

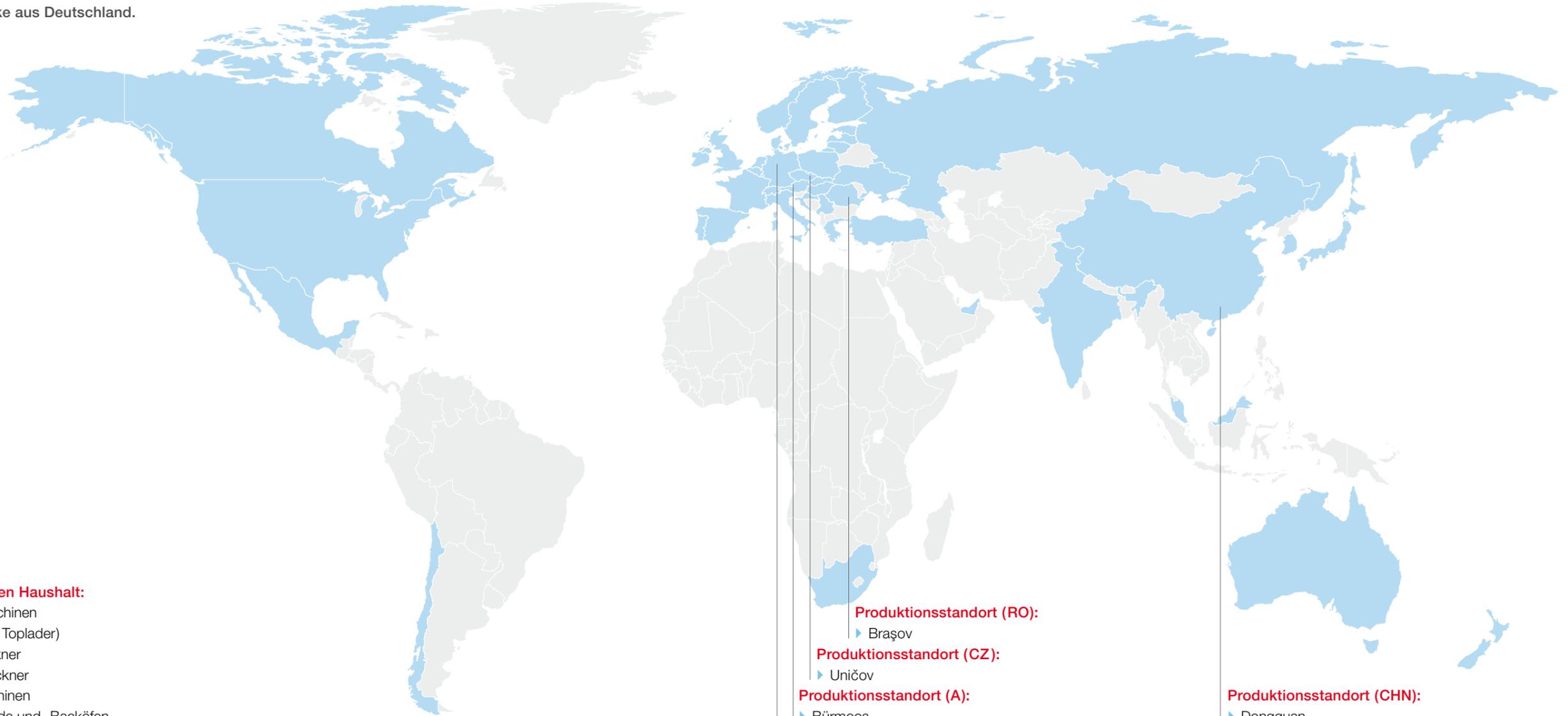
Denken in Generationen

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2013



Miele weltweit

Miele ist in 47 Ländern der Erde durch eigene Vertriebsgesellschaften vertreten. In weiteren 50 Ländern beliefern Importeure ihre Kunden mit der Marke aus Deutschland.



Geräte für den Haushalt:

- ▶ Waschmaschinen (Front- und Toplader)
- ▶ Wäschetrockner
- ▶ Wäschetrockner
- ▶ Bügelmaschinen
- ▶ Einbau-Herde und -Backöfen
- ▶ Kochfelder
- ▶ Dunstabzugshauben
- ▶ Dampfgarer
- ▶ Einbau- und Stand-Kaffeefullautomaten*
- ▶ Mikrowellen-Geräte*
- ▶ Geschirrwärmer
- ▶ Geschirrspüler
- ▶ Kühl- und Gefriergeräte*
- ▶ Weinlager- und Weintemperierschränke*
- ▶ Staubsauger

Geräte für gewerbliche Anwendungen:

- ▶ Waschmaschinen
- ▶ Wäschetrockner
- ▶ Mangeln
- ▶ Reinigungs-, Desinfektions- und Sterilisationsgeräte
- ▶ Laborspüler
- ▶ Gewerbegeschirrspüler
- ▶ Container-Waschanlagen

Produktionsstandort (RO):

- ▶ Braşov

Produktionsstandort (CZ):

- ▶ Uničov

Produktionsstandort (A):

- ▶ Bürmoos

Produktionsstandort (CHN):

- ▶ Dongguan

Produktionsstandorte (D):

- ▶ Gütersloh
- ▶ Bielefeld
- ▶ Arnsberg
- ▶ Bünde
- ▶ Euskirchen
- ▶ Lehrte
- ▶ Oelde
- ▶ Warendorf

Vertriebsgesellschaft

* Bei diesen Geräten kooperiert Miele mit Fertigungspartnern.

Berichtsrahmen

Ziel des vorliegenden sechsten Nachhaltigkeitsberichts der Unternehmensgruppe Miele ist es, ihre Stakeholder, wie etwa Nachhaltigkeitsexperten, Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner, über die Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens zu informieren. Inhalte sowie Struktur des vorliegenden Berichts orientieren sich an der im Geschäftsjahr 2011/2012 verabschiedeten Nachhaltigkeitsstrategie. Diese wurde auf Basis einer Materialitätsanalyse unter Einbindung von relevanten Stakeholdern entwickelt. Die Berichtsstruktur richtet sich nach den als wesentlich identifizierten Handlungsfeldern Produkte und Lieferkette, Betrieblicher Umweltschutz, Mitarbeiter sowie Gesellschaft. Anders als im vorherigen Bericht wird das Thema Betrieblicher Umweltschutz nun in einem separaten Kapitel behandelt.

Ergänzend zu der vorliegenden Printversion stehen eine ausführlichere Version des Berichts auf der Website www.miele-nachhaltigkeit.de sowie die „Daten & Fakten“ als separates Zahlenwerk zur Verfügung. Die Onlineversion enthält weiterführende Informationen zu grundlegenden Themen, bei denen sich im Berichtszeitraum keine Änderungen ergeben haben, und solchen Themen, die in der Materialitätsanalyse mit geringerer Wesentlichkeit bewertet wurden. Die „Daten & Fakten“ beinhalten zusätzlich zur grafischen Darstellung relevanter Kennzahlen auch eine Übersicht zu den Zielen und der Zielerreichungskontrolle sowie den Fortschrittsbericht zu den Prinzipien des UN Global Compact und eine Kurzversion des GRI-Indexes.

Eine ausführliche Beantwortung der GRI-Indikatoren kann zudem im Onlinebericht eingesehen werden. Existieren zu einem im vorliegenden Printbericht behandelten Thema weiterführende Informationen online oder in den „Daten & Fakten“, so ist dies mit Symbolen in der Marginalspalte kenntlich gemacht.

Sofern nicht anders vermerkt, beziehen sich die Angaben im vorliegenden Bericht auf die Miele & Cie. KG mit der Tochtergesellschaft imperial Werke oHG. Dies schließt alle deutschen Produktions- und Verwaltungsstandorte sowie die deutsche Vertriebsgesellschaft mit ein. Einbezogen sind zudem ebenfalls die internationalen Produktionsstandorte, das heißt Bürmoos in Österreich, Uničov in der Tschechischen Republik, Dongguan in China und ab dem Geschäftsjahr 2009/2010 auch Braşov in Rumänien. Die internationalen Vertriebsgesellschaften werden beispielhaft erwähnt. Der Berichtszeitraum umfasst die Geschäftsjahre 2010/2011 und 2011/2012. Geschäftsjahresende ist jeweils der 30. Juni eines Jahres.

Der Bericht entspricht den G3-Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Miele berichtet zu allen GRI-Standardangaben und erfüllt demnach die GRI-Anwendungsebene A. Dies wurde in diesem Jahr erstmals auch von GRI geprüft und bestätigt. Der vorliegende Bericht ist auf Deutsch und Englisch erschienen und ersetzt den Nachhaltigkeitsbericht 2011. Redaktionsschluss war der 18. Dezember 2012. Der zweijährige Berichtszyklus soll auch in Zukunft beibehalten werden. Auf geschlechtsspezifische Bezeichnungen wurde zugunsten einer besseren Lesbarkeit verzichtet.



► GRI Index

► UN Global Compact Fortschrittsbericht



► Glossar

Erläuterung zu Verweisen



Vertiefende Informationen im Onlinebericht unter www.miele-nachhaltigkeit.de



Verweis zu externen Internetseiten



Verweis zu „Daten & Fakten“

Inhalt

	Vorwort der Geschäftsleitung	2
KAPITEL 1	Das Unternehmen	4
	Unternehmensprofil	5
	Werte und Tradition	8
KAPITEL 2	Strategie und Management	10
	Nachhaltigkeitsstrategie	11
	Nachhaltigkeitsmanagement	14
	Vor Ort: Qualitätsmanagement	16
	Stakeholderdialog	17
KAPITEL 3	Produkte und Lieferkette	20
	Kundenorientierte Entwicklung	21
	Nachhaltige Produkte	24
	Vor Ort: Werk Electronic	28
	Verantwortung in der Lieferkette	30
KAPITEL 4	Umweltschutz an den Standorten	32
	Umweltmanagement	33
	Ressourceneffizienz	34
	Vor Ort: Miele-Gießerei	36
	Energieeinsatz und Emissionen	37
	Transport und Logistik	40
KAPITEL 5	Miele und seine Mitarbeiter	42
	Personalmanagement	43
	Aus- und Weiterbildung	46
	Vor Ort: Personalentwicklung	48
	Vielfalt und Chancengleichheit	50
	Arbeitssicherheit und Gesundheit	52
KAPITEL 6	Miele in der Gesellschaft	54
	Gesellschaftliches Engagement	55

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

als Carl Miele und Reinhard Zinkann im Jahr 1899 das Unternehmen Miele gründeten, setzten sie von Anfang an grundlegende, nachhaltige Werte um. Ihre Produkte richteten sie auf Langlebigkeit und Verlässlichkeit aus, was sie mit ihrem Qualitätsmotto „Immer besser“ auf den Punkt brachten. Wenig später richteten sie eine Betriebskrankenkasse ein, um die medizinische Versorgung ihrer Mitarbeiter sicherzustellen. Ihre Investitionen finanzierten Miele und Zinkann ausschließlich aus eigener Kraft. Nicht mehr ausgeben, als man zuvor verdient hatte – so lautete eine Maxime, die bis heute Bestand hat. Bei Miele denkt man nicht in Quartalsberichten, sondern in Jahrzehnten – auch daran hat sich bis heute nichts geändert. All dies bringen wir mit dem Titel des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts zum Ausdruck: „Denken in Generationen“.

„Kontinuität in den Werten und Zielen“

Von dieser Kontinuität in Werten und Zielen profitieren alle Beteiligten: die Kunden, die der Marke Miele in Umfragen immer wieder ein Höchstmaß an Ansehen und Vertrauen attestieren; die Beschäftigten, denen das Unternehmen seit Generationen sichere und gut bezahlte Arbeitsplätze bietet; die Lieferanten, denen Miele ein langfristiger und fairer Partner ist; die Menschen in der Region, die Miele als guten Nachbarn schätzen. Und es profitieren Umwelt und Natur, denn größtmögliche Energieeffizienz der Geräte ist ebenso Programm wie Ressourcenschonung in Entwicklung und Produktion. Gegenwärtig zählt Miele in vielen Ländern zu den angesehensten Marken überhaupt. In Deutschland wird Miele einer repräsentativen Erhebung zufolge mit deutlichem Abstand als nachhaltigstes Unternehmen der Branche gesehen.

Diese Position innerhalb und außerhalb Deutschlands mit Nachdruck auszubauen, ist unser erklärtes Ziel. Denn nachhaltiges, wertorientiertes Handeln im engen Dialog mit unseren Stakeholdern ist unverzichtbar für die dauerhafte Sicherung des wirtschaftlichen Erfolgs, der Standorte und der Arbeitsplätze des Unternehmens Miele. Was wir darunter verstehen und welche Wegstrecke wir in diesem Sinne bereits zurückgelegt haben, dokumentiert dieser Nachhaltigkeitsbericht. Es ist der sechste seit 2002. Ein bedeutender Erfolg der letzten beiden Geschäftsjahre war die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie: Sinn und Zweck war es, noch präziser Ziele zu definieren und Maßnahmen abzuleiten. Unsere wesentlichen Handlungsfelder „Produkte“, „Lieferkette“, „Prozesse“, „Mitarbeiter“ und „Gesellschaft“ spiegeln sich auch in der Inhaltsstruktur dieses Berichts wider. Für jedes Handlungsfeld haben wir Schwerpunktthemen definiert, in denen wir den größtmöglichen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung sehen. So ist das Top-Thema „Verbrauchsoptimierte Produkte“ eng verknüpft mit den ökologischen Herausforderungen, wie der Ressourcenverknappung, der Energiewende und dem Klimawandel.

Miele legt mit diesem Nachhaltigkeitsbericht erstmals eine vollständige CO₂-Bilanz nach dem internationalen Standard des Greenhouse Gas (GHG) Protocol vor. Mit Schritten wie diesem schaffen wir mehr Transparenz für unsere Stakeholder, aber auch die Chance, wesentliche Einflussgrößen noch besser zu kontrollieren und zu steuern. Hierzu haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt. So wollen wir beispielsweise die CO₂-Emissionen des Unternehmens von 560 kg pro Tonne Produkt (2011/2012) bis zum Ende des Geschäftsjahres 2013/2014 um 3 Prozent reduzieren. Unsere Ziele aus dem Nachhaltigkeitsbericht 2011 haben wir in hohem Maße erreicht. So entsprachen im Geschäftsjahr 2011/2012 bereits 54 Prozent aller Miele-Waschmaschinen der höchsten Energieeffizienzklasse A++++. Ein anderes Ziel war die erhebliche Steigerung der Energieeffizienz an unseren Produktionsstandorten. Im Gütersloher Stammwerk beispielsweise haben wir eine neue hocheffiziente Kältemaschine in Betrieb

Dr. Eduard Sailer
Geschäftsführer Technik

Dr. Markus Miele
geschäftsführender Gesellschafter

Olaf Bartsch
Geschäftsführer Finanzen/
Hauptverwaltung

Dr. Reinhard Zinkann
geschäftsführender Gesellschafter

Dr. Heiner Olbrich
Geschäftsführer Marketing/Vertrieb

(von links)



genommen und in das zentrale Wärmeverbundnetz eingebunden. Allein dadurch sparen wir pro Jahr etwa 2.000 Megawattstunden an elektrischer Energie.

Ergänzend zur Zertifizierung nach dem Sozialstandard SA8000 hat Miele 2012 durch die Unterzeichnung der Charta der Vielfalt ein weiteres Signal gesetzt: Miele pflegt eine Unternehmenskultur, die geprägt ist von Toleranz und Wertschätzung, in der die Unterschiedlichkeit von Persönlichkeiten und Biografien als Bereicherung empfunden wird.

Weiteren Ausdruck findet diese Haltung in unserem Bekenntnis zum UN Global Compact, dessen Prinzipien wir an allen Standorten weltweit umsetzen. Erstmals geben wir in Verbindung mit unserem Nachhaltigkeitsbericht in diesem Jahr eine Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex ab.

Im nächsten Geschäftsjahr 2013/2014 werden wir die aktualisierte Nachhaltigkeitsstrategie vollständig implementieren und gleichzeitig weiter

fortentwickeln – von der weiteren Verbesserung der Energie- und Ressourceneffizienz bis hin zur Mitarbeiterförderung. Zentrale Herausforderungen sind hier zum Beispiel die Nachwuchssicherung, der Ausbau des Diversity-Managements, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie die Optimierung der altersgerechten Arbeitsplatzgestaltung als Antwort auf den demografischen Wandel.

Unsere wichtigsten Botschafter sind und bleiben fast 17.000 engagierte und loyale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die das Prinzip Nachhaltigkeit gleichsam über die DNA des Unternehmens verinnerlicht haben und tagtäglich leben. Mit ihnen gemeinsam freuen wir uns auf die Fortsetzung des konstruktiven Dialogs mit unseren Stakeholdern. Dazu soll dieser Nachhaltigkeitsbericht beitragen.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre!

Die Geschäftsleitung der Miele & Cie. KG



Showroom Moskau

1 Das Unternehmen

Hersteller von Haus- und Gewerbegeräten, Premiummarke, Familienunternehmen mit Sitz in Deutschland, 47 internationale Vertriebsgesellschaften, über 16.700 Mitarbeiter: Dies sind die Eckdaten des Unternehmens Miele. Ein Unternehmen, das Ansehen und Vertrauen genießt wie kein zweites in der Branche. Eine Verpflichtung, der Miele gerne nachkommt.

- Unternehmensprofil** 5
- Werte und Tradition** 8

Unternehmensprofil

Die Miele-Gruppe ist der weltweit führende Hersteller von Premium-Hausgeräten für die Küche, Wäsche- und Bodenpflege. Eine weitere Säule ist der Geschäftsbereich „Professional“ mit Wäscherei- und Spültechnik für den Einsatz in Gewerbebetrieben sowie Desinfektions- und Sterilisationsgeräten für medizinische Einrichtungen.

Im Jahr 1899 starteten Carl Miele und Reinhard Zinkann ihr Unternehmen mit der Produktion von Milchzentrifugen und Buttermaschinen, entwickelten sich aber rasch zu einem breit aufgestellten Ausrüster der Landwirtschaft: 1901 folgten Waschmaschinen, zunächst noch aus Holz, Fahrräder, Mopeds und sogar Automobile. Um angesichts schnell wachsender Märkte mit entsprechendem Bedarf an Produktionskapazitäten und Kapital die Kräfte zu bündeln, fokussierte sich Miele schrittweise auf seine heutige Kernkompetenz, nämlich die Produktion hochwertiger Haus- und Gewerbegeräte (einschließlich Medizintechnik). Der Anspruch von Anfang an: Qualitäts- und Technologieführerschaft verbunden mit weltweiter Marktpräsenz. Aus dem ostwestfälischen Handwerksbetrieb wurde ein familiengeführter Global Player.

Miele ist aktuell in 47 Ländern durch eigene Vertriebs- und Servicegesellschaften vertreten und dort zumeist Marktführer im oberen Preissegment. In weiteren 50 Märkten ist die Marke über Importeure präsent. Acht der zwölf Produktionsstätten einschließlich der gesamten Produktentwicklung befinden sich in Deutschland, davon sieben in Nordrhein-Westfalen und eine in Niedersachsen. Je einen weiteren Produktionsstandort gibt es in Österreich (Bürmoos), Tschechien (Uničov), Rumänien (Braşov) und China (Dongguan). In allen Miele-Werken gelten dieselben strengen Miele-Qualitätsstandards und -kontrollen.

Miele zeichnet sich durch eine auf Qualität und Nachhaltigkeit fokussierte Unternehmensphilosophie aus, was durch unabhängige empirische Kundenbefragungen laufend bestätigt wird. Heute bietet Miele im Rahmen des strategischen Geschäftsfeldes Hausgeräte ein Komplettsortiment hochwertiger Geräte zum Kochen und Backen, Dampfgaren, Geschirrspülen, Kühlen/Gefrieren

und für die Kaffeezubereitung. Hinzu kommt ein vergleichbar breit aufgestelltes Portfolio bei Waschmaschinen, Wäschetrocknern, Bügelgeräten und Staubsaugern. Zum Geschäftsbereich der Gewerbegeräte (Miele Professional) zählen Wäschereitechnik und Geschirrspüler für Pflegeeinrichtungen oder Gastronomie sowie Reinigungs-, Desinfektions- und Sterilisationsgeräte für Kliniken, Arztpraxen und Labore.

Seit der Gründung befindet sich das Unternehmen zu 100 Prozent im Eigentum der beiden Familien Miele (51 Prozent) und Zinkann (49 Prozent). Die Geschäftsleitung besteht aus fünf gleichberechtigten Geschäftsführern, darunter mit Dr. Markus Miele und Dr. Reinhard Zinkann je ein Urenkel der beiden Gründer. Hinzu kommen die drei familienunabhängigen Geschäftsführer Olaf Bartsch (Finanzen), Dr. Heiner Olbrich (Marketing und Vertrieb) sowie Dr. Eduard Sailer (Technik).



- ▶ Organisationsstruktur
- ▶ Produktgruppen
- ▶ Führungsstruktur

Meilensteine der Nachhaltigkeit*



* angegeben ist jeweils die Gründung/die Einrichtung oder das erstmalige Ereignis, z.B. die Zertifizierung oder die Unterzeichnung.

Dem Gesellschafterausschuss (Familienrat) gehören je drei Vertreter der Familien Miele und Zinkann an.

Die Miele & Cie. KG ist eine Kommanditgesellschaft mit Sitz am Stammwerk in Gütersloh.

Wirtschaftliche Bedeutung für die Standorte

Insgesamt 16.716 Menschen arbeiten für Miele (Stichtag: 30. Juni 2012), davon 10.327 oder fast 62 Prozent in Deutschland. Die Mitarbeiter außerhalb Deutschlands sind zu 80 Prozent in Vertrieb und Kundendienst beschäftigt. Innerhalb und außerhalb Deutschlands hat die Anzahl der Beschäftigten im Berichtszeitraum zugenommen.

3,04

Milliarden Euro
Umsatz in 2011/2012

Miele ist besonders an den deutschen Werkstandorten ein wichtiger Arbeitgeber, zumeist einer der größten am Ort und damit auch für die Gemeinden ein wichtiger Steuerzahler. Wie auch in den Berichtszeiträumen zuvor hat es hier in den letzten beiden Geschäftsjahren keine betriebsbedingten Kündigungen gegeben.

Maxime der Unternehmensleitung ist die Sicherung der Arbeitsplätze an allen Standorten; eine Verlagerung von Produktionsstandorten in andere Länder fand nicht statt und steht auch nicht zur Diskussion. Hohe Investitionen in die Werke geben deutliche Signale an Bürger und Politik für eine zukunftsweisende Standortpolitik.

Miele engagiert sich über den eigenen Bedarf hinaus für die Ausbildung junger Menschen. Der Anteil Auszubildender an der deutschen Gesamtbelegschaft lag im Geschäftsjahr 2011/2012 bei 4,8 Prozent (Stichtag: 1. September 2011). Auch damit leistet das Familienunternehmen einen Beitrag zur Sicherung und Stärkung der Zukunftsfähigkeit der heimischen Wirtschaft.

Strategische Positionierung

Das Unternehmen Miele steht für langfristiges Denken und Handeln. Dabei ist der Erhalt der Unabhängigkeit des Familienunternehmens Miele von familienfremden Kapitalgebern eine wichtige Rahmenbedingung. Investitionen und Wachstum werden daher ausschließlich mit Eigenmitteln finanziert, also ohne nennenswerte Bankkredite, Börsengänge und sonstiges externes Kapital. Wachstum erfolgt ausschließlich „organisch“, also etwa ohne Zukauf von Umsatz und Marktanteilen durch Übernahme von Wettbewerbern.

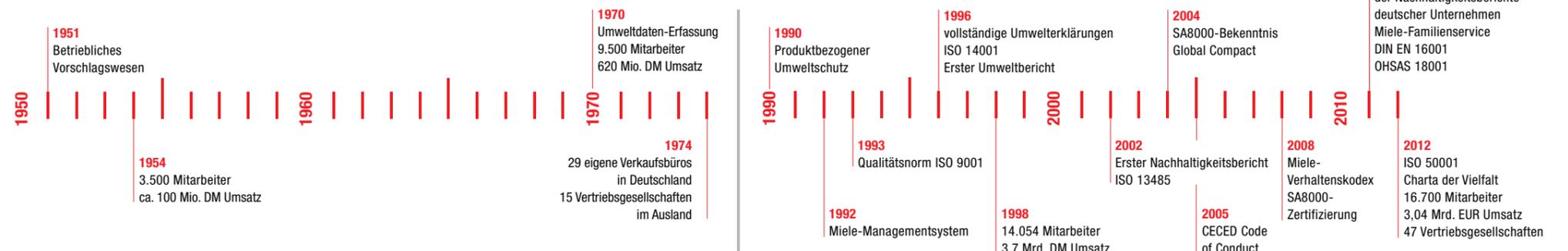
In vielen Ländern der Welt gilt es schon, in anderen noch nicht: Miele folgt der Vision, in allen relevanten Märkten die begehrteste Marke der Branche zu werden. Um dies zu erreichen, hält Miele an seiner strategischen Positionierung fest, die insbesondere folgende Aspekte umfasst:

- kompromisslose Qualitäts- und Kundenorientierung bei Produkten und Service
- Konzentration auf die alleinige Marke Miele und deren durchgängige Positionierung im Premiumsegment
- weltweiter Markenauftritt von hoher Wiedererkennbarkeit
- partnerschaftliche Fokussierung auf den beratenden Fachhandel

Geschäftsentwicklung

Im Geschäftsjahr 2011/2012, das am 30. Juni 2012 endete, überschritt Miele trotz ungünstiger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen mit 3,04 Milliarden Euro Umsatz erstmals die 3-Milliarden-Schwelle. Das entsprach einem Zuwachs von 91 Millionen Euro oder 3,1 Prozent. Im Geschäftsjahr 2010/2011 hatte der Umsatz bei 2,95 Milliarden Euro gelegen.

Auf dem deutschen Heimatmarkt wuchs Miele im Geschäftsjahr 2011/2012 um 47 Millionen Euro



auf 912 Millionen Euro. Dies entsprach einem Plus von 5,5 Prozent. Der Anteil Deutschlands am Gesamtumsatz lag bei 30,2 Prozent (Vorjahr: 29,6 Prozent).

Außerhalb Deutschlands erzielte Miele im Geschäftsjahr 2011/2012 mit 2,11 Milliarden Euro Umsatz einen Zuwachs von 2,3 Prozent. Den zum Teil deutlichen Einbrüchen in Ländern wie Griechenland, Portugal, Spanien und Italien standen erfreuliche Zuwächse im nördlichen Teil Europas gegenüber. Zudem gewannen wichtige Potenzialmärkte wie die USA und Russland im letzten Geschäftsjahr erheblich an Dynamik zurück. Kraftvolle Wachstumsimpulse kamen darüber

hinaus von asiatischen Märkten wie China und Hongkong. Produktseitig leisteten 2011/2012 insbesondere die Wäschetrockner, Herde/Backöfen, Dampfgeräre, Dunstabzugshauben und Kühlgeräte überproportionale Beiträge zum Wachstum, wobei vor allem der Markterfolg der hochpreisigen Spitzenmodelle positiv zu Buche schlug.

Überproportionale Wachstumsmärkte im Geschäftsjahr 2010/2011 waren zum Beispiel Zentral- und Nordeuropa, USA, Kanada, Hongkong und Singapur. Südeuropa und Irland litten dagegen schon damals deutlich unter der Schuldenkrise.

Der Bereich Miele Professional erzielte im Geschäftsjahr 2011/2012 einen Umsatz von 393 Millionen Euro. Dies entsprach einer Steigerung von 5,9 Prozent und einem Anteil am Miele-Gesamtumsatz von 13 Prozent. Für strategisch wichtige Impulse sorgte hier die Medizintechnik, wo sich Miele vom Gerätelieferanten zum System-

anbieter für Kliniken und Arztpraxen weiterentwickelte. In der Wäschereitechnik punktete Miele mit den schnellsten gewerblichen Wärmepumpentrocknern am Markt.

Investitionen

Im Geschäftsjahr 2011/2012 investierte die Miele-Gruppe insgesamt 186 Millionen Euro, das sind 65 Prozent mehr als im Vorjahr. Der signifikante Anstieg ergab sich vor allem durch Um- und Ausbau der Fertigungsanlagen. Schwerpunkt ist das Stammwerk Gütersloh, in das in den Geschäftsjahren 2011/2012 bis 2013/2014 insgesamt 150 Millionen Euro fließen. Hier entstehen flexiblere Fertigungskapazitäten im Werk Electronic, ein neues Demonstrations- und Schulungszentrum für Produktinnovationen und neue Bürogebäude für 270 Beschäftigte. Hinzu kommen umfassende Maßnahmen zu Ausbau und Modernisierung der Waschmaschinenfertigung.



Miele Gallery, Unter den Linden, Berlin



Momentaufnahme am Miele-Stand bei der IFA.



Experience Centre, VG Großbritannien, Abingdon

Im Geschäftsjahr 2010/2011 waren 113 Millionen Euro investiert worden. Die Investitionsschwerpunkte waren die Erweiterung und Modernisierung von Produktionsanlagen in den Werken Bielefeld, Gütersloh und Oelde und der Bau einer neuen Produktionshalle für Großsterilisatoren im österreichischen Werk Bürmoos.

Ausblick und Ziele

Auch im Geschäftsjahr 2012/2013 plant Miele mit weiterem Umsatzwachstum. Allerdings dämpfen schwer kalkulierbare Faktoren wie die anhaltende Schuldenkrise in Europa, politische Instabilität im arabischen Raum sowie die weiterhin hohen Energie- und Materialkosten das Geschäft. Belastbare Prognosen sind derzeit kaum möglich.

In Anbetracht der ökonomischen Unwägbarkeiten hat die konsequente Erschließung der Potenziale auf den bereits vorhandenen Märkten erste Priorität. Dies gilt beispielsweise für große außereuropäische Märkte wie China, Russland oder die USA. In diesem Fokus stehen aber auch etablierte europäische Kernmärkte wie Frankreich, Italien oder Großbritannien.

Miele setzt große Erwartungen in die neue „Generation 6000“ bei den Kücheneinbaugeräten, die im Januar 2013 auf der Messe „LivingKitchen“ in Köln erfolgreich ihre Weltpremiere feierte. Ähnlich grundlegende Neuheiten in den Bereichen Wäsche- und Bodenpflege sind bereits gestartet oder folgen nach Veröffentlichung dieses Berichts.

Werte und Tradition

Verbraucher auf der ganzen Welt vertrauen Miele. Mit der Qualitätsmarke aus Deutschland verbinden sie eine ganz besondere Wertschätzung, gegründet auf höchsten Erwartungen, die seit mehr als einem Jahrhundert immer wieder aufs Neue erfüllt werden. So steht das Familienunternehmen seit seiner Gründung im Jahr 1899 für Werte, die eng mit dem Thema Nachhaltigkeit verknüpft sind: Qualität, Verantwortung, Partnerschaft, Unabhängigkeit, Kontinuität und Zukunftsfähigkeit.

Als Carl Miele und Reinhard Zinkann knapp vor der Wende zum 20. Jahrhundert trotz scheinbar übermächtiger und bereits etablierter Konkurrenz ihre Fabrik für Milchzentrifugen eröffneten, schrieben sie auf jedes ihrer Produkte die Worte „Immer besser“. Diese beiden Worte waren gleichzeitig Versprechen an die Kunden wie Ansporn für die Mitarbeiter. Diese Qualitätsmaxime prägt das Unternehmen bis heute und hat wesentlichen Anteil daran, dass aus der kleinen westfälischen Manufaktur ein Unternehmen von Weltrang wurde.

„Immer besser“: In der Praxis bedeutet dies, dass Miele dem Anspruch folgt, die eigenen Leistungen stetig zu verbessern und gleichzeitig alles zu tun, um in allen Aspekten besser zu sein als die Mitbewerber. Heute wie damals sollen Miele-Geräte die besten sein. Das galt für die Milchzentrifugen und Buttermaschinen aus den Anfangsjahren genauso wie es für die modernen Dampfgarer und Wärmepumpentrockner von heute gilt. Im Vordergrund steht der Premiumanspruch: Das heißt, der Verbraucher soll ein rundum optimiertes Produkt erhalten. Nicht der Superlativ beim einzelnen Produktmerkmal steht im Vordergrund, sondern die Abstimmung sämtlicher Eigenschaften im Sinne eines größtmöglichen Kunden- und Umweltnutzens. So sind Miele-Geräte in die besten Energieeffizienzklassen eingestuft und bieten gleichzeitig bestmögliche Reinigungs- und Pflegeergebnisse.

Miele entwickelt und produziert leistungsstarke, komfortable und energieeffiziente Geräte, die Maßstäbe setzen. Dabei stehen nicht einzelne



Überprüfung des Spülergebnisses

Flaggschiffe für die Leistung der Entwickler, sondern die gesamte Produktpalette bietet dem Kunden die Gewähr, dass er Miele-Qualität erhält. (► siehe dazu auch Kapitel „Produkte und Lieferkette“ ab Seite 20)

Schon in der Produktentwicklung setzt Miele auf Nachhaltigkeit durch Ressourcenschonung. War es in den Anfangsjahren das hochwertige, langlebige Eichenholz, das für die Holzbottich-Waschmaschinen eingesetzt wurde, ist es heute der hohe Metallanteil, den Miele aus Qualitätsgründen einsetzt und der gleichzeitig für hohe Recyclingfähigkeit sorgt.

Produktbezogene Werte sind wichtig für Miele. Die menschlichen Werte geraten dabei nicht ins Hintertreffen, sondern werden ausdrücklich wertgeschätzt. Seit vier Generationen pflegt die Geschäftsleitung eine verantwortungsvolle Unternehmensführung. Dies gilt sowohl für das auf gegenseitigem Respekt und Achtung basierende Miteinander in Bezug auf Mitarbeiter und Geschäftspartner als auch für den sozial engagierten und gesellschaftspolitisch aktiven Beitrag.

Verantwortlich, beständig, zukunftsorientiert: In über 114 Jahren Firmengeschichte konnten sich Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner immer darauf verlassen, dass Miele stets alles daran setzt, ihre hohen Erwartungen und die selbst gesteckten hohen Wertmaßstäbe zu erfüllen, die einmal so knapp und klar formuliert worden waren: „Immer besser“.



Auszeichnungen für die Marke Miele: Markenvertrauen mehrfach bestätigt

„Most Trusted Brand“: Wie im Vorjahr wählten Verbraucher Miele im Rahmen der Studie „Reader’s Digest European Trusted Brands 2012“ erneut zur „Most Trusted Brand“, zur vertrauenswürdigsten Hausgerätemarke. Das Medienunternehmen „Reader’s Digest“ befragte in Europas größter Verbraucherstudie mehr als 27.000 Menschen, davon rund 8.000 in Deutschland und weitere in Österreich, Portugal, Belgien und den Niederlanden. Außerdem zählten die Befragten Miele zu den fünf glaubwürdigsten Unternehmensmarken im Hinblick auf nachhaltiges Wirtschaften im Sinne von fairen Produktionsbedingungen. Dafür bekam das Unternehmen den Sonderpreis „Trusted Brands Nachhaltigkeitspreis“ (2011).

„best brand“: Im Markenranking der Gesellschaft für Konsumforschung, der Zeitschrift „Wirtschaftswoche“ und weiterer Partner belegte Miele den dritten Platz in der Kategorie „Beste Produktmarke“ und den sechsten Platz bei den Unternehmensmarken. 2011 hatte Miele in beiden Disziplinen sogar den zweiten Platz erreicht.

Servicequalität: Die deutschen Kunden wählten den Miele-Kundendienst 2011 zum nunmehr 17. Mal zum besten der Branche. Die Erhebung wurde von der Benchmarking-Initiative „Kundenmonitor Deutschland“ durchgeführt. Erste Plätze erreichte Miele auch bei unabhängigen Kundenbefragungen in Österreich beim „KVA Award“ (Preis des Kundendienstverbandes Österreich, Kategorie B2C) und in England („TEQ Total Quality and Excellence Award der Gesellschaft Domestic and General“). Die renommierte britische Verbraucherzeitschrift „Which? Magazine“ zeichnete Miele in ihrer Januar-Ausgabe als „Most Reliable Domestic Appliance Brand“ (vertrauenswürdigste Hausgerätemarke) aus. Den Titel „Best Brand Overall“ (beste Marke insgesamt) erreichte der Hersteller in den fünf Kategorien Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspüler, Gefriergeräte und Bodenstaubsauger.



► Weitere Auszeichnungen



Die neue Nachhaltigkeitsstrategie ist auf den Weg gebracht: Geschäftsführer Dr. Eduard Sailer und der geschäftsführende Gesellschafter Dr. Markus Miele sowie Christoph Wendker, Leiter des Umweltreferats Produkte, (von rechts) im Gespräch mit Ursula Wilms, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

2 Strategie und Management

Miele hat das Prinzip der Nachhaltigkeit in allen Unternehmensbereichen und in allen Aspekten der Wertschöpfung verankert. Mit der Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie, dem umfassenden Miele Erfolgssystem und einem kontinuierlichen Stakeholderdialog ist das Unternehmen gut aufgestellt, um den zentralen globalen Herausforderungen entgegenzutreten. Die Handlungsfelder sind klar definiert, der Anspruch überall derselbe: Immer besser.

Nachhaltigkeitsstrategie 11

Nachhaltigkeitsmanagement 14

Vor Ort: Qualitätsmanagement 16

Stakeholderdialog 17

Die Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeit ist für Miele seit der Firmengründung gelebtes Selbstverständnis, fester Bestandteil der Unternehmenswerte und prägend für das tägliche Handeln der Mitarbeiter. Mit der Fortentwicklung der Miele Nachhaltigkeitsstrategie im Geschäftsjahr 2011/2012 ist Nachhaltigkeit jetzt noch stärker in der allgemeinen Unternehmensstrategie verankert und mit Maßnahmen und Zielen versehen. Damit ist Miele noch besser für die zentralen globalen Herausforderungen gerüstet.

Der Klimawandel, die Verknappung wichtiger Ressourcen wie Energie, Wasser und Rohstoffe, der demografische Wandel in den Industriestaaten und die Globalisierung der Märkte sind Herausforderungen, die Risiken bergen, aber auch Chancen. Miele stellt sich diesen Herausforderungen. Das Unternehmen ist ganzheitlich vorbereitet; Unterstützung bietet die im Berichtszeitraum auf Basis eines intensiven Stakeholderdialogs entwickelte und verabschiedete Nachhaltigkeitsstrategie.

Vielfältige Chancen ergeben sich aus den Bereichen, in denen Miele traditionell stark positioniert ist. Das ist etwa die Entwicklung besonders langlebiger und ressourcenschonender Produkte. Seit Jahrzehnten entwickelt und produziert das Unternehmen Haus- und Gewerbegeräte, die niedrige Strom- und Wasserverbräuche aufweisen. Auf der ressourcenschonenden und energieeffizienten Produktion liegt ein weiterer Schwerpunkt.

Auch um dem demografischen Wandel Rechnung zu tragen, verfolgt Miele schon lange den Ansatz des Universal Design. Miele-Hausgeräte verfügen über eine unkomplizierte Bedienphilosophie, die es auch älteren Menschen oder Menschen mit körperlichen Einschränkungen ermöglicht, sie zu verstehen und komfortabel zu handhaben.

Die Erschließung neuer Märkte hat bei Miele Tradition. Das Unternehmen ist weltweit in 47 Ländern durch eigene Vertriebsgesellschaften vertreten. Die älteste wurde bereits 1931 in der Schweiz gegründet. Die Globalisierung der Märkte eröffnet für das international aufgestellte Familienunternehmen vor allem Chancen. Bestandteil der

Nachhaltigkeitsstrategie ist nun das schon lang bei Miele gelebte Vorsorgeprinzip: Mögliche Belastungen oder Schäden an Mensch und Umwelt durch Herstellung und Nutzung der Miele-Geräte werden frühzeitig durch geeignete Maßnahmen ausgeschlossen – so werden etwa Maßnahmen zur Verringerung bzw. Vermeidung von Treibhausgasemissionen umgesetzt.

Neue Möglichkeiten bieten sich auch durch zukunftsweisende Produkte und Technologien, die über besonders nachhaltige Eigenschaften verfügen, etwa Smart Grid oder Eco Feedback. Die Förderung dieser auch am Markt sehr erfolgreichen Innovationen ist in der Nachhaltigkeitsstrategie festgelegt.

Auf diesem Weg trägt die Nachhaltigkeitsstrategie zur Steigerung des Unternehmenserfolgs und der strategisch gesteuerten Wettbewerbsfähigkeit bei.

Doch gibt es auch weitere Herausforderungen, derer sich Miele bewusst ist, etwa die Anpassungsfähigkeit des Unternehmens an die Erfordernisse einer alternden Belegschaft. Knapper werdende Ressourcen fordern die Konstrukteure und Entwickler: Alternative, umweltfreundliche Materialien müssen gefunden werden; auch in dieser Hinsicht ist fortwährende Innovation also unabdingbar. Immer komplexer werdende Wertschöpfungsketten bergen neue Risiken und bedürfen daher gesteigerter Aufmerksamkeit.

Mit der Fortentwicklung der Miele Nachhaltigkeitsstrategie sind all diese und noch weitere Aspekte nun stärker als bisher in der Unternehmensstrategie und im Kerngeschäft verankert. Dies liefert einen weiteren wesentlichen Beitrag dazu, das Unternehmen zukunftsfähig zu machen im Sinne eines ganzheitlich nachhaltigen Unternehmenserfolgs.

Schwerpunkte der Nachhaltigkeitsstrategie

„Miele ist in allen Märkten aus Sicht der Kunden und aller anderen Stakeholder das nachhaltigste Unternehmen der Branche.“ Für Deutschland ist dies – einer repräsentativen Erhebung zufolge – bereits Realität, für viele andere Länder aber noch eine ambitionierte Vision. Die Miele Nachhaltigkeitsstrategie soll dazu beitragen, diese so formu-

lierte Vision Realität werden zu lassen. Wesentlich für die Erreichung dieses Ziels ist der ganzheitliche Ansatz. Miele legt Wert darauf, die authentische Nachhaltigkeit des Familienunternehmens, der Marke und der Produkte zu vermitteln – in allen Aspekten, nicht in Reduzierung auf eine Facette.

Voraussetzung und Fundament für den Erfolg der Nachhaltigkeitsstrategie sind nachhaltiges Handeln auf Basis der Unternehmenswerte und ein intensiver Dialog mit den Stakeholdern. Beides ist unverzichtbar für die dauerhafte Sicherung des wirtschaftlichen Erfolgs, der Standorte und der Arbeitsplätze.

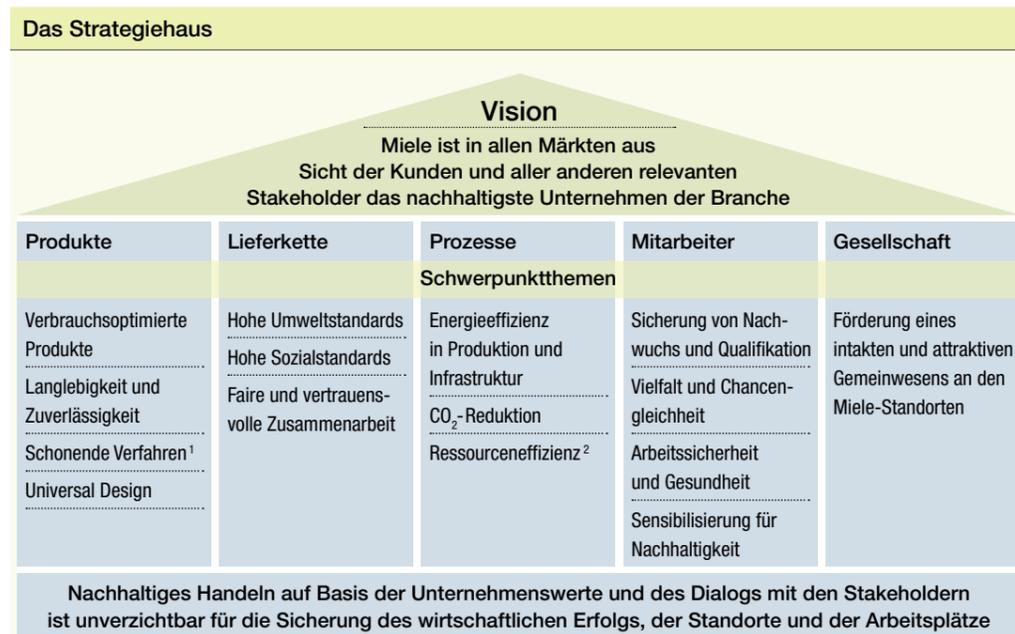
Um die Nachhaltigkeitsstrategie zum Erfolg zu führen, hat Miele **fünf Handlungsfelder** identifiziert, in denen sich größtmögliche Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten lassen.

► **Produkte:** Miele entwickelt seine Produkte mit dem Anspruch auf kontinuierliche, ganzheitliche und ausgewogene Verbesserung. So bieten Miele-Geräte viele Merkmale, die einen wich-

tigen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten: niedrige Verbräuche von Energie, Wasser, und Chemie, Ressourcenschonung durch lange Lebensdauer, einen hohen Anteil recyclingfähiger Materialien und von Sekundärrohstoffen ebenso wie schonende Verfahren und ein universelles, barrierefreies Design.

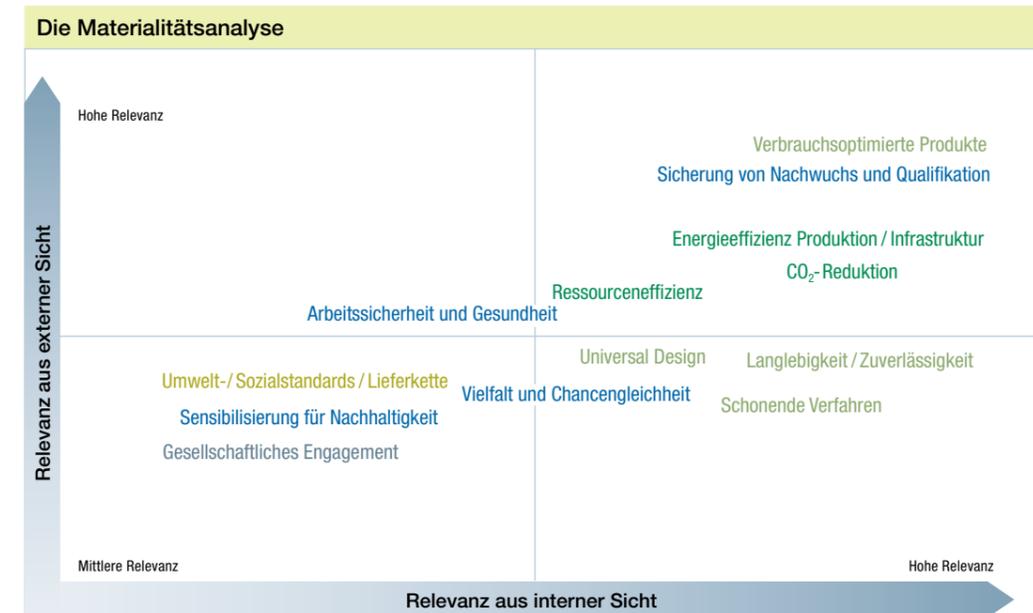
► **Lieferkette:** Zum traditionellen Selbstverständnis von Miele zählt eine partnerschaftliche, faire und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit allen Lieferanten und Geschäftspartnern. Durch die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in den Einkaufsbedingungen ist das Bemühen um hohe Sozial- und Umweltstandards sichergestellt.

► **Prozesse:** Miele fördert Ressourcenschonung und Energieeffizienz in Produktion und Infrastruktur. Durch verschiedene Maßnahmen sorgt das Unternehmen für eine Verringerung der durch die Geschäftstätigkeit entstehenden CO₂-Emissionen.



¹ bei der Reinigung und Trocknung von Wäsche und Geschirr sowie bei der Zubereitung von Speisen ² nicht energetische Rohstoffe

Die Miele Nachhaltigkeitsstrategie baut auf fünf Säulen. Das Fundament bildet die Überzeugung, dass nachhaltiges Handeln auf Basis der Unternehmenswerte und eines intensiven Dialogs mit den Stakeholdern als Voraussetzung für den langfristigen Erfolg des Unternehmens unabdingbar ist.



Zur Entwicklung der Miele Nachhaltigkeitsstrategie gehörte eine umfassende Bestandsaufnahme zur Identifizierung relevanter Nachhaltigkeitsthemen und externer Anforderungen an das Unternehmen. Dazu wurden sowohl externe Fachleute als auch Miele-Experten befragt. Beide Gruppen bewerten Nachhaltigkeitsthemen in ihrer Bedeutung für den unternehmerischen Erfolg nahezu deckungsgleich. (► ausführliche Darstellung in den „Daten & Fakten“ ► mehr zum Strategie-Entwicklungsprozess online)

► Stakeholderdialog
► Materialitätsanalyse, S. 8

► **Mitarbeiter:** Nachwuchssicherung und die Förderung von Fach- und Führungskräften sind die Top-Themen der Miele-Personalpolitik. Ebenfalls im Fokus stehen Vielfalt und Chancengleichheit, etwa die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Weitere Top-Themen: Arbeitssicherheit und Gesundheit und eine grundsätzliche Sensibilisierung für Nachhaltigkeit.

► **Gesellschaft:** Nachhaltigkeit bedeutet für Miele nicht nur, die eigenen Prozesse und Produkte zu optimieren, sondern auch, einen sinnvollen Beitrag zu einem intakten und attraktiven Gemeinwesen an den Standorten zu leisten.

wird dies durch den Nachhaltigkeitsbeirat, dem mit Dr. Markus Miele (geschäftsführender Gesellschafter) und Dr. Eduard Sailer (Geschäftsführer Technik) gleich zwei Vertreter der Geschäftsleitung vorstehen. Der Nachhaltigkeitsbeirat ist das Nachfolgegremium des bereits 1997 gebildeten Umweltlenkungsbeirats. Die Umbenennung in Verbindung mit einer Aufstockung der Kompetenzen und der personellen Besetzung trägt der Bedeutung und dem ganzheitlichen Verständnis des Themas Rechnung.

Fortan soll die Nachhaltigkeitsstrategie von jedem einzelnen Mitarbeiter in seinem Berufsalltag gelebt werden und die hierzu bereits vereinbarten Maßnahmen, Strategien und Ziele engagiert umgesetzt werden. Mehr noch als bisher wird Nachhaltigkeit so zum festen und selbstverständlichen Bestandteil aller Prozesse und Produkte. Für das Geschäftsjahr 2012/2013 wird dies die maßgebliche Herausforderung sein. Unterstützung bieten dabei die definierten Kernindikatoren sowie die Beschreibung der Handlungsfelder, deren Maßnahmen auf den folgenden Seiten vorgestellt werden.

► Strategie-Entwicklungsprozess

Implementierung der Strategie

Die Miele Nachhaltigkeitsstrategie wird nun bei allen Unternehmensentscheidungen berücksichtigt. Ihre Umsetzung im Unternehmensalltag liegt in der Verantwortung der Werke und Zentralfunktionen sowie der Vertriebsgesellschaften. Dazu gilt es, die verabschiedete Strategie zu kommunizieren und in die Geschäftsprozesse zu implementieren. Ein Prozess, der bereits begonnen hat. Gesteuert

Nachhaltigkeitsmanagement

Vor zwanzig Jahren hat Miele ein umfassendes Managementsystem aufgebaut – zunächst rund um den Schwerpunkt Qualität, bevor als wichtiger Bereich das Umweltmanagement hinzukam, in jüngerer Zeit dann das Nachhaltigkeitsmanagement. Damit ist ein breites Fundament geschaffen, um den Herausforderungen unserer Zeit zu begegnen. Denn Klimawandel, Ressourcenknappheit und demografischer Wandel zeigen ihre Auswirkungen auch auf Unternehmensebene. Miele stellt sich dem mithilfe vielfältiger Regelungen und Maßnahmen.

Dazu gehören eine Reihe von Grundsätzen und Leitlinien, denen sich das Unternehmen verpflichtet hat, etwa die UN-Initiative Global Compact, der Sozialstandard SA8000, verschiedene Verhaltenskodizes und die Miele Unternehmensphilosophie. (► mehr zu Grundsätzen und Leitlinien online)

Die oberste Verantwortung für das Thema Nachhaltigkeit liegt – wie bei allen anderen Fragestellungen auch – bei der fünfköpfigen Geschäftsleitung. Diese gibt die strategische Richtung vor

und legt die notwendigen Steuerungsindikatoren und verbindliche Ziele fest. Abteilungsleiter der Zentrale, Werkleiter, die Leiter der Vertriebsregionen und die Leiter der Vertriebsgesellschaften sorgen für die Einhaltung der Vorgaben. Dies gilt für alle Bereiche der Nachhaltigkeit. Qualität, Umweltschutz und Arbeitssicherheit sind als Teilbereiche der Nachhaltigkeit in die Miele Nachhaltigkeitsstrategie integriert und werden bei Miele als eigene Teilbereiche des Managementsystems organisiert. Regelmäßig finden Reviews zur Überprüfung der Einhaltung der Vorgaben und – neu ab 2013 – der Nachhaltigkeitsstrategie statt.

Steuerung

Das vorrangige Gremium zur Steuerung des Nachhaltigkeitsmanagements im Unternehmen ist der Nachhaltigkeitsbeirat – früher Umweltlenkungsbeirat –, der im Zuge der Fortentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie 2012 umbenannt und erweitert wurde.

Sechs- bis achtmal im Jahr tagen Vertreter der Abteilungen Umweltreferat Produkte, Betrieblicher Umweltschutz, Energiemanagement,

6–8 Mal

im Jahr tagt der Nachhaltigkeitsbeirat

Qualitätsmanagement, Zentraleinkauf, Konstruktion/Entwicklung, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, der Werkleitungen und gegebenenfalls des Betriebsrates unter Vorsitz von Dr. Markus Miele, geschäftsführender Gesellschafter, und Dr. Eduard Sailer, Geschäftsführer Technik.

Die Aufgaben der Teilnehmer sind die Implementierung und das Monitoring der Strategie. Der Nachhaltigkeitsbeirat ist aber vor allem ein Koordinations- und Entscheidungsgremium für alle bedeutenden betrieblichen und produktbezogenen Nachhaltigkeitsthemen. Zudem ist er eine wichtige Informationsplattform, die den Austauschprozess über die Grenzen der Fachabteilungen hinweg fördert. Sein Vorteil ist die Fach- und Entscheidungskompetenz, die es ermöglicht, zeitnah Positionen, Strategien oder Empfehlungen zu erarbeiten.

Sowohl der produktbezogene als auch der betriebliche Umweltschutz stehen oft im Mittelpunkt der Gespräche. Beispiele für Themen sind die Umsetzung von Stoffverboten (RoHS, REACH), die Geräteentsorgung (WEEE), die Material-/Energieeffizienz (Ecodesign, Labeling) oder das Energiemanagement. Weitere Themen kommen aus den übrigen Fachbereichen oder sind von übergreifender Relevanz, etwa die CO₂-Emissionen oder Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette.

Für die Umsetzung der im Nachhaltigkeitsbeirat beschlossenen Maßnahmen sorgen die Fachabteilungen in den Werken sowie bereichsübergreifende Projektteams. Ihre Arbeit hat wiederum eine Rückwirkung in den Beirat; sie berichten dort von den Fortschritten und gegebenenfalls auch von weiteren notwendigen Entscheidungen oder Maßnahmen. Im Berichtszeitraum gab es zum Beispiel ein Projektteam zur Erarbeitung einer CO₂-Bilanz sowie ein bereichsübergreifendes Team, das für die Fortentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlich war. (► siehe „Die Nachhaltigkeitsstrategie“ ab Seite 11)

Miele ErfolgsSystem

Das Nachhaltigkeitsmanagement bei Miele erfolgt über integrierte und vernetzte Systeme. Seit der ersten Zertifizierung des Qualitätsmanagementsystems im Jahr 1992 hat Miele das Managementsystem systematisch erweitert und zum integrierten Managementsystem ausgebaut. Vor einigen Jahren wurde das Miele ErfolgsSystem (MES) entwickelt, das an vielen Stellen mit dem integrierten Managementsystem verknüpft ist. (► mehr dazu online unter Miele ErfolgsSystem).

Normensysteme

Im Rahmen des umfassenden Managementsystems werden die Inhalte der zertifizierten Normensysteme überwacht und gesteuert. (► mehr dazu in „Daten & Fakten“: „Zertifizierte Miele-Standorte“)

Alle europäischen Standorte sind nach ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 und SA8000 zertifiziert. Die betreffenden Bereiche der Standorte Gütersloh, Bielefeld und seit März 2010 auch Bürmoos/Österreich erfüllen zusätzlich die Anforderungen der Norm ISO 13485 für das Qualitätsmanagement von Medizinprodukten. Das Werk Dongguan/China verfügt über Zertifizierungen nach dem Qualitätsmanagementsystem gemäß ISO 9001 und dem Umweltmanagementsystem ISO 14001.

Um die Normkonformität ebenso wie die Funktionalität zu gewährleisten, findet eine regelmäßige Überprüfung des integrierten Managementsystems durch interne und externe Audits statt. (► mehr zur Auditierung und weiteren Themen online)

Ausblick und Ziele

Bis Ende 2015 werden alle Werke weltweit auf demselben Zertifizierungsstand sein. Die Zertifizierung nach den Anforderungen des Standards für Arbeits- und Gesundheitsschutz OHSAS 18001 ist am Standort Dongguan/China bereits bis Mitte 2014 geplant, die Auditierung nach SA8000 ist dort für Dezember 2015 vorgesehen. Bis Ende 2013 sollen alle Werke darüber hinaus für ihr Energiemanagementsystem gemäß ISO 50001 zertifiziert sein.



► Grundsätze und Leitlinien



Mitglieder des Nachhaltigkeitsbeirats nutzen die regelmäßigen Treffen gern zum Austausch. Es geht um betriebliche und produktbezogene Themen, oft mit dem Schwerpunkt Umweltschutz.



► Integriertes Managementsystem ► Zertifizierte Miele-Standorte, S. 7



► Miele ErfolgsSystem
 ► Auditierung
 ► Risikomanagement
 ► Compliance-Management
 ► IT-Kompetenz für Nachhaltigkeitsdaten

Prüfung sichert Qualität

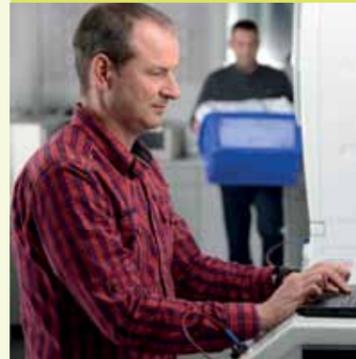
Langlebigkeit und Zuverlässigkeit der Miele-Geräte sind auch das Ergebnis eines Miele-typischen Qualitätsmanagements. Dies beginnt schon bei der Produktentwicklung und ist mit der Funktionsprüfung vor Verlassen des Werkes längst nicht abgeschlossen. Ein Besuch im Zentralen Qualitätsmanagement in Gütersloh:

Christine Schäfers Handwerkszeug sind Schraubendreher und Mikroskop. Sie ist Detektivin. Fehlerdetektivin. Im Werk Gütersloh prüft sie mechatronische Komponenten: Türschlösser und Schalter, Unwuchtsensoren, Kabelbäume und viele andere Bauteile von Waschmaschinen und Trocknern.

„Die Teile, die ich untersuche, kommen als Einkaufsmuster, aus dem Wareneingang oder sind Montageausfälle“, erklärt sie. Andere Kollegen überprüfen Bauteile oder ganze Geräte aus der regulären Serienfertigung. Wie Bodo Landwehr und Thorsten Doll, die Waschmaschinen auf die Einhaltung der vorgeschriebenen Verbrauchswerte hin kontrollieren. Sie prüfen Energie- und Wasserverbrauch sowie die Drehzahlen gemäß den Vorgaben des Energylabels. Dazu waschen sie täglich viele Kilogramm Wäsche – streng nach den Vorgaben der 200 Seiten umfassenden Europeanorm. Sie erhalten auch Geräte aus Kundendienstfällen zur Überprüfung. Dabei begegnen ihnen gelegentlich kuriose Fälle: Etwa die technische Störung einer in Deutschland hergestellten und betriebenen Miele-Waschmaschine, als deren Ursache sich die reichliche Ver-



Christine Schäfer prüft unter anderem mechatronische Komponenten für Waschmaschinen- und Trockner-Türen auf Qualität und Fehler.



Bodo Landwehr und Thorsten Doll sind in der Erzeugnisprüfung Waschautomaten zuständig für die Serienpflege und die Analyse von Kundendienstdaten sowie für die Überprüfung von Verbrauchswerten.

wendung eines besonders exotischen asiatischen Spezialwaschmittels herstellte. Maschine und Waschpulver haben sich schlicht nicht miteinander vertragen. In einem anderen Fall war die Sensorik einer Waschmaschine völlig durcheinandergeraten, weil die Besitzerin des Gerätes per Hand eimerweise Wasser in den Einspülkasten geschüttet hatte. Sie war im Glauben, ihre neue Waschmaschine bekäme nicht genug Wasser aus der Leitung. Dabei arbeitete das neue Modell nur deutlich wassersparender als das alte.

Die Suche nach der Ursache eines Fehlers ist oft gar nicht so einfach. Doch sie findet sich immer. Und was passiert dann? Christine Schäfer, die Fehler in Bauteilen sucht und findet, kennt die Antwort: „Dann wird der Fehler abgestellt.“

Die Fehlersuche an Zulieferteilen allein macht natürlich nicht das Qualitätsmanagement aus. Aber sie ist ein wichtiger Bestandteil, ebenso wie die Dauerprüfung von Komponenten, die für die Verwendung in Miele-Geräten vorgesehen sind. So laufen in anderen Räumen des Gütersloher Qualitätsmanagements unter der Aufsicht von Friedrich-Wilhelm Uhlemeyer und Winfried Rempe eindrucksvolle Be-

lastungstests: Hier werden Trockner-Türen maschinell auf- und zugeschlagen, Stoßdämpfer, die eigentlich Waschtrommeln beim Schleudern abfangen sollen, rattern in einem gläsernen Kasten vor sich hin – stundenlang. Schließlich sind alle Miele-Geräte auf eine Lebensdauer von 20 Jahren ausgelegt, in deren Verlauf sie erheblichen mechanischen Dauerbelastungen standhalten müssen. Winfried Rempe weiß: „Diese extremen Tests der Bauteile gibt es in der Hausgeräte-Branche nur bei Miele.“ Sie sind ebenso wie die intensive Fehlersuche, die seine Kollegin Christine Schäfer betreibt, Teil umfangreicher Methoden und Maßnahmen, die Miele zur Sicherung und Verbesserung der Prozess- und Produktqualität einsetzt. (► mehr zum Qualitätsmanagement bei Miele online)



Stakeholderdialog

Miele wirkt als global agierendes Unternehmen in vielen Bereichen auf Menschen und Institutionen. Mit ihnen einen Dialog zu führen, Informationen und Meinungen auszutauschen, ist für den Hausgerätehersteller selbstverständlich und bringt die Nachhaltigkeit in Unternehmen und Gesellschaft voran.

Der Stakeholderdialog hilft dem Unternehmen, Trends und neue Entwicklungen ebenso wie Risiken und Chancen frühzeitig zu erkennen und gemeinsam Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Nur so können die Bedürfnisse der unterschiedlichen Anspruchsgruppen, allen voran die der Kunden, Berücksichtigung finden. Der Dialog auf Augenhöhe mit ihnen, Mitarbeitern, Geschäftspartnern, Nichtregierungsorganisationen, Wissenschaftlern, Wirtschaftsvertretern und Politikern, schafft Vertrauen auf beiden Seiten. Daher steht Miele mit relevanten Stakeholdern in Deutschland und international in einem kontinuierlichen, wechselseitigen Austausch. Gleichzeitig nutzt das Unternehmen den Stakeholderdialog, um über die Auswirkungen des eigenen Handelns auf Mensch und Umwelt Auskunft zu geben und Rechenschaft abzulegen. In der Regel findet das Gespräch direkt zwischen der Miele-Fachabteilung und der jeweiligen Interessengruppe statt.

Grundsätzlich verantwortlich für das Stakeholdermanagement ist die Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Hier werden die meisten Anfragen und Ansprüche aus Deutschland, einzelne auch aus dem Ausland, aufgenommen, beantwortet und ausgewertet. An den internationalen Standorten wird der Stakeholderdialog durch die Leiter der Vertriebsgesellschaften gesteuert, immer in enger Abstimmung mit der Geschäftsleitung.

Miele ist kontinuierlich im Dialog mit ...

... **Mitarbeitern:** Die offene, dialogbetonte Unternehmenskultur fördert die Kommunikation. Ein Hinweis darauf sind die in der oberen Hälfte verglasten Büros an allen Miele-Standorten weltweit. Durch die betriebliche Mitbestimmung haben Mitarbeiter die Möglichkeit, Einfluss zu nehmen und das Unternehmen mitzugestalten. Regelmäßig finden



► Qualitätsmanagement

Mitarbeitergespräche zur gegenseitigen Reflexion statt. Über das Betriebliche Vorschlagswesen/ Ideenmanagement bringen kreative Mitarbeiter eigene Ideen ein.

... Kunden: Die hauseigene Marktforschung befragt regelmäßig Kunden nach ihrer Zufriedenheit und ihren Wünschen. Der Miele-Kundendienst ist sowohl im Hausgeräte- wie im Gewerbebereich täglich beim Kunden vor Ort als Dienstleister und Berater im Einsatz – und führt ungezählte Beratungs- und Feedback-Gespräche rund um die Geräte und das Unternehmen.

... Geschäftspartnern: Mit Lieferanten und anderen Geschäftspartnern besteht eine oft langjährige, vertrauensvolle Zusammenarbeit, während derer gemeinsam Konzepte und Lösungen für Probleme erarbeitet werden. Die lösungs- und dialogorientierte Kooperation steht dabei stets im Vordergrund.

... Verbänden und Interessengruppen: Durch Mitgliedschaften und die aktive Mitwirkung in nationalen und internationalen Verbänden wie dem ZVEI oder CECED tritt Miele ins Gespräch mit unterschiedlichen Interessengruppen. Dabei findet ein Austausch statt zu wichtigen branchenspezifischen Themen, wie etwa dem Energylabel, zur Altgeräteverwertung oder zu Fragen der Produktsicherheit.

... Wissenschaft und Forschung: Mit wissenschaftlichen Einrichtungen wie den Universitäten in Bielefeld, Paderborn und München sowie der Fraunhofer-Gesellschaft besteht eine langjährige Zusammenarbeit im Bereich der Produktentwicklung und -optimierung. Erforscht werden beispielsweise energiesparende Wasch- und Trockenverfahren und die dazu notwendigen Komponenten und Sensoren.

... der Öffentlichkeit: An den Werkstandorten, vor allem am Stammsitz in Gütersloh, besteht ein intensives gesellschaftliches Engagement, das durch eine starke Verbundenheit und ein enges persönliches Verhältnis zu den Bürgern vor Ort geprägt ist (► mehr dazu im Kapitel „Miele in der Gesellschaft“ ab Seite 54)



Dr. Reinhard Zinkann, geschäftsführender Gesellschafter, im Gespräch mit Fachjournalisten aus China.

... Politik und Gesetzgebung: Auf nationaler und europäischer Ebene steht Miele über das Mitwirken in Gremien im Dialog mit der Politik. Auf regionaler Ebene steht der persönliche Kontakt im Vordergrund. In Gütersloh sind es die Inhaberfamilien, an den Standorten die Werkleiter bzw. die Leiter der Vertriebsgesellschaften, die eine direkte Kommunikation mit der Politik vor Ort pflegen.

Einbindung der Stakeholder in die Strategieentwicklung

Im Rahmen der Fortentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie fand im Sommer 2011 neben einer groß angelegten Kundenbefragung mit über 2.000 Teilnehmern zur Wahrnehmung der Nachhaltigkeit von Miele eine telefonische Befragung von 22 Experten aus den Bereichen Forschung und Wissenschaft, Öffentlichkeit, Politik, Mitarbeiter, Geschäftspartner statt. (► mehr zur Kundenbefragung online)

Die Experten-Stakeholder sollten die aktuelle Leistung von Miele im Bereich Nachhaltigkeit bewerten sowie ihre Meinung zu relevanten Themen und Trends sowie Chancen und Risiken für das Unternehmen Miele abgeben.

Die Befragung löste eine sehr positive Resonanz aus, die Bereitschaft zur Teilnahme war groß. Die Ergebnisse: „Verbrauchsoptimierte Geräte“ wurden als das mit Abstand wichtigste Thema der Zukunft bewertet. Als weitere wichtige Themen nannten die befragten Stakeholder Langlebigkeit und Schadstofffreiheit der Produkte, Energieeffizienz und Ressourceneffizienz in der Produktion, Klimaschutz, Aus- und Weiterbildung der Mitarbei-

ter, Mitarbeiterzufriedenheit, Nachwuchsförderung und den demografischen Wandel. Alle genannten Themen fanden in der neu aufgestellten Nachhaltigkeitsstrategie Berücksichtigung. (► siehe „Die Nachhaltigkeitsstrategie“ ab Seite 11)

22 Experten bei Stakeholderbefragung im Gespräch

Auszeichnung für Nachhaltigkeitsbericht

Mit seinem Nachhaltigkeitsbericht 2011 „Der Mensch im Mittelpunkt“ erreichte Miele hinter sechs DAX-30-Konzernen einen hervorragenden 7. Platz im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte der 150 größten deutschen Unternehmen. Damit verbesserte sich Miele im Vergleich zum Ranking 2009 um beachtliche neun Plätze. Das Unternehmen war somit das am höchsten platzierte Familienunternehmen und zugleich der einzige Hausgerätehersteller in den Top Ten.

Gremien- und Verbandsarbeit

Miele vertritt auch auf politischer Ebene sein Leitbild der Nachhaltigkeit. Die Teilnahme an politischen Entscheidungsprozessen erfolgt über unterschiedliche Kommunikationskanäle. Im Vordergrund steht die Mitarbeit in nationalen und übergeordneten (z.B. europäischen) Verbänden sowie Normgremien zur Vermittlung von Firmen- und Industriepositionen, aber auch die direkte Ansprache von politischen Entscheidungsträgern gehört dazu. Jeweils einer der beiden geschäftsführenden Gesellschafter ist in den Vorständen des Branchenverbands ZVEI, des Markenverbands, der Organisation „Die Familienunternehmer ASU“ sowie – auf regionaler Ebene – der IHK oder des Unternehmerverbands vertreten.

Häufig treten Mitglieder der Geschäftsleitung, Führungskräfte und Fachleute aus den Abteilungen als Redner bei Kongressen oder Tagungen mit Nachhaltigkeitsbezug auf oder stehen als Ansprechpartner bei Ausstellungen und Messen zur Verfügung.

Das Themenspektrum reicht von energieeffizienter Produktion über ressourcenschonende

Produkte, Spezialthemen wie Produktsicherheit, Barrierefreiheit, Emissionen, Gefahrstoffe, Entsorgung und Recycling bis zu Transport und Logistik. Ein weiterer Schwerpunkt sind verbraucherpolitische Themen wie Warentests, Produktinformationen (Kennzeichnung, Labeling), fairer Handel, der Bereich Einkauf und Marktaufsicht.

Experten der Miele Vertriebsgesellschaft USA sind über den amerikanischen Branchenverband AHAM stark engagiert bei der Erstellung von Kriterien für ein Nachhaltigkeitslabel bei Haushaltskühlgeräten und Staubsaugern (2011/2012). Dabei stellt Miele die Forderung nach ambitionierten Vorgaben bei allen Kriterien einschließlich Energieeffizienz, Schadstofffreiheit und Lebensdauer.

Miele-Experten wirken in Deutschland ständig mit bei der Weiterentwicklung der Anforderungskataloge für die Vergabe des „Blauen Engels“ an Haushaltsgroßgeräte. Auch in diesen Arbeitskreisen fordert Miele noch strengere Vorgaben zu Verbrauchswerten und zur Lebensdauer der Geräte im Sinne der Ressourcenschonung.

Der Hausgerätehersteller stellte einen der Industrievertreter im Klimadialog mit dem Bundesministerium für Umweltschutz (2010/2011) und war unmittelbar am Abschlussbericht „Klimaschutzdialog Wirtschaft und Politik“ beteiligt. Dieses Papier beschreibt freiwillige Ziele und sinnvolle Maßnahmen hin zu mehr Energieeffizienz und besserem Klimaschutz.

Als Anbieter medizintechnischer Geräte ist Miele im Rahmen der Europäischen Gesellschaft für Nachhaltige Labortechnologien e.V. (EGNATON) an der Erarbeitung von Kriterien eines Nachhaltigkeitslabels für medizintechnische Labore beteiligt.

Ausblick und Ziele

Um die wertorientierte Unternehmensphilosophie von Miele noch deutlicher zu vermitteln, sollen der Stakeholderdialog stärker systematisiert, die Prozesse innerhalb des Stakeholdermanagements genauer strukturiert werden. Die Vorbereitungen dazu begannen im 3. Quartal 2012, abgeschlossen und verabschiedet wird das Stakeholdermanagement auch als Guideline für die Vertriebsgesellschaften noch im Geschäftsjahr 2012/2013.



► Kundenbefragung



► Mitgliedschaften



Staubsaugerfertigung im Werk Bielefeld

3 Produkte und Lieferkette

Energieeffiziente und langlebige Haus- und Gewerbegeräte, die im gesamten Produktlebenszyklus die Umwelt möglichst wenig belasten. Geräte von höchster Qualität und Zuverlässigkeit, von jedermann leicht zu bedienen, sicher und komfortabel. Hergestellt unter nachhaltigen sozialen Standards. So versteht und lebt das Unternehmen Miele seine Verantwortung für von ihm hergestellte Produkte. Dabei entwickelt Miele Geräte, die modernen Konzepten der effizienten Energienutzung gerecht werden.

- Kundenorientierte Entwicklung 21
- Nachhaltige Produkte 24
- Vor Ort: Werk Electronic 28
- Verantwortung in der Lieferkette 30

Kundenorientierte Entwicklung

Miele-Geräte, ob im Haushalt oder im gewerblichen Bereich, erfüllen höchste Ansprüche an Qualität, Lebensdauer, Funktion und Nachhaltigkeit. Um dies zu erreichen, stellt Miele bei der Forschung und Entwicklung den gesamten Produktlebenszyklus in den Fokus – zum Nutzen der Kunden wie auch im Interesse der Umwelt- und Ressourcenschonung.

In der Produktentwicklung werden technische Innovationen geschaffen, die etwa das Wäschewaschen schonender, das Geschirrspülen schneller, die Speisenzubereitung gesünder und alle Anwendungen zudem energieeffizienter und sparsamer machen. Qualität ist dabei das oberste Credo, dies aber stets in Verbindung mit größtmöglicher Schonung der natürlichen Ressourcen.

Erklärtes Ziel bei Miele ist, effiziente und langlebige Produkte zu entwickeln, die bei Produktion, Gebrauch und Entsorgung die Umwelt möglichst wenig belasten. So werden schon bei der Vorentwicklung mögliche Technologien und Verbesserungen der Geräte hinsichtlich zahl-

reicher Nachhaltigkeitskriterien überprüft, etwa zur Ressourceneffizienz und Recyclingfähigkeit.

Auch die Sicherheit des Kunden ist schon früh ein wichtiges Thema, ebenso wie Hygieneaspekte und Emissionen (Geruch, Geräusch, Feuchtigkeit). Den Gedanken des Universal Design verfolgt Miele schon seit vielen Jahren. Miele-Geräte sollen nicht nur ein homogenes, elegantes Äußeres aufweisen, sondern vor allem in ihrer Bedienbarkeit für alle Verbraucher gleichermaßen ansprechend und zugänglich sein, auch für Menschen mit Beeinträchtigungen. (► mehr dazu online im Kapitel „Nachhaltige Produkte“)

Um alle wichtigen Aspekte zu berücksichtigen, kommt von der Vorentwicklung bis zur Serienreife im Rahmen des Miele Produktentwicklungssystems IMNU die so genannte Umweltcheckliste zum Einsatz. Sie sorgt dafür, dass die Erfüllung von definierten Nachhaltigkeitskriterien entlang des gesamten Entwicklungsprozesses bedingende Voraussetzung für die jeweils weiteren Schritte ist. (► mehr zu Richtlinien und Instrumenten online)



- Nachhaltige Produkte
- Richtlinien und Instrumente

Maßnahmen zur Reduzierung der Umweltauswirkungen in jeder Lebensphase des Produktes



- 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 und damit auf hohe Ressourceneffizienz
- Produktion**
 - Umwelt- und Energiemanagement
 - Einsatz von best verfügbarer Technologie
 - Vermeidung kritischer Stoffe
- Transport und Logistik**
 - kurze Wege
 - Bündelung der Transporte
 - effiziente Frachtraumnutzung
 - Einsatz emissionsarmer Transportmittel
- Gebrauchsphase**
 - geringe Verbrauchswerte
 - lange Lebensdauer
 - qualifizierter Wartungs- und Reparaturservice
- Entsorgung**
 - Einhaltung der Gesetze (WEEE, RoHS)
 - Engagement zur Optimierung der Verwertungsverfahren/Erhöhung der Recyclingquote

Berechnung des CO₂-Fußabdrucks

► Am Beispiel eines Miele Gewerbe-Geschirrspülers wurde eine umfassende Ökobilanzierung zur Ermittlung der über den gesamten Lebenszyklus emittierten Treibhausgase durchgeführt. Nach dem Prinzip „cradle-to-grave“ (von der Wiege bis zur Bahre) wurden dabei sowohl die Entnahme der Rohstoffe aus der Umwelt, deren Verarbeitung zu Zwischenprodukten, die Fertigung des Geräts im Bielefelder Werk sowie die Nutzung des Geschirrspülers durch den Kunden und die Entsorgung beziehungsweise das Recycling am Ende der Lebenszeit berücksichtigt.

► Der ermittelte CO₂-Fußabdruck bestätigte, dass die Nutzungsphase den größten Einfluss besitzt. Mehr als 92 Prozent der Emissionen, die das Produkt insgesamt verursacht, entstehen in dieser Phase. Damit ist der wichtigste Ansatzpunkt die Reduzierung des Energieverbrauchs der Geräte.

► Deshalb bietet Miele energiesparende Geräte durch die gesamte Produktpalette von Haus- und Gewerbegeräten an und zeigt Möglichkeiten auf, zusätzlich CO₂-Emissionen durch „energieintelligente“ Geräte zu reduzieren, die Smart-Grid-fähig sind oder über Funktionen wie das EcoFeedback verfügen. (► siehe „Nachhaltige Produkte“ ab Seite 24)



Umgang mit Zielkonflikten

Mit vielfältigen Mitteln wird analysiert und abgewogen, wenn Umweltaspekte und Gebrauchsnutzen teils divergierende Ziele darstellen.

Ein Beispiel findet sich im Bereich der Gewerbegeräte: Einzelne Eigenschaften wie die Geschwindigkeit des Geschirrspülers im Restaurant oder die Hygiene im Krankenhaus haben hier absolute Priorität. Diese Eigenschaften stehen jedoch häufig im Konflikt zum erklärten Ziel der Reduzierung des Ressourcenverbrauchs. Die Erfüllung dieser Kundenanforderungen (kurze Programmlaufzeiten, hygienisch perfekte Reinigungsergebnisse etc.) bei gleichzeitiger Reduzierung von Wasser- und Stromverbrauch sowie von Reinigungschemie ist eine große technische Herausforderung. Durch entsprechende Anstrengungen bis hin zur Grundlagenforschung in der Entwicklungsarbeit werden diese Anforderungen mit jedem neuen Produkt besser in Einklang gebracht.

Der Kunde steht hier stets im Mittelpunkt der Überlegungen. Das Ergebnis soll eine in ihrer Gesamtheit optimierte Lösung und das beste Gerät am Markt sein.

Verantwortlichkeiten

Bei der Produktentwicklung arbeiten verschiedene Abteilungen eng vernetzt zusammen: Design-Center, Marketing und Marktforschung ermitteln Kundenbedürfnisse und Chancen für neue Produkte und Verbesserungspotenziale. Die Konstruktion/Entwicklung lässt ihre Erkenntnisse in die Ideen- und Konzeptentwicklung einfließen und stimmt sich mit Design, Fertigung, Lieferanten, Werkzeugbauern und Montage schon in frühen Entwicklungsphasen ab. Das Design-Center ermittelt die Anforderungen an Gestaltung und Gebrauch und setzt diese in neue Ideen für Produkte oder Anwendungen um, die schließlich im Anwendungslabor auf die Probe gestellt werden, um weiter verbessert werden zu können. Das



3D-Projektionstechnik „Cave“ im Miele-Designzentrum

Umweltreferat Produkte und das Qualitätsmanagement begleiten den gesamten Entwicklungsprozess, wodurch die Einhaltung Miele-eigener Standards und gesetzlicher Vorgaben kontrolliert sowie spezifisches Wissen eingebracht wird. (► siehe auch online Thema „Design“)

25.000

Verbraucher wurden in zwei Jahren befragt

Berücksichtigung von Kundenbedürfnissen

Damit die Entwickler die Bedürfnisse der potenziellen Kunden möglichst umfassend berücksichtigen können, müssen diese Bedürfnisse zunächst ermittelt und ausgewertet werden. Hierzu bilden die Ergebnisse von Kundenbedarfsanalysen in Form von internationalen Befragungen und Probeanwendungen im Teststudio, so genannten Usability-Tests, eine wichtige Basis. Seit mehr als 30 Jahren führt Miele Kundenbefragungen im In- und Ausland durch. In den Geschäftsjahren 2010/2011 und 2011/2012 sind weltweit mehr als 25.000 Konsumenten befragt worden.

Zusätzlich unterhält Miele am Standort Gütersloh ein eigenes Teststudio. Hier werden neue Hausgeräte von repräsentativen Verbrauchern getestet. Miele kooperiert mit diversen nationalen und internationalen

Marktforschungsinstituten, wie zum Beispiel der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). So erhält Miele einen Überblick und erkennt Gesamtzusammenhänge. Über den Fachhändler, der täglich mit Hausgeräte- und Gewerbekunden im Gespräch ist, erfolgt ein direktes, kritisches Feedback zu Wünschen und Vorlieben und Kritik der Kunden. Daraus gewinnt Miele wertvolle Erkenntnisse. (► siehe auch online „Gewerbegeräte: Anforderungen der „Professionals““ und „Kooperation mit Stakeholdern“)

Ausblick und Ziele

Um noch besser auf die Kundenanforderungen einzugehen, sind die weltweiten Marktforschungsaktivitäten durch neu entwickelte und standardisierte Studienvorlagen weiter ausgebaut worden. Damit werden auch die internationalen Vertriebsgesellschaften standardisierte Möglichkeiten zur Kundenbefragung erhalten. Im Bereich Professional werden Erkenntnisse aus Kundenbefragungen zur Nachhaltigkeit und Benutzerfreundlichkeit in zukünftige Produktentwicklungen einfließen. Die Arbeit mit Zukunftsszenarien wird verstärkt.



- Gewerbegeräte: Anforderungen der „Professionals“
- Design
- Kooperation mit Stakeholdern



Stimmt die Temperatur? Qualitätsprüfung eines Kaffeevollautomaten

Nachhaltige Produkte

Miele-Geräte verfügen über viele Eigenschaften, die sie zu nachhaltigen Produkten machen. Sie sind besonders langlebig, zuverlässig, komfortabel und energieeffizient. Durch Zusatzfunktionen bieten viele Modelle ihrem Benutzer die Möglichkeit, selbst Einfluss auf den Energie- und Wasserverbrauch zu nehmen. Neue, energieintelligente Geräte mit der Smart-Grid-Technologie gehen noch einen Schritt weiter und „entscheiden“ selbst, wann sie sinnvollerweise ihren Dienst aufnehmen, und nutzen auf diese Weise auch regenerativ erzeugte Energie.

Hohe Lebensdauer

Die geradezu sprichwörtliche Miele-Lebensdauer geht zurück auf die Gründer des Unternehmens. Sie konnten sich mit ihren Produkten, den Milchzentrifugen und Buttermaschinen, vor allem deshalb gegen eine Vielzahl bereits etablierter Wettbewerber durchsetzen, weil sie von Beginn an auf höherwertiges Material und aufwendige Fertigungsmethoden setzten. Zuverlässige und langlebige Geräte waren das Ergebnis. Heute

20 Jahre

Lebensdauer für Miele-Geräte sind der Maßstab

testet Miele als einziger Hersteller der Branche seine Geräte auf 20 Jahre Lebensdauer.

Diese Vorausschau zahlt sich auch für umweltbewusste Kunden aus. Längere Lebensdauer bedeutet weniger Abfall. Und die Verbindung von ausgereifter Energieeffizienz, verbrauchssenkenden Programm-Updates in der Gebrauchsphase sowie Smart-Grid-Nutzung schafft die Voraussetzung dafür, dass ein heute gekauftes Miele-Gerät auch mehr als zehn Jahre nach der ersten Inbetriebnahme gute bis sehr gute Verbrauchswerte bietet.

Damit die Produkte auch nach vielen Jahren noch wirtschaftlich und unter ökologischen Gesichtspunkten sinnvoll im Einsatz sind, werden zudem höchste Anforderungen an Bauteile und Materialien gestellt. Alle Vorgaben orientieren sich an einer durchschnittlichen Nutzung durch eine vierköpfige Familie über einen Zeitraum von 20 Jahren.

Ressourcen schonen und Kosten sparen

Effiziente Geräte lange nutzen. Das Plädoyer, ältere Geräte unter ökologischen Gesichtspunkten vorzeitig durch effizientere Neugeräte zu ersetzen, lässt sich für aktuelle Miele-Geräte nicht halten. Dies bestätigte schon 2009 eine Studie des Öko-Instituts aus Freiburg. Das Ergebnis zeigt, dass es auch künftig ökologisch von Vorteil ist, ein Hausgerät so lange wie möglich zu betreiben, statt vorzeitig auszutauschen. Dies gilt allerdings nur unter der Voraussetzung, dass dieses Gerät in puncto Energieeffizienz beim Kauf „state of the art“ war, und unter der – realistischen – Annahme, dass in Zukunft keine wesentlichen Effizienzsteigerungen im Vergleich zu den heutigen Top-Geräten zu erwarten sind. Dennoch treibt das Unternehmen selbstverständlich die Entwicklung energieeffizienter Geräte kontinuierlich weiter und arbeitet zudem an neuen Wegen, weitere Einsparpotenziale zu eröffnen.

Kosten abwägen. Besonders bei den mit hohen Investitionen verbundenen Gewerbegeräten wird dem Thema Ressourceneinsparung am Markt bislang weniger Stellenwert als bei Hausgeräten eingeräumt. Häufig bevorzugen Anwender ineffiziente, aber preisgünstige Geräte. Speziell bei Gewerbegeräten hält Miele dem detaillierte und umfassende Amortisationsrechnungen mit Blick auf den gesamten Lebenszyklus entgegen, wobei der konkrete Kundenbedarf ebenso einfließt wie lokale Rahmenbedingungen.

Lebensdauer vergleichen. Einen unabhängigen Überblick über die Lebenszykluskosten von Miele-Hausgeräten im Vergleich zum Wettbewerb erhalten Kunden in Effizienzratings, beispielsweise von EcoTop-Ten.



ecotop.de

Beste Energieeffizienz

Etwa 80–90 Prozent des gesamten Energieaufwands und damit entscheidende Umweltauswirkungen verursachen Haus- und Gewerbegeräte während ihrer Gebrauchsphase. Deshalb hat die Entwicklung und Produktion ressourcen- und energiesparender Produkte für Miele höchste Priorität.

Miele-Geräte werden ganzheitlich auf höchste Effizienz und geringen Ressourcenverbrauch hin entwickelt. Das bedeutet, es werden nicht nur die für das Energylabel nötigen Programme und Eigenschaften auf beste Effizienz hin optimiert, sondern alle Programme und Funktionen gemäß der Zielsetzung perfektioniert. Das Ergebnis der Anstrengungen: Alle Miele-Geräte gehören jeweils zu den energieeffizientesten Geräten am Markt.

Effizienzsteigerung bei Hausgeräten

Im Berichtszeitraum trugen zahlreiche Maßnahmen und Entwicklungen dazu bei, die Energieeffizienz von Hausgeräten noch weiter zu erhöhen. Miele war 2011 der erste Hersteller in Europa, der Waschmaschinen mit der neuen, höchsten



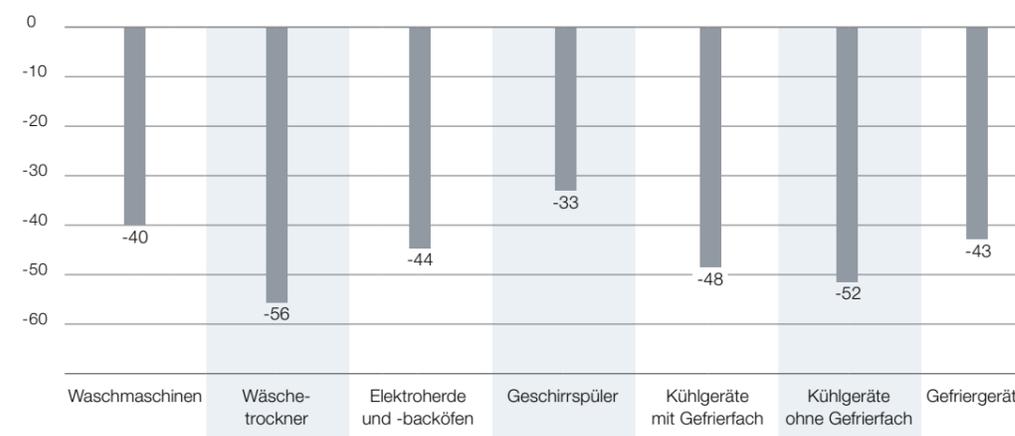
Vermeidet Überdosierung: Waschmaschine EcoComfort mit automatischer Dosierung von Flüssig- und Pulverwaschmittel



► Produkte und Lieferkette
► Klassifizierung gemäß Energieverbrauchskennzeichnung, S. 10
► Entwicklung der spezifischen Verbrauchswerte, S. 11–12

Reduzierung der Stromverbräuche bei Hausgeräten seit 2000 ¹⁾

in Prozent



¹⁾ Verglichen wird das jeweils energieeffizienteste am Markt verfügbare Miele-Gerät aus dem Geschäftsjahr 2011/2012 mit dem energieeffizientesten Miele-Gerät aus dem Jahr 2000.

Miele gelang es, die Verbrauchswerte der Hausgeräte seit dem Jahr 2000 kontinuierlich zu senken und dabei die Leistung zu erhalten oder sogar noch zu erhöhen. Bei Waschmaschinen konnten 40 Prozent, bei Wäschetrocknern 56 Prozent eingespart werden. Bei Kühlgeräten wurde der Stromverbrauch um bis zu 52 Prozent reduziert.

Mit 7 Liter

Wasser kommt ein
Miele-Geschirrspüler aus

Energieeffizienzklasse A+++ auf den Markt brachte. Insgesamt entsprachen im Geschäftsjahr 2011/2012 bereits 54 Prozent aller Miele-Waschmaschinen dieser höchsten Energieeffizienzklasse.

Ebenfalls 2011 wurde eine neue Generation des 2008 erstmals vorgestellten Wärmepumpentrockners auf den Markt gebracht. Der ohnehin schon äußerst energieeffiziente Wärmepumpentrockner konnte noch einmal optimiert, sein Energieverbrauch um noch einmal fast 20 Prozent reduziert werden. Diese vergleichsweise umweltschonenden Modelle verbrauchen damit weniger als halb so viel Energie wie herkömmliche Kondentrockner.

Über 85 Prozent aller von Miele verkauften Kühl- und Gefriergeräte entsprachen 2010 den höchsten Anforderungen der beiden damals besten Energieeffizienzklassen A+ und A++. In 2011 waren es insgesamt über 90 Prozent

mit einer starken Tendenz in Richtung A++. Hinzu kamen erste Absätze im zentralen europäischen Raum in der inzwischen besten Klasse A+++.

Im Berichtszeitraum erhöhte Miele auch den Anteil der Geschirrspüler in den hohen Energieeffizienzklassen. Die bestmögliche Energieeffizienzklasse A+++ wird nun auch verstärkt im mittleren Preissegment angeboten. Alle Miele-Geschirrspüler verfügen zudem über einen Warmwasseranschluss. Hierdurch sind zusätzliche Einsparungen beim Stromverbrauch möglich. Im Automatic-Programm arbeitet das Gerät bereits ab 7 Liter Wasserverbrauch.

Schon seit jeher erreichen Miele-Geräte sehr niedrige Stand-by-Verbrauchswerte. Im Berichtszeitraum konnten die Leistungsaufnahmen im ausgeschalteten Zustand bei vielen Geräten auf weniger als 0,1 Watt reduziert werden und liegen damit zum Teil deutlich unter den gesetzlichen Vorgaben.

Effizienzsteigerung bei Gewerbegeräten

Im April 2012 hatte mit der „ProfiLine“ eine neue Generation gewerblicher Geschirrspüler Vermarktungsstart. Diese Geräte bieten gegenüber der Vorgängergeneration deutlich reduzierte Verbrauchswerte bei verbesserter Performance. Wasser- und Energieverbrauch wurden im Durchschnitt über alle Programme jeweils um circa 10 Prozent reduziert. Im Eco-Programm wurden Wasser- und Energieverbrauch sogar um mehr als 30 Prozent reduziert. Das Gerät erreicht somit die Energieeffizienzklasse A+, was eine große Verbesserung gegenüber der Vorgängergeneration darstellt, die noch in Energieeffizienzklasse C eingestuft war.

Im Herbst 2012 wurde die neue gewerbliche Trocknertechnologie H₂O in den Markt gebracht. Diese nutzt Warmwasser, das aus unterschiedlichen Wärmequellen gewonnen werden kann, zum Beispiel aus dem Kühlkreislauf eines Blockheizkraftwerkes. Hierdurch lassen sich die Energiekosten eines gewerblichen Trockners um bis zu 96 Prozent reduzieren. Neben dieser Energiequelle kann auch Warmwasser aus der Solarthermie, Geothermie sowie aus dem Bereich der Fernwärme genutzt werden.



Die EcoFeedback-Funktion zeigt den aktuellen Status von Energie- und Wasserverbrauch je nach Programm an.

Erstmals seit Dezember 2012 bietet Miele kleine gewerbliche Waschmaschinen („Kleine Riesen“) an, die neben sehr schnellen Waschprogrammen im Eco-Betrieb das Energieeffizienzlabel A+++ erreichen.

Auch im Bereich der Medizintechnik ist Bewegung: Mit der Ausstattungsoption „Perfect Eco“

bei den Großraumdesinfektoren wird der Kaltwasserverbrauch je Charge um bis zu 130 Liter reduziert. Dies entspricht einer Ersparnis von 38 Prozent. (► mehr zu Eco-Funktionen bei Haus- und Gewerbegeräten online)



► Eco-Funktionen

Energieintelligente Hausgeräte

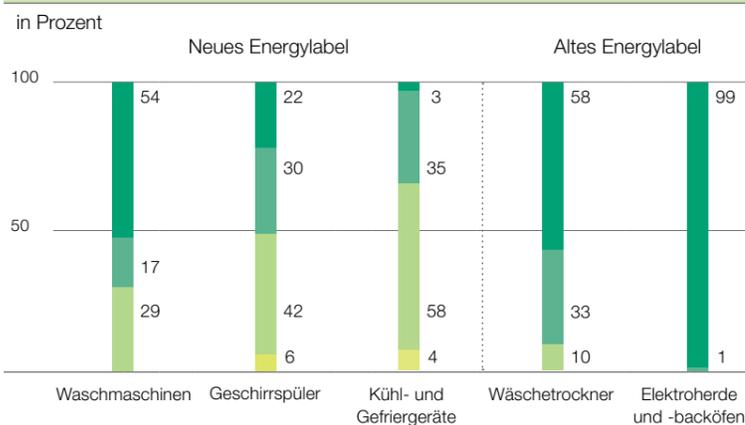
Um eine noch weitergehende Senkung der Umweltbelastung der Hausgeräte zu erreichen, nahm Miele als weltweit erster Hersteller Smart-Grid-fähige Hausgeräte ins Programm. Waschmaschine, Trockner oder Geschirrspüler mit dem SG-Ready-Logo können automatisch dann starten, wenn besonders günstige Stromtarife zur Verfügung stehen oder die hauseigene Photovoltaikanlage genügend Strom liefert.

So lassen sich umweltfreundliche Energien effizienter nutzen und die Stromkosten senken. (► mehr dazu online unter „Intelligent Energie sparen: SG-Ready“; „Mehr Komfort durch Vernetzung: Miele@home“; online berichten wir in diesem Kapitel über weitere produktbezogene Handlungsfelder unserer Nachhaltigkeitsstrategie, siehe Internet-Verweise rechts.)



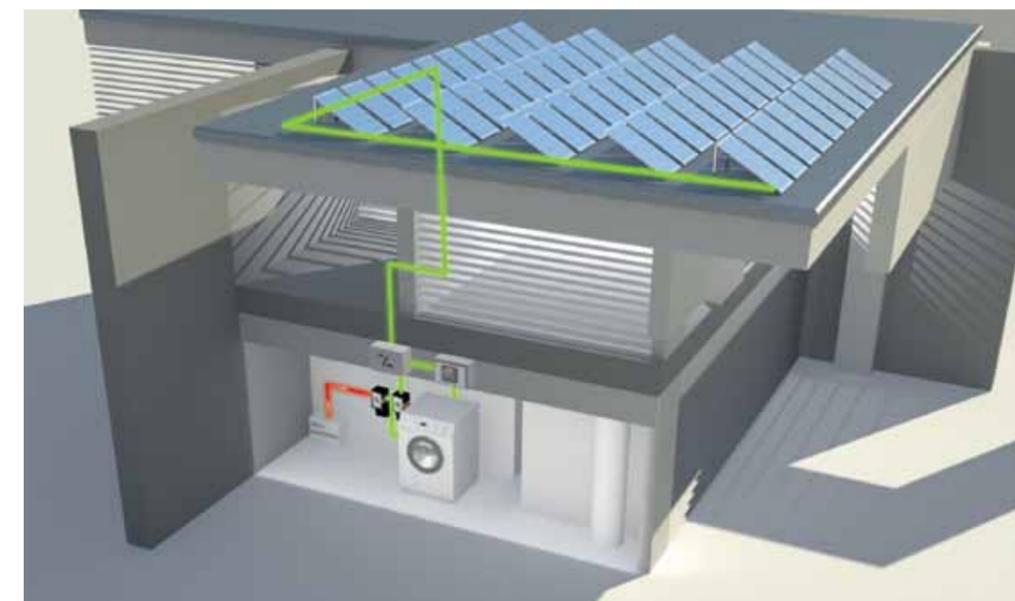
- SG-Ready
- Miele@home
- Universal Design
- Schonende Verfahren
- Hohe Hygienestandards
- Niedrige Emissionen
- Vermeidung kritischer Stoffe
- Produktsicherheit
- Recyclingfähigkeit
- Rücknahme und Entsorgung

Energieeffizienzklassen je Produktgruppe



Angaben beziehen sich auf:
 1) Produktionszahlen GJ 2011/12
 2) Bilanzierungsbereich: EU-Länder, in denen das EU-Energylabel Pflicht ist, sowie Kroatien, Norwegen und die Schweiz

Das neue Energylabel gilt für Waschmaschinen, Geschirrspüler und Kühl- und Gefriergeräte und wurde um die neuen Klassen A+++, A++ und A+ ergänzt. Das alte Energylabel gilt für Wäschetrockner und Elektroherde und -backöfen.



Mit selbst erzeugtem Solarstrom ist der Betrieb von Hausgeräten nachhaltig und kostengünstig.

Ausblick und Ziele

Energieeinsparung und Ressourcenschonung stehen weiterhin im Vordergrund. Der Anteil der produzierten Waschmaschinen, Geschirrspüler und Kältegeräte in den beiden besten Energieeffizienzklassen A++ und A+++ soll für den europäischen Markt um 20 Prozent gesteigert werden. Kühl- und Gefriergeräte in der Einstufung A+ werden mittelfristig nicht mehr im Programm vertreten sein.

Miele-Geräte sollen zukünftig noch besser zur Nutzung von regenerativen Energien ausgelegt sein. Dazu wird das Angebot an Produkten weiter ausgebaut, etwa mit einem Solartrockner und Geschirrspülern mit einem speziellen Programm zur Nutzung von solarbeheiztem Wasser ohne zusätzliche Nutzung der elektrischen Heizung. Damit können bis zu 90 Prozent elektrische Energie eingespart werden.

Weitere Maßnahmen durch das gesamte Produktprogramm hindurch werden der Energieeffizienz und einer verbesserten CO₂-Bilanz insgesamt zugute kommen; so werden Ausstattungen wie SG-Ready, EcoFeedback und AutoDos weiter ausgebaut.

Im Bereich der Gewerbe-Geschirrspüler werden Wasser- und Energieverbrauch weiter reduziert. Wichtig dabei: Die Performance, also Reinigungsleistung und Programmablaufzeit, soll gleich bleiben oder sogar noch gesteigert werden. Um dies zu erreichen, setzt Miele auf neue Technologien wie Energierückgewinnungssysteme und eine optimierte Verfahrenstechnik.

VOR ORT: WERK ELECTRONIC



Innovation durch Elektronik

Moderne Hausgeräte sind ohne Elektronik heute undenkbar. Miele setzt konsequent auf Eigenentwicklung und -fertigung, denn nur das gewährleistet den hohen Qualitätsanspruch und ermöglicht viele Anwendungen, die Kunden nur bei Miele-Geräten finden.

Zum Jahreswechsel 2013 herrscht Aufbruchstimmung im Werk Electronic auf dem Gütersloher Betriebsgelände. Die Fertigungsfläche ist bereits um rund 1.200 Quadratmeter erweitert worden, die ersten Reinräume zur Herstellung innovativer TFT-Displays sind in Betrieb. In den kommenden Wochen folgen neue Produktionslinien – alles für die neue Einbaugeräte-Generation 6000, die 2013 in den Handel kommt. Was die Geräte dann können und welchen Komfort sie bieten, hängt zu einem Großteil von der Elektronik ab. Diese wird für nahezu alle Miele-Produkte in Gütersloh entwickelt. Produziert werden die elektronischen Komponenten neben dem Werk in Gütersloh auch im rumänischen Braşov.

Die Entwicklung und Fertigung eigener Elektronikkomponenten ist in der Hausge-

Bauteile für Leiterkarten werden vor der Verarbeitung grundsätzlich gescannt, sodass eine Rückverfolgbarkeit gewährleistet ist.

rätebranche die Ausnahme, für Miele allerdings Notwendigkeit. „Würden wir fertige Elektroniken auf dem Weltmarkt einkaufen, könnten wir viele Verfahrenstechniken unserer Produkte nicht abbilden. Und wir hätten Probleme mit der von uns gewünschten Lebensdauer der Geräte“, sagt Peter Hübinger, Leiter des Elektronik-Werks. In eigenen Laboren werden die Bauteile daher auf eine Lebensdauer von 20 Jahren getestet. Miele-Elektroniken müssen schwierigen Umgebungsbedingungen wie Hitze, Feuchtigkeit und Chemikalien standhalten. Simuliert wird das unter anderem in Klimakammern. Ein anderer Härtestest wartet im EMV-Labor. EMV steht für elektromagnetische Verträglichkeit. Einzelne Baugruppen, aber auch komplette Geräte müssen unter elektromagnetischen Störfeldern und bei Unterspannung funktionstüchtig bleiben. In der Praxis können solche Störungen durch Sendeanlagen oder in Industrieumgebungen hervorgerufen werden.

Qualität beginnt beim Einkauf

Ausführliche Testreihen sind aber nur eine Seite des Qualitätsmanagements, denn Qualität beginnt bereits beim Einkauf. So muss jedes Zulieferprodukt „qualifiziert“ sein, das heißt, es muss den Miele-eigenen Normen entsprechen. Ein Mikroprozessor etwa, der den Anforderungen der Automobilbranche genügt, muss nicht für Miele geeignet sein, weil in einer Waschmaschine ganz andere Belastungen auftreten als hinter dem Armaturenbrett eines Autos. Ein weiterer Aspekt: Zugekaufte Komponenten werden grundsätzlich vor der Weiterverarbeitung gescannt. Hersteller, Produktionsjahr und Charge sind so jederzeit nachvollziehbar.



Unter der Lupe: Sichtkontrolle einer fertigen Waschmaschinen-Elektronik

Die Fertigung der Elektroniken erfolgt in Gütersloh überwiegend nach dem SMD-Verfahren (Surface Mounted Device). Diese Technologie gewährleistet eine langlebige und prozessstabile Verbindung der Leiterkarte (Platine) mit den Bauteilen. Die Produktion ist dabei weitgehend automatisiert. Bei Komponenten mit größeren Bauteilen wie dem Leistungsteil ist der Anteil der Handarbeit größer. Diese Komponenten kommen überwiegend aus Braşov. Qualitätsanforderungen und Prüfkriterien sind für beide Werke identisch. In Gütersloh arbeiten zurzeit rund 430 Beschäftigte in der Entwicklung und Fertigung, in der rumänischen Fertigungsstätte sind es etwa 140.

Nach den Herausforderungen für die Zukunft gefragt, erklärt Peter Hübinger: „Wir verfolgen sehr genau Hightech-Innovationen auch aus anderen Branchen, um sie gegebenenfalls für unsere Ansprüche weiterzuentwickeln.“ Das neue TFT-Display bei den Einbaugeräten sei so ein Beispiel. Miele wollte für die neuen Gerätedisplays eine vergleichbar hohe Auflösung, wie sie moderne Smartphones bieten. Das habe mangeschafft, so Hübinger: „Mit der Brillanz und Auflösung unserer Displays setzen wir einen neuen Maßstab in der Branche. Und wir sind sicher, dass unsere Displays ein Geräteleben lang, also 20 Jahre halten.“



Die Qualität immer im Blick: Werkleiter Peter Hübinger (r.) und Produktionstechniker Burkhard Krimphove vor einer SMD-Anlage.

Verantwortung in der Lieferkette

Miele hat sich mit der neuen Nachhaltigkeitsstrategie ambitionierte Ziele gesteckt, die die gesamte Wertschöpfungskette der Produkte betreffen. Daher fordert das Unternehmen auch seine Lieferanten dazu auf, Nachhaltigkeit in ihren Unternehmen umzusetzen.

Alle Lieferanten müssen hohen qualitativen und ökonomischen Anforderungen entsprechen und zudem soziale und ökologische Standards erfüllen. Bezogen auf das Auftragsvolumen betrifft dies insbesondere die rund 2.300 Zulieferer für Fertigungsmaterial, mit denen Miele zusammenarbeitet. Etwa 90 Prozent des gesamten Einkaufsvolumens stammen von europäischen Lieferanten.

Auswahl von Lieferanten

Im Rahmen des Lieferantenmanagements legen die Einkäufer größten Wert darauf, dass Unternehmen ausgewählt und eingesetzt werden, die den von Miele definierten Sozialstandards und Umweltvorgaben nachkommen.

Zulieferer, die mit Miele eine Partnerschaft eingehen möchten, müssen dafür eine Selbstauskunft abgeben. Das Ausfüllen der entsprechenden Checkliste ist Bedingung für den weiteren Auswahlprozess, denn sie ermöglicht eine erste Beurteilung des potenziellen Lieferanten anhand zielgerichteter Fragen.

1.035

Lieferanten haben 2011/2012 am Auswahlprozess teilgenommen

Die sozialen Kriterien der Selbstauskunft orientieren sich am Sozialstandard SA8000, den Miele in seinen eigenen Werken anwendet. Dieser basiert unter anderem auf den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) sowie der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte. Konkret handelt es sich dabei unter anderem um das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, das Verbot von Diskriminierung, die Sicherstellung von

Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen. Lieferanten verpflichten sich bei der Unterzeichnung der Vereinbarung dazu, auf die Einhaltung von Sozialstandards in ihrer eigenen Lieferkette zu achten.

Zur Sicherstellung ökologischer Standards verlangt Miele von seinen Lieferanten ein Umweltmanagement nach ISO 14001 oder einem vergleichbaren Standard. (► mehr zu ökologischen Standards in der Lieferkette online)

Im Geschäftsjahr 2011/2012 haben insgesamt 1.035 Interessenten am Lieferantenauswahlprozess teilgenommen. Insgesamt 17 Lieferanten wurden im Laufe des Prozesses ausgeschlossen, weil sie die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards nicht bestätigten. (► mehr dazu in den „Daten & Fakten“, unter „Verantwortung in der Lieferkette“)

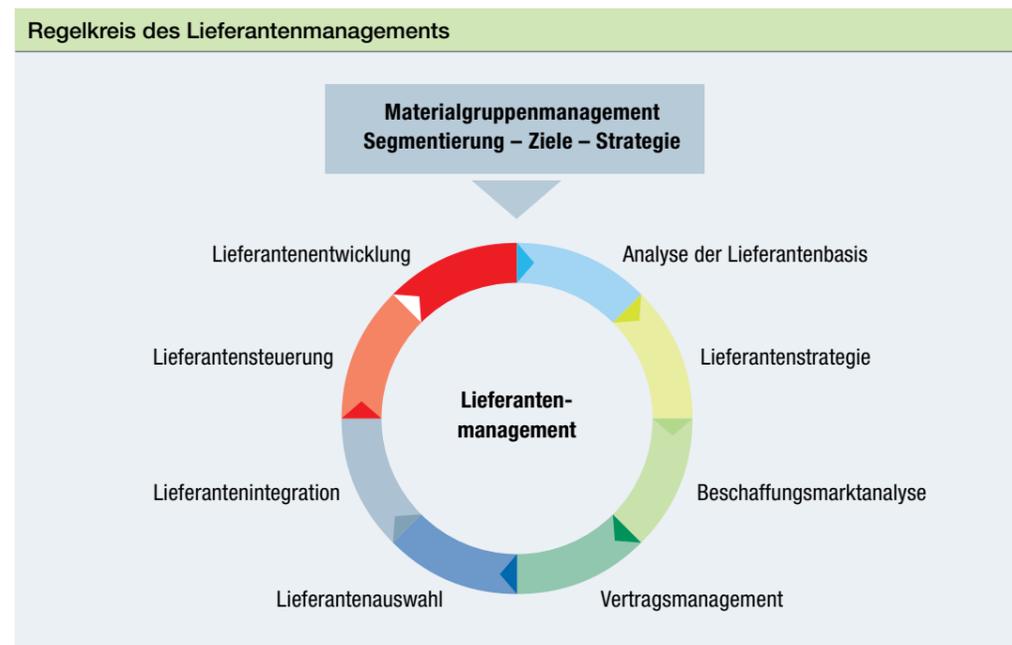
Überprüfung von Lieferanten

Für alle Lieferanten erfolgt durch den Einkauf eine allgemeine Risikoeinstufung. In Abhängigkeit von Länderherkunft und Branchenzugehörigkeit gibt es die drei Risikostufen „gering“, „mittel“ und „hoch“. Aus dieser Einteilung ergibt sich, wie intensiv und häufig der Lieferant während der Zusammenarbeit kontrolliert wird.

Lieferanten mit mittlerem bis hohem Risiko werden im Rahmen der internen und externen Audits auf die Einhaltung der Nachhaltigkeitsstandards hin überprüft. Die Abstände der Lieferantenaudits richten sich nach dem Risikopotenzial der Länder. Lieferanten, bei denen das Risiko der Verletzung anerkannter Umwelt- und Sozialstandards hoch ist, werden mindestens einmal im Jahr vor Ort überprüft.

Zur Sicherstellung der Durchführung effektiver Lieferantenaudits wurde im Berichtszeitraum ein neues Trainingskonzept zur Schulung der Auditoren und Einkäufer hinsichtlich der Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung von Lieferanten entwickelt und 110 Auditoren entsprechend geschult.

Besteht der 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



Dank des neuen Lieferantenmanagementsystems, das seit 2012 im Einsatz ist, werden inzwischen Auswahl und Überprüfung von Lieferanten auch hinsichtlich von Nachhaltigkeitskriterien systematisch gesteuert.

nicht gekommen. Grobe 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.

Faire und vertrauensvolle Zusammenarbeit

Miele legt besonderen Wert auf faire, partnerschaftliche und langfristige Geschäftsbeziehungen. Dabei versteht sich im Sinne eines verantwortungsvollen Umgangs miteinander, dass die Anforderungen, die an die Lieferanten gestellt werden, für diese auch wirtschaftlich tragfähig sind. So bestehen mit einigen Lieferanten bereits jahrzehntelange Geschäftsbeziehungen.

Die vertrauensvolle Zusammenarbeit und die starke Dialogorientierung zeigen sich auch darin, dass die Lieferanten bei Miele bereits in Produktentstehungsprozesse eingebunden sind.

Ausblick und Ziele

Innerhalb des 2012 eingeführten Lieferantenmanagementsystems soll bis Mitte 2013 ein zusätzliches Vertragsmanagement zur besseren Steuerung der Nachhaltigkeitsstandards eingeführt werden.

Um Nachhaltigkeitskriterien noch stärker im Bereich des Einkaufs zu berücksichtigen, ist die Optimierung des Lieferantenbeurteilungssystems vorgesehen. Zukünftig sollen die aktuellen Lieferanten auch während der laufenden Serienproduktion kontinuierlich bewertet werden und gegebenenfalls gemeinsam Verbesserungspotenziale ausgemacht und genutzt werden.



► Ökologische Standards in der Lieferkette



► Verantwortung in der Lieferkette, S. 15



► sa-intl.org



Die neue, hocheffiziente Kälteanlage im Werk Gütersloh

4 Umweltschutz an den Standorten

Wasser- und energiesparende Produkte stehen im Mittelpunkt bei Miele. Doch auch ihre Produktion soll so umweltschonend wie möglich geschehen. Daher sind Ressourcenschonung und Energieeffizienz in der Produktion, in der Infrastruktur und bei Transport und Logistik wichtige Kernthemen. Ein gut aufgestelltes Umweltmanagement unterstützt hier bei der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen.

Umweltmanagement 33

Ressourceneffizienz 34

Vor Ort: Miele-Gießerei 36

Energieeinsatz und Emissionen 37

Transport und Logistik 40

Umweltmanagement

Der konzernweite Umweltschutz ist ein zentrales Handlungsfeld der Miele Nachhaltigkeitsstrategie. Wesentliches Ziel ist es, sowohl die Produktion als auch Gebäude und Infrastruktur so ressourcenschonend und energieeffizient wie möglich zu gestalten.

Die Planung von Anlagen und Prozessen basiert auf der Strategie des Vermeidens, Verringerns und Verwertens. Dazu werden die besten verfügbaren Technologien eingesetzt. Unterstützend wirkt die in der Branche außergewöhnlich hohe Fertigungstiefe von fast 50 Prozent. Sie ermöglicht es Miele, den Schutz der Umwelt für einen Großteil der Wertschöpfung aus eigener Kraft und mit eigenem Know-how sicherzustellen, und reduziert zudem den Logistikaufwand.

Fast 50 %

Fertigungstiefe ermöglichen es

Miele, wirksame Maßnahmen

schnell und tief greifend umzusetzen

Zertifizierte Managementsysteme

Geregelt und organisiert wird der betriebliche Umweltschutz an den Miele-Produktionsstandorten durch das integrierte Managementsystem. In dessen Rahmen ist das Umweltmanagement seit Dezember 2011 konzernweit an allen europäischen Standorten nach DIN EN ISO 14001 neu zertifiziert. Ergänzend wird der Standort Dongguan in China im Geschäftsjahr 2012/2013 gemäß DIN EN ISO 14001 zertifiziert. (► siehe auch zertifizierte Miele-Standorte in den „Daten & Fakten“)

Im Umweltmanagementsystem sind Leitlinien für die wesentlichen umweltrelevanten Aspekte wie Materialien, Emissionen, Abfall oder Wasser festgelegt. Die Steuerung und Überwachung der Umweltleistung erfolgt mittels Umweltkennzahlen. Sie dienen der Geschäftsleitung zur Zielfestlegung

sowie zur Planung erforderlicher Investitionen, um eine stetige Verbesserung der Umweltleistung zu erreichen.

Energiemanagement

Miele verfügt über ein Energiemanagementsystem nach DIN EN ISO 50001 und eine Zertifizierung nach dieser Norm am Standort Gütersloh. Die Gießerei als größter Einzelverbraucher am Standort hatte im Juni 2011 erstmalig die Zertifizierung gemäß DIN EN 16001 erlangt. Im Zuge der Ablösung dieser Norm erfolgte im Juni 2012 in diesem Bereich ein Transferaudit der Gießerei hin zur DIN EN ISO 50001. Die neue Norm verlangt eine deutliche Transparenz über die Energieströme der wesentlichen Anlagen und Betriebseinrichtungen und bezieht zudem das Mitarbeiterverhalten in den Effizienzprozess ein. Miele sieht in der Umsetzung der Norm einen wirkungsvollen Ansatz für weitere Energieeinsparungen durch Energieeffizienzmaßnahmen. Daher werden ab dem Geschäftsjahr 2012/2013 sukzessive alle Miele-Werke auf die Zertifizierung ihres Energiemanagementsystems vorbereitet. Mit der Einführung dieses Normensystems werden zusätzliche Mitarbeiter durch umfangreiche Schulungen zu Auditoren ausgebildet.

Organisation und Kontrolle

Dem Umweltmanagement an den Produktionsstandorten steht die übergeordnete Zentralfunktion Arbeitssicherheit/Betrieblicher Umweltschutz vor, die auch für den gesamten Standort Gütersloh verantwortlich ist. In den Werken vor Ort ist der Betriebliche Umweltschutz in Funktionen eingegliedert, wie etwa die Produktionstechnologie.

In jedem Fall ist in allen Miele-Werken zuständiges Fachpersonal mit der Aufgabe des Betrieblichen Umweltschutzes betraut. Die damit verbundenen Aufgaben sind zertifizierungsrelevant und werden über die externen Audits im Rahmen der DIN EN ISO 14001 abgeprüft. (► mehr zur Auditierung online im Kapitel „Nachhaltigkeitsmanagement“)



► Auditierung



► Integriertes Managementsystem ► Zertifizierte Miele-Standorte, S. 7

Ressourceneffizienz

Die Schonung der natürlichen Ressourcen ist aus Versorgungs-, Umwelt- und Kostengründen ein wichtiges strategisches Ziel für Miele.

Erreicht wird dieses Ziel in erster Linie durch besonders effiziente und langlebige Produkte. Damit verbunden sind wirksame Maßnahmen: In erster Linie sind dies der effiziente Einsatz von Materialien und damit einhergehend die Vermeidung von Abfällen jeder Art. Eine große Rolle spielt zudem der bei Miele sehr hohe Anteil an recyclingfähigen Materialien und Sekundärrohstoffen. Der Kreis schließt sich bei der Minimierung des Wasser- und Energiebedarfs in der Produktion. (► mehr zum Thema Energie siehe „Energieeinsatz und Emissionen“ ab Seite 37)

Ressourcenschonende Materialien

Die zunehmende Verknappung natürlicher Ressourcen verlangt eine effiziente Verwendung von Materialien ebenso wie die Suche nach umweltschonenden Substituten und dem Einsatz von Sekundärrohstoffen. Doch nicht jedes Material, das sich gut recyceln lässt, genügt den Miele-Ansprüchen an Qualität, Langlebigkeit und Leistungsfähigkeit. Die Herausforderung ist es, beide Sichtweisen in Einklang zu bringen.

Der hohe Metallanteil der Miele-Geräte – bei Haushalts-Waschmaschinen etwa 85 Prozent, bei Gewerbegeräten bis zu 90 Prozent – trägt wesentlich zur Qualität und Langlebigkeit, 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.

Relativ niedrig ist heute noch der Anteil von Kunststoffrecyclaten 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 Miele-Qualität einsetzen ließe. Die Entwicklung wird jedoch von Miele intensiv beobachtet – mit der Zielsetzung, wenn möglich, mehr Recyclingmaterial einzusetzen. So beträgt beispielsweise beim Waschmaschinenmodell W 5821 der Sekundärrohstoffanteil 50 Prozent. Die Recyclingfähigkeit dieses Geräts liegt bei 90 Prozent. Zurückzuführen ist dies unter anderem auf den hohen Metallanteil von 86 Prozent. (► Angaben zum Sekundärrohstoffanteil und zur Recyclingfähigkeit weiterer Miele-Geräte in den „Daten & Fakten“)

Bis zu 90 %

**Metall enthält ein Miele-Gerät:
für Qualität, Langlebigkeit und
hohe Recyclingfähigkeit**

Rohstoff- und Materialeinsatz

2011/2012 setzte Miele 101.337 Tonnen Rohmaterialien ein, davon 90 Prozent Metall – in Form von Eisen und Nichteisenmetallen, Stahl und dessen Legierungen. Dazu gehört auch Grauguss, zum Beispiel bei Lagerkreuzen und Massenausgleichsgewichten 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 8,4 Prozent (2011/2012). Im Jahr 2000 betrug der Wert noch 8,8 Prozent.

Bei den Waschmaschinen und Wäschetrocknern konnte im Berichtszeitraum durch eine Lieferantenumstellung und Prozessoptimierung der Einsatz von Polyethylen-Folie (PE) für die Verpackung um 36 Prozent reduziert werden; dies entspricht einer Materialeinsparung von 44 Tonnen PE-Folie pro Jahr. Die Verpackungsqualität wurde hierdurch weder reduziert, noch ist der Einsatz anderer Materialien erhöht worden.

Kunststoff hat am gesamten Rohmaterialeinsatz derzeit einen Anteil von 10 Prozent. Die moderne Kunststofffertigung ist so präzise, dass der Materialeinsatz äußerst ressourcenschonend stattfindet.

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

Bei den investitionsintensiven Geräten der Medizintechnik gilt als oberste Prämisse, dass der Kunde sein vorhandenes Zubehör auch mit dem neuen Gerät wieder verwenden kann, wie beispielsweise die Körbe der Großraumdesinfektoren. Hierdurch wird der Anteil des zu entsorgenden oder zu verwertenden Materials deutlich gesenkt.

Abfallvermeidung

Ausgewiesenes Ziel für Miele ist die Vermeidung und die Getrennthaltung von Abfall schon an den Anfallstellen, angefangen in den Büros der Verwaltung bis hin zu Abfallsortierungen, die an die Fertigung angeschlossen sind. Die Gesamtabfallmenge ist von 29.100 Tonnen im Geschäftsjahr 2010/2011 um 1,7 Prozent auf 28.600 Tonnen im Geschäftsjahr 2011/2012 gesunken.

Es wurden 87,8 Prozent der stofflichen Verwertung und Aufbereitung zugeführt, während nur 2,5 Prozent zur Deponierung kamen. Die Summe des „gefährlichen“ Abfalls hat sich im Geschäftsjahr 2011/2012 im Vergleich zum Vorjahr um 147 Tonnen auf 2.344 Tonnen reduziert.

Die Abfallmenge aus der Produktion je Tonne Produkt wurde vom Geschäftsjahr 2010/2011 bis zum Geschäftsjahr 2011/2012 von 144 kg/Tonne auf 143 kg/Tonne reduziert. (► mehr dazu in den „Daten & Fakten“ unter „Abfall“)

Wasser

Miele ist bestrebt, mit konsequentem Wassermanagement den Wasserbedarf kontinuierlich zu senken. Dabei werden Einsparungen selbstverständlich nur unter Beachtung der Sicherstellung der Trinkwasserhygiene umgesetzt. Miele hat keine Werke an Standorten, die unter Wasserknappheit leiden.

Der gesamte Wasserverbrauch wurde in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesenkt. So sank der Wasserbedarf seit dem Geschäftsjahr 2008/2009 von 360.000 m³ um 8 Prozent auf 331.000 m³ im Geschäftsjahr 2010/2011. Im Geschäftsjahr 2011/2012 stieg der Wasserverbrauch allerdings – bedingt durch einen Umbau im Werk Dongguan/China – wieder an. An den weiteren Miele-Standorten lag der Wasserverbrauch im Geschäftsjahr 2011/2012 in etwa auf Vorjahresniveau oder wurde sogar weiter gesenkt. In Gütersloh gelang es durch das Zusammenführen von Produktionsschritten in der Oberflächenbearbeitung und durch Kaskadierungen der Wasserströme Einsparungen zu erzielen. (► mehr dazu in den „Daten & Fakten“ unter „Wasser und Abwasser“; ► Thema „Abwasser“ siehe online)

Ausblick und Ziele

Miele optimiert kontinuierlich seine Produktionsprozesse und setzt neue Verwertungstechnologien ein. Als Ergebnis dieser Anstrengungen soll die Verwertungsquote der Abfälle aller Standorte auf hohem Niveau gehalten und bis zum Ende des Geschäftsjahrs 2013/2014 von 94 auf über 95 Prozent gesteigert werden.

Standortbezogene Detailanalysen eröffnen weitere Reduktionspotenziale, sodass im selben Zeitraum die Produktionsabfälle von 143 Kilogramm pro Tonne Produkt (2011/2012) um 2 Prozent gesenkt werden können.

Um 5 Prozent soll der Wasserverbrauch von 2,15 m³ pro Tonne Produkt im Geschäftsjahr 2011/2012 in zwei Jahren gesenkt werden. Dazu dienen Optimierung und Umbau des Wassernetzes.



- Produkte und Lieferkette
- Materialien in Haus- und Gewerbegeräten, S. 14
- In der Produktion eingesetzte Materialien, S. 13



Geschirrspüler-Innenbehälter an einer Oberflächenbehandlungsanlage im Werk Bielefeld: jährlich 3.500 m³ Frischwassereinsparung durch moderne Technik



- Wasser und Abwasser, S. 21
- Abfall, S. 19–20



- Abwasser

Guss für längere Lebensdauer

Mit der Errichtung des Miele-Werkes in Gütersloh wurde 1907 auch eine eigene Eisengießerei eingerichtet. Heute besteht sie immer noch. Und ist eine der modernsten Europas. Aber warum leistet sich ein Hausgerätehersteller eine eigene Gießerei?

„Aus Gründen der Qualität und Wirtschaftlichkeit“, erklärt Ralf Kretschmer, Leiter der Gießerei und spanabhebenden Fertigung. Hier wird Grauguss mit Lamellengraphit gegossen und bearbeitet, hauptsächlich für Lagerkreuze und Ringgewichte in Waschmaschinen. Diese Lagerkreuze und Gewichte sorgen dafür, dass die Waschmaschine beim Schleudern fest an ihrem Platz stehen bleibt. Und vor allem: den enormen Kräften, die dabei entstehen, standhält. Ein Geräteleben lang, das bei Miele 20 Jahre währen soll. So geben es die eigenen Qualitätsmaßstäbe vor.

Zudem ist Grauguss ein ressourcenschonendes Material: Recyclinggrad und Recyclingfähigkeit sind konkurrenzlos hoch. Damit haben die Gusskomponenten am hohen Metallanteil der Miele-Geräte (bis zu 90 Prozent) wesentlichen Anteil und tragen dazu bei, dass die Geräte eine Recyclingfähigkeit von bis zu 90 Prozent aufweisen.

Die Palette der in der Gießerei produzierten Teile ist groß: Sie reicht von recht leichten 200 Gramm, die ein Gegengewicht für den Bügelautomaten wiegt, bis zum schweren Lagerkreuz für die Gewerbeschleudermaschine, das stolze 45 Kilogramm auf die Waage bringt. Das Lagerkreuz einer Haushalts-Waschmaschine hat ein Durchschnittsgewicht von 14 Kilogramm.

2,5 Millionen Teile werden hier jährlich produziert, mehr als 25.000 Tonnen an



Befüllung des Vergießbofens durch den Gießer

Bauteilen verlassen jedes Jahr die Gießerei und werden in Gütersloh oder in den anderen Miele-Werken in die Miele-Geräte eingebaut. 65 Mitarbeiter sind in der Gießerei, 55 in der spanabhebenden Fertigung beschäftigt. „Die Arbeit erfordert Wissen, große Sorgfalt und Verantwortungsbewusstsein“, erklärt Ralf Kretschmer.

Mehr als 10 Millionen Euro investiert Miele 2012/2013 in diesen Fertigungsbereich; im Herbst 2013 wird die neue Linie in der spanabhebenden Fertigung in Betrieb gehen. Die Gießerei selbst wurde seit Mitte der 1990-er Jahre kontinuierlich modernisiert, unter anderem wurden besonders energieeffiziente Elektroschmelzöfen angeschafft.

Heute arbeitet sie nicht nur äußerst effizient und wettbewerbsfähig, sondern auch energiesparend. Das bestätigt auch die Zertifizierung nach ISO 50001, erteilt für die Gießerei und die spanabhebende Ferti-

gung am Standort Gütersloh. „Die Gießerei verbraucht 25 Gigawattstunden Strom pro Jahr“, so Hubert Hermelingmeier, Zentraler Energiemanagementbeauftragter bei Miele in Gütersloh. „Da schauen wir natürlich ganz genau hin und arbeiten wie in allen Bereichen an einer ständigen Energieverbrauchsoptimierung.“ So sind auch die Mitarbeiter gefragt. Regelmäßig werden sie geschult und Aktionen zur Sensibilisierung durchgeführt. Mit Erfolg: Das Bewusstsein für energie- und ressourcenschonendes Verhalten ist inzwischen so geschärft, dass Ideen und Anregungen abteilungsübergreifend ausgetauscht werden. (► mehr zur Miele-Gießerei online unter „Miele-Gießerei ist Referenz-Objekt“)



Automatische Station zur Qualitätsprüfung

Gieß-Schmelzbetrieb der Gießerei



Energieeinsatz und Emissionen

Die Verknappung der natürlichen Ressourcen und die Auswirkungen des Klimawandels verlangen ein konsequentes Umdenken bei der Verwendung von Energie. Im Privathaushalt wie im Industrieunternehmen gilt es, den Energieverbrauch zu senken und die Energieeffizienz zu erhöhen.

Miele steht zu seiner Verantwortung für den Klimaschutz. Daher ist die konsequente Effizienzsteigerung beim Energieeinsatz in der Produktion und in Gebäuden erklärtes Ziel. Dazu erfolgte 2012/2013 an allen Werkstandorten eine Potenzialabschätzung. Dabei wurden systematisch alle Versorgungs- und viele Fertigungsanlagen im Hinblick auf eine mögliche Effizienzsteigerung untersucht und der aktuelle Stand der Technik bewertet. Im Geschäftsjahr 2013/2014 sollen erste Maßnahmen geplant und umgesetzt werden.

Energieeffizienz in der Produktion

Das bisher Erreichte spricht für die schon erfolgreichen Bemühungen der vergangenen Jahre. Miele konnte seinen Energieeinsatz weiter senken. So gelang seit dem Geschäftsjahr 2009/2010 bis zum Geschäftsjahr 2011/2012 eine Reduzierung des absoluten Energieverbrauchs um 8 Prozent auf 232.468 Megawattstunden pro Jahr (MWh/a). Seit dem Jahr 2000 konnte der Energieverbrauch insgesamt um 15 Prozent gesenkt werden. Der spezifische Energieverbrauch konnte seit 2009/2010 um 5 Prozent auf 1.368 Kilowattstunden (kWh) pro Tonne Produkt gesenkt werden. Seit dem Jahr 2000 sank dieser Wert sogar um 28 Prozent. Um dies zu erreichen, investierte Miele in zahlreiche Maßnahmen zur Energieeinsparung und damit in den Klimaschutz:

Am Standort Gütersloh etwa wurden der Kühlprozess für das Rechenzentrum und diverse Klimatisierungen durch den Einsatz von neuen hocheffizienten Kältemaschinen energetisch verbessert. Die Anlage wurde in das Wärmeverbundnetz eingebunden, sodass die anfallende Wärme nun in den Heizungskreislauf der Raumheizung eingespeist wird. Die Energieeinsparung beträgt in der Endausbaustufe circa 2.000 Megawattstunden pro Jahr. Das entspricht etwa der Energie-



► Miele-Gießerei ist Referenz-Objekt

menge zur Beheizung von 100 Einfamilienhäusern. Zusätzlich führt die Anlagenerneuerung zu einer Stromeinsparung von 450 MWh/a, was einer CO₂-Reduzierung von 93 Tonnen pro Jahr entspricht.

Sukzessive werden Verwaltungsgebäude und Produktionshallen am Standort Gütersloh einer energetischen Sanierung unterzogen. Dadurch wird mittelfristig der Wärmebedarf weiter gesenkt.

Im Kunststoffwerk am Standort Warendorf wird die Energieeffizienz der Kunststoffspritzmaschinen kontinuierlich verbessert. Vergleichbare Maßnahmen erbrachten in der Vergangenheit eine Effizienzsteigerung von 22 Prozent.

Durch die Einführung des Energiemanagementsystems gemäß DIN EN ISO 50001 an allen Standorten wird noch mehr Transparenz über Energieströme und mögliche Einsparpotenziale erwartet. Unterstützung bietet ein 2012 eingeführtes Energieeffizienz-Monitoringverfahren, das eine bessere Kontrolle über die Energieeinsparungen an allen Standorten ermöglicht. Nach jeweils einem halben Jahr erfolgt eine Ergebnisüberprüfung.

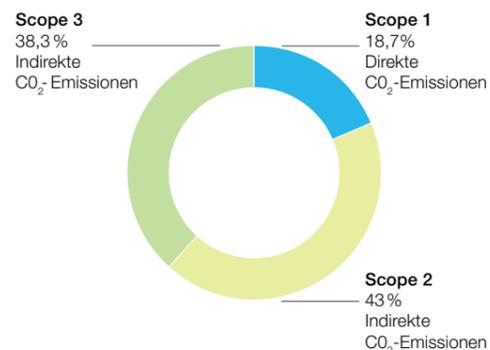
Miele beteiligt sich seit Mai 2011 am ersten Lernenden Energie-Effizienz-Netzwerk in Ostwestfalen-Lippe (OWL), eines von bundesweit 30. Gemeinsam mit 13 anderen Unternehmen werden in dem dreieinhalbjährigen Projekt jährlich 11.000 Tonnen CO₂ vermieden. (► mehr dazu online: Netzwerken für mehr Energieeffizienz)



► Netzwerken für mehr Energieeffizienz

CO₂-Bilanz von Miele

in Prozent



2011/12



► Energie und Emissionen, S. 16–18

CO₂-Bilanz

Miele legt mit diesem Nachhaltigkeitsbericht erstmals eine vollständige CO₂-Bilanz nach dem internationalen Standard des Greenhouse Gas (GHG) Protocol vor. In diesem und zukünftigen Berichten finden zusätzlich die indirekten CO₂-Emissionen aus Transport (Outbound), Distribution Deutschland und Dienstreisen Berücksichtigung, gemäß Scope 3 des GHG Protocol.

Durch die Erweiterung der Bilanz ergibt sich ein deutlicher Anstieg der Emissionen gegenüber den letzten Berichtsjahren. So machen die neu berücksichtigten indirekten Emissionen im Scope 3 insgesamt rund 38 Prozent der Gesamtemissionen des Unternehmens aus. Die direkten Emissionen aus Öl- und Gasverbrauch sowie dem Miele-Fuhrpark (Scope 1) betragen fast 19 Prozent und die indirekten Emissionen aus Strom und Fernwärme (Scope 2) 43 Prozent.

Im Geschäftsjahr 2010/2011 betrug der Carbon Footprint des Unternehmens 95.850 Tonnen, 2011/2012 betrug er 95.008 Tonnen, das entspricht einer Reduzierung um 0,9 Prozent. Die CO₂-Emissionen je Tonne Produkt konnten im selben Zeitraum um 3 Prozent von 0,58 Tonnen auf 0,56 Tonnen je Tonne Produkt reduziert werden.

Die spezifischen CO₂-Emissionen aus Energieverbrauch (Strom, Fernwärme, Heizöl und Erdgas) betragen im Geschäftsjahr 2011/2012 in Summe 304,7 kg pro Tonne Produkt. Damit erreichte Miele sein Einsparungsziel von 3 Prozent gegenüber dem Geschäftsjahr 2009/2010.

Seit dem Jahr 2000 konnten die CO₂-Emissionen aus Energieverbrauch sogar um 61 Prozent reduziert werden. Zurückzuführen ist dies zum einen auf die Reduzierung des absoluten Energieverbrauchs und zum anderen auf den Wechsel des Stromanbieters im Jahr 2001 in Deutschland, wodurch der CO₂-Emissionsfaktor zur Berechnung der CO₂-Emissionen reduziert wurde. (► mehr zu Energie und Emissionen in den „Daten & Fakten“)

Klima- und Umweltschutz weltweit

Die Miele Vertriebsgesellschaften (VG) sind auf unterschiedliche Weise für den Klima- und Umweltschutz aktiv.

In der Vertriebsgesellschaft Norwegen ist seit Ende 2012 eine Wärme- und Kälte-Versorgung über eine Geothermieanlage in Betrieb.

In der österreichischen und britischen Vertriebsgesellschaft ist die Installation von Solaranlagen in Planung. Darüber hinaus haben sich die Briten Ziele zur weiteren Reduzierung ihrer Umweltauswirkungen gesetzt. Die VG Finnland wird ihre Belüftungsanlagen erneuern, um mehr Energie zu sparen.

Eine Reihe von Maßnahmen hat die VG USA bereits durchgeführt. Dort gibt es ein Umweltgremium mit Mitgliedern aus unterschiedlichen Abteilungen zur Koordinierung und Steuerung. Ein Mitarbeiter-Handbuch enthält die eigene Umweltstrategie und Verhaltensrichtlinien. Die gesamte Niederlassung bezieht Strom aus erneuerbaren Energien.

Die niederländischen Kollegen verfügen über eine WKL-Anlage (Wärme-Kälte-Lagerung), halten damit die Energiekosten niedrig und reduzieren CO₂-Emissionen.

Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz bei Gebäuden, etwa durch energiesparende Beleuchtungssysteme oder Wärmedämmmaßnahmen, haben zahlreiche VG durchgeführt: Belgien, Tschechien, USA, Niederlande, Österreich und Australien.

Sensibilisierung der Mitarbeiter

Nachhaltiges Denken und Handeln lässt sich nicht einfach verordnen, sondern muss von den Menschen im Unternehmen mit Überzeugung gelebt werden. Im Verhalten der Mitarbeiter steckt ein enormes Einsparpotenzial. So zeigte eine Messung in einem repräsentativen Bürobereich, dass dort der Energiebedarf allein durch die Sensibilisierung der Mitarbeiter um circa 20 Prozent gesenkt werden konnte. Daraufhin wurden in allen Werken Programme eingeführt, um die Mitarbeiter zum Energiesparen zu motivieren.

Im Mittelpunkt stehen dabei Informationsveranstaltungen zur Erläuterung von Energiesparmaßnahmen im Arbeitsumfeld, unterstützt durch eine moderierte Kommunikationsplattform im Miele-Intranet und schriftliche Informationen.



Leckageprüfung zur Ermittlung von Energieverlusten

Regelmäßige Energie-Workshops wurden etabliert, an denen die Energiebeauftragten aller Werke teilnehmen. Bei dieser Teambesprechung werden erfolgreiche Maßnahmen diskutiert. Soweit möglich, werden sie anschließend in den jeweils anderen Werken übernommen.

Im Werk Bielefeld fand im Sommer 2012 eine erfolgreiche Aktion des Betrieblichen Vorschlagswesens zum Umgang mit Energie statt. Energieeffizienzvorschläge wurden im Rahmen des Wettbewerbs besonders prämiert.

Auch in den Vertriebsgesellschaften wird das Bewusstsein der Mitarbeiter für die Umwelt geschärft. In nahezu allen internationalen Büros gibt es Richtlinien für Mitarbeiter zur Papiereinsparung, zu Recycling oder der getrennten Entsorgung von Abfällen sowie zur Einsparung von Strom und Wasser.

Ausblick und Ziele

Bis zum Ende des Geschäftsjahres 2013/2014 sollen die spezifischen CO₂-Emissionen je Tonne Produkt um 3 Prozent reduziert werden. Der spezifische Energieverbrauch je Tonne Produkt soll im selben Zeitraum um 2 Prozent gesenkt werden.

Die Einführung des Energiemanagementsystems ist an allen Werkstandorten bis zum 30. Juni 2013 vorgesehen.

Die Motivationskampagne zum Energiesparen wird in das Miele-Wertschöpfungs-system integriert, um systematisch alle Mitarbeiter zu erreichen.

Transport und Logistik

In rund hundert Ländern werden täglich Miele-Geräte, Fertigungsmaterial und Ersatzteile bewegt, sind Servicetechniker und Miele-Mitarbeiter unterwegs. Ein hohes Verkehrsaufkommen, für dessen effiziente Steuerung Miele Sorge trägt. Ziel ist es, dessen Auswirkungen auf Umwelt und Klima so weit wie möglich einzugrenzen und die nötigen Transporte zukünftig noch weiter zu optimieren.

Zugute kommt dem Haus- und Gewerbegerätehersteller dabei, dass seine wichtigsten Absatzmärkte größtenteils in Zentral- und Nordeuropa liegen – gut 70 Prozent des Umsatzes werden in Deutschland, seinen unmittelbaren Nachbarn sowie Großbritannien und Skandinavien erwirtschaftet. Die Wege sind kurz, denn die Produktionsstandorte liegen geografisch günstig: Acht von zwölf Miele-Werken befinden sich in der Mitte Deutschlands, je ein weiteres nahe der deutschen Grenze in Österreich beziehungsweise in Tschechien und in Rumänien. Allein zum Werk im chinesischen Dongguan sind die Wege weiter.

Im Geschäftsjahr 2011/2012 betrug die Transportleistung des Unternehmens 575,6 Millionen Tonnenkilometer. Darunter fallen die Distribution in Deutschland sowie die Auslieferung an die Miele Vertriebsgesellschaften oder direkt an internationale Kunden.

Die Transportleistung ist im Vergleichszeitraum um 0,6 Prozent gestiegen. Hierbei ist es jedoch gelungen, die umweltfreundlicheren Verkehrsträger Schiff und Bahn um 2 Prozent auf zusammen 84,2 Prozent auszubauen, bei unverändert geringem Luftfrachtanteil von 0,6 Prozent. Damit sind die Ziele von mehr als 80 Prozent Schiffs- und Bahntransportleistung sowie weniger als 1,5 Prozent Luftfrachtanteil deutlich übertroffen worden.

Erstmals CO₂-Bilanz für die Transportlogistik
Miele hat in Zusammenarbeit mit dem Öko-Institut e.V. eine Berechnungssoftware zur Bilanzierung des Energieverbrauchs und der Treibhausgasemissionen der Miele-Transportlogistik gemäß CEN-Norm EN 16258 entwickelt. Auf dieser Grundlage kann das Unternehmen nun für jeden dieser Transporte die Umweltauswirkungen

ermitteln, Transportalternativen vergleichen und gezielt optimieren.

Um seine Anstrengungen zur Reduzierung von Verbrauch und Emissionen weiter zu verstärken, hat Miele mit diesem Nachhaltigkeitsbericht die bisherige CO₂-Bilanz des Unternehmens um die weltweite Belieferung der Vertriebsgesellschaften und Direktkunden mit Fertigprodukten und Ersatzteilen sowie die Feinverteilung in Deutschland erweitert.

Im Geschäftsjahr 2011/2012 verursachten die beschriebenen Transporte 33.636 Tonnen CO₂. Trotz gesteigerter Transportleistung konnten die CO₂-Emissionen gegenüber 2009/2010 um circa 1,3 Prozent gesenkt werden. Gründe sind die Steigerung der Überseetransporte per Schiff sowie eine Erhöhung des Bahnanteils durch vermehrten Einsatz des kombinierten Verkehrs nach Südeuropa sowie die Transportverlagerung auf die Schiene im Skandinavienverkehr.

Kontinuierliche Effizienzsteigerung

In den Überseemärkten Nordamerikas und besonders Asiens zeichnet sich ein deutliches Wachstum ab. Die Herausforderung für Miele besteht nun darin, bei deutlich steigender Transportleistung alle Transporte so effizient wie möglich durchzuführen und die transport- und verkehrsbedingten Umweltauswirkungen so gering wie möglich zu halten. Die wichtigsten Maßnahmen dazu sind:

1. Bündelung der Transporte: Zentrallagerkonzept am Stammwerk in Gütersloh, im Zentrum Europas und der Kernmärkte
 2. Effiziente Frachtraumnutzung: Exakt geplante Transporte mit optimal ausgelasteten Fahrzeugen
 3. Gebietsspeditionsnetz: Zusammenfassung von Lieferanten und Vermeidung von Leerfahrten
 4. Einsatz emissionsarmer Verkehrsmittel: Reduzierung von CO₂-Emissionen
- (▶ Weitere Informationen zu 1.–3. siehe online)

Emissionsarme Verkehrsmittel

Zur Reduzierung der Umweltauswirkungen wird der Miele-Fuhrpark im Rahmen von Ersatzbeschaffungen konsequent auf CO₂-arme Fahrzeuge

Über 80 %

der Outbound-Transportleistung
erfolgen per Schiff oder Bahn

umgestellt. Hierzu hat sich Miele konkrete Ziele gesetzt: Bis Mitte 2016 sollen für alle Firmen-Pkw die durchschnittlichen CO₂-Emissionen auf 130 g/km gesenkt sein, für alle leichten Nutzfahrzeuge (LNF) soll bis Mitte 2018 eine Senkung auf 175 g/km erreicht sein. Die Zahlen entsprechen den EU-Grenzwerten für Neufahrzeuge.

Bei den Pkw ist der Wert von 154 g/km in 2009/2010 bereits auf 138 g/km in 2011/2012 gesunken, bei den LNF von 229 g/km auf 214 g/km.

Der erfasste Miele-Fuhrpark umfasst Firmen-Pkw, Kleintransporter für den Kundendienst und Lkw in Deutschland und an den internationalen Produktionsstandorten.

Die CO₂-Emissionen aus dem Fuhrpark belaufen sich im Geschäftsjahr 2011/2012 auf insgesamt 6.784 Tonnen; dies entspricht einer Reduzierung um 5 Prozent gegenüber dem Geschäftsjahr 2009/2010 und ist zurückzuführen auf die Umstellung auf verbrauchsarme Fahrzeuge.

Alternative Antriebskonzepte (Elektro, Gas) haben sich bisher im anspruchsvollen Vertriebs- und Kundendienstesatz nicht bewährt, werden aber weiterhin beobachtet und geprüft.

Auch die Vertriebsgesellschaften sind aktiv, wenn es um den Klimaschutz im Bereich Transport und Logistik geht. Beispielsweise steigern die Niederlassungen in Portugal, Belgien, Großbritannien, den USA, Frankreich und Finnland kontinuierlich den Anteil CO₂-armer Fahrzeuge im Fuhrpark. (▶ mehr zur Auswahl von Transportdienstleistern online)

Mitarbeitermobilität

Auch beim Thema Berufsverkehr und Geschäftsreisen zielt Miele auf die Reduzierung der Umweltauswirkungen. So sind die Mitarbeiter angehalten, für längere Dienstreisen bevorzugt die Bahn zu benutzen und Flugreisen nur dann anzutreten, wenn sich dies aus Zeit- oder Termingründen nicht anders rechtfertigen lässt. (▶ mehr zur Mitarbeitermobilität online)

Ausblick und Ziele

Der Lieferverkehr wird weiter optimiert. Mindestens 80 Prozent der Outbound-Transportleistung werden zukünftig mit See- oder Bahnverkehren, maximal 1,5 Prozent per Luftfracht erbracht.

Die Zielsetzung für das Geschäftsjahr 2012/2013 ist es, weitere Lieferanten in das Gebietsspeditionsnetz einzubinden, um die Anforderungen der Werke hinsichtlich der bedarfs-synchronen Versorgung zu erfüllen und gleichzeitig die Sendungsstrukturen der Transporte zu optimieren.

Der Miele-Fuhrpark wird im Rahmen von Ersatzbeschaffungen weiter auf CO₂-arme Fahrzeuge umgestellt.

Im 2. Quartal 2013 startet die Forschungsinitiative „Zukunftsfähige Logistiknetzwerke – Eine Mobilitätsinitiative für den Güterverkehr der Zukunft“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi), an der Miele beteiligt ist. Das Ziel ist, die Belieferungsprozesse weiter zu optimieren. Dabei stehen neben der effizienten und standardisierten Abwicklung von logistischen Störungen im Netzwerk die Wirtschaftlichkeit der Touren und die Reduzierung des CO₂-Ausstoßes im Fokus. Die Ergebnisse werden auf weite Bereiche des deutschen und europäischen Logistiknetzwerkes übertragbar sein.



▶ Auswahl von Transportdienstleistern

▶ Mitarbeitermobilität



Warenverteilzentrum in Gütersloh



- ▶ Bündelung der Transporte
- ▶ Effiziente Frachtraumnutzung
- ▶ Gebietsspeditionsnetz



- ▶ Transport und Logistik, S. 22



Mitarbeiter im Werk Bielefeld, Produktion der Professional-Reinigungsgeräte

5 Miele und seine Mitarbeiter

Dass Miele seit 114 Jahren stets seine Qualitätsphilosophie umsetzen und kontinuierlich Erfolg haben konnte, ist engagierten und motivierten Mitarbeitern zu verdanken, die den Leitgedanken des „Immer besser“ täglich leben. Das Unternehmen bietet seinen Mitarbeitern einen vielfältigen Arbeitsplatz, größtmögliche Beschäftigungssicherheit, attraktive Leistungen und Angebote. Für viele zählt vor allem die wertebetonete Tradition des Familienunternehmens. Sie sind stolz, langlebige Qualitätsprodukte herzustellen.

Personalmanagement 43

Aus- und Weiterbildung 46

Vor Ort: Personalentwicklung: 48

Vielfalt und Chancengleichheit 50

**Arbeitssicherheit und
Gesundheit** 52

Personalmanagement

Qualifizierte und motivierte Mitarbeiter sind Herz und Motor des Unternehmens. Miele bietet seinen Beschäftigten ein Arbeitsumfeld, das von Wertschätzung geprägt ist und hohe soziale Standards beinhaltet. Damit positioniert sich das Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber.

Übergeordnetes Ziel des Personalmanagements ist die Anpassung des Personalbestands hinsichtlich Höhe und Qualifikationsniveau an Miele's Unternehmensstrategie. Eine Herausforderung dabei ist das Streben des Unternehmens nach Innovationsführerschaft der Branche. Der demografische Wandel in den Industrieländern erhöht den Wettbewerb um gut ausgebildete, kreative, begeisterungsfähige Persönlichkeiten noch ein Stück weiter. Durch die Internationalisierung des Unternehmens sind zunehmend Mitarbeiter gefragt, die entsprechende Kenntnisse mitbringen. Insgesamt verändern sich die Anforderungen bedeutend schneller als früher, die internationale Vernetzung steigert die Komplexität.

Diesen vielfältigen Herausforderungen begegnet Miele mit einer strategischen Personalpolitik. Schon früh werden Nachwuchskräfte an das Unternehmen gebunden. Dazu bietet das Unternehmen zahlreiche Einstiegsmöglichkeiten, eine intensive Einarbeitung und individuelle Förderung. Die Weiterbildungsmöglichkeiten sind vielfältig; auch sorgt das Familienunternehmen mit umfassenden Zusatzleistungen für seine Mitarbeiter.

Schon seit den Gründertagen setzt Miele im Umgang mit seinen Mitarbeitern hohe soziale und ethische Standards. Sie sind ein wichtiger Teil der Unternehmenskultur und Bestandteil der Miele Unternehmensphilosophie. Durch die Zertifizierung nach dem Sozialstandard SA8000 wird ihre Einhaltung zusätzlich regelmäßig extern überprüft. (► mehr zum Thema „Hohe soziale und ethische Standards“ online)

Die Verantwortung für den Bereich Personal auf Geschäftsleitungsebene liegt beim Geschäftsführer Finanzen und Hauptverwaltung, dem der Leiter der Zentralfunktion Personal direkt unterstellt ist. Der Gütersloher Zentralbereich Personal nimmt unternehmensweit Aufgaben zur Beschaf-

fung, Ausbildung, Qualifizierung und Verwaltung von Beschäftigten wahr. Das Wahrnehmen dieser Aufgaben erfolgt in Abstimmung mit den Abteilungsleitern, den Personalleitern der Werke, den Leitern der Vertriebs- und Servicezentren, den Leitern der Vertriebsgesellschaften sowie dem Betriebsrat. Die Personalplanung und -beschaffung für Mitarbeiter und Führungskräfte der Werke und Vertriebsgesellschaften erfolgt durch die jeweiligen Personalabteilungen. Die Leiter der internationalen Vertriebsgesellschaften und Werke werden direkt durch den Zentralbereich Personal eingestellt.

Am Ende des Geschäftsjahres 2011/2012 beschäftigte Miele weltweit 16.716 Mitarbeiter, von denen fast 62 Prozent in Deutschland tätig sind. Eine Verlagerung von Arbeitsplätzen an Standorte außerhalb Deutschlands, etwa zur Kostenreduzierung, hat es im Berichtszeitraum ebenso wenig gegeben wie betriebsbedingte Kündigungen. Wesentliche Teile der Trocknerfertigung zogen Ende 2012 aus dem Stammwerk in Gütersloh in das tschechische Werk nach Uničov um. Im Gegenzug werden die vormals in Uničov produzierten Waschmaschinen nun in Gütersloh gefertigt. Auch dieser Schritt hat nicht die Verlagerung von Arbeitsplätzen zum Ziel, sondern die Reduzierung von Komplexität zugunsten einer Fokussierung des jeweiligen Werkes auf ein Produkt und damit eine Stärkung der Kompetenz. Eine zusätzliche Absicherung der Arbeitsplätze im Stammwerk Gütersloh erfolgte per Betriebsvereinbarung.

Am Werkstandort Dongguan/China wurden für Teile der Belegschaft Wohn- und Schlafgebäude einschließlich einer Kantine und Sportflächen neu erbaut. Hier sah das Unternehmen die Notwendigkeit, seinen Mitarbeitern ein angemessenes Umfeld zu schaffen. Für die Beschäftigten, die zumeist sehr weit von ihrer Heimatregion entfernt sind, ist es üblich, sich über Wochen und Monate ausschließlich vor Ort aufzuhalten.

Enge Einbindung der Mitarbeiter

Flache Hierarchien und kurze Kommunikationswege zeichnen Miele aus. Letztere finden unter anderem Ausdruck in der Gestaltung der Räume. In allen Miele-Gebäuden weltweit sind die Wände in Verwaltung, Fertigung oder Technik bis auf



► Personalmanagement, S. 24



► Hohe soziale und ethische Standards



wenige Ausnahmen in der oberen Hälfte verglast. Dies gilt auch für die Büros der Werkleiter, Leiter der Vertriebsgesellschaften und selbst für die Räume der Geschäftsführer. Die Einbindung der Mitarbeiter ist ein wesentlicher Teil der Unternehmenskultur bei Miele, selbst die Mitglieder der Geschäftsleitung sind unmittelbar erreichbar und für jeden Mitarbeiter ansprechbar.

Betriebliche Mitbestimmung hat für Miele einen hohen Stellenwert, auch wenn sie nicht in allen Ländern, in denen Miele aktiv ist, gesetzlich vorgeschrieben ist. So existiert beispielsweise im chinesischen Werk in Dongguan seit 2009 eine Mitarbeitervertretung, die sich monatlich mit der Personalabteilung trifft, um Anregungen und mögliche Konfliktpunkte gemeinsam zu besprechen und zu lösen.

Bereits seit 1951 trägt das Betriebliche Vorschlagswesen wesentlich zur Einbindung der Mitarbeiter in das Unternehmen bei. 2.174 Vorschläge zu Einsparungen und Verbesserungen von Produkten und Arbeitsabläufen wurden im Geschäftsjahr 2011/2012 in den inländischen Werken eingereicht. Traditionell stehen die Themen Produktion und Herstellung im Mittelpunkt der eingereichten Vorschläge. Auf sie entfielen 33 Prozent der Verbesserungsvorschläge. Doch auch nachhal-

tigkeitsrelevante Themen stehen im Fokus: 7,6 Prozent der Ideen etwa betrafen direkt die Themenbereiche Umwelt, Energie, Ressourcen. Der Arbeitssicherheit und der Ergonomie wurden 9,8 beziehungsweise 2,3 Prozent der Vorschläge zugeordnet.

Die Gesamtersparnis im Geschäftsjahr 2011/2012 in den inländischen Werken betrug 2,7 Millionen Euro. Diese Summe ergibt sich aus dem errechneten Dreijahresnutzen der durchgeführten Verbesserungsvorschläge der Geschäftsjahre 2009/2010 bis 2011/2012.

Ideenmanagement gibt es auch in vielen Vertriebsgesellschaften, wie etwa in Norwegen und Portugal. In Griechenland werden insbesondere die Ideen zum Umweltschutz gefördert. (► mehr zum Betrieblichen Vorschlagswesen und zur Betrieblichen Mitbestimmung siehe online)

Hohe Mitarbeiterzufriedenheit

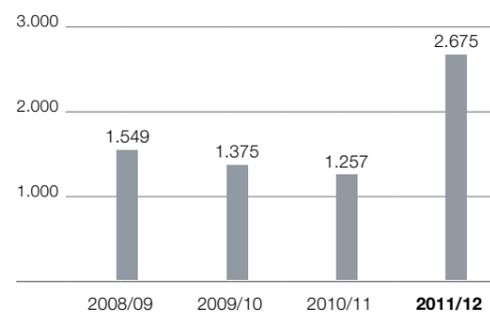
Für eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit bei Miele spricht die traditionell sehr geringe Fluktuationsrate: 2011/2012 lag sie bei nur 1 Prozent (Vorjahr: 0,8 Prozent). Viele Mitarbeiter verbringen ihr ganzes Berufsleben bei Miele: 2011/2012 gab es 407 Jubilare, die für ihre 25-, 40- oder sogar 50-jährige Betriebszugehörigkeit geehrt wurden.

Jedem Mitarbeiter steht eine Beschwerdestelle offen. Hier besteht die Möglichkeit, nach einem mit dem Betriebsrat geregelten Verfahren dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) entsprechend eine Beschwerde einzureichen. Im Geschäftsjahr 2011/2012 wurden drei Fälle aufgearbeitet.

Im Oktober 2012 wurde an 23 Vertriebsstandorten weltweit (u.a. in Deutschland, Frankreich, Mexiko, China und Südafrika) eine Mitarbeiterbefragung (Employee Engagement Survey) durchgeführt. Die Antworten auf Fragen zu Themengebieten wie allgemeine Mitarbeiterzufriedenheit, Respekt und Anerkennung, Entwicklungsmöglichkeiten, Bezahlung und Sozialleistungen, Freiräume in der Arbeit, Arbeitsorganisation und Prozesse liefern Miele dabei wertvolle Erkenntnisse. Aus den Ergebnissen der Befragung werden je nach Bedarf entsprechende Maßnahmen abgeleitet. Um die Nachhaltigkeit dieser Maßnahmen zu sichern, sind in den Jahren 2014 und 2016 Folgebefragungen geplant.

Gesamtersparnis durch umgesetzte Ideen der Mitarbeiter

in Tausend Euro



Einsparung durch ideenreiche und engagierte Mitarbeiter: Im Rahmen des Betrieblichen Vorschlagswesens/Ideenmanagements konnten im Geschäftsjahr 2011/2012 unter Berücksichtigung der durchgeführten Vorschläge aus den letzten drei Geschäftsjahren insgesamt 2,7 Millionen Euro eingespart werden.



Das Miele-Team der IFA 2012 in Berlin

Leistungsgerechte Vergütung

Ein angemessener Verdienst für alle Mitarbeiter, basierend auf tarifvertraglichen und betrieblichen Vereinbarungen, ist bei Miele eine Selbstverständlichkeit. Ebenso wie das Angebot umfassender Sozialleistungen über alle Konjunkturzyklen hinweg. Diese Grundhaltung führten die Gründer für ihr Unternehmen ein und sie behielt stets ihre Gültigkeit. Auch und gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten möchte das Unternehmen ein attraktiver und begehrter Arbeitgeber sein.

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. In Rumänien erfolgt die Entlohnung unter Berücksichtigung nationaler Anforderungen und der Zahlung weiterer betrieblicher Leistungen. Entgeltbezogene Anreizsysteme gibt es beim Vertriebsaußendienst und den Vermarktungsaktivitäten der Kundendiensttechniker. Hier honoriert Miele die individuelle Leistung mit einer entsprechenden Prämie.

Als Anerkennung für Leistung und Engagement der Beschäftigten entschied die Unternehmensleitung sich 2010 zu einer Sonderzahlung. Ende des Jahres erhielten alle Miele-Mitarbeiter in Deutschland neben dem übertariflichen Weihnachtsgeld in Höhe von 20 Prozent zusätzlich 6 Prozent vom monatlichen Bruttoentgelt.

Im Geschäftsjahr 2011/2012 blieb der Anteil an Leiharbeitnehmern in Deutschland mit knapp 3,6 Prozent unter dem per Betriebsvereinbarung geregelten Höchstwert von 4,5 Prozent. 2007 hatte sich Miele in einer Gesamtbetriebsvereinbarung dazu verpflichtet, ausschließlich mit solchen Dienstleistern Verträge einzugehen, die einen Tarifvertrag abgeschlossen haben.

Ausblick und Ziele

Die Zertifizierung des Werkes Dongguan/China nach SA8000 wird voraussichtlich bis zum Ende des Kalenderjahres 2015 abgeschlossen sein.

Folgebefragungen für die im Oktober 2012 durchgeführte Employee Engagement Survey sind für 2014 und 2016 geplant.

Das bereits hohe Niveau beim Angebot an Betrieblicher Altersversorgung wird gehalten.



► Betriebliches Vorschlagswesen

► Betriebliche Mitbestimmung



► Personalmanagement, S. 25



► Umfassende Sozialleistungen

Aus- und Weiterbildung

Ob in der Konstruktion oder im Kundenkontakt, ob im Umgang mit Platinen oder beim Projektmanagement: Die Arbeit bei Miele ist vielfältig und interessant. In allen Bereichen sind Fachleute gefragt, junge Talente ebenso wie erfahrene Spezialisten. Diese Begabungen und Eignungen gilt es auszumachen, zu gewinnen und zu fördern.

Miele ist bestrebt, sich schon bei jungen Menschen als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Dazu beteiligt sich das Unternehmen an unterschiedlichen Initiativen, wie etwa Projekten zur Gewinnung von Frauen für mathematisch-naturwissenschaftlich geprägte Berufe (MINT-Initiative). Darüber hinaus verfolgt das Unternehmen zahlreiche Maßnahmen, um potenzielle Nachwuchskräfte vor Eintritt in eine Ausbildung oder ein Studium auf Miele und die vielfältigen Möglichkeiten, die das Unternehmen motivierten und engagierten Arbeitnehmern bietet, aufmerksam zu machen. Beispiele sind der „Girl's Day“ für Schülerinnen oder die Kooperation mit Hochschulen. (► mehr zur Nachwuchsförderung online)

Alternsgerechte Lernsysteme und entsprechende Arbeitsumfelder gewinnen angesichts der Demografieentwicklung zunehmend an Bedeutung. Miele stellt sich diesem Thema mit neuen Ansätzen. Dazu wird 2013 ein Demografiemanagement mit dem Schwerpunkt erarbeitet, die Fachkompetenzen zu erhalten und auszubauen. Es zielt auf den Erhalt der Arbeitsfähigkeit und damit auch auf Aspekte des altersgerechten Lernens.

Vielfältige Möglichkeiten zum Berufseinstieg

► Ausbildung

Miele bietet seinen Auszubildenden eine systematische und vielfältige berufliche Grundbildung in 35 unterschiedlichen Ausbildungsberufen und dualen Studiengängen. Deren Qualität wird bei den jährlichen Bestenrungen der Industrie- und Handelskammern deutlich, wo regelmäßig Miele-Azubis vertreten sind. Insgesamt 26 „Kammerbeste“ gab es in den Geschäftsjahren 2010/2011 und 2011/2012, außerdem zwei Landesbeste (Ausbildung zum Elektroanlagenmonteur) im November 2011.

Im Geschäftsjahr 2011/2012 betrug der Anteil der Auszubildenden an der deutschen Gesamtbelegschaft 4,8 Prozent (2010/2011: 4,9 Prozent). Der Anteil der weiblichen Auszubildenden in den technischen Berufen in Deutschland stieg auf 12,1 Prozent (2010/2011: 11,1 Prozent). Um der Internationalität von Miele gerecht zu werden, wurden die Auslandseinsätze der jungen Mitarbeiter in Länge und Häufigkeit ausgebaut. Allen jungen Berufsanfängern, die ihre Ausbildung im Geschäftsjahr 2011/2012 beendeten, konnte ein Arbeitsverhältnis angeboten werden. Zum 1. September 2012 waren insgesamt 496 Auszubildende bei Miele beschäftigt.

► Duale Studiengänge

Seit 1995 beteiligt sich Miele im kaufmännischen wie im technischen Bereich an dualen Studiengängen, die Studien- und Praxismodule miteinander kombinieren und neben dem Studien- oft zusätzlich einen Berufsabschluss beinhalten. Seit 1995 gab es insgesamt 143 Absolventen, die mit dieser Ausbildung eine optimale Voraussetzung für einen erfolgreichen Karrierestart geschaffen haben.

► Einstieg für Hochschulabsolventen

Vor allem Nachwuchingenieure werden auch bei Miele dringend gesucht. Gefragt sind besonders Absolventen aus den Bereichen Maschinenbau oder Elektrotechnik.

Neben dem Direkteinstieg nach dem Studium und einem Programm zum Erreichen des Bachelor-Abschlusses gibt es vier spezielle Einstiegsprogramme: das Master@Miele-Programm (zur berufsbegleitenden Vorbereitung auf den Master-Abschluss), ein Programm für den Einstieg in den Vertrieb, das bewährte Trainee-Programm sowie den Einstieg als Assistenz der Werkleitung. (► mehr zu Einstiegsprogrammen für Hochschulabsolventen online)

Weiterbildung und Personalentwicklung

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



Auszubildende im Werk Euskirchen

Personalentwicklung und Weiterbildung. Ziel ist es, die Leistungs- und Beschäftigungsfähigkeit einer im Durchschnitt zumindest in Europa älter werdenden Belegschaft zu sichern. Unter Berücksichtigung individueller Kompetenzen und vor dem Hintergrund der Vielfalt der Belegschaft rücken insbesondere Aspekte der internationalen Zusammenarbeit bei Miele stärker in den Fokus.

Somit bedeutet Personalentwicklung bei Miele insbesondere

- Systematische Weiterbildung und Förderung von Fach- und Führungskräften aus den eigenen Reihen
- Kontinuierlicher Auf- und Ausbau eines internationalen Talentmanagements
- Zielgerichtete Qualifizierungsmaßnahmen für spezielle Zielgruppen

Im Geschäftsjahr 2011/2012 investierte Miele knapp 16,4 Millionen Euro in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter. Jeder Mitarbeiter wurde durchschnittlich 8,4 Stunden weitergebildet.

Systematische Qualifizierung und Förderung

Im jährlich stattfindenden Mitarbeitergespräch werden u. a. Möglichkeiten der Weiterbildung diskutiert. (► mehr zu Personalentwicklungsmaßnahmen für spezielle Zielgruppen online)

► Bedarfsorientiert: In- und externe Weiterbildung

Das Ziel der bedarfsorientierten Weiterbildung ist es, im Sinne der Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit Miele-spezifische Veranstaltungen inhouse zu organisieren. Im Geschäftsjahr 2010/2011 fanden demnach 74 Prozent aller Teilnahmen intern statt. Zusätzlich können Mitarbeiter sich

im Rahmen der externen Weiterbildung in ihren Spezialgebieten auch durch Veranstaltungen außer Haus weiterbilden.

► Angebotsorientiert: Offene Weiterbildung

Das offene Weiterbildungsprogramm bildet seit 40 Jahren eine weitere wichtige Säule der Weiterbildung. Im Gegensatz zur internen/externen Weiterbildung finden diese Veranstaltungen in der Freizeit der Mitarbeiter statt, finanziert von Miele. Die Palette reicht von IT-Themen über Fremdsprachen bis hin zu Fahrsicherheitstrainings.

Auch persönliche berufliche Weiterbildung durch anerkannte berufsbegleitende Fortbildungen und Studiengänge wird finanziell unterstützt. 48 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben dieses Angebot in den Geschäftsjahren 2010/2011 und 2011/2012 in Anspruch genommen.



► Personalentwicklungsmaßnahmen für spezielle Zielgruppen



Vom Mitarbeitergespräch bis zur Nutzenauswertung: Der Prozess der Weiterbildung ist bei Miele standardisiert. Eine Unterstützung dabei: Im Berichtszeitraum wurde die bis dato eingesetzte Software SAP-Veranstaltungsmanagement abgelöst von einem Learning Management System (LMS): Das LMS ermöglicht die Planung, Administration und Dokumentation von Weiterbildungsmaßnahmen und dient den Mitarbeitern weltweit als Informationsplattform und als E-Learning-Tool für Aus- und Weiterbildung.



► mintrelation.de



► Nachwuchsförderung

► miele.de/de/jobs/

► Einstiegsprogramme für Hochschulabsolventen



► Aus- und Weiterbildung, S. 26

Vernetzung und unternehmensweites Lernen

Im Sommer 2012 fand das jährliche internationale „Symposium Wettbewerbsfähigkeit“ zum 7. Mal statt. Zweck des Symposiums ist in erster Linie der Informationsaustausch zwischen Führungs- und Nachwuchskräften. Sie kommen aus überwiegend technischen Fachbereichen der deutschen und internationalen Miele-Werke nach Gütersloh, um sich zu „Best-practice“-Lösungen und innovativen Konzepten auszutauschen und die Übertragbarkeit auf andere Standorte zu diskutieren. Wichtiger Aspekt dabei ist die Vernetzung vorhandenen Fach- und Erfahrungswissens der Miele-Experten.

Im Jahr 2011 stand das Thema Nachhaltigkeit im Mittelpunkt des Symposiums. In der anschließenden Evaluation zeigte sich, dass dieses Thema für 72 Prozent der Teilnehmer „sehr wichtig“ oder „wichtig“ ist, und zwar entlang der gesamten Prozesskette. (► mehr Zahlen zur Aus- und Weiterbildung in den „Daten & Fakten“)

Ausblick und Ziele

Durch die Internationalität des Unternehmens werden die Weichen für eine internationalere Ausrichtung aller Talentmanagementprozesse gestellt. So werden zukünftige Trainees nicht mehr überwiegend deutscher Nationalität sein, sondern auch aus anderen Ländern kommen.

Eine wichtige Zielgruppe für die Personalentwicklung bilden die erfahrenen Mitarbeiter – das Durchschnittsalter der Miele-Mitarbeiter liegt bei 46,1 Jahren. Dies erfordert altersgerechte Qualifizierung und Förderung mit hoher Flexibilität der Lernmöglichkeiten. Das neu zu entwickelnde Demografiemanagement wird hier zielgerichtete Maßnahmen aufzeigen.

Das Projekt „Microsoft-Platform-Strategy“ wird eine große Rolle in der Personalentwicklungsarbeit der nächsten zwei Jahre einnehmen. Weltweit werden etwa 12.000 Anwender sukzessive auf eine neue Arbeitsumgebung mit neuer Software vorbereitet und umgestellt.



VOR ORT: PERSONALENTWICKLUNG

„Gleiche Chancen ohne Quote“

Sabine Kumlehn, Jahrgang 1965, begann ihre berufliche Laufbahn 1990 als Trainee bei Miele. Seit 2000 leitet die Diplom-Kauffrau die Personalentwicklung – und ist in dieser Funktion auch für das weltweite Talentmanagement der Miele Gruppe verantwortlich.

Frau Kumlehn, wie haben Sie als Frau das Unternehmen Miele wahrgenommen, als sie in Gütersloh gestartet sind?

Kumlehn: Auf Miele als Arbeitgeber bin ich das erste Mal durch einen Bericht einer BWL-Absolventin gestoßen, die im Uni-Magazin ihre Erfahrungen als Miele-Trainee beschrieben hatte. In meinem eigenen Durchgang gab es dann drei männliche und drei weibliche Trainees. Auch später hatte ich nie das Gefühl, einer kleinen Minderheit anzugehören, obwohl weibliche Führungskräfte zunächst rar gesät waren.

Und wie ist es heute?

Frauen mit Hochschulabschluss und/oder Führungsverantwortung sind auch in den technischen Disziplinen bei Miele längst selbstverständlich und weiter auf dem Vormarsch. Vielfalt und Chancengleichheit bei Einstellung und Beförderung sind für Miele betriebswirtschaftlich unverzichtbar, Stichwort Fachkräftemangel. Heterogenität, nicht nur mit Blick auf die Geschlechter, bereichert ein Unternehmen, macht es kreativer und stärker. Dies ist Konsens bei Miele und als Thema im Unternehmen sehr präsent. Es gibt engagierte Diskussionen, die Zahlen liegen auf dem Tisch.

Wie sehen die Zahlen denn aus?

Aktuell liegt der Anteil weiblicher Führungskräfte zwischen 8 und 9 Prozent. Das ist für ein deutsches Produktionsunternehmen unseres Zuschnitts kein schlechter Wert, aber natürlich ausbaufähig. Hier sind wir auf einem guten Weg.

Und wie sieht dieser Weg aus? Mit guten 8 Prozent Frauen im Management liegt Miele weit unter dem, was derzeit im Zusammenhang mit gesetzlichen Frauenquoten diskutiert wird.

Zu nachhaltig mehr weiblicher Präsenz in Führungspositionen gelangen auch wir nur über nachhaltige Personalentwicklung, angefangen zum Beispiel bei den Einstiegsprogrammen für die Uni- und FH-Absolventen. Hier beträgt unser Frauenanteil, ebenso wie in der speziellen Förderung unserer High Potentials, fast 40 Prozent. Bis hoch qualifizierte Einsteigerinnen in den oberen Führungsebenen ankommen können, vergehen aber naturgemäß erst einmal ein paar Jahre.

Also keine Frauenquote bei Miele?

Nein, sondern die unvoreingenommene Suche nach dem am besten geeigneten Kandidaten für den jeweiligen Job – und zwar unabhängig von Herkunft, Alter und Geschlecht. Wird dieser Anspruch ernsthaft verfolgt, wird das Führungsteam automa-

tisch weiblicher. Davon bin ich überzeugt und das ist bei Miele auch so erwünscht.

Theoretisch klingt das einleuchtend. Doch funktioniert es auch in der Praxis?

Daran arbeiten wir. Die Gesetzeslage gebietet Chancengleichheit und bei Miele hat die Einhaltung von Gesetzen oberste Priorität. Auch die Haltung der Geschäftsleitung ist eindeutig. Ein emotionales Hemmnis mag bisweilen die unterschwellige Neigung mancher sein, sich Mitarbeiter nach eigenem Vorbild auszusuchen, anstatt komplementäre Teams zu formen, nach dem Motto „Hans sucht Hänschen“. Diesem Phänomen begegnen wir mit Aufklärung und proaktiv in der Qualifizierung unserer Führungskräfte. Ich beobachte aber auch, dass Väter studierender Töchter einen ganz anderen Blick auf dieses Thema entwickeln. Das ist ein spannender Prozess.

Als größter Karrierekiller für Frauen wird oft die Familie bezeichnet. Gilt das auch bei Miele?

Wir ermuntern unsere werdenden Mütter, ihre Karrierepläne nicht voreilig aufzugeben, und bestärken sie in der Gewissheit, weiterhin auf sie zu setzen. Während der Elternzeit halten wir Kontakt. Danach bieten wir individuelle und sehr flexible Gleit- und Teilzeillösungen, bei Bedarf auch mit Home-Office-Komponenten, und helfen, Kinderbetreuung und gegebenenfalls auch Pflege von Angehörigen zu organisieren. Ebenso wichtig sind Mentoring-Projekte und Vorbilder, von denen es auch bei Miele mittlerweile eine ganze Reihe gibt. Natürlich sind auch die Väter gefordert, aber das ist derzeit noch eher gesellschaftliche als arbeitsorganisatorische Herausforderung.

Die Führungsriege der Personalentwicklung von Miele ist fast komplett weiblich. Ist das eine gute Nachricht für die Frauen im Unternehmen?

Es ist eine gute Nachricht für die Frauen und die Männer.



Sabine Kumlehn, Leiterin der Personalentwicklung

Vielfalt und Chancengleichheit

Bei Miele gelten Chancengleichheit und Wertschätzung für alle Mitarbeiter und Bewerber gleichermaßen – unabhängig von Nationalität, Hautfarbe, Geschlecht, Religion, sexueller Orientierung oder einer etwaigen körperlichen Beeinträchtigung. Dies ist ein Gebot von Recht und Anstand, aber auch der ökonomischen Vernunft, denn Miele fertigt Haus- und Gewerbegeräte für Menschen in aller Welt. Dafür braucht das Unternehmen Internationalität und Vielfalt auch in der Belegschaft.

2012

Unterzeichnung der Charta der Vielfalt

Die Vielfalt im Unternehmen und die damit verbundene Chancengleichheit sind für Miele tragende Werte der gelebten Unternehmenskultur. Eine Ausweitung dieser Vielfalt trägt dazu bei, die Leistungsfähigkeit des Unternehmens zu erhalten und im Hinblick auf die weitere Internationalisierung zu steigern. Je vielfältiger die Belegschaft eines weltweit operierenden Unternehmens wie Miele aufgestellt ist, desto besser sind dessen Zukunftsaussichten im globalen Wettbewerb. Ziel ist es, überall im Unternehmen das Bewusstsein dafür zu schärfen, welches Potenzial in der Vielfalt von Lebens- und Berufserfahrung, Sichtweisen und Werten liegt. Die Zertifizierung nach SA8000 und die Unterzeichnung der Charta der Vielfalt im Jahr 2012 signalisieren diese Haltung auch nach außen.

Dazu einige Zahlen: Im Geschäftsjahr 2011/2012 besaßen 5 Prozent der Mitarbeiter in Deutschland eine andere als die deutsche Staatsbürgerschaft. Der Anteil an Mitarbeitern mit Behinderung in Deutschland betrug ebenfalls 5 Prozent. (► alle Zahlen in den „Daten & Fakten“)

Frauen in Führungspositionen

Im Geschäftsjahr 2011/2012 betrug der Anteil der Frauen an der Gesamtbelegschaft in Deutschland 23,2 Prozent. Der Anteil der Frauen an Führungspositionen (Geschäftsleitung, Prokuristen, Hand-

lungsbevollmächtigte) belief sich auf 8,1 Prozent (2010/2011: 8,4 Prozent). Es ist erklärtes Ziel der Personalpolitik, die Anzahl von Frauen in Führungspositionen zu erhöhen. Eine Frauenquote zur Umsetzung hält Miele nicht für förderlich. Zur Wahrung förmlicher Chancengleichheit folgt Miele dem Ziel, für jede zu besetzende Führungsposition den am besten geeigneten Kandidaten zu gewinnen, und zwar unabhängig vom Geschlecht. Eine verbindlich formulierte Frauenquote würde demgegenüber umgekehrte Diskriminierung sowie Verunglimpfungen erfolgreicher Frauen als „Quotenfrauen“ begünstigen.

Unter Wahrung der Gleichbehandlung ist angestrebt, den Frauenanteil unter den hoch qualifizierten Neuzugängen zu erhöhen. Potenzialträgerinnen werden gezielt ermuntert und dabei gefördert, sich ambitionierte berufliche Ziele zu setzen und diese über etwaige Familienphasen hinaus weiterzuerfolgen.

Ein Beitrag zur Unterstützung von Frauen: Miele bietet familienfreundliche Arbeitsbedingungen, etwa im Sinne flexibler Teilzeitmodelle mit Home-Office-Komponenten oder gezielter Beratung zu Kinderbetreuung und Fragen der Pflege („Eldercare“, siehe unten).

Die gezielte Entwicklung von Mitarbeiterinnen für Führungsaufgaben wird unterstützt durch die Teilnahme am Cross-Mentoring-Programm, das von der EU gefördert wird. Hierbei kommen Mentor und Mentee aus unterschiedlichen Unternehmen und stehen für zunächst ein Jahr in regelmäßigem Kontakt. (► mehr zum Cross-Mentoring-Programm online)

Im Berichtszeitraum gab es drei Beschwerden bezüglich der Gleichstellung von Frauen und Männern. Diese sind entsprechend der Gesamtbetriebsvereinbarung analysiert, bewertet und aufgearbeitet worden.

Da die Entlohnung gemäß der Bewertung der Arbeitsaufgabe nach Entgelttarifvertrag bzw. -abkommen erfolgt, gibt es keine Unterschiede in der Entlohnung von Frauen und Männern.

Im Frühjahr 2012 fand eine Befragung von etwa 100 weiblichen Führungskräften, Ingenieurinnen und weiblichen Talenten statt mit dem Ziel, den Bedarf an zukünftiger Frauenförderung zu ermitteln.

110 Väter

nahmen 2011/2012 an den deutschen Standorten Elternzeit

Befragung und anschließende Diskussion haben gezeigt, dass die bereits bestehenden Angebote und Maßnahmen sehr positiv gesehen werden. Dazu zählen Maßnahmen zur Talenterkennung und -entwicklung sowie Angebote zur Unterstützung der Work-Life-Balance. So meinen 94 Prozent der befragten Frauen, dass Mitarbeiter bei Miele Wertschätzung erfahren – unabhängig vom Geschlecht. Ebenso viele bestätigen, dass im Unternehmen Frauen ebenso wie Männer respektvoll behandelt werden. Andere Ergebnisse zeigen, dass noch Potenzial in der Frauenförderung liegt: Um dieses Potenzial zu nutzen, startet 2013 das dreijährige Projekt „Diversity: Fokus Frauen“.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf

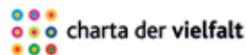
Um seinen Mitarbeitern eine ausgeglichene Work-Life-Balance zu ermöglichen und gleichzeitig auch den Produktionsanforderungen gerecht zu werden, bietet Miele flexible Arbeitszeitmodelle. Teil-

oder Vollzeit sind in verschiedenen Ausprägungen möglich; zudem gibt es flexible Schichtsysteme oder das Angebot der Altersteilzeit für ältere Mitarbeiter. Die Lösungen sind auf den betrieblichen und den persönlichen Bedarf des Einzelnen abgestimmt.

In den Vertriebsgesellschaften existieren ähnliche Angebote. In Norwegen beispielsweise bietet das „Senior Programme“ Mitarbeitern über 55 Jahren spezielle Arbeitsmodelle wie Teilzeit oder die Tätigkeit im Home-Office.

Im Berichtszeitraum wurde eine Kooperation mit dem PME-Familienservice eingeführt, der Mitarbeiter darin unterstützt, Beruf und Privatleben erfolgreich miteinander zu verbinden.

Mehrere Maßnahmen fanden bereits Umsetzung und wurden von den Beschäftigten und ihren Familien gut angenommen. In Kooperation mit einer standortnahen Kindertagesstätte in Gütersloh wurden acht Betreuungsplätze für Kinder unter drei Jahren geschaffen. Zusätzlich gibt es eine Notfallbetreuung, die zum Beispiel bei Ausfall der Tagesmutter oder Dienstreisen in Anspruch genommen werden kann. Gleichzeitig richtete Miele über PME ein Beratungs- und



► Cross-Mentoring-Programm



► Vielfalt und Chancengleichheit, S. 27–28



Ferienbetreuung auf dem Bauernhof

Arbeitssicherheit und Gesundheit

Vermittlungsangebot zu den Themen Kinderbetreuung und Eldercare/Pflege Angehöriger ein, das auf viel Interesse stieß.

Erstmals überhaupt wurde am Standort Gütersloh im Geschäftsjahr 2012/2013 eine einwöchige Ferienbetreuung in den Sommerferien angeboten. Die Resonanz war so groß, dass die Anzahl der angebotenen Plätze von den geplanten zwölf auf 24 verdoppelt wurde. Die Kinder im Alter zwischen sechs und zwölf Jahren verbrachten eine Woche lang bei kompetenter Betreuung spannende Tage auf einem Bauernhof – ohne Abholstress für die Eltern, dank Transfer mit dem Miele-Bus.

2011/2012 betrug der Anteil an Beschäftigten mit Gleitzeitregelungen in Deutschland 46 Prozent. 55 Mitarbeiter wechselten im gleichen Zeitraum in die Altersteilzeit. Damit ist die Quote auf 6,7 Prozent gesunken (2010/2011: 7,5 Prozent). 229 Mitarbeiter befanden sich 2011/2012 in Elternzeit, davon waren 110 Männer. Im Jahr davor waren es 84 Väter, die Elternzeit nahmen (von 205 Eltern insgesamt) – zumeist allerdings eher nur über einen kurzen Zeitraum von einigen Wochen oder Monaten.

Ausblick und Ziele

Mit Beginn des Geschäftsjahres 2012/2013 werden die Beratungs- und Vermittlungsdienstleistungen im Bereich Kinderbetreuung und Eldercare deutschlandweit ausgeweitet und intensiviert, um individueller auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter vor Ort eingehen zu können. Weitere Werke und auch die Vertriebszentren werden in das Angebot eingebunden.

Mitarbeitern in Elternzeit wird im Laufe des Geschäftsjahres 2012/2013 ein Zugriff auf ausgewählte Seiten des Intranets ermöglicht, beispielsweise auf den internen Stellenmarkt, damit sie während der Auszeit zu Hause nicht völlig vom Geschehen im Unternehmen ausgeschlossen sind.

Im Zuge der Umsetzung der Charta der Vielfalt und der vielen Anregungen aus der Befragung weiblicher Talente wird ein Konzept zum Thema „Diversity Management: Fokus Frauen“ erarbeitet.

Eine gesunde, leistungsfähige Belegschaft ist die Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Produktion und jeden Unternehmenserfolg. Ein durchdachtes, auf Prävention bauendes Gesundheitsmanagement und sichere, altersgerechte Arbeitsplätze tragen zur Motivation bei. Für Miele hat die Förderung der physischen und psychischen Leistungsfähigkeit seiner Mitarbeiter daher einen sehr hohen Stellenwert.

Die Bereiche Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz werden mithilfe des Miele-Managementsystems gesteuert, das den kontinuierlichen Verbesserungsprozess und die regelmäßige Analyse der Unfallentwicklung sicherstellt.

Arbeitssicherheit

Innerhalb der acht deutschen Werke waren im Geschäftsjahr 2011/2012 insgesamt 21 Fachkräfte ausschließlich für Arbeitssicherheit tätig. Zusätzlich wirkten 193 Mitarbeiter neben ihrer hauptberuflichen Tätigkeit als Sicherheitsbeauftragte. (► mehr zur Organisation der Arbeitssicherheit online)

Im Dezember 2011 wurden alle deutschen Standorte sowie die Werke Bürmoos (Österreich),



Ergonomische Hebehilfe im Werk Bielefeld

Uničov (Tschechien) und Braşov (Rumänien) nach OHSAS 18001 zertifiziert. Die Zertifizierung in Dongguan (China) ist für Dezember 2013 geplant. Weitere Maßnahmen im Berichtszeitraum waren die Aktualisierung der Gefährdungsanalysen durch Ergänzen der Risikoanalyse und Risikobewertung sowie die Koordinierung von Fremdmitarbeitern im Hinblick auf die Arbeitssicherheit innerhalb der laufenden Projekte.

Die Anzahl der Arbeitsunfälle je eine Million Arbeitsstunden sank von 12,7 (Geschäftsjahr 2009/2010) auf 11,1 (Geschäftsjahr 2011/2012). Damit liegt Miele weit unter dem von den gewerblichen Berufsgenossenschaften gemeldeten Branchendurchschnitt von 16,5 Prozent (2010). Die Ausfalltage aufgrund eines Arbeitsunfalls sanken um 38 Prozent von 2.716 (2009/2010) auf 1.676 (2011/2012).

Gesundheitsförderung

Präventionsangebote zur Gesundheitsförderung sowie die Angebote zur medizinischen Versorgung bestehen weiterhin in umfassendem Maße. Auch in den Jahren 2011 und 2012 wurden eine Reihe von Vorsorgemaßnahmen durchgeführt, darunter etwa die freiwillige Gripeschutzimpfung.

Ein zunehmend wichtigeres Thema ist die altersgerechte Gestaltung der Arbeitsplätze. Aktuell sind 32 Prozent der Mitarbeiter in Deutschland älter als 50 Jahre, das Durchschnittsalter der Miele-Mitarbeiter liegt bei 46,1 Jahren. Herausforderungen liegen dabei in der ergonomischen, alters- und altersgerechten Gestaltung von Arbeitsplätzen zur Erhaltung der Leistungsfähigkeit der Beschäftigten. (► mehr zur medizinischen Versorgung online)

Im Geschäftsjahr 2012/2013 hat die Personalleitung mit der Entwicklung eines ganzheitlich-proaktiven, also auf Prävention ausgerichteten, Betrieblichen Gesundheitsmanagements begonnen. Gemeint ist ein ganzes Bündel von Maßnahmen, bei denen Themen wie Arbeitsplatzgestaltung und Führungskultur ebenso im Fokus stehen wie Angebote zur Gesundheitsprävention, Wiedereingliederung nach längerer Krankheit und Work-Life-Balance. Dieses Programm wird verbunden mit klaren inhaltlichen Zielsetzungen und



Grippeimpfung im Werk Gütersloh

Verantwortlichkeiten, Qualifizierung von Führungskräften, regelmäßiger Berichterstattung und internem Marketing. Dem hierzu gebildeten Lenkungsausschuss gehören unter anderem der Geschäftsführer Technik und der Leiter der Zentralfunktion Personal an. (► mehr zu Präventionsangeboten zur Gesundheitsförderung online)

Ausblick und Ziele

Oberstes Ziel im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheit ist die Gewährleistung höchstmöglicher Sicherheit am Arbeitsplatz, um auch in Zukunft die Zahl der Arbeitsunfälle und Ausfalltage noch weiter zu reduzieren. Bis zum Ende des Geschäftsjahres 2013/2014 soll die Verletzungshäufigkeit (ohne Wegeunfälle) gegenüber 2011/2012 um 10 Prozent reduziert werden. Im Rahmen dessen wird die Zertifizierung nach OHSAS 18001 werkübergreifend als Matrix-zertifizierung ausgebaut. Zudem soll die Gesundheitsförderung weiter verbessert und die altersgerechte Arbeitsplatzgestaltung optimiert werden. Dazu wird bis Mitte 2014 das betriebliche Gesundheitsmanagement ausgebaut.



► Organisation der Arbeitssicherheit



► Präventionsangebote zur Gesundheitsförderung

► Medizinische Versorgung



► Arbeitssicherheit, S. 28–29



Knabenchor Gütersloh

6 Miele in der Gesellschaft

Bildung, Erziehung und Kultur: Dies sind wesentliche Säulen des gesellschaftlichen Engagements des Unternehmens Miele und der gleichnamigen Stiftung. Beiden gemeinsam ist zudem die Fokussierung auf junge Menschen im Umfeld der Standorte. Nachhaltiges Engagement bedeutet für Miele insbesondere, dass einmal ausgewählte Projekte dauerhaft unterstützt statt nur mit einer Anschubfinanzierung ausgestattet werden.

Gesellschaftliches Engagement 55

Gesellschaftliches Engagement

Fest verbunden mit der Region – dies gilt nicht nur mit Blick auf den Stammsitz Gütersloh. An allen Standorten versteht sich Miele als aktiver Partner in einem Gemeinwesen, das von der persönlichen Beziehung zu den Menschen vor Ort geprägt wird. Deshalb kommen Spenden und Hilfeleistungen vor allem öffentlichen Einrichtungen und gemeinnützigen Vereinen zugute.

Strategische Ausrichtung

In der im Geschäftsjahr 2011/2012 erarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens wurde im Handlungsfeld Gesellschaft die Aufgabe klar definiert: Im Mittelpunkt steht die Förderung eines intakten und attraktiven Gemeinwesens an den Miele-Standorten.

Im Fokus stehen hierbei vor allem junge Menschen und ihre Bildungs- und Lebenschancen, also die Generation, die Zukunft gestaltet, möglicherweise auch Mitarbeiter von morgen. Der zweite wesentliche Aktionsradius erstreckt sich im Bereich Kunst und Kultur für Menschen aller Altersgruppen. Hier lässt sich durch ein Engagement die Attraktivität der Standorte steigern und den Menschen in der Region etwas zurückgeben.

Erreichtes

Die Stiftung, 1974 mit einem Kapital von 1 Million D-Mark gegründet, verfolgt als Stiftungszweck die Förderung des Gemeinwohls der Stadt Gütersloh. Kinder und Kultur stehen bei ihr im Mittelpunkt, bei den geförderten Projekten idealerweise auch in Verbindung. So unterstützt die Stiftung etwa regelmäßig den Gütersloher Knabenchor und in 2010 einmalig die Kreismusikschule Gütersloh bei einer Musicalproduktion. Die Westfälische Kammerphilharmonie, ein renommiertes Orchester, wird kontinuierlich gefördert. Schon seit 1976 finanziert die Stiftung die Gütersloher Ferienspiele für Kinder von 5–17 Jahren, um die Oster- und vor allem die langen Sommerferien etwas abwechslungsreicher zu gestalten. Seit 2006 wird in einem Kindergarten vor Ort die Hochbegabtenförderung unterstützt. Das im Nachhaltigkeitsbericht 2011 beschriebene

Projekt „Integration durch Sport“ wurde in 2011 erfolgreich fortgeführt.

Das Unternehmen Miele selbst unterstützt traditionell regionale gemeinnützige Einrichtungen mit einer Weihnachtsspende – ein großer Anteil am Spendenaufkommen, das sich verteilt auf den sportlichen, kulturellen und wohltätigen Bereich. Kinder und Jugendliche stehen oft im Fokus, so erhalten beispielsweise Gütersloher Kindergärten eine jährliche Spende.

Ergänzend setzt das Unternehmen den Schwerpunkt in der Bildung. Auch unter dem Aspekt der Nachwuchsgewinnung investiert Miele eine größere Summe in die Unterstützung von Stipendien ingenieurwissenschaftlicher Studiengänge im Rahmen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung initiierten Deutschlandstipendiums. Neben dem Studienfonds Ostwestfalen, der bereits seit 2007 gefördert wird, und der RWTH Aachen (seit 2009) wurde 2011 die TU Darmstadt neu aufgenommen. Insgesamt 25 Studierende werden inzwischen von Miele gefördert. Die drei jungen Frauen und 22 Männer mussten neben außerordentlichen Leistungen und Begabung auch eigenes gesellschaftliches Engagement nachweisen, um die Stipendien zu erhalten.

Insgesamt 207.000 Euro hat das Unternehmen im Geschäftsjahr 2011/2012 aufgewendet. Die Miele Stiftung weist im Kalenderjahr 2012 rund 100.000 Euro an Ausgaben aus (2011: 132.000 Euro). (► Übersicht der Spendenentwicklung siehe „Daten & Fakten“)



► Gesellschaft, S. 30

Lokales Engagement weltweit

Die Aktivitäten der internationalen Miele Vertriebsgesellschaften (VG) sind vielfältig, da diese eigenständig über ihr Engagement entscheiden. Die Konzepte sind jedoch ähnlich dem der Muttergesellschaft in Deutschland oft standortverbunden oder wohltätiger Natur. So unterstützt die Vertriebsgesellschaft USA diverse karitative Einrichtungen für Kinder, Alte, Kranke und Bedürftige.

Miele Australien verabschiedete in 2010 eine Spendenpolitik, nach der Wohltätigkeitsorganisationen unterstützt werden. Zudem gründeten Mitarbeiter 2011 ein Fundraising-Komitee zur



Foto: Neue Westfälische, Gütersloh

Ferienkicker von 1976: Im Rahmen der damals noch jungen Ferienspiele lernten Gütersloher Jugendliche das Einmaleins des Fußballspielens. Dazu waren acht bekannte heimische Fußballtrainer auf unterschiedlichen Fußballplätzen im Einsatz. Das war damals sogar der Lokalzeitung einen eigenen Bericht wert.

Spendenbeschaffung. Durch diverse Aktionen innerhalb der VG kamen so 2011/2012 in den Vertriebsgesellschaften Australien und Neuseeland über 9.400 Euro zusammen, die verschiedenen renommierten Wohltätigkeitsorganisationen gespendet wurden.

In Japan entschied sich die Vertriebsgesellschaft für die Förderung von Kultur und Sport.

In Spanien dagegen lag der Schwerpunkt im Umweltschutz. Dort gab es bei zwei Projekten eine Zusammenarbeit mit dem WWF: ein Wiederaufforstungsprogramm in Nordspanien und ein Zuchtprogramm für Braunbären.

Einen besonderen Weg gingen die Niederländer. Neben größeren Projekten und Kooperationen stellten sie ihren Mitarbeitern für zehn von ihnen ausgewählte Initiativen jeweils 1.500 Euro zur Verfügung. Einzige Voraussetzung: Die Projekte mussten aus den Bereichen Bildung, Gesundheit/Ernährung, Sport stammen.

Ausblick und Ziele

Im Geschäftsjahr 2012/2013 wird eine weltweit gültige Spendenrichtlinie mit verbindlicher Wirkung für alle Werke und Vertriebsgesellschaften erarbeitet und kommuniziert.

Zudem werden ab 2012 weltweit alle getätigten Spenden zentral erfasst. Ebenso werden ab 2012 alle Aktivitäten und Projekte im Bereich Gesellschaftliches Engagement erfasst und ausgewertet.

Das Geschäftsjahr 2012/2013 steht im Zeichen der Fortführung bestehenden Engagements. Neue Projekte größeren Umfangs sind bisher weder zugesagt noch geplant. Die bisherige Politik des dauerhaften, gemeinwohlorientierten Engagements an den Standorten wird weiterhin umgesetzt. Ebenso wird die Förderung der Stipendien im nächsten Geschäftsjahr fortgeführt.



Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass die **Miele & Cie. KG** ihren Bericht „Denken in Generationen, Nachhaltigkeitsbericht 2013“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene A erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3 Richtlinien aufzeigt. Für die Methode siehe www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 14. Februar 2013

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nelmara Arbex".

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierte Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfaden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. www.globalreporting.org

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 12. Februar 2013. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

Impressum

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

Redaktion und Projektkoordination:
Ursula Wilms, Miele & Cie. KG

Daten- und Projektmanagement:
Sebastian Wegener, Miele & Cie. KG

Konzeptionelle Beratung:
Schlange & Co. GmbH, Hamburg

Grafik und Layout:
Büro für Grafische Gestaltung, Kerstin Schröder, Bielefeld

Fotografie:
Christian Ring, Bielefeld

Druck:
Neef + Stumme GmbH & Co. KG, Wittingen
Druck auf FSC®-zertifiziertem Recycling-Papier

fsc_Logo

Verantwortlich für den Inhalt:
Carsten Prudent, Miele & Cie. KG

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-nachhaltigkeit.de
www.miele-presse.de

Der Miele Nachhaltigkeitsbericht 2013 und die ihn ergänzenden
Daten & Fakten liegen auch in englischer Sprache vor.



Daten & Fakten

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2013



Zu diesem Bericht

Die vorliegenden „Daten & Fakten“ stellen eine Ergänzung zur Print- und Onlineversion des Nachhaltigkeitsberichtes 2013 des Unternehmens Miele dar. Die „Daten & Fakten“ enthalten zum einen die grafische Darstellung relevanter Kennzahlen, zum anderen eine Übersicht zu Zielen und Zielerreichungskontrolle sowie eine Kurzversion des GRI-Indexes und den UN Global Compact Fortschrittsbericht. Eine ausführliche Beantwortung der GRI-Indikatoren kann im Onlinebericht eingesehen werden. Der Bericht entspricht den G3-Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Miele berichtet zu allen GRI-Standardangaben und erfüllt demnach die GRI-Anwendungsebene A. Dies wurde in diesem Jahr erstmals auch von GRI geprüft und bestätigt.

Sofern nicht anders vermerkt, beziehen sich die Angaben in den „Daten & Fakten“ auf die Miele & Cie. KG mit der Tochtergesellschaft imperial Werke oHG. Dies schließt alle deutschen Produktions- und Verwaltungsstandorte sowie die deutsche Vertriebsgesellschaft mit ein. Einbezogen sind zudem ebenfalls die internationalen Produktionsstandorte Bürmoos in Österreich, Uničov in der Tschechischen Republik, Dongguan in China und ab dem Geschäftsjahr 2009/10 auch Braşov in Rumänien. Die Zahlen der internationalen Vertriebsgesellschaften werden in der Datenerfassung bisher nur teilweise berücksichtigt. Der Berichtszeitraum umfasst die Geschäftsjahre 2010/11 und 2011/12. Geschäftsjahresende ist jeweils der 30.06. eines Jahres.

Berechnungsgrundlagen werden, sofern erforderlich, in der Fußnote unter der entsprechenden Grafik erklärt. Auffällige Veränderungen und sonstige Erläuterungen finden sich im Kommentar. Abweichungen bei den Summen in den Tabellen und Grafiken sind auf Rundungen zurückzuführen. Auf geschlechtsspezifische Bezeichnungen wurde zugunsten einer besseren Lesbarkeit verzichtet.

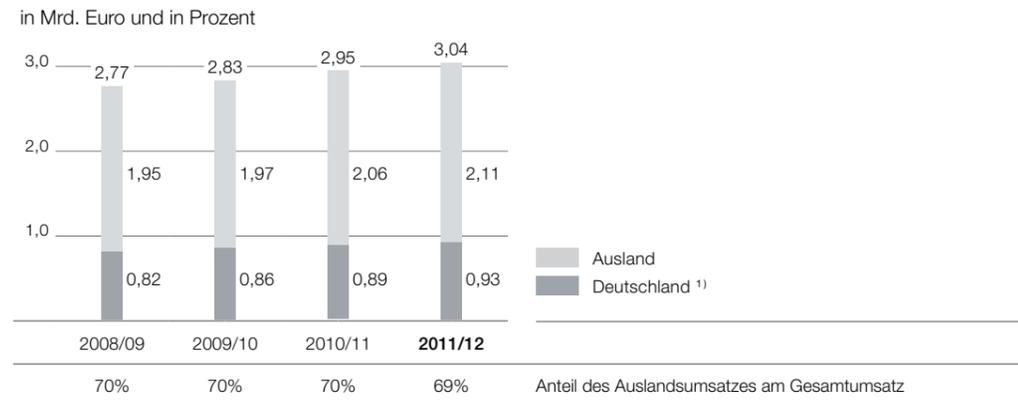
 Vertiefende Informationen im Onlinebericht unter www.miele-nachhaltigkeit.de

KAPITEL	1	Das Unternehmen	4
KAPITEL	2	Strategie und Management	7
KAPITEL	3	Produkte und Lieferkette	10
KAPITEL	4	Umweltschutz an den Standorten	16
KAPITEL	5	Miele und seine Mitarbeiter	24
KAPITEL	6	Miele in der Gesellschaft	30
		Zielerreichungskontrolle	31
		Neue Ziele	34
		GRI Index	36
		UN Global Compact Fortschrittsbericht	39

1 Unternehmen

GRI | 2.8, EC1

Gesamtumsatz Miele

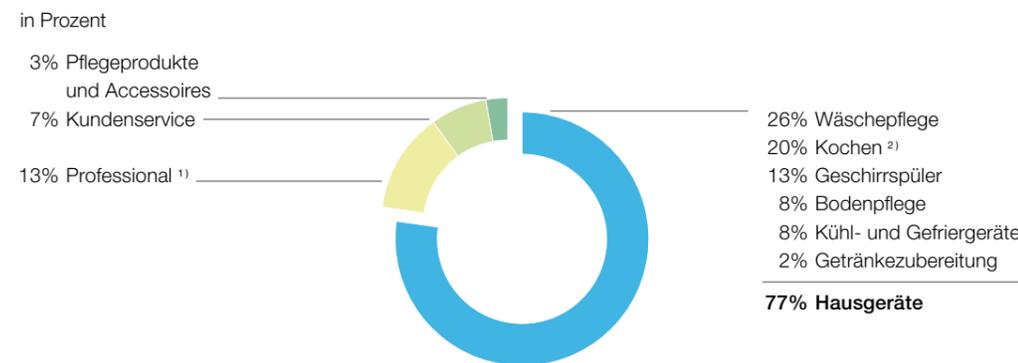


¹⁾ inkl. sonstiger Umsätze

Im Geschäftsjahr 2011/12 überschritt Miele trotz ungünstiger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen mit 3,04 Milliarden Euro Umsatz erstmals die Drei-Milliarden-Schwelle. Das entsprach einem Zuwachs von 91 Millionen Euro oder 3,1 Prozent. Im Geschäftsjahr 2011/12 wuchs der Umsatz auf dem deutschen Markt um 5,5 Prozent und im Ausland um 2,3 Prozent.

GRI | 2.8

Umsatz nach Geschäftsbereichen



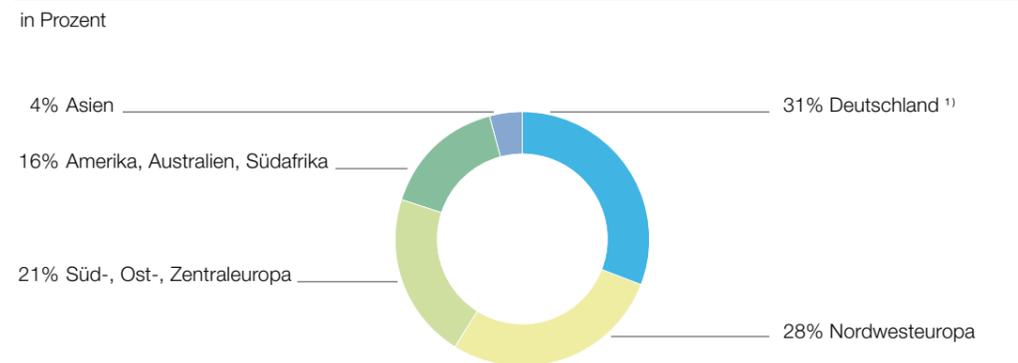
2011/12

¹⁾ Gewerbegeräte, Service und Ersatzteile; ²⁾ u.a. Herde/Backöfen, Dampfgarer, Kochmulden/-felder, Dunstabzugshauben

Mit 77 Prozent haben Hausgeräte den Hauptanteil am Miele-Gesamtumsatz. Im Geschäftsjahr 2011/12 leisteten besonders die Wäschetrockner, Herde/Backöfen, Dampfgarer, Dunstabzugshauben und Kühlgeräte überproportionale Beiträge zum Wachstum. Der Bereich Miele Professional erzielte einen Umsatz von 393 Millionen Euro. Dies entsprach einer Steigerung von 5,9 Prozent und einem Anteil am Miele-Gesamtumsatz von 13 Prozent.

GRI | 2.8

Umsatz nach Regionen



2011/12

¹⁾ inkl. sonstiger Umsätze

Außerhalb Deutschlands erzielte Miele im Geschäftsjahr 2011/12 mit 2,11 Milliarden Euro Umsatz einen Zuwachs von insgesamt 2,3 Prozent. Dabei standen deutlichen Einbrüchen in Ländern Südeuropas erfreuliche Zuwächse im nördlichen Teil Europas gegenüber. Zudem gewannen wichtige Potenzialmärkte wie die USA und Russland im letzten Geschäftsjahr erheblich an Dynamik zurück.

GRI | 2.8

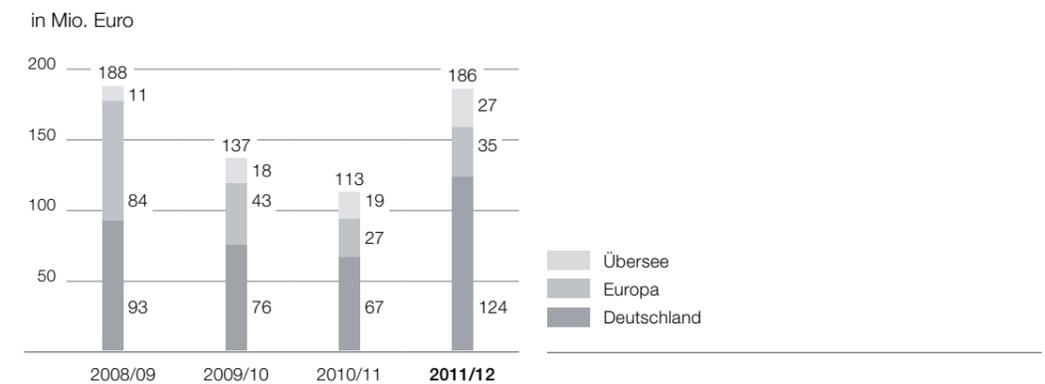
Absatz

Anzahl in Tausend Stück

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
Geschirrspüler	608	600	579	587
Herde/Backöfen	288	275	266	269
Kühl- und Gefriergeräte	353	323	315	306
Staubsauger	2.141	2.049	2.001	2.012
Waschmaschinen	839	822	803	781
Wäschetrockner	345	324	317	338
Weitere ¹⁾	610	556	567	577
Hausgeräte	5.184	4.949	4.848	4.870
Gewerbegeräte	89	85	86	87
Haus- und Gewerbegeräte	5.273	5.034	4.934	4.957

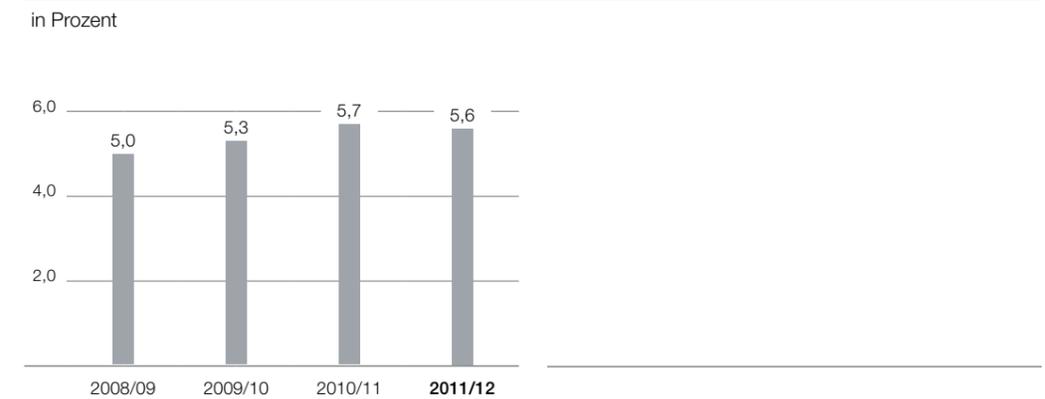
¹⁾ Kochmulden-/felder, Dunstabzugshauben, Dampfgarer, Mikrowellengeräte, Kaffevollautomaten, Wärmeschubladen, Bügelmaschinen

Getätigte Investitionen



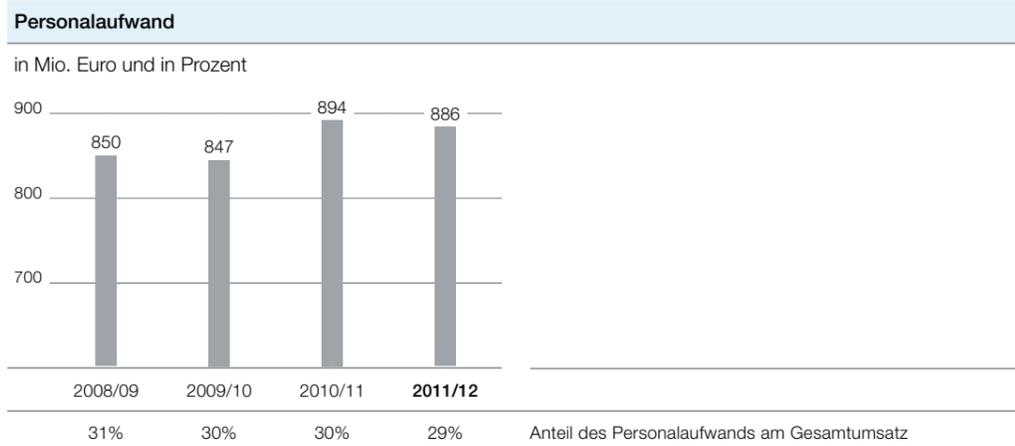
Der signifikante Anstieg der getätigten Investitionen von 113 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2010/11 auf 186 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2011/12 ergab sich vor allem durch den Um- und Ausbau von Fertigungsanlagen. Die Investitionsschwerpunkte im Geschäftsjahr 2010/11 waren die Erweiterung und Modernisierung von Produktionsanlagen in den Werken Bielefeld, Gütersloh und Oelde und der Bau einer neuen Produktionshalle für Großsterilisatoren im österreichischen Werk Bürmoos.

Aufwendungen für Forschung und Entwicklung bezogen auf Gesamtumsatz



Unternehmen

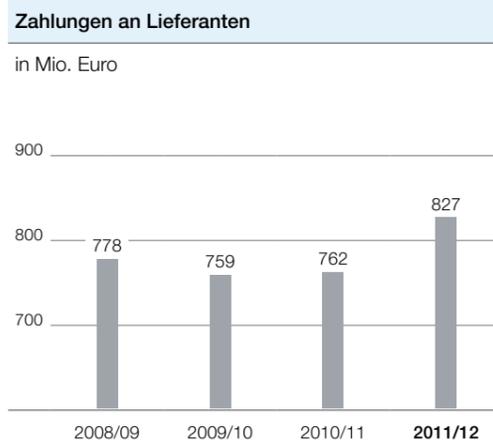
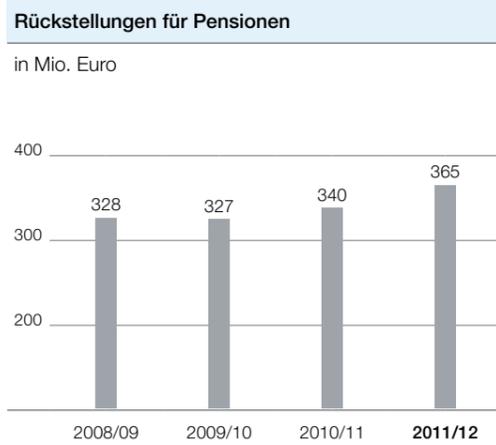
GRI | EC1



Der Personalaufwand erhöhte sich im Geschäftsjahr 2010/11 um 47 Millionen auf 894 Millionen Euro und betrug 886 Millionen Euro im Jahr 2011/12. Gemessen am Gesamtumsatz blieb der Personalaufwand konstant bei rund 30 Prozent.

GRI | EC3

GRI | EC1



Die Erhöhung der Zahlungen an Lieferanten um 65 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2011/12 ist zurückzuführen auf Veränderungen des Produktmixes und auf Materialpreisverteuerungen.

2 Strategie und Management

Integriertes Managementsystem

Nach Qualitäts-, Umwelt- und Sozialstandards zertifizierte Miele-Standorte in 2011/12

Standort	ISO 9001	ISO 13485	ISO 14001	ISO 50001	BS OHSAS 18001	SA8000
Arnsberg	•	–	•	–	•	•
Bielefeld	•	•	•	–	•	•
Braşov (RO)	•	–	•	–	•	•
Bünde	•	–	•	–	•	•
Bürmoos (AU)	•	•	•	–	•	•
Dongguan (CHN)	•	–	–	–	–	–
Euskirchen	•	–	•	–	•	•
Gütersloh	•	•	•	• ¹⁾	•	•
Lehrte	•	–	•	–	•	•
Oelde	•	–	•	–	•	•
Uničov (CZ)	•	–	•	–	•	•
Warendorf	•	–	•	–	•	•

¹⁾ Zertifizierung gilt für Gießerei und spanabhebende Fertigung

Alle Miele-Standorte sind nach der Qualitätsmanagement-Norm ISO 9001 zertifiziert. Alle Standorte bis auf das Werk Dongguan sind im Geschäftsjahr 2011/12 nach ISO 14001 (Umweltmanagement), OHSAS 18001 (Arbeitssicherheit und Gesundheit) und dem Sozialstandard SA8000 zertifiziert. Zertifizierungen des Werkes Dongguan sind gestaffelt geplant, d.h. für ISO 14001 im Geschäftsjahr 2012/13, für OHSAS 18001 im Geschäftsjahr 2013/14 und für SA8000 bis Ende 2015. Die Zertifizierung aller Miele-Standorte gemäß der Energiemanagement-Norm ISO 50001 ist bis zum 30.06.2014 vorgesehen. Die Anwendbarkeit der ISO 13485 für Medizinprodukte beschränkt sich auf die Werke Bielefeld, Bürmoos und Gütersloh.

Audits des integrierten Managementsystems

Anzahl	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
Externe Audits	17	20	30	35
davon ohne bedeutsame Abweichungen	1	4	25	33
davon mit bedeutsamen Abweichungen ¹⁾	16	16	5	2
Interne Audits	71	57	109	92
davon ohne bedeutsame Abweichungen	17	14	92	76
davon mit bedeutsamen Abweichungen ¹⁾	54	43	17	16
Externe und interne Audits	88	77	139	127

¹⁾ Bedeutsame Abweichungen liegen vor, wenn sich Managementsysteme im Auf- oder Umbau befinden und/oder die Systemkonformität gefährdet ist.

Im aktuellen Bilanzierungsbereich ist die Anzahl der externen Audits angestiegen. Dies hängt mit der Einbeziehung der Norm OHSAS 18001 in die Matrix-zertifizierung und mit der Hinzunahme der ISO 50001 für die Gießerei und spanabhebende Fertigung am Standort Gütersloh zusammen. Nur zwei externe Audits zeigten im Geschäftsjahr 2011/12 bedeutsame Abweichungen auf nicht kritischer Basis.

Im Zuge der Neuorganisation und Überarbeitung einzelner Geschäftsprozesse hatte Miele in den Jahren 2008 bis 2010 in den internen Audits einen strengen Bewertungsschlüssel verwendet. Ziel war es, die Systemkonformität zu bewahren und frühzeitig einer Fehlentwicklung entgegenzuwirken. Mit weiterer Etablierung der neu gefassten Abläufe und Realisierung der erweiterten Matrixzertifizierung wurde das Bewertungsverfahren der externen Auditoren auch für die interne Auditierung übernommen. Inzwischen arbeiten das externe und das interne Auditierungsverfahren methodisch deckungsgleich, d.h. mit demselben Bewertungsschlüssel. Am aktuellen Ergebnis wird deutlich, dass in beiden Verfahren eine hohe Anzahl von Audits ohne bedeutsame Abweichungen bewertet wurde.

Die Anzahl entdeckter bedeutsamer Abweichungen im Verhältnis zur Gesamtzahl durchgeführter Audits fällt in den externen Überprüfungen durch den Zertifizierer geringer aus als bei den internen Audits. Die internen Audits, als wichtiger Teil der Matrixzertifizierung, erfüllen, wie die Ergebnislage zeigt, ihren Zweck. Sie verbessern die Ergebnissituation präventiv.

GRI | MA EN,
MA LA, MA HR,
MA PR

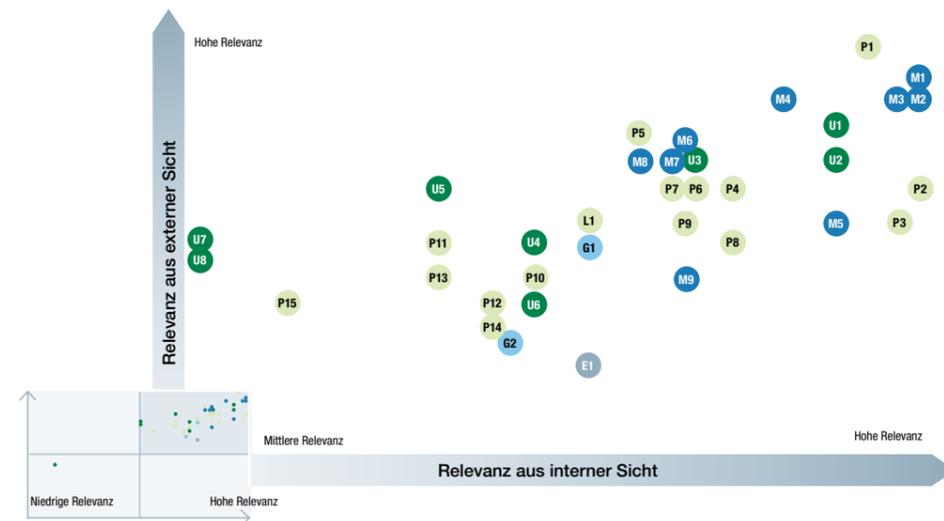
GRI | MA EN,
MA LA, MA HR,
MA PR

Strategie und Management

Stakeholderdialog

GRI | 3.5, 4.17

Materialitätsanalyse



- | | | |
|--|--|---|
| <p>Governance</p> <ul style="list-style-type: none"> G1 CR-Risikomanagement G2 Compliance <p>Prozesse</p> <ul style="list-style-type: none"> U1 Energieeffizienz in der Produktion U2 Klimaschutz U3 Ressourceneffizienz (Materialeinsatz/Abfall) U4 Erneuerbare Energien U5 Transport/Logistik U6 Ressourcenmanagement (Herkunft/Verfügbarkeit) U7 Wasser- und Abwassermanagement U8 Verpackung U9 Biodiversität <p>Lieferkette</p> <ul style="list-style-type: none"> L1 Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette | <p>Produkte</p> <ul style="list-style-type: none"> P1 Verbrauchsoptimierte Produkte P2 Langlebigkeit P3 Schonende Verfahren P4 Einfache Bedienbarkeit/ Universal Design P5 Schadstofffreie Produkte P6 Kundeninformation P7 Produktsicherheit P8 Hygienestandards P9 Lebenszyklusanalysen/ Öko-Fußabdruck P10 Smart-Grid-Technologie P11 Recyclingfähigkeit der Produkte P12 Einsatz von Rezyklaten/ Sekundärrohstoffen P13 Altgeräte-Entsorgung P14 Geringe Geräuschemissionen P15 Updatefähigkeit der Geräte | <p>Mitarbeiter</p> <ul style="list-style-type: none"> M1 Nachwuchsförderung/ Mitarbeitergewinnung M2 Aus- und Weiterbildung M3 Demografischer Wandel/Fachkräftemangel M4 Mitarbeiterzufriedenheit M5 Vereinbarkeit von Familie und Beruf M6 Gesundheitsmanagement M7 Chancengleichheit M8 Arbeitssicherheit M9 Vielfalt <p>Gesellschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> E1 Gesellschaftliches Engagement |
|--|--|---|

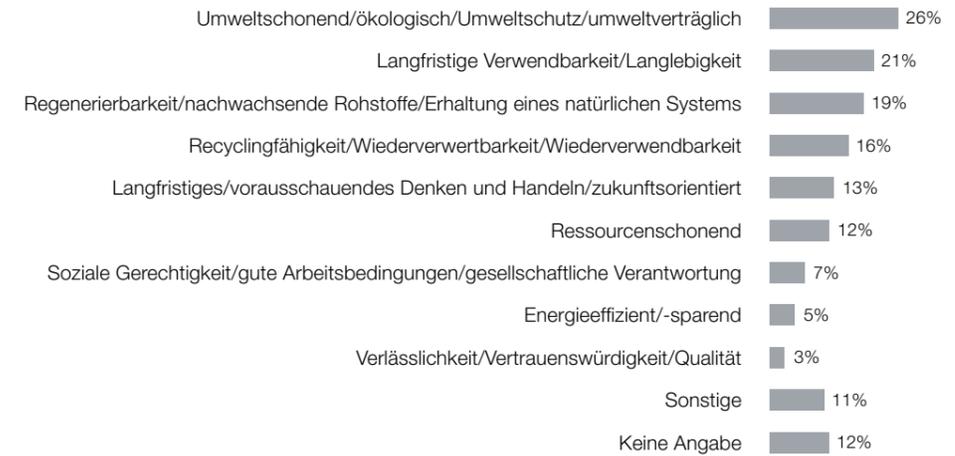
Die Materialitätsanalyse dient zur Identifizierung der wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen. Hierbei wird die Relevanz der Themen aus externer und interner Sicht bewertet. Für die externe Bewertung wurden 22 Experten-Stakeholder aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Handel und Nichtregierungsorganisationen (NGO) befragt. In nachgelagerten Workshops mit Führungskräften, Werkleitern und Experten aus allen relevanten Fachbereichen wie Produktion, Personal, Einkauf, Qualitäts- und Umweltmanagement sowie Distributionslogistik wurde die interne Bewertung vorgenommen. „Verbrauchsoptimierte Produkte“ wurden als eines der wichtigsten Themen der Zukunft bewertet. Als weitere wichtige Themen nannten die befragten Stakeholder Langlebigkeit der Produkte, Energieeffizienz und Ressourceneffizienz in der Produktion, Klimaschutz, Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter, Mitarbeiterzufriedenheit, Nachwuchsförderung und den demografischen Wandel. Alle genannten Themen fanden in der neu formulierten Nachhaltigkeitsstrategie Berücksichtigung.

Dargestellt wird in dieser Grafik nur der Quadrant mit Themen von mittlerer bis hoher Relevanz. Somit findet sich das Thema „Biodiversität“ in dieser Grafik nicht wieder, da es aus externer wie auch aus interner Sicht für Miele mit niedriger Relevanz bewertet wurde.

Kundenbefragung ¹⁾

Assoziationen zum Begriff „Nachhaltigkeit“

GRI | 4.17

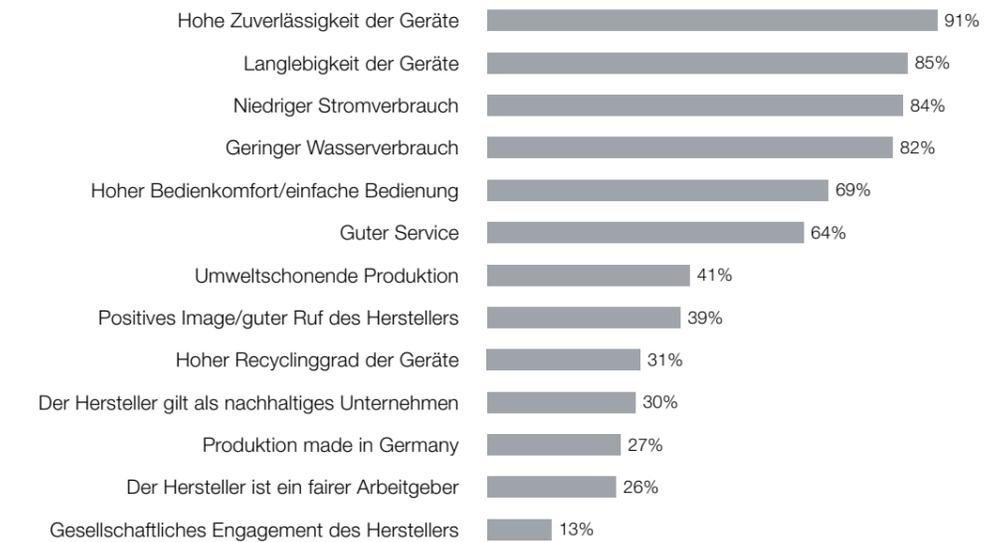


2011/12

Kunden assoziieren mit dem Begriff Nachhaltigkeit vor allem Umweltaspekte. Dies ergab eine Kundenbefragung aus dem Jahr 2011. Rund ein Fünftel der Befragten denkt beim Thema Nachhaltigkeit an Aspekte wie die allgemeine Umweltverträglichkeit, Langlebigkeit, nachwachsende Rohstoffe oder Recyclingfähigkeit/Wiederverwendbarkeit. Nur 7 Prozent der Kunden verbinden mit dem Begriff auch soziale Themen, wie z.B. gute Arbeitsbedingungen oder gesellschaftliche Verantwortung.

Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten beim Kauf von Hausgeräten

GRI | 4.17



2011/12

Die wichtigsten Nachhaltigkeitsaspekte für die Kaufentscheidung der Kunden sind eine hohe Zuverlässigkeit (91 Prozent) und Langlebigkeit (85 Prozent) der Geräte sowie geringe Strom- und Wasserverbräuche (84 Prozent und 82 Prozent). Große Bedeutung beim Kauf eines Hausgerätes haben für den Kunden auch ein hoher Bedienkomfort (69 Prozent) und guter Service (64 Prozent).

¹⁾ Ergebnisse einer Onlinebefragung (2011) von insgesamt 2.090 Hausgeräte-Kunden in Deutschland zwischen 30 und 70 Jahren und einem Nettohaushaltseinkommen von mindestens 2.500 Euro. Mehrfachnennungen waren möglich.

3 Produkte und Lieferkette

Klassifizierung der Miele-Geräte gemäß Energieverbrauchskennzeichnungsgesetz in 2011/12 bezogen auf das Produktionsvolumen ¹⁾

GRI | EN6, EN26, PR3

Waschmaschinen

in Prozent



2011/12

71 Prozent der für die EU-Länder produzierten Waschmaschinen entsprachen im Geschäftsjahr 2011/12 den beiden besten Energieeffizienzklassen des neuen Energylabels. Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2009/10 wurde dieser Anteil um 30 Prozentpunkte gesteigert.

Geschirrspüler

in Prozent



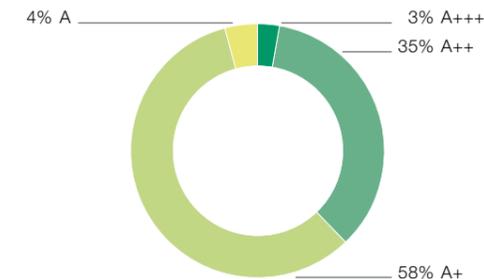
2011/12

52 Prozent der für die EU-Länder produzierten Geschirrspüler entsprachen im Geschäftsjahr 2011/12 den beiden besten Energieeffizienzklassen des neuen Energylabels. Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2009/10 wurde dieser Anteil um 50 Prozentpunkte gesteigert.

GRI | EN6, EN26, PR3

Kühl- und Gefriergeräte

in Prozent



2011/12

38 Prozent der für die EU-Länder produzierten Kühl- und Gefriergeräte entsprachen im Geschäftsjahr 2011/12 den beiden besten Energieeffizienzklassen des neuen Energylabels. Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2009/10 wurde dieser Anteil um 13 Prozentpunkte gesteigert.

Neues und altes Energylabel

Neues Energylabel

Altes Energylabel



Das neue Energylabel gilt für Waschmaschinen, Geschirrspüler und Kühl-/Gefriergeräte und wurde um die neuen Klassen A+++, A++ und A+ ergänzt, um eine stärkere Differenzierung im Bereich der hocheffizienten Produkte zu erreichen. Das alte Energylabel gilt für Wäschetrockner und Elektroherde/-backöfen.

GRI | EN6, EN26, PR3

Wäschetrockner

in Prozent

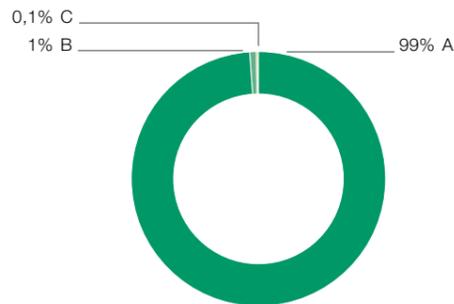


2011/12

58 Prozent der für die EU-Länder produzierten Wäschetrockner waren im Geschäftsjahr 2011/12 in der besten Energieeffizienzklasse des Energylabels eingestuft. Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2009/10 wurde dieser Anteil um 34 Prozentpunkte gesteigert.

Elektroherde und -backöfen

in Prozent



2011/12

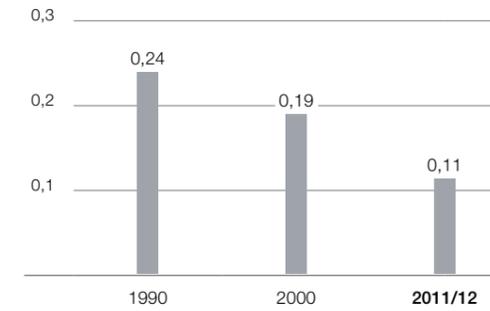
99 Prozent der für die EU-Länder produzierten Elektroherde und -backöfen waren im Geschäftsjahr 2011/12 in der besten Energieeffizienzklasse des Energylabels eingestuft.

¹⁾ Zum Bilanzierungsbereich zählen EU-Länder, in denen das EU-Energylabel Pflicht ist, sowie Kroatien, Norwegen und die Schweiz.

Entwicklung der spezifischen Verbrauchswerte der Miele-Geräte ¹⁾

Waschmaschinen

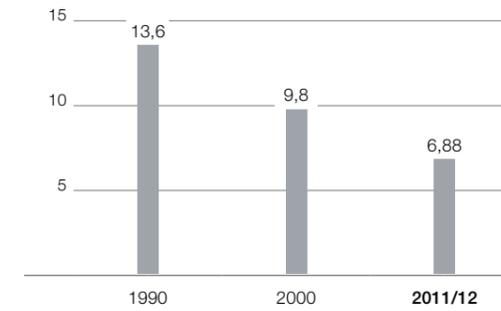
Stromverbrauch in kWh/kg Wäsche



Der Stromverbrauch der energiesparendsten am Markt verfügbaren Miele-Waschmaschine beträgt 0,11 kWh pro Kilogramm Wäsche. Er konnte von 2000 bis 2011/12 um 40 Prozent gesenkt werden, seit 1990 sogar um 53 Prozent.

Waschmaschinen

Wasserverbrauch in Liter/kg Wäsche

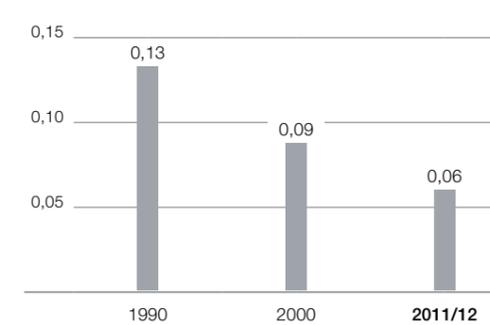


Der Wasserverbrauch der wassersparendsten am Markt verfügbaren Miele-Waschmaschine beträgt 6,88 Liter pro Kilogramm Wäsche. Er konnte von 2000 bis 2011/12 um 30 Prozent gesenkt werden, seit 1990 sogar um 49 Prozent.

GRI | EN6, EN26

Geschirrspüler

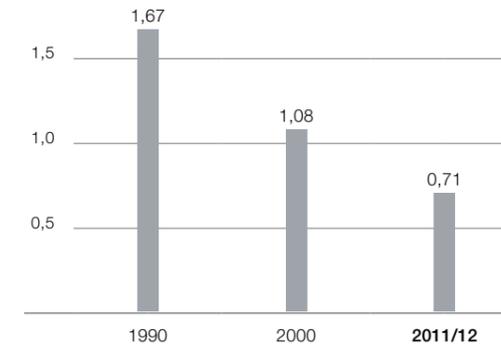
Stromverbrauch in kWh/Maßgedeck



Der Stromverbrauch des energiesparendsten am Markt verfügbaren Miele-Geschirrspülers beträgt 0,06 kWh pro Maßgedeck. Er konnte von 2000 bis 2011/12 um 33 Prozent gesenkt werden, seit 1990 sogar um 55 Prozent.

Geschirrspüler

Wasserverbrauch in Liter/Maßgedeck

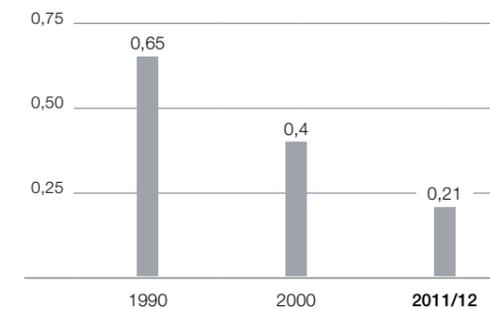


Der Wasserverbrauch des wassersparendsten am Markt verfügbaren Miele-Geschirrspülers beträgt 0,71 Liter pro Maßgedeck. Er konnte von 2000 bis 2011/12 um 34 Prozent gesenkt werden, seit 1990 sogar um 57 Prozent.

GRI | EN6, EN26

Kühlgeräte bis 150 l Nutzinhalt mit Gefrierfach

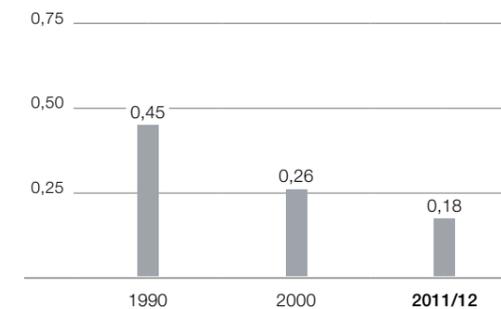
Stromverbrauch in kWh/100 Liter in 24 Std.



Der Stromverbrauch des energiesparendsten am Markt verfügbaren Miele-Kühlgerätes (Nutzinhalt < 150 Liter) mit Gefrierfach beträgt 0,21 kWh pro 100 Liter in 24 Stunden. Er konnte von 2000 bis 2011/12 um 48 Prozent gesenkt werden, seit 1990 sogar um 68 Prozent.

Kühlgeräte bis 150 l Nutzinhalt ohne Gefrierfach

Stromverbrauch in kWh/100 Liter in 24 Std.



Der Stromverbrauch des energiesparendsten am Markt verfügbaren Miele-Kühlgerätes (Nutzinhalt < 150 Liter) ohne Gefrierfach beträgt 0,18 kWh pro 100 Liter in 24 Stunden. Er konnte von 2000 bis 2011/12 um 33 Prozent gesenkt werden, seit 1990 sogar um 61 Prozent.

¹⁾ Abgebildet ist das energie- bzw. wassersparendste am Markt verfügbare Miele-Gerät in dem jeweiligen Jahr.

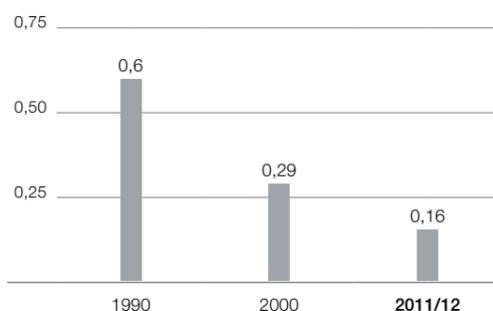
Produkte und Lieferkette

Entwicklung der spezifischen Verbrauchswerte der Miele-Hausgeräte ¹⁾

GRI | EN6, EN26

Kühlgeräte von 150 l bis 300 l Nutzinhalt mit Gefrierfach

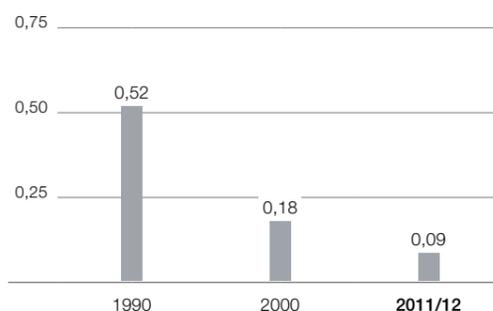
Stromverbrauch in kWh/100 Liter in 24 Std.



Der Stromverbrauch des energiesparendsten am Markt verfügbaren Miele-Kühlgerätes (150 bis 300 Liter Nutzinhalt) mit Gefrierfach beträgt 0,16 kWh pro 100 Liter in 24 Stunden. Er konnte von 2000 bis 2011/12 um 46 Prozent gesenkt werden, seit 1990 sogar um 74 Prozent.

Kühlgeräte von 150 l bis 300 l Nutzinhalt ohne Gefrierfach

Stromverbrauch in kWh/100 Liter in 24 Std.

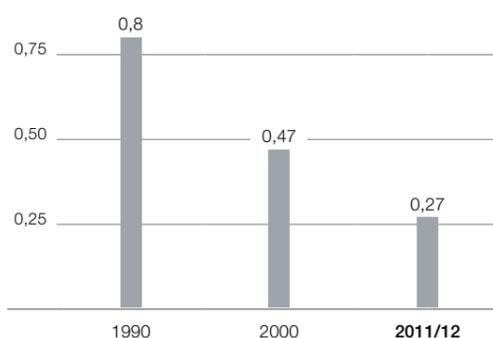


Der Stromverbrauch des energiesparendsten am Markt verfügbaren Miele-Kühlgerätes (150 bis 300 Liter Nutzinhalt) ohne Gefrierfach beträgt 0,09 kWh pro 100 Liter in 24 Stunden. Er konnte von 2000 bis 2011/12 um 52 Prozent gesenkt werden, seit 1990 sogar um 83 Prozent.

GRI | EN6, EN26

Gefriergeräte bis 150 l Nutzinhalt

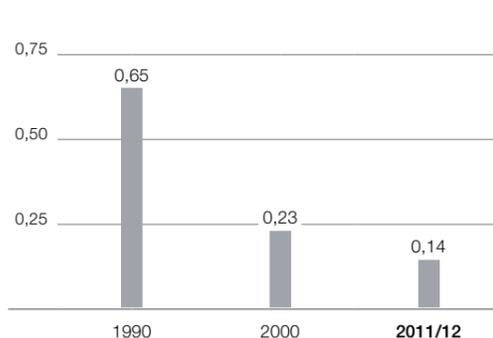
Stromverbrauch in kWh/100 Liter in 24 Std.



Der Stromverbrauch des energiesparendsten am Markt verfügbaren Miele-Gefriergerätes (Nutzinhalt < 150 Liter) beträgt 0,27 kWh pro 100 Liter in 24 Stunden. Er konnte von 2000 bis 2011/12 um 43 Prozent gesenkt werden, seit 1990 sogar um 67 Prozent.

Gefriergeräte von 150 l bis 300 l Nutzinhalt

Stromverbrauch in kWh/100 Liter in 24 Std.

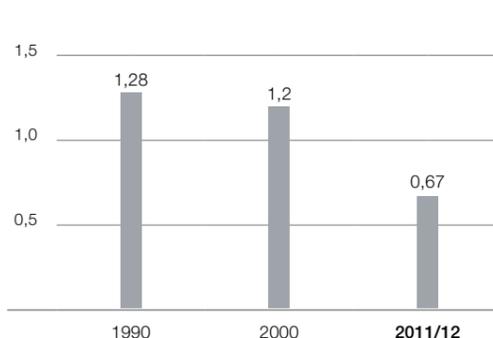


Der Stromverbrauch des energiesparendsten am Markt verfügbaren Miele-Gefriergerätes (150 bis 300 Liter Nutzinhalt) beträgt 0,14 kWh pro 100 Liter in 24 Stunden. Er konnte von 2000 bis 2011/12 um 37 Prozent gesenkt werden, seit 1990 sogar um 78 Prozent.

GRI | EN6, EN26

Elektroherde und -backöfen

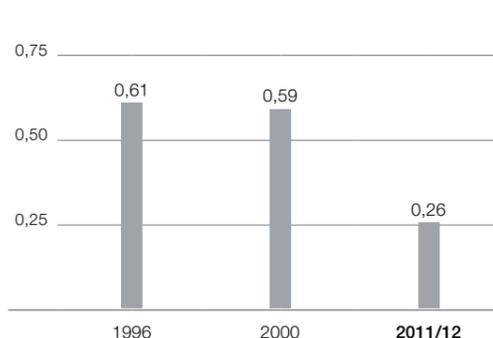
Stromverbrauch in kWh



Der Stromverbrauch des energiesparendsten am Markt verfügbaren Miele-Elektroherdes/-backofens beträgt 0,67 kWh. Er konnte von 2000 bis 2011/12 um 44 Prozent gesenkt werden, seit 1990 sogar um 48 Prozent.

Wäschetrockner

Stromverbrauch in kWh/kg Wäsche



Vergleichbare Standards für die Messung beim Trockner wurden erst 1996 mit dem Energylabel eingeführt. Der Stromverbrauch des energiesparendsten am Markt verfügbaren Miele-Wäschetrockners beträgt 0,26 kWh pro Kilogramm Wäsche. Er konnte von 2000 bis 2011/12 um 56 Prozent gesenkt werden.

¹⁾ Abgebildet ist das energie- bzw. wassersparendste am Markt verfügbare Miele-Gerät in dem jeweiligen Jahr.

In der Produktion eingesetzte Materialien

Gewicht der eingesetzten Produktionsmaterialien

in Tonnen

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
Rohmaterialien	108.867	101.893	100.122	101.337
davon Metalle	99.900	94.500	91.000	91.100
davon Kunststoffgranulat	8.967	7.393	9.122	10.237
Hilfs- und Betriebsstoffe	6.934	7.026	7.635	6.913
davon Farben, Lacke, Emaille	1.243	1.221	1.265	1.211
davon Öle, Fette, Schmierstoffe	164	164	189	188
davon Säuren, Laugen, Lösemittel	279	283	144	151
davon Sonstige ¹⁾	5.248	5.359	6.037	5.363
Elektroniken	1.498	1.596	1.581	1.594
Zukaufteile	78.774	87.674	80.949	84.412

¹⁾ Der überwiegende Anteil der sonstigen Hilfs- und Betriebsstoffe sind Stoffe der Gießerei zur Herstellung der Massenausgleichsgewichte. Die Summe der eingesetzten Produktionsmaterialien entspricht nicht der Summe der Gewichte der produzierten Geräte. Hintergrund sind eingesetzte Materialien, die nicht Teil der Produkte in der Auslieferung sind, wie z.B. Säuren, Laugen, Lösemittel. Auch das Gewicht der Abfälle, etwa von Verschnitt, ist Teil der Differenz.

Gewicht der eingesetzten Verpackungsmaterialien

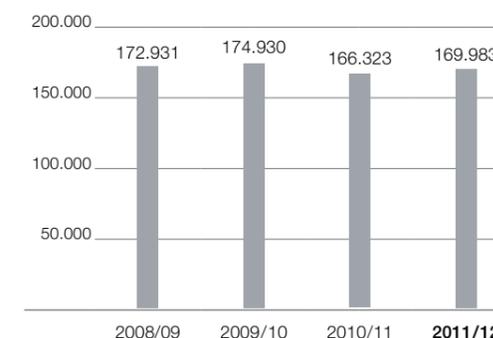
in Tonnen

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
Verpackungsmaterial	15.410	15.449	15.308	15.776
davon Massivholz	9.008	9.082	8.774	9.118
davon Pappe/Wellpappe	4.438	4.400	4.625	4.676
davon Kunststoff-Formteile EPS	1.487	1.493	1.619	1.678
davon PE-Folie/Spannbänder (PP/Stahl)	474	472	286	302
davon PUR-Schaum/PE-Folie umhüllt	3	3	3	3

Im Geschäftsjahr 2011/12 wurden 15.776 Tonnen Verpackungsmaterial eingesetzt. Die Veränderungen bei den verschiedenen Arten von Verpackungsmaterialien spiegeln die ungleiche Verteilung der produzierten Geräte innerhalb eines Geschäftsjahres wider. So können zum Beispiel mehr Großgeräte einen höheren Bedarf an Massivholz ergeben.

Gewicht der produzierten Geräte

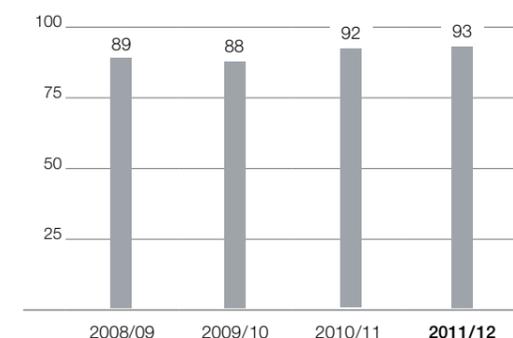
in Tonnen



Das Gewicht der produzierten Geräte ist nicht nur ein Indikator für eine gesteigerte Produktion, sondern hierbei spielt auch die Verteilung auf die Art der produzierten Geräte eine Rolle.

Verpackung pro kg Produkt

in Gramm



Langlebige, hochwertige Produkte benötigen hochwertige, solide Verpackungen. Die Auslegung solcher Verpackungen ist gewichtsoptimiert. Die Produktion von Produkten mit höherem relativem Verpackungsanteil hatte einen leichten Anstieg in den Geschäftsjahren 2010/11 und 2011/12 zur Folge.

GRI | EN1

GRI | EN1

GRI | EN1

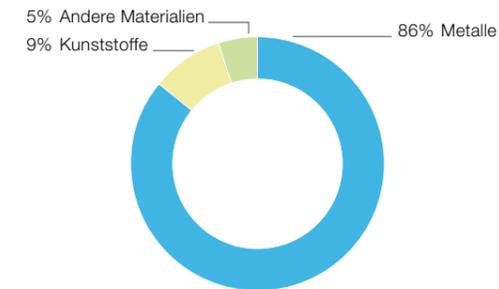
Produkte und Lieferkette

Materialien in Haus- und Gewerbegeräten am Beispiel von Modellen mit hohem Absatzanteil

GRI | EN1, EN2, EN26

Waschmaschine Haushalt W5821

Anteil Materialien am Gesamtgewicht



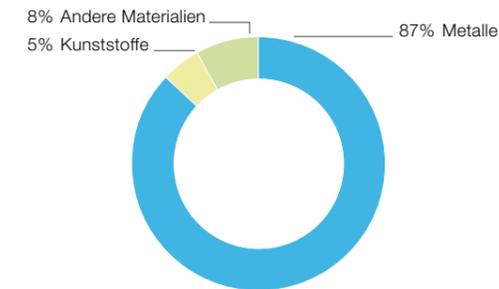
Sekundärrohstoffanteil: 50% ¹⁾

2011/12 Anteil recyclingfähiger Materialien: 90% ²⁾

Der Anteil recyclingfähiger Materialien ist mit 90% relativ hoch. Zurückzuführen ist dies unter anderem auf den hohen Metallanteil von 86%.

Waschmaschine Gewerbe PW5105

Anteil Materialien am Gesamtgewicht



Sekundärrohstoffanteil: 46% ¹⁾

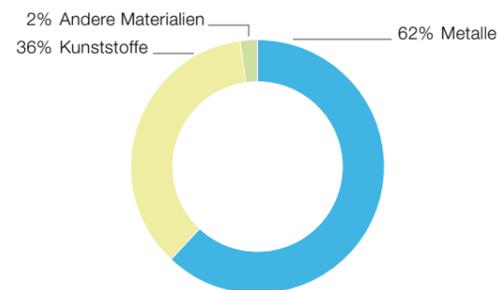
2011/12 Anteil recyclingfähiger Materialien: 89% ²⁾

Der Anteil recyclingfähiger Materialien ist mit 89% relativ hoch. Ein Grund hierfür ist der hohe Metallanteil von 87%.

GRI | EN1, EN2, EN26

Trockner T8826

Anteil Materialien am Gesamtgewicht



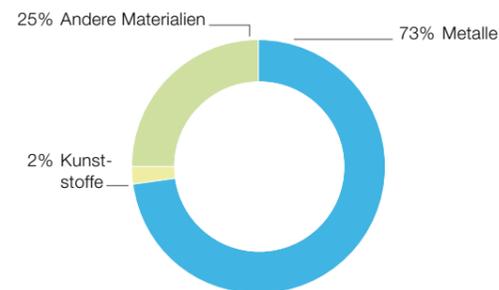
Sekundärrohstoffanteil: 21% ¹⁾

2011/12 Anteil recyclingfähiger Materialien: 94% ²⁾

Der im Verhältnis zu den Waschmaschinen geringe Sekundärrohstoffanteil von 21% ist gegenüber vergleichbaren Trocknern als eher hoch einzuschätzen.

Backofen H4412B

Anteil Materialien am Gesamtgewicht



Sekundärrohstoffanteil: 29% ¹⁾

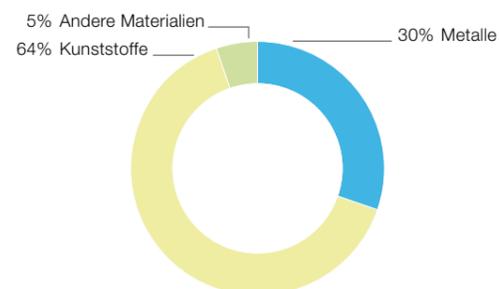
2011/12 Anteil recyclingfähiger Materialien: 79% ²⁾

Der relativ geringe Sekundärrohstoffanteil von 29% bei hohem Metallanteil resultiert aus der Art der eingesetzten Metalle, die teilweise nur 30 Prozent Sekundärrohstoffe enthalten.

GRI | EN1, EN2, EN26

Staubsauger S5211

Anteil Materialien am Gesamtgewicht



Sekundärrohstoffanteil: 16% ¹⁾

2011/12 Anteil recyclingfähiger Materialien: 96% ²⁾

Der relativ geringe Sekundärrohstoffanteil von 16% bei Staubsaugern resultiert aus dem relativ hohen Anteil an Kunststoffmaterialien. Diese technisch anspruchsvollen Kunststoffe sind nur mit sehr geringen Sekundärrohstoffanteilen einsetzbar.

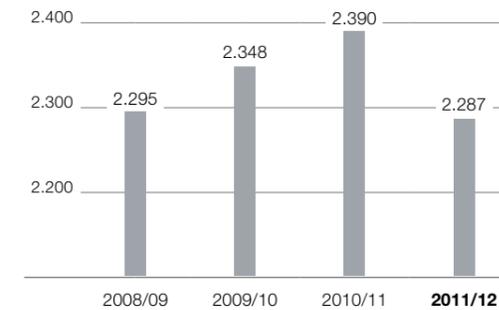
¹⁾ Sekundärrohstoffanteil: Der Anteil im Material der bereits im Gebrauch war (post consumer) und werkstofflich verwertet wurde. Ausgeschlossen sind Anteile aus dem Produktionskreislauf oder der Überschussproduktion. Die Werte sind theoretische Werte und können von den tatsächlichen abweichen.

²⁾ Anteil recyclingfähiger Materialien: Der Anteil des Materials, der theoretisch einem werkstofflichen Recycling zugeführt werden könnte. Das heißt nicht, dass diese Materialien wieder für den gleichen Zweck verwendet werden. Bei den Werten handelt es sich um theoretische Schätzwerte auf Basis der Erfahrung mit verfügbaren Verwertungsverfahren. Nicht jedes Verfahren steht weltweit zur Verfügung.

Verantwortung in der Lieferkette

Lieferanten für Fertigungsmaterial

Anzahl

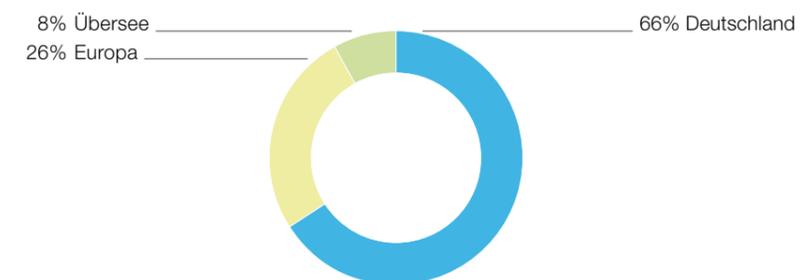


Im Geschäftsjahr 2011/12 betrug die Anzahl der Lieferanten für Fertigungsmaterial 2.287. Grund für die Verringerung gegenüber dem Vorjahr ist eine Konsolidierung von Lieferanten auf Bauteil- oder Warenebene.

GRI | HR2

Einkaufsvolumen¹⁾ nach Regionen

in Prozent



2011/12

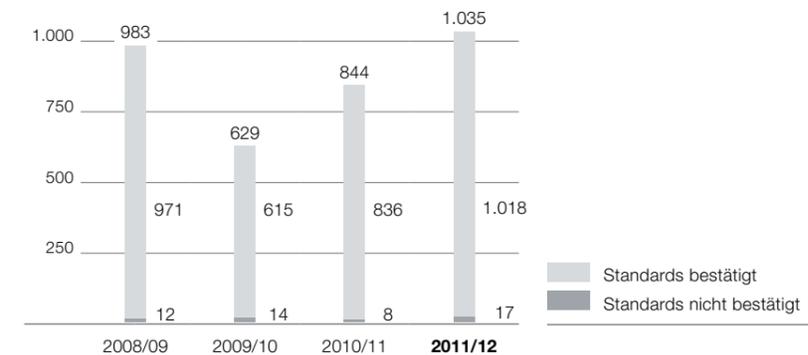
¹⁾ Zahlungen an Lieferanten

Über 90 Prozent des Einkaufsvolumens von Miele stammen aus Europa. Insgesamt zwei Drittel werden sogar innerhalb Deutschlands beschafft. Nur 8 Prozent der eingekauften Ware stammt aus Überseeländern.

GRI | EC6

Auf Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards neu geprüfte Lieferanten

Anzahl



1.035 Lieferanten haben sich im Geschäftsjahr 2011/12 für eine potenzielle Geschäftsbeziehung registriert bzw. beworben. Diese Anzahl bezieht sich auf Lieferanten von Fertigungsmaterial und Nichtfertigungsmaterial. Aufgrund der Projekte zu neuen Gerätegenerationen haben sich die Lieferantenregistrierungen bzw. -bewerbungen erhöht. 17 Lieferanten haben innerhalb des Lieferantenbewertungsprozesses die Einhaltung von Nachhaltigkeitskriterien nicht bestätigt.

GRI | HR2

4 Umweltschutz

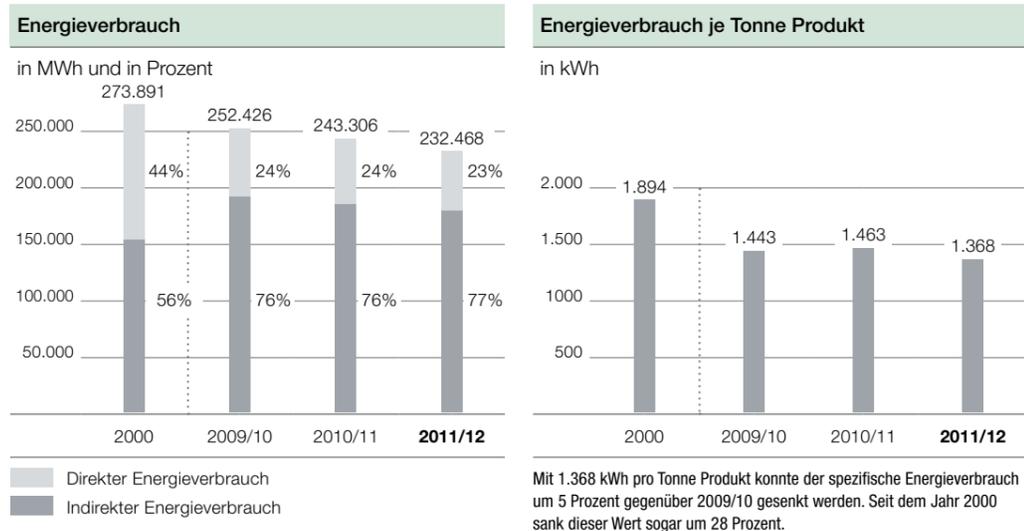
Energie und Emissionen

GRI | EN3, EN4, EN5

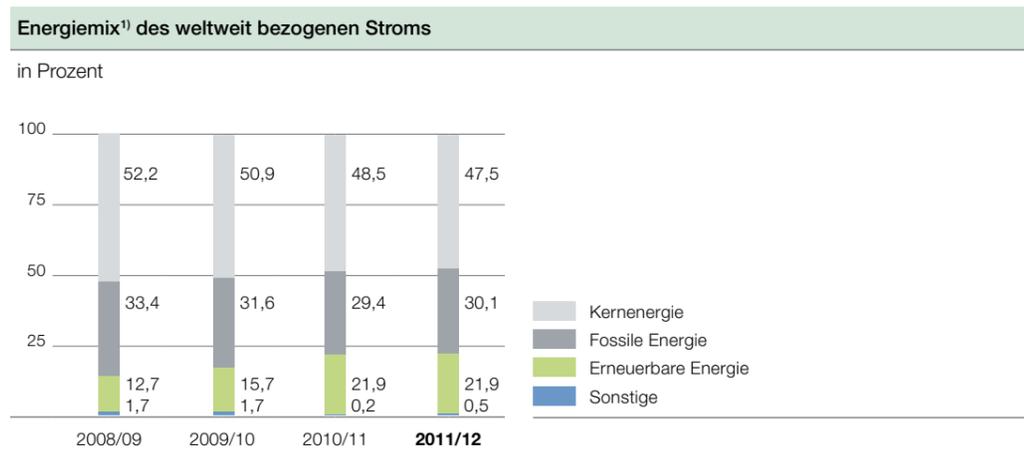
Energieverbrauch				
in MWh				
	2000	2009/10	2010/11	2011/12
Direkter Energieverbrauch	119.348	60.603	57.880	52.778
Erdgas	114.462	59.108	56.665	51.727
Heizöl	4.886	1.495	1.215	1.051
Indirekter Energieverbrauch	154.543	191.823	185.426	179.690
Strom	127.292	145.918	142.386	140.961
Fernwärme	27.251	45.905	43.040	38.729

Durch den Einsatz von hocheffizienten Kältemaschinen für diverse Klimatisierungen sowie das Einbinden der Anlagen in das Wärmeverbundnetz konnte der Energieverbrauch im Berichtszeitraum um weitere 8 Prozent gesenkt werden. Die energetische Sanierung der Verwaltungsgebäude und Produktionshallen am Standort Gütersloh sowie die Energieeffizienzsteigerung der Kunststoffspritzmaschinen am Standort Warendorf führten zu weiteren Einsparungen.

GRI | EN3, EN4, EN5



GRI | EN4



¹⁾ Der dargestellte Energiemix ist der Energiemix des von Miele insgesamt bezogenen Stroms. Der jeweilige Energiemix der lokalen Stromanbieter wurde entsprechend der anteilig bezogenen Menge berücksichtigt.

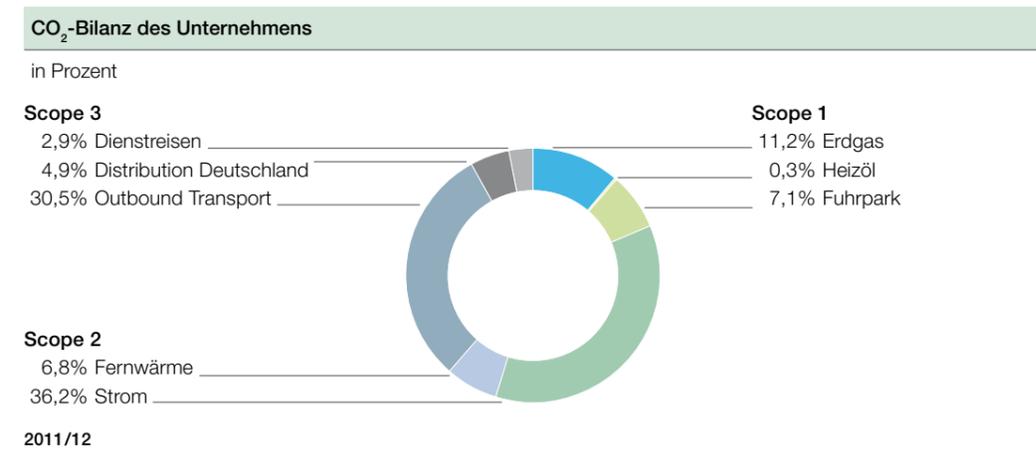
GRI | EN16, EN17, EN18

CO ₂ -Bilanz des Unternehmens			
in Tonnen CO ₂			
	2010/11	2011/12	Veränderung
Scope 1 – Direkte CO₂-Emissionen	18.834	17.725	-5,9%
Erdgas	11.679	10.661	-8,7%
Heizöl	324	280	-13,5%
Fuhrpark	6.832	6.784	-0,7%
Scope 2 – Indirekte CO₂-Emissionen	40.393	40.848	1,1%
Strom	33.231	34.361	3,4%
Fernwärme	7.161	6.487	-9,4%
Scope 3 – Indirekte CO₂-Emissionen	36.623	36.435	-0,5%
Logistik	34.162	33.636	-1,5%
Outbound Transport ¹⁾	29.624	28.953	-2,3%
Distribution Deutschland	4.538	4.683	3,2%
Dienstreisen	2.461	2.799	13,7%
CO₂-Emissionen Gesamt	95.850	95.008	-0,9%
CO ₂ -Emissionen / Mitarbeiter	5,77	5,68	-1,4%
CO ₂ -Emissionen / Mio. Euro Umsatz	32,55	31,29	-3,8%
CO ₂ -Emissionen / Tonne Produkt	0,58	0,56	-3,0%

¹⁾ Belieferung der Vertriebsgesellschaften bzw. Direktbelieferung von internationalen Kunden mit Fertigwaren und Ersatzteilen aus dem Zentrallager oder direkt ab Werk.

Die CO₂-Bilanz wurde nach den Standards des Greenhouse Gas (GHG) Protocols erstellt. Die Gesamtemissionen sind im Vergleich zum Geschäftsjahr 2009/10 deutlich höher, da in diesem Bericht erstmals auch die indirekten Emissionen aus Transport (Outbound), Distribution Deutschland und Dienstreisen (Scope 3) berücksichtigt werden. Aus diesem Grund können die Zahlen lediglich im Zweijahrestrend angegeben werden. Ebenfalls neu berücksichtigt werden die CO₂-Emissionen des Fuhrparks.

GRI | EN16, EN17



Der Hauptanteil der CO₂-Emissionen wird durch Strom erzeugt. Zudem fallen wesentliche CO₂-Emissionen beim Transport der Produkte in die Vertriebsgesellschaften und zu internationalen Kunden an. Die neu ermittelten CO₂-Emissionen des Miele-Fuhrparks haben einen Anteil von 7,1 Prozent, die Distribution innerhalb Deutschland 4,9 Prozent und die Dienstreisen 2,9 Prozent an den CO₂-Emissionen im Geschäftsjahr 2011/12.

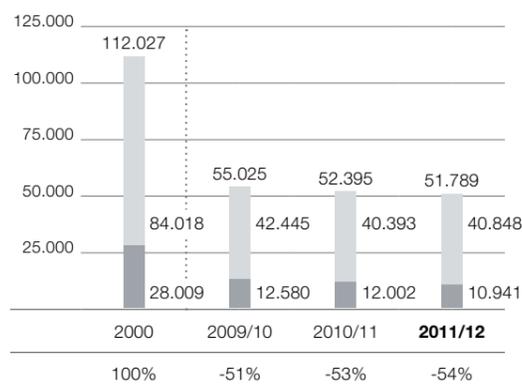
Umweltschutz

Energie und Emissionen

GRI | EN16

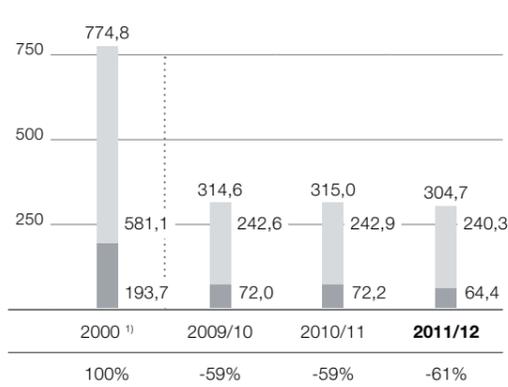
Energiebedingte CO₂-Emissionen

in Tonnen und in Prozent



Energiebedingte CO₂-Emissionen je Tonne Produkt

in Kilogramm und in Prozent



■ CO₂-Emissionen – Strom und Fernwärme
■ CO₂-Emissionen – Heizöl und Erdgas

■ CO₂-Emissionen – Strom und Fernwärme
■ CO₂-Emissionen – Heizöl und Erdgas

¹⁾ Miele verwendet das Jahr 2000 als Basisjahr. Für dieses Jahr liegen dem Unternehmen keine Angaben des Stromanbieters zum CO₂-Emissionsfaktor vor. Daher bezieht sich Miele auf die Angaben des Umweltbundesamtes. Der dort für das Jahr 2000 ausgewiesene CO₂-Emissionsfaktor beträgt 629 g/kWh. Miele betrachtet dies als konservative Abschätzung, da der tatsächliche CO₂-Emissionsfaktor beim zuständigen Stromanbieter aufgrund des damaligen hohen Kohlestromanteils vermutlich über dem deutschen Durchschnitt gelegen hat. Im Jahr 2001 erfolgte ein Wechsel des Stromanbieters.

Die energiebedingten CO₂-Emissionen aus Scope 1 und Scope 2 wurden zwischen 2009/10 und 2011/12 von 55.025 Tonnen auf 51.789 Tonnen gesenkt. Pro Tonne Produkt bedeutet dies eine Reduzierung von 3 Prozent. Grund hierfür ist die Reduzierung des absoluten Energieverbrauchs. Seit dem Jahr 2000 konnten die CO₂-Emissionen aus Energieverbrauch je Tonne Produkt um 61 Prozent reduziert werden.

GRI | EN20

SO₂- und NO_x-Emissionen¹⁾

in Tonnen

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
Direkte Emissionen am Standort				
SO ₂ -Emissionen	0,51	0,56	7,00	6,00
NO _x -Emissionen	12,72	13,56	9,00	8,00
Indirekte Emissionen aus Energieerzeugung				
SO ₂ -Emissionen	200,37	205,71	73,00	72,00
NO _x -Emissionen	302,00	281,61	134,00	128,00

¹⁾ Die Emissionsfaktoren zur Berechnung der SO₂- und NO_x-Emissionen werden aus öffentlich zugänglichen Quellen abgeleitet. Im Geschäftsjahr 2010/11 wurden diese Faktoren aktualisiert.

Abfall

GRI | EN22

Abfall

in Tonnen

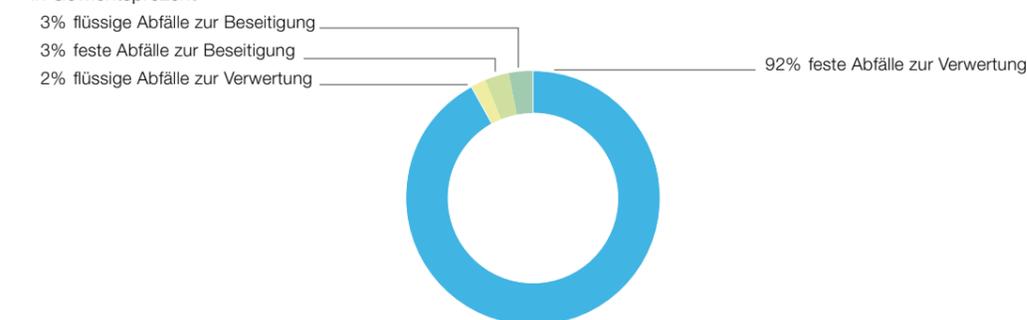
	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
Gesamtabfallaufkommen	28.928	28.893	29.098	28.596
davon Metallschrott	17.403	17.284	17.014	17.063
Abfälle zur Verwertung	27.672	27.352	27.123	26.984
davon gefährlicher Abfall	1.232	1.016	929	1.109
Abfälle zur Beseitigung	1.256	1.542	1.975	1.612
davon gefährlicher Abfall	909	1.054	1.562	1.235

Die Menge des Gesamtabfallaufkommens blieb über die letzten Jahre relativ konstant. Die Ursache für die leichte Erhöhung der Abfallmenge im Geschäftsjahr 2010/11 lag an vermehrten Bautätigkeiten an den Werkstandorten, wodurch mehr Abfälle zur Beseitigung anfielen.

Abfälle zur Verwertung und Beseitigung nach Art

GRI | EN22

in Gewichtsprozent



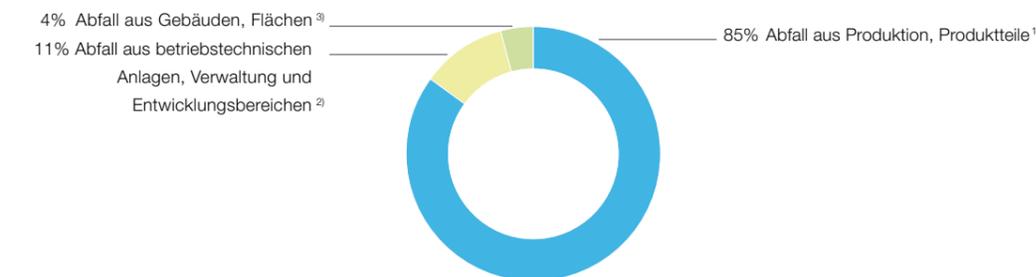
2011/12

Insgesamt können 94 Prozent des bei Miele entstehenden Abfalls verwertet werden.

Herkunftsbereiche des Gesamtabfalls

GRI | EN22

in Gewichtsprozent



2011/12

Die Abfallart wird einem Herkunftsbereich zugeordnet, wenn mindestens 80 Prozent dieser Abfallart aus diesem Bereich stammen.

¹⁾ Metallschrott, Gießereiabfälle, Säuren, Abfälle aus technischer Abwasserbehandlung, Kunststoffteile

²⁾ Metallschrott aus Produktionsanlagen, Kabelreste, Altöle, Pappe und Papier, Holz, Paletten, Restmüll sowie Abfälle aus Verwaltung und Konstruktion

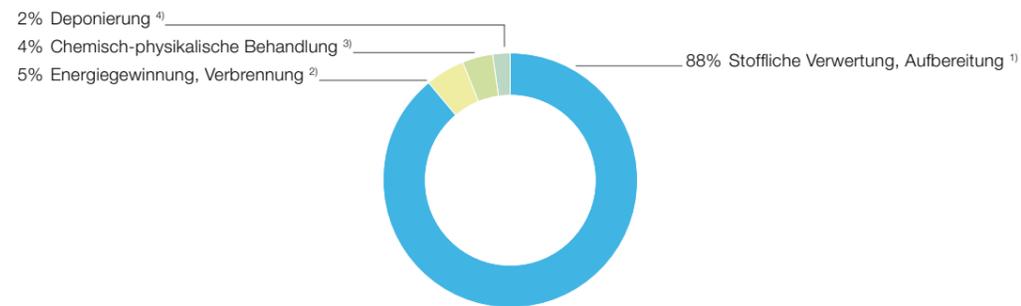
³⁾ Bauschutt, Bodenaushub, Steine, Leuchtstoffröhren und Fußböden, Abfälle aus Grünanlagen, Kanalreinigung, Kehrriecht

Umweltschutz

GRI | EN22

Verbleib des Gesamtabfalls

in Gewichtsprozent



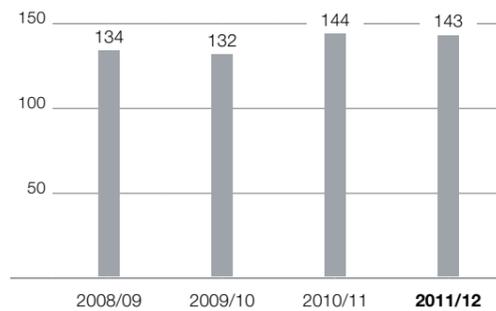
2011/12

- ¹⁾ Rückgewinnung, Konditionierungsverfahren, Aufbereitung von Schlämmen zu Baustoffen
- ²⁾ Thermische Verwertung hochkalorischer Abfälle mit einem Brennwert >11.000 kJ und Sonderabfallverbrennung
- ³⁾ Behandlung von Abfällen aus Oberflächen- und Abwasserbehandlungen, Reinigungstätigkeiten von Kanälen, Bohremulsionen
- ⁴⁾ Deponiert werden i.d.R. Bauschutt und Boden aus Baumaßnahmen

GRI | EN22

Produktionsabfälle je Tonne Produkt¹⁾

in Kilogramm



¹⁾ Abfälle, die in unmittelbarer Abhängigkeit mit der Produktionstätigkeit stehen, z.B. Metallschrott, Gießereiabfälle, Säuren, werden in Relation zu „Tonne Produkt“ gesetzt. Die Abfallmengen aus „Gebäude/Flächen“ und „Betriebstechnische Anlagen, Verwaltung, Entwicklungsbereiche“ werden nicht mitberücksichtigt.

Der Anstieg von 132 kg/Tonne Produkt im Geschäftsjahr 2009/10 auf 144 kg/Tonne Produkt im Geschäftsjahr 2010/11 ist auf eine exaktere Zuordnung der produktionsabhängigen Abfälle im Zuge der Optimierung der Datenerfassung an den Standorten zurückzuführen.

Wasser und Abwasser

Wasserverbrauch

in m³

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
Wasserverbrauch	359.687	339.823	331.320	364.684
davon Wasser aus öffentlichem Netz	152.016	155.423	177.958	220.605
davon Wasser aus eigener Förderung	192.882	159.110	153.362	144.079
davon Oberflächenwasser ¹⁾	14.789	25.290	0	0

¹⁾ Niederschlagswasser, das in Zisternen o.ä. gespeichert und in ein separates Wassernetz eingespeist wird

Der erhöhte Verbrauch in 2011/12 ist auf einen Umbau im Werk Dongguan in China zurückzuführen – an anderen Standorten, wie etwa in Gütersloh, wurde der Verbrauch weiter gesenkt. Oberflächenwasser wurde bis 2009/10 ausschließlich in Dongguan genutzt, dies wurde mit dem Neubau geändert.

GRI | EN8

Abwasser

in m³

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
Abwasser	318.248	294.486	290.322	327.077
davon technisches Abwasser ¹⁾	53.906	46.790	52.199	54.717
davon übriges Abwasser ²⁾	264.342	247.696	238.123	272.360

¹⁾ Technisches Abwasser wird vor dem Einleiten in den öffentlichen Kanal mechanisch, chemisch oder biologisch behandelt.

²⁾ Übriges Abwasser ist durch Gebrauch verändertes Wasser (einschließlich Fäkalschlamm), das vor der Einleitung in die Kanalisation nicht behandelt werden muss.

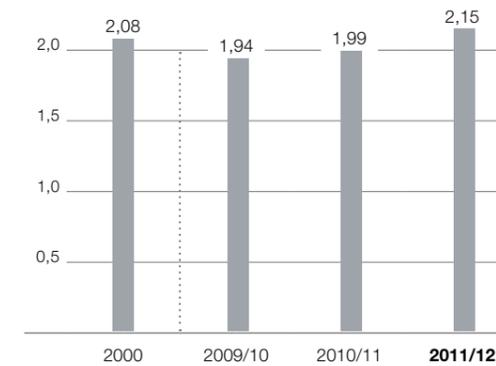
An den Werkstandorten Bielefeld, Gütersloh und Oelde wird die Einhaltung der für die Indirekteinleitung geltenden Grenzwerte durch die Fällung von Schwermetallen sowie einer Neutralisation (pH-Wert 7) mittels Kalkmilch sichergestellt. Regelmäßige Messungen werden durchgeführt und dokumentiert. An allen anderen Standorten werden weder chemische noch metallische Einträge in signifikanter Konzentration verursacht. Eine Gewässerbelastung durch chemischen Sauerstoffbedarf (CSB) oder Schwermetalle findet daher nicht statt.

Die Abwassermengen sind nicht mit den Bezugsmengen identisch, da in einigen technischen Prozessen Wasser verdampft. Das erhöhte Abwasseraufkommen in 2011/12 ergibt sich aus dem gestiegenen Wasserverbrauch.

GRI | EN21

Wasserverbrauch je Tonne Produkt

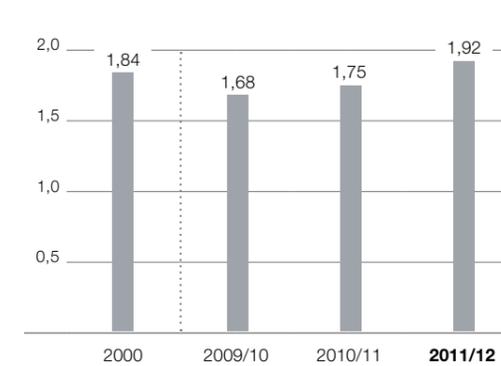
in m³



Das erhöhte spezifische Wasseraufkommen in 2011/12 ergibt sich aus dem gestiegenen Wasserverbrauch im entsprechenden Jahr. In 2010/11 stieg das spezifische Wasseraufkommen trotz Reduktion des Wasserverbrauchs durch das geringere Gesamtgewicht der produzierten Geräte.

Abwasser je Tonne Produkt

in m³



Das erhöhte spezifische Abwasseraufkommen in 2010/11 und 2011/12 ist auf die gleichen Ursachen wie die Erhöhung des spezifischen Wasserverbrauchs zurückzuführen.

GRI | EN8

GRI | EN21

Umweltschutz

Transport und Logistik

GRI | EN16, EN 29

CO ₂ -Emissionen TTW ¹⁾			
in Tonnen und Anteil in Prozent			
	2009/10	2010/11	2011/12
CO₂-Emissionen	34.087	34.162	33.636
Outbound ²⁾	29.469	29.623	28.953
davon Schiff	65,9%	66,4%	66,9%
davon Lkw	27,6%	25,0%	25,7%
davon Bahn	0,2%	0,2%	0,1%
davon Flugzeug	6,3%	8,4%	7,3%
Distribution Deutschland	4.619	4.538	4.683

Die CO₂-Emissionen konnten gegenüber dem Geschäftsjahr 2009/10 um 450 Tonnen bzw. 1,3 Prozent gesenkt werden. Im Outbound wird der Hauptanteil von rund zwei Dritteln durch Überseetransporte (Australien, Asien und Nordamerika) verursacht, der Lkw-Anteil von ca. einem Viertel entsteht größtenteils im europäischen Landverkehr. Die Distribution zu den Kunden erfolgt per Lkw und LNF (leichte Nutzfahrzeuge).

GRI | EN 29

Transportleistung			
in Mio. Tonnenkilometer und Anteil in Prozent			
	2009/10	2010/11	2011/12
Transportleistung	571,9	574,3	575,6
Outbound ²⁾	523,6	528,1	528,3
davon Schiff	78,6%	79,8%	80,2%
davon Lkw	17,1%	14,9%	15,1%
davon Bahn	3,7%	4,6%	4,0%
davon Flugzeug	0,6%	0,7%	0,6%
Distribution Deutschland	48,2	46,1	47,3

Die Transportleistung ist im Geschäftsjahr 2011/12 gegenüber dem Geschäftsjahr 2009/10 um 0,6 Prozent gestiegen. In diesem Zeitraum ist es gelungen, die Schiffs- und Bahntransporte um 2 Prozent auf zusammen 84,3 Prozent auszubauen – bei unverändert geringem Luftfrachtanteil.

Fuhrpark

GRI | EN16, EN 29

CO ₂ -Emissionen TTW ¹⁾			
in Tonnen und Anteil in Prozent			
	2009/10	2010/11	2011/12
CO₂-Emissionen	7.125	6.832	6.784
davon Pkw	38,1%	37,3%	36,4%
davon LNF ³⁾ (Kundendienst)	59,5%	60,4%	61,5%
davon Lkw	2,4%	2,3%	2,2%

Die CO₂-Emissionen im Miele-Fuhrpark konnten im Vergleich zum GJ 2009/10 um 5 Prozent gesenkt werden. Die Zunahme des Anteils der leichten Nutzfahrzeuge ist auf die Stärkung des Kundendienstes in Deutschland, einhergehend mit einer erhöhten Fahrleistung, zurückzuführen.

GRI | EN16, EN 29

Relative CO ₂ -Emissionen			
in Gramm pro Kilometer			
	2009/10	2010/11	2011/12
Pkw	154	146	138
LNF ³⁾ (Kundendienst)	229	223	214

CO₂-Emissionen pro Kilometer wurden in beiden Klassen durch Reinvestitionen in verbrauchsoptimierte Fahrzeuge deutlich gesenkt.

¹⁾ Tank-to-Wheel-Betrachtung; ²⁾ Belieferung der Vertriebsgesellschaften bzw. Direktbelieferung von internationalen Kunden mit Fertigwaren und Ersatzteilen aus dem Zentrallager oder direkt ab Werk; ³⁾ Leichte Nutzfahrzeuge

Investitionen und Aufwendungen für den Umweltschutz

GRI | EN30

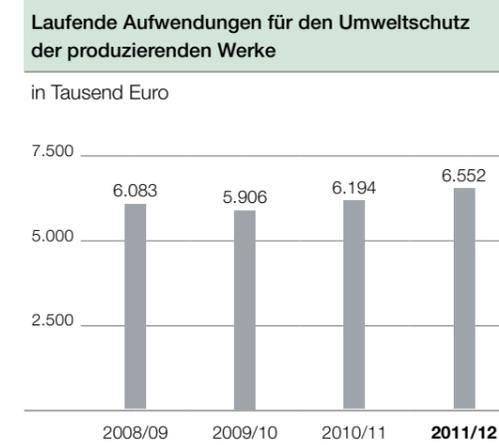


Der Anstieg in 2010/11 lag im Wesentlichen an den Investitionen im Werk Bielefeld, wo durch Außerbetriebnahme der Abwasserbehandlungsanlage in ein neues Konzept für dezentrale Abwasserleitungen und in notwendige Gewässerschutzmaßnahmen für die Entsorgung investiert wurde. Am Standort Gütersloh wurde 2010/11 darüber hinaus in eine sichere und abluftfreie Fertigung für Wärmepumpentrockner investiert.

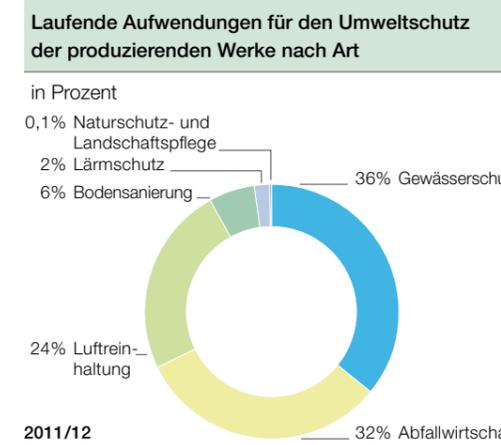


Investitionen für den Umweltschutz werden grundsätzlich bedarfsorientiert getätigt. Im Geschäftsjahr 2011/12 wurden 40 Prozent in Maßnahmen für Klimaschutz und Energieeffizienz investiert.

GRI | EN30



Im Zeitraum von Geschäftsjahr 2009/10 bis 2011/12 sind die laufenden Aufwendungen für den Umweltschutz der produzierenden Werke um 11 Prozent gestiegen. Dies liegt an gestiegenen Kosten für externe Dienstleistungen an allen Standorten.



Reduzierungen wurden im Berichtszeitraum bei den Aufwendungen für Abfallwirtschaft durch Prozessoptimierungen bei der Abfallentsorgung erzielt. Somit betragen im Geschäftsjahr 2011/12 die Aufwendungen für Abfallwirtschaft 32 Prozent. Im Geschäftsjahr 2009/10 waren dies noch 40 Prozent.

Überbaute und unbebaute Fläche				
in m ²				
	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
Überbaute und unbebaute Fläche	1.407.442	1.541.622	1.393.911	1.463.458
Überbaute Fläche	512.609	522.148	527.148	535.435
Unbebaute Fläche	894.833	1.019.474	866.763	928.023
davon Grünfläche	511.751	624.645	486.656	529.916
davon befestigte Fläche	383.082	394.829	380.107	398.107

Der Anstieg in 2009/10 resultiert aus dem Erwerb von Flächen im rumänischen Braşov. Ein weiterer Anstieg erfolgte in 2011/12 durch den Zukauf von Grundstücksflächen am Werk Bünde für Parkflächen und von Erweiterungsflächen im tschechischen Uničov. Ab 2010/11 wurden in Oelde und Braşov Flächen vermietet und daher nicht mehr berücksichtigt.

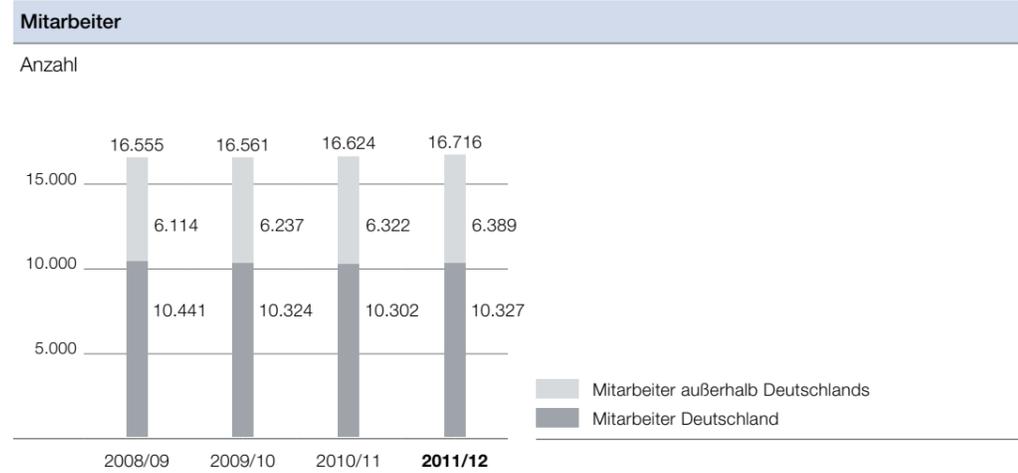
5

Mitarbeiter

Personalmanagement

Die Angaben in diesem Kapitel beziehen sich – wenn nicht anders angegeben – ausschließlich auf Deutschland.

GRI | 2.8, LA1

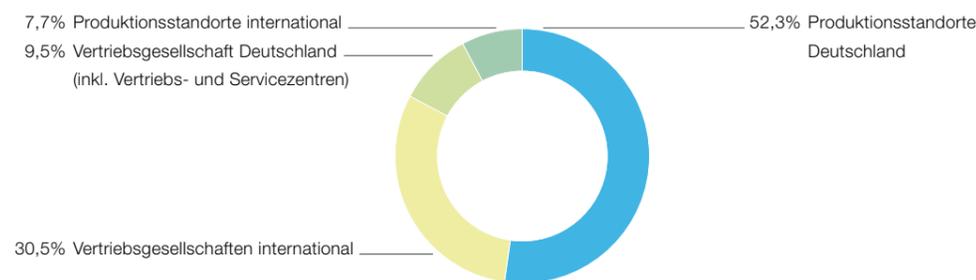


Über 60 Prozent der Gesamtbelegschaft sind in Deutschland tätig. Eine Verlagerung bestehender Arbeitsplätze in andere Länder, etwa zur Kostenreduzierung, oder betriebsbedingte Kündigungen hat es im Berichtszeitraum nicht gegeben.

GRI | 2.8, LA1

Mitarbeiter nach Standorten

in Prozent



2011/12

60 Prozent der Mitarbeiter sind an den deutschen und internationalen Produktionsstandorten tätig – dies berücksichtigt auch die Mitarbeiter in der zentralen Verwaltung am Standort Gütersloh. Die weiteren Mitarbeiter verteilen sich auf 46 internationale Vertriebsgesellschaften (30,5 Prozent) sowie die Vertriebsgesellschaft Deutschland inklusive der Vertriebs- und Servicezentren (9,5 Prozent).

GRI | LA13

Mitarbeiter nach Altersgruppen

in Prozent

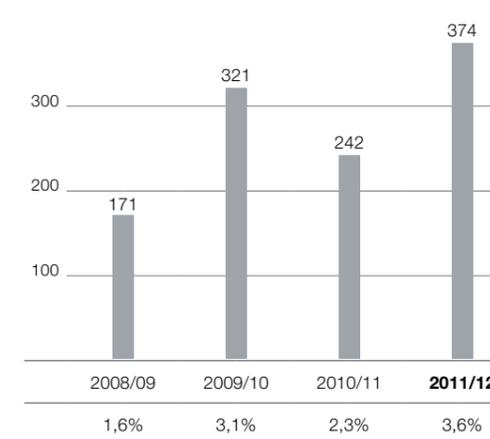


2011/12

Etwa ein Drittel der Belegschaft von Miele in Deutschland ist älter als 50 Jahre. Dies entspricht 2011 laut Statistischem Bundesamt dem bundesdeutschen Anteil der Erwerbstätigen über 50 Jahre. Der Anteil der unter 30-jährigen Beschäftigten bei Miele in Deutschland liegt bei 13 Prozent. Der Anteil dieser Altersgruppe an der Summe aller Erwerbstätigen in Deutschland lag 2011 laut Statistischem Bundesamt bei 21 Prozent. Das Durchschnittsalter der Miele-Mitarbeiter in Deutschland liegt bei 46,1 Jahren.

Leiharbeitnehmer

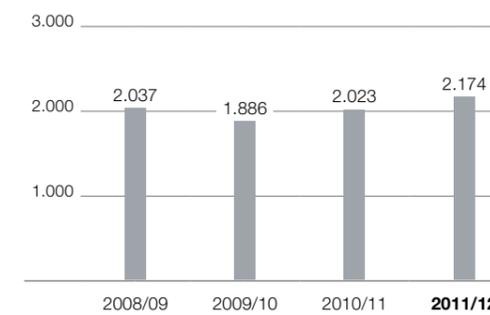
Anzahl und in Prozent



Schwankungen verdeutlichen die Notwendigkeit, Personalbedarfsspitzen mit dem Einsatz von Leiharbeitnehmern zu begegnen. Zudem findet die Feststellung auf Stichtagsbetrachtung statt und erlaubt somit keine interpretationsfähigen Aussagen zu einer Entwicklung im Zeitablauf.

Eingereichte Ideen im Rahmen des Vorschlagswesens ¹⁾

Anzahl

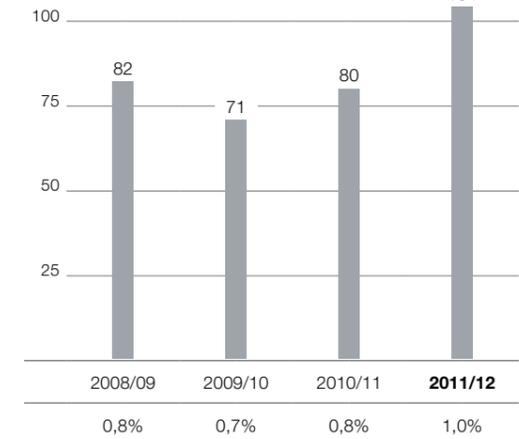


¹⁾ Die Zahlen beziehen sich auf die inländischen Werke und die Vertriebs- und Servicezentren, ohne die Imperialwerke Bünde und Arnberg.

Insgesamt 2.174 Verbesserungsvorschläge wurden im Geschäftsjahr 2011/12 von den Mitarbeitern eingereicht.

Fluktuation ¹⁾

Anzahl und in Prozent

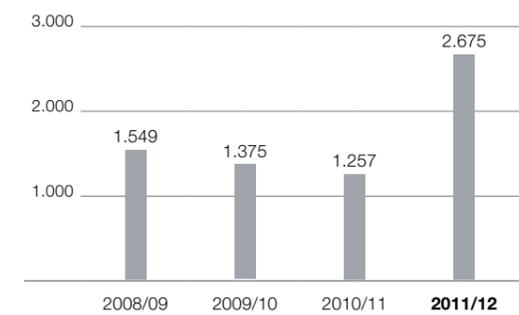


¹⁾ Fluktuation: Befristete Arbeitsverträge werden nicht mitgezählt. Arbeitgeberseitige Kündigungen werden bei der Ermittlung berücksichtigt.

Die Fluktuationsrate bei Miele ist mit maximal einem Prozent traditionell sehr gering und Ausdruck der hohen Mitarbeiterzufriedenheit.

Gesamtersparnis durch umgesetzte Ideen der Mitarbeiter ¹⁾

in Tausend Euro



¹⁾ Die Zahlen beziehen sich auf die inländischen Werke und die Vertriebs- und Servicezentren, ohne die Imperialwerke Bünde und Arnberg.

Im Geschäftsjahr 2011/12 konnten unter Berücksichtigung der durchgeführten Vorschläge aus den letzten drei Geschäftsjahren (Dreijahresnutzen) insgesamt 2,7 Millionen Euro eingespart werden.

GRI | LA1

GRI | LA2

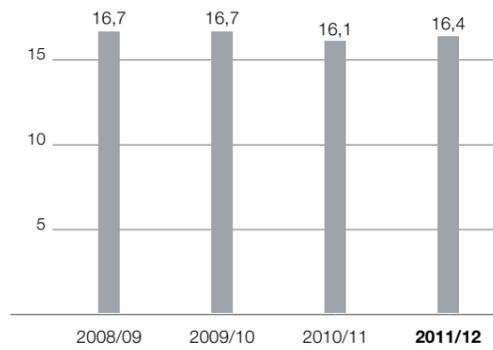
Mitarbeiter

Aus- und Weiterbildung

GRI | LA10

Aufwand für Aus- und Weiterbildung

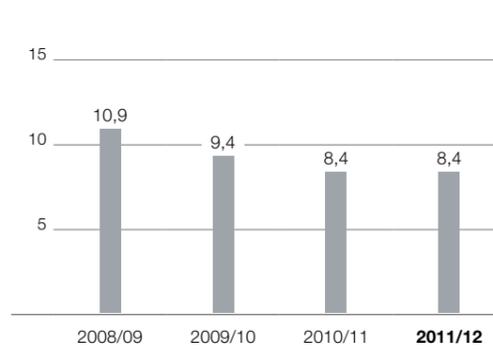
in Mio. Euro



Im Geschäftsjahr 2011/12 betragen die Aufwendungen für Aus- und Weiterbildung 16,4 Millionen Euro. Der größte Anteil der Aufwendungen entfiel auf die kaufmännische und technische Ausbildung sowie die interne und externe Weiterbildung. Weitere Aufwendungen entfielen z.B. auf die Einstiegsprogramme und die Kundendienstweiterbildung.

Durchschnittlich aufgewendete Stundenzahl für Weiterbildung pro Mitarbeiter

Anzahl



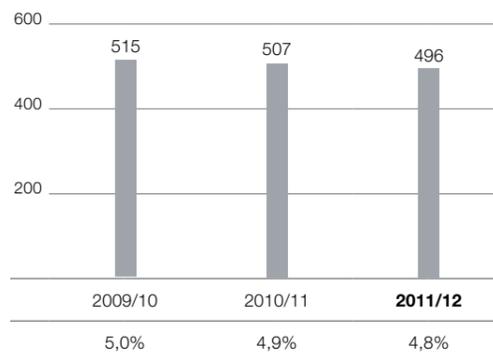
Die Anzahl der Weiterbildungsstunden pro Mitarbeiter hat sich im Berichtszeitraum verringert. Grund hierfür ist der verstärkte Einsatz von E-Learning-Komponenten, die Präsenzphasen eines Trainings ergänzen. Die Zeiten, die Mitarbeiter für die Bearbeitung von E-Learning-Komponenten benötigen, werden nicht erfasst.

Nachwuchsförderung

GRI | LA1

Auszubildende ¹⁾

Anzahl und in Prozent



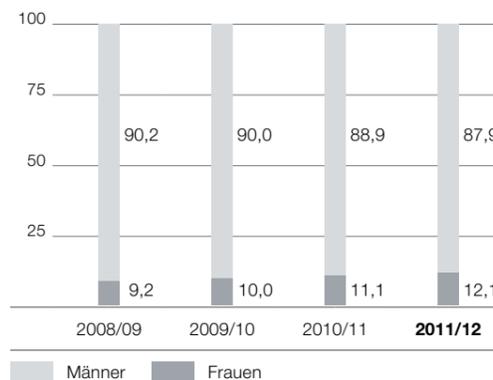
¹⁾ Stichtag ist nun jeweils der 01.09. eines Jahres, da dieser Zeitpunkt den tatsächlichen Stand der Auszubildenden-Zahlen besser wiedergibt als der bisherige Stichtag 30.06. (Geschäftsjahresende). Grund ist, dass zum Geschäftsjahresende bereits viele Auszubildende ihre Prüfungen abgeschlossen haben, formal also nicht mehr als Auszubildende gelten, obwohl sie noch im Unternehmen beschäftigt sind, und zudem die neuen Auszubildenden ihre Ausbildung noch nicht begonnen haben.

Im Geschäftsjahr 2011/12 gab es zum 01.09. genau 496 Auszubildende im Unternehmen. Damit lag die Anzahl auf Vorjahresniveau.

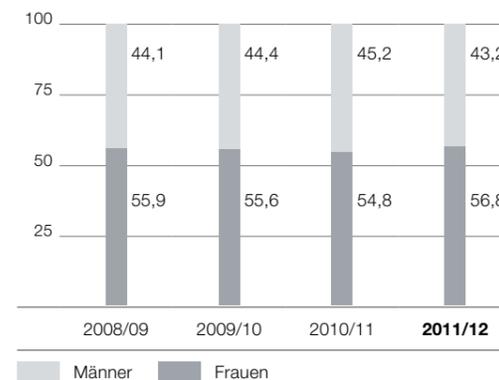
Frauen und Männer in der technischen und kaufmännischen Ausbildung

Anteil in Prozent

Technische Ausbildung



Kaufmännische Ausbildung



Der Anteil von Frauen in der technischen Ausbildung ist im Gegensatz zur kaufmännischen Ausbildung noch sehr gering, nämlich 12 Prozent im Vergleich zu 57 Prozent im Geschäftsjahr 2011/12. Dieser Anteil konnte jedoch mithilfe von Initiativen wie beispielsweise „MINTrelation“, einer Bundesinitiative zur Gleichstellung von Frauen in der Wirtschaft, weiter gesteigert werden.

Vielfalt und Chancengleichheit

GRI | LA1

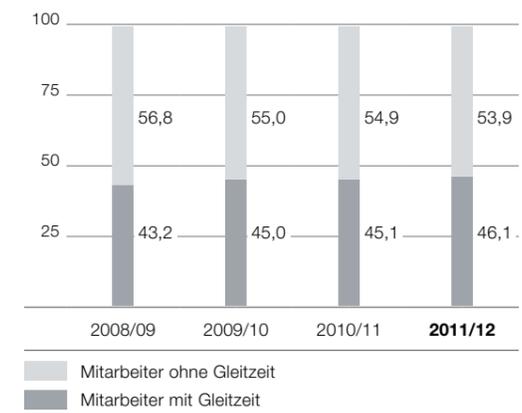
Voll- und Teilzeitkräfte

Anteil in Prozent



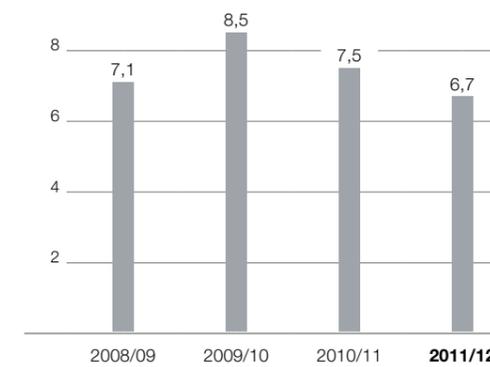
Mitarbeiter mit und ohne Gleitzeit

Anteil in Prozent



Mitarbeiter in Altersteilzeit

Anteil in Prozent



Trotz Auslauf der Erstattungen durch die Bundesagentur für Arbeit schließt Miele weiterhin Altersteilzeitverträge auch oberhalb der tarifvertraglichen Quote freiwillig ab.

GRI | LA1

GRI | LA1

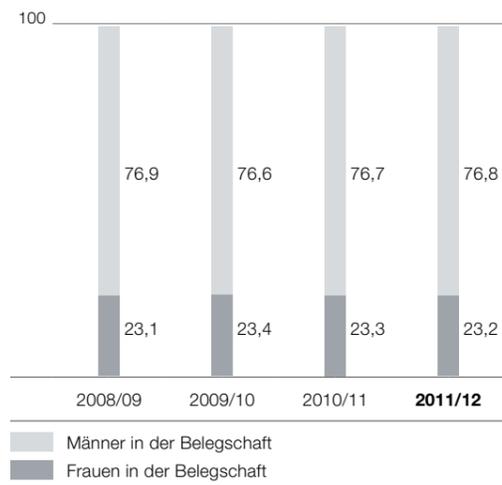
Mitarbeiter

Vielfalt und Chancengleichheit

GRI | LA13

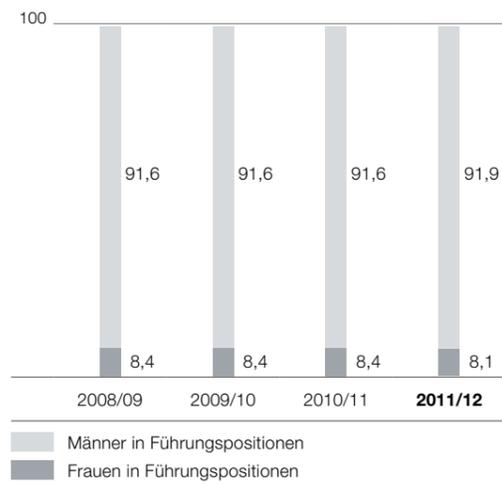
Frauen und Männer in der Belegschaft

Anteil in Prozent



Frauen und Männer in Führungspositionen ¹⁾

Anteil in Prozent

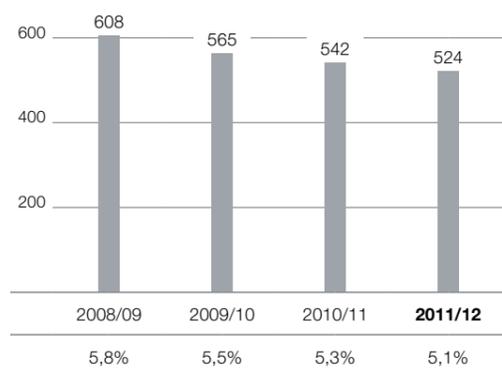


¹⁾ Geschäftsleitung, Prokuristen, Handlungsbevollmächtigte

GRI | LA13

Internationale Mitarbeiter in Deutschland ¹⁾

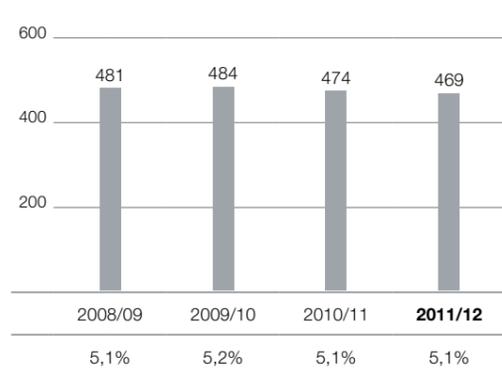
Anzahl und in Prozent



¹⁾ Internationale Mitarbeiter sind alle Mitarbeiter, die nicht die deutsche Staatsangehörigkeit haben.

Mitarbeiter mit Behinderungen ¹⁾

Anzahl und in Prozent



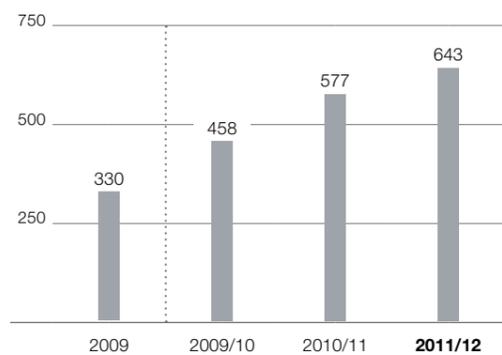
¹⁾ Die Definition für Mitarbeiter mit Behinderung folgt der sozialrechtlichen Definition für Behinderung nach SGB IX § 2.

Arbeitssicherheit

GRI | LA8

Schulungen zur Arbeitssicherheit

Anzahl der Teilnehmer

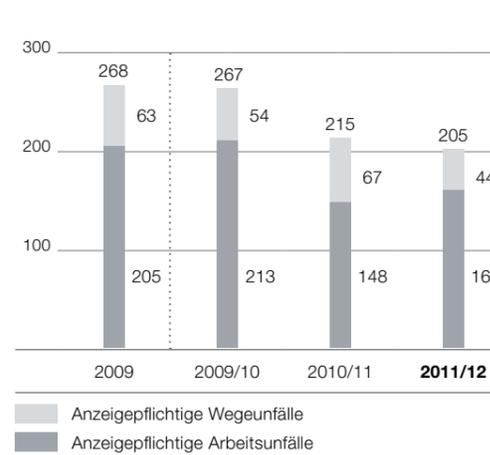


Im Geschäftsjahr 2011/12 wurden insgesamt 643 Mitarbeiter zum Themenbereich Arbeitssicherheit geschult. Teilnehmer waren Führungskräfte ebenso wie Mitarbeiter aus der Produktion.

GRI | LA7

Anzeigepflichtige Arbeits- und Wegeunfälle ¹⁾

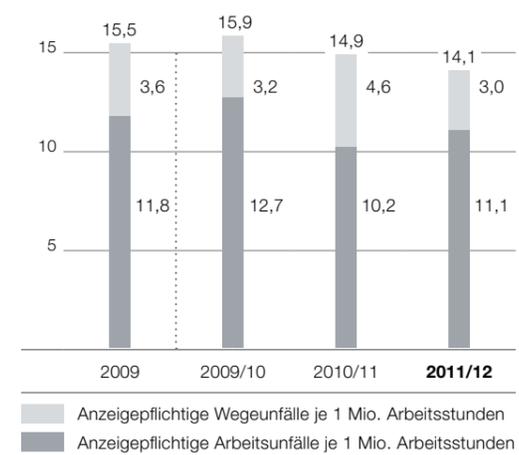
Anzahl



Die Anzahl der Arbeitsunfälle sank im Berichtszeitraum von 213 (Geschäftsjahr 2009/10) auf 161 (Geschäftsjahr 2011/12). Die Anzahl der Wegeunfälle reduzierte sich um 33 Prozent von 67 im Geschäftsjahr 2010/11 auf 44 im Geschäftsjahr 2011/12. Die Reduzierung der Wegeunfälle ist auf die milde Witterung im Geschäftsjahr 2011/12 zurückzuführen.

Anzeigepflichtige Arbeits- und Wegeunfälle ¹⁾

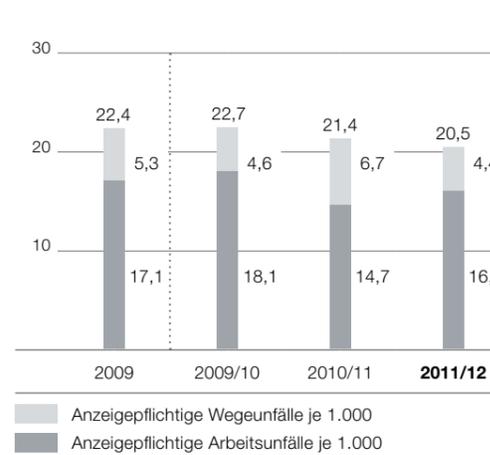
je 1 Mio. Arbeitsstunden (Verletzungshäufigkeit)



Die Anzahl der Arbeitsunfälle je eine Million Arbeitsstunden sank von 12,7 im Geschäftsjahr 2009/10 auf 11,1 im Geschäftsjahr 2011/12. Damit liegt Miele weiterhin unter dem von den gewerblichen Berufsgenossenschaften gemeldeten Branchendurchschnitt von 16,53 Prozent (2010).

Anzeigepflichtige Arbeits- und Wegeunfälle ¹⁾

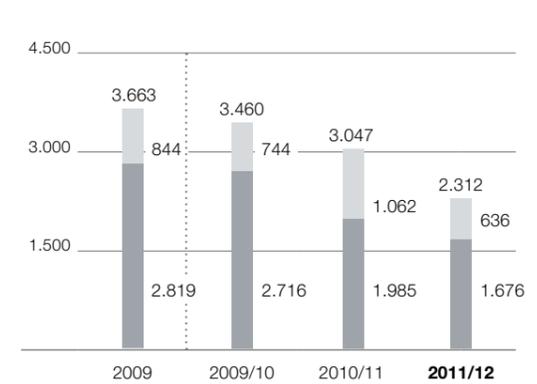
je 1.000 Mitarbeiter (Tausendmannquote)



Die Anzahl der Arbeitsunfälle je tausend Mitarbeiter sank von 18,1 im Geschäftsjahr 2009/10 auf 16,1 im Geschäftsjahr 2011/12. Damit liegt Miele weiterhin unter dem von den gewerblichen Berufsgenossenschaften gemeldeten Branchendurchschnitt von 26,4 Prozent (2010).

Ausfalltage ²⁾ aufgrund eines Arbeits- und Wegeunfalls

Anzahl



Die Ausfalltage aufgrund eines Arbeitsunfalls sanken um 38 Prozent von 2.716 im Geschäftsjahr 2009/10 auf 1.676 im Geschäftsjahr 2011/12. Auch die Ausfalltage aufgrund von Wegeunfällen konnten zwischen 2009/10 und 2011/12 um 15 Prozent reduziert werden.

GRI | LA7

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

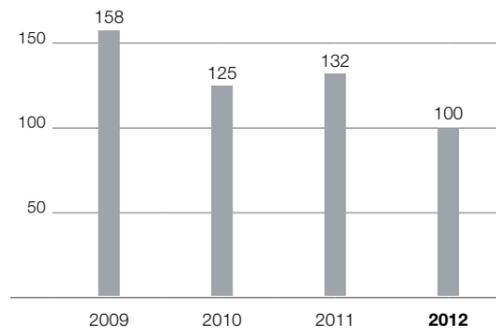
²⁾ Ausfalltage sind ausgefallene geplante Arbeitstage gezählt ab dem Unfall.

6 Gesellschaft

GRI | EC1, EC8

Höhe der finanziellen Zuwendungen für gemeinnützige Projekte durch die Miele Stiftung ¹⁾

in Tausend Euro



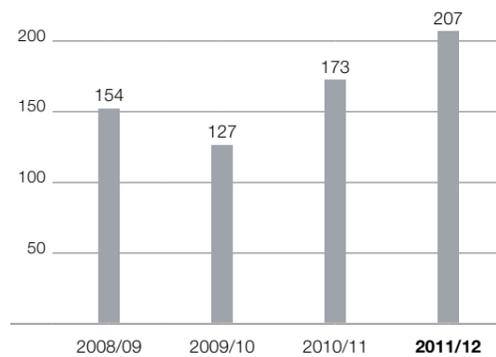
¹⁾ Die Angaben zur Miele Stiftung beziehen sich auf Kalenderjahre.

Die Stiftung, 1974 mit einem Kapital von 2,5 Millionen Euro gegründet, verfolgt als Stiftungszweck die Förderung des Gemeinwohls der Stadt Gütersloh. Mit Zuwendungen in Höhe von insgesamt 100.000 Euro wurden im Jahr 2012 u.a. die Westfälische Kammerphilharmonie, der Knabenchor Gütersloh sowie die Hochbegabtenförderung in einem örtlichen Kindergarten unterstützt.

GRI | EC1, EC8

Höhe der Zuwendungen für gemeinnützige Projekte durch die Miele & Cie. KG

in Tausend Euro



Die Miele & Cie. KG förderte im Geschäftsjahr 2011/12 soziale Einrichtungen und Projekte mit einer Summe von 207.000 Euro. Den Schwerpunkt der Förderung bilden junge Menschen, mit dem Fokus auf Bildung und Erziehung. Kunst und Kultur sowie Einzelfallentscheidungen bilden den zweiten und dritten Baustein des Engagements.

Zielerreichungskontrolle

Zielerreichungskontrolle					
Thema	Strategisches Ziel	Maßnahmen	Termin	Kommentar	Status
Nachhaltigkeitsmanagement	Kontinuierliche Verbesserung der Managementsysteme	Re-Zertifizierung der Miele & Cie. KG nach ISO 9001:2008	30.06.2012	Die Re-Zertifizierung wurde am 20.12.2011 erreicht.	✓
		Re-Zertifizierung der Standorte Bielefeld und Gütersloh nach ISO 13485	30.06.2011	Die Re-Zertifizierung wurde im November 2010 durchgeführt.	✓
	Implementierung relevanter Managementsysteme an neuen Standorten	Vorbereitung der Zertifizierung des Werkes Dongguan nach SA8000	30.06.2011	Voraudit wurde am 01.03.2012 durchgeführt.	✓
		Zertifizierung des Werkes Dongguan nach SA8000	30.06.2012	Auf Basis der Ergebnisse des Voraudits wird die Zertifizierung geprüft.	✓
		Durchführung vorbereitender Maßnahmen zum Aufbau eines Umweltmanagementsystems am Werkstandort Dongguan	30.06.2012	Vorbereitungen sind im März 2012 angelaufen.	✓
		Prüfung der Zertifizierung des Arbeitsschutzmanagementsystems nach OHSAS 18001	31.12.2011	Die Miele-Werke (außer Werk Dongguan) verfügen seit dem 20.12.2011 über ein zertifiziertes Managementsystem gemäß OHSAS 18001.	✓
Zertifizierung der Vertriebsgesellschaft Großbritannien nach OHSAS 18001	31.12.2010	Die Zertifizierung der VG Großbritannien gemäß OHSAS 18001 ist mit dem Zertifizierer LRQA mit Zeitverzug im November 2012 vollzogen worden.	✓		
Verbrauchs-optimierte Produkte	Miele-Hausgeräte sollen mit der höchsten Energieeffizienzklasse am Markt sein, gemessen am Energylabel	Alle produzierten europäischen Haushaltswaschmaschinen erreichen eine um mindestens 10% höhere Energieeffizienz als der heutige Grenzwert der besten Energieeffizienzklasse A und mindestens 50% sind 20% besser.	30.06.2012	Alle im GJ 2011/12 produzierten europäischen Haushaltswaschmaschinen haben mindestens die Energieeffizienzklasse A+ (A+ = A -13,3%). 71% der im GJ 2011/12 produzierten europäischen Geräte entsprechen den Energieeffizienzklassen A+++ oder A++ und sind somit um mindestens 23,6% besser als Klasse A.	✓
		50% aller produzierten europäischen Haushaltsgeschirrspüler erreichen eine um mindestens 10% höhere Energieeffizienz als der Grenzwert der heutigen Energieeffizienzklasse A. Es werden Geschirrspüler mit einer um 20% besseren Energieeffizienz als der Grenzwert der Energieeffizienzklasse A neu angeboten.	30.06.2012	94% der im GJ 2011/12 produzierten europäischen Haushaltsgeschirrspüler entsprechen mindestens Energieeffizienzklasse A+ (A+ = A -11,3%). 52% der im GJ 2011/12 produzierten europäischen Geräte entsprechen den Energieeffizienzklassen A+++ oder A++ und sind damit um mindestens 21,2% besser als Klasse A.	✓
	Anstieg des Anteils der produzierten europäischen Wäschetrockner mit einer um 40% besseren Energieeffizienz als der Grenzwert der Klasse A auf 30%	30.06.2012	58% der im GJ 2011/12 produzierten europäischen Geräte haben eine um 40% bessere Energieeffizienz als der Grenzwert der Klasse A.	✓	
	Erhöhung des Anteils der verkauften europäischen Kühl- und Gefriergeräte in den besten Energieeffizienzklassen A++ und A+ von 75 auf 90%	30.06.2012	96% der europäischen produzierten Kühl- und Gefriergeräte sind besser als Klasse A.	✓	
	Weitere Energieeinsparungen im Betrieb der Miele-Geräte, in allen Programmen	Markteinführung Smart-Grid-fähiger Haushaltswaschmaschinen und Wäschetrockner	30.06.2011	Zusätzlich wurde auch der Smart-Grid-fähige Geschirrspüler am Markt eingeführt.	✓
		Angebot von Professional-Trocknern mit Wärmepumpentechnologie, die Energieeinsparungen von ca. 50% gegenüber konventionellen gewerblichen Ablufttrocknern gleicher Beladungsmenge erzielen	30.06.2011	Entsprechendes Angebot besteht.	✓
		Bei allen Waschmaschinen für Wäschereien von 10 bis 20 kg soll durch die Einführung von Eco-Programmen sowie optimierten Wasch- und Spülverfahren eine Reduzierung des Wasserverbrauchs erreicht werden. Beispielsweise lassen sich so bei einer 13-kg-Waschmaschine 19% Einsparung erreichen.	30.06.2011	Bei einem Facelift in 2011 wurden entsprechende Optimierungen umgesetzt.	✓

✓ Ziel erreicht; ✓ Ziel teilweise erreicht

Zielerreichungskontrolle

Zielerreichungskontrolle					
Thema	Strategisches Ziel	Maßnahmen	Termin	Kommentar	Status
Entsorgung	Sicherstellung und kontinuierliche Verbesserung der optimalen Entsorgung von Kältegeräten gemessen am Qualitätskriterienkatalog der Hersteller	Durchführung von Feldversuchen in mindestens vier ausgewählten Recyclinganlagen zur Ermittlung der durchschnittlichen Menge an Kälte- und Treibmitteln in Altgeräten Durchschnittlich 80 unangekündigte Audits an allen Anlagen durch unabhängige Gutachter bei Entsorgungsbetreibern für Kältegeräte in Deutschland	31.12.2011	Es liegen die Ergebnisse von fünf Feldversuchen vor. Daraus abgeleitete Maßnahmen werden umgesetzt.	✓
	Über 90% Recyclingquote	Aktive fachliche Mitarbeit bei der Revision der EU-Richtlinien zu Elektro- und Elektronik-Altgeräten (WEEE) und zur Verwendung gefährlicher Stoffe in Elektro- und Elektronikgeräten (RoHS) in nationalen und europäischen Fachgremien Zukünftige Miele-interne Produktanforderungen entsprechend definieren	31.12.2011	Im Jahr 2010 wurden 104 Audits durchgeführt, davon 18 durch das beauftragte Herstellersystem und 86 durch von Herstellern beauftragten externen Auditor. Im Jahr 2011 wurden 102 Audits durchgeführt, davon 15 durch das beauftragte Herstellersystem und 87 durch von Herstellern beauftragten externen Auditor.	✓
	Weitere Investitionen in eine energieeffiziente Produktion und den Klimaschutz	Durchführung regelmäßiger Workshops mit Vertretern der Fertigung und der Fertigungstechnik aus dem Werk Gütersloh, um hier weitere Optimierungspotenziale in der Produktion und bei den Anlagen zu identifizieren Teilnahme an einem Energieeffizienzprogramm, um gemeinsam mit anderen Unternehmen Lösungen zur Steigerung der Energieeffizienz zu entwickeln. Das Projekt wird vom Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung begleitet und vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) gefördert. Steigerung der Energieeffizienz an den deutschen Standorten durch unterschiedliche Maßnahmen. Beispiel Gütersloh: Optimierung der Gebäude und gebäudetechnischer Anlagen durch den Ausbau der Gebäudeleittechnik und den Einsatz modernster energieeffizienter Antriebe. Gebäudesanierung der früheren Energiezentrale im Gütersloher Stammwerk, die zu einer Wärmebedarfsreduzierung von 25% führt: Aufbau einer neuen zentralen Wärmeverteilung. Das Planungskonzept sieht ergänzend zur Fernwärmeinspeisung die Nutzung von Abwärme aus dem technischen Kühlprozess der DV-Infrastruktur und aus Dauerversuchen der Produktentwicklung vor.	30.06.2012 31.12.2013 30.06.2012 30.06.2015	Im Berichtszeitraum fanden zwei weitere Workshops statt. Hierbei standen Erfahrungsberichte aus früheren Projekten und die Veränderungen der Energiebedarfe im Mittelpunkt. Für die beiden Werke Gütersloh und Bielefeld liegen die Berichte aus der Initialberatung vor. Die Erkenntnisse wurden bereits tiefergehend analysiert und mit der Umsetzung begonnen. Der Arbeitskreis wird für intensiven Erfahrungsaustausch und weitere Schulungen der Energiefachleute genutzt. In allen Werken wurden diverse Untersuchungen für die Effizienzsteigerungen von elektrischen Antrieben durchgeführt. An die Gebäudeleittechnik wurden weitere Versorgungsanlagen angeschlossen, um durch die Beobachtung der Betriebszustände die Effizienz zu verbessern. In allen Werken wurde die Energiedatenerfassung weiter ausgebaut, um die Transparenz zu erhöhen und Potenziale zu identifizieren. Die Investition wurde wegen des hohen Potenzials vorgezogen. Eine Teillinbetriebnahme erfolgte im Sommer 2012. Die Kältenetze wurden nach einem hydraulischen Abgleich zusammenschaltet. Dadurch können die Kältemaschinen zusätzlich besser ausgelastet und der Gesamtwirkungsgrad der Kälteversorgung gesteigert werden.	✓ ✓ ✓ ✓
CO ₂ -Reduktion	Absenkung der energiebedingten CO ₂ -Emissionen von 315 kg CO ₂ pro Tonne Produkt um 3%	30.06.2012	Die energiebedingten CO ₂ -Emissionen wurden auf 304,7 kg je Tonne Produkt gesenkt. Dies entspricht einer Reduzierung von 3,2% bezogen auf das GJ 2009/10.	✓	
CO ₂ -Reduktion	Identifikation und Bewertung der möglichen Energieformen an den verschiedenen Standorten, um den Einsatz regenerativer Energien, wo ökonomisch sinnvoll, voranzutreiben	31.12.2014	Es laufen umfangreiche Untersuchungen, die aber noch nicht abgeschlossen sind.	✓	
Sensibilisierung der Mitarbeiter	Ausweitung des Energieeinsparprogramms für Mitarbeiter auf alle deutschen Werkstandorte	30.06.2011	In allen deutschen Werken fanden verschiedene Aktionen statt. Es wurden weitere Informationen an die Mitarbeiter herangetragen und in Betriebsversammlungen thematisiert. Im Werk Gütersloh wird das Thema Energie zukünftig innerhalb des Miele-Wertschöpfungs-system eingebunden und damit systematisch an alle Mitarbeiter herangetragen.	✓	

✓ Ziel erreicht; ✓ Ziel teilweise erreicht

Zielerreichungskontrolle					
Thema	Strategisches Ziel	Maßnahmen	Termin	Kommentar	Status
Wasser	Verbrauchsreduktion	Umbau und Optimierung des Wassernetzes, um den Verbrauch weiter zu reduzieren	kontinuierlich	Das Wassernetz wurde an verschiedenen Stellen des Werkes Gütersloh weiter verkleinert. Hierbei standen allerdings hygienische Aspekte im Vordergrund. Durch die Umbauarbeiten wurden die Spülmengen reduziert.	✓
Abfallmanagement	Abfallreduktion	Ökologisch sinnvolle Trennung von Abfällen vorantreiben und einheitliche Entsorgungsstrategie festlegen. Identifikation von Verbesserungspotenzial in den produzierenden Werken und regelmäßigen Erfahrungsaustausch der Umweltbeauftragten zu zentralen Themen wie gemeinsame Entsorger-Audits, Abfallmanagement, Kostenvergleiche, verbesserte Verwertungsmöglichkeiten etc. umsetzen.	31.12.2011	Erfahrungsaustausch der Umweltbeauftragten findet zwei Mal pro Jahr statt. Abfallwirtschaft ist Schwerpunktthema. Bis Mitte 2013 wird die Verbesserungspotenzialanalyse zu Dienstleistungen in der Abfallwirtschaft vorliegen.	✓
Transport und Logistik	Ausbau umweltfreundlicher Transporte	Aktive Transportsteuerung und entsprechende Auswahl von möglichst umweltfreundlichen Transportdienstleistungen, d.h. von See- und Bahnverkehren, und Beibehaltung des geringen Anteils an Luftfracht und Sondertransporten	30.06.2012	Steigerung des Bahnanteils an der Transportleistung (Outbound) von 3,7% auf 4,0% durch Umstellung von Verkehren nach Skandinavien und Südeuropa. Die Auflösung zweier per Bahn beliefeter Lager in Zentraleuropa hat den Effekt reduziert. Der Schiffsanteil ist um 1,6% auf 80,2% gestiegen und der Luftfrachtanteil mit 0,6% konstant geblieben.	✓
	Reduzierung der Umweltauswirkungen im Verantwortungsbereich von beauftragten Spediteuren	Miele setzt verstärkt auf Dienstleister, die durch umweltschonende Fahrzeuge und Öko-Fahrertrainings den Treibstoffeinsatz minimieren. Bedarfssynchrone, hochfrequente, kostengünstige und in Bezug auf die CO ₂ -Emission umweltfreundliche Anlieferung durch Einbindung weiterer Spediteure in das Gebietsspeditionsnetz an allen Miele-Werkstandorten	30.06.2012	Ausweitung der Verkehre mit dem bereits vorhandenen Dienstleister Seit 2010 wurden in Summe weitere 70 Lieferanten in das umweltfreundlichere Gebietsspeditionsnetz-Konzept integriert. Somit sind gegenwärtig 170 Lieferanten in das Konzept integriert.	✓ ✓
	Reduzierung der CO ₂ -Emissionen des Miele-Fuhrparks	Verbesserung des Kennzahlensystems zur Berechnung der verursachten CO ₂ -Emissionen und weiterer Umweltauswirkungen Ersatzbeschaffungen werden nur noch in der bestmöglichen Schadstoffklasse (EURO 4 und EURO 5) getätigt.	30.06.2012	Das Kennzahlensystem ist fertiggestellt. Ab dem GJ 2009/10 steht eine CO ₂ -Bilanz des Fuhrparks sowie der Outbound-Logistik und der Distribution der VG Deutschland zur Verfügung und wird in Zukunft pro Geschäftsjahr erstellt. Ab sofort wird als maßgebliche Kennzahl für den Miele-Fuhrpark der CO ₂ -Ausstoß (g/km) verwendet, da die Schadstoffklasse keine ausreichende Differenzierung ermöglicht und der CO ₂ -Ausstoß sich als Kriterium durchgesetzt hat. Für die Pkw haben wir für das Geschäftsjahr 2011/12 einen durchschnittlichen CO ₂ -Ausstoß von 138 g/km (GJ 2009/10: 154 g/km) und für die LNF 214 g/km (GJ 2009/10: 229 g/km) ermittelt.	✓ ✓
	Reduzierung der Umweltauswirkungen durch Mitarbeitermobilität	Erfassung der CO ₂ -Emissionen durch Dienstreisen der Mitarbeiter in Deutschland	30.06.2012	Die CO ₂ -Emissionen durch Dienstreisen der Mitarbeiter in Deutschland werden erfasst.	✓
Arbeitssicherheit und Gesundheit	Gewährleistung bestmöglicher Arbeitssicherheit	Erarbeitung eines werkübergreifenden Standards, nach dem zukünftig zentrale persönliche Schutzartikel (u.a. Schutzbrillen, Sicherheitsschuhe) für Mitarbeiter klassifiziert und eingekauft werden sollen	31.12.2011	Der werkübergreifende Standard ist erarbeitet worden und wird bei der zentralen Beschaffung angewendet.	✓
		Erarbeitung eines werkübergreifenden Gefahrstoffkatasters für die über 1.500 Miele-weit eingesetzten Stoffe und Reduzierung der Vielfalt der verwendeten Stoffe	31.12.2011	In jedem Werk ist ein Gefahrstoffkataster vorhanden und aktuell gepflegt. Die Reduzierung der Anzahl der Stoffe bleibt ständige Aufgabe.	✓

✓ Ziel erreicht; ✓ Ziel teilweise erreicht

Neue Ziele

Neue Ziele			
Schwerpunktthema	Ziel	Zieltermin	Maßnahme
Strategie und Management			
Nachhaltigkeitsstrategie	Die Miele Nachhaltigkeitsstrategie wird zyklisch fortentwickelt und umgesetzt.	kontinuierlich	Jährliche Strategiereviews durchführen
Nachhaltigkeitsmanagement	Das Monitoring und Reporting wesentlicher Nachhaltigkeitskennzahlen ist optimiert.	30.06.2014	IT-System für Nachhaltigkeitskennzahlen ausweiten und weiter optimieren
Managementsystem	Relevante Managementsysteme sind an allen Miele-Standorten implementiert und zertifiziert.	31.12.2015	Zertifizierung des Werkes Dongguan nach ISO 14001 (30.06.2013) Zertifizierung aller Miele-Standorte gemäß ISO 50001 (30.06.2014) Zertifizierung des Werkes Dongguan nach SA8000 (31.12.2015)
Stakeholderdialog	Systematische Stakeholdermanagement-Prozesse sind eingeführt.	30.06.2014	Aufbau einer Stakeholderdatenbank und Systematisierung des Stakeholderdialogs auf unterschiedlichen Ebenen Stärkere internationale Ausrichtung der Dialogprozesse
Compliance-Management	Bestehendes Compliance-Management ist weiter verbessert.	30.06.2013	Implementierung eines elektronischen Compliance-Lerntools
CR-Risikomanagement	Miele-Risikomanagement ist um die relevanten Nachhaltigkeitsaspekte der Nachhaltigkeitsstrategie ergänzt.	31.12.2013	Für Miele wesentliche Risiken mit Nachhaltigkeitsbezug werden erfasst, bewertet und in das bestehende Risikomanagement integriert.
Produkte			
Verbrauchsoptimierte Produkte	Der Anteil der produzierten europäischen Waschmaschinen, Geschirrspüler und Kühl- und Gefriergeräte in den beiden besten Energieeffizienzklassen A+++ und A++ ist um 20 Prozent gegenüber dem Geschäftsjahr 2011/12 gesteigert.	30.06.2014	Weiterentwicklung der bestehenden Technologien und Einsatz neuer Technologien
	60 Prozent der produzierten europäischen Trockner entsprechen mindestens der neuen Energieeffizienzklasse A+ des EU-Energylabels.	30.06.2014	Einsatz von noch energiesparenderen Kompressoren
	Einer größeren Anzahl Nutzer von Miele-Geräten ist der gezielte Einsatz regenerativer Energien im Haushalt möglich.	30.06.2014	Entwicklung und Markteinführung eines Solartrockners
	Einer größeren Anzahl Nutzer von Miele-Waschmaschinen ist es möglich, den Waschmitteleinsatz weiter zu reduzieren.	30.06.2014	Erweiterung der Angebotspalette von Waschautomaten mit automatischer Waschmitteldosierung, vorhandene Dosiereinrichtungen werden weiterentwickelt.
	Eine größere Anzahl Nutzer von Miele-Geräten erhält die Möglichkeit, selbst aktiv und spontan eine weitere Verbrauchsreduzierung herbeizuführen.	30.06.2014	Erweiterung des Geräteangebotes mit Eco-Feedback-Funktion zur transparenten Anzeige von aktuellem Energie- und Wasserverbrauch je nach gewähltem Programm.
Langlebigkeit und Zuverlässigkeit	Langlebigkeit und Zuverlässigkeit sind als Beitrag zu Ressourcen- und Klimaschutz auch in neuen Modellreihen weiterhin sichergestellt.	30.06.2014	Bewährte Geräteanforderungen wie die 20-Jahre-Lebensdauer-Spezifikation, eine anforderungsgemäße Konstruktion, der Einsatz hochwertiger Materialien und die Bestätigung der geforderten Eigenschaften in Dauertests kommen weiterhin zur Anwendung.
Schonende Verfahren	Besonders schonende Verfahren bei der Reinigung und Trocknung von Wäsche und Geschirr sowie bei der Zubereitung von Speisen werden als Beitrag zum Ressourcenschutz auch in neuen Modellreihen angeboten.	30.06.2014	Bewährte Technologien werden weiter fortentwickelt und mit neuen Produkten eingeführt.
Universal Design	Die unkomplizierte, eingängige Bedienbarkeit für unterschiedliche Nutzergruppen der Miele-Produkte ist auch in neuen Modellreihen der Maßstab.	30.06.2014	Interne Checklisten und Richtlinien werden erweitert, um den Entwicklungsprozess und die Produkte noch nutzerfreundlicher zu gestalten (30.06.2013).
Lieferkette			
Hohe Umwelt- und Sozialstandards	Anerkannte Umwelt- und Sozialstandards werden in der Miele-Lieferkette eingehalten.	kontinuierlich	Überprüfung des bisherigen Lieferantenmanagements im Hinblick auf Umwelt- und Sozialstandards und Ableitung neuer Handlungsfelder (30.06.2013). Zusätzliche Einführung eines Vertragsmanagements zur besseren Steuerung der Nachhaltigkeitsstandards innerhalb des Lieferantenmanagementprozesses (31.12.2013). Optimierung des Lieferantenbeurteilungssystems zur stärkeren Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien (30.06.2014).

Neue Ziele			
Schwerpunktthema	Ziel	Zieltermin	Maßnahme
Prozesse			
Energieeffizienz	Ein Energiemanagementsystem gemäß ISO 50001 ist an allen Produktionsstandorten zur weiteren Reduzierung des Energiebedarfs eingeführt.	30.06.2014	Ausbau der Messtechnik, der Analysesoftware und Verbesserung des Controllings
	Der spezifische Energieverbrauch von 1.368 kWh/Tonne Produkt (2011/12) ist um 2 Prozent gesenkt.	30.06.2014	Potenziale auf Basis von Bestandsanalysen ermitteln (30.06.2013); standortspezifische Einzelmaßnahmen aus der Potenzialanalyse ableiten und umsetzen
CO ₂ -Reduktion	Die durchschnittlichen CO ₂ -Emissionen für alle Pkw sind gemäß den EU-Grenzwerten für Neufahrzeuge auf 130 g/km und für alle Leichten Nutzfahrzeuge (LNF) auf 175 g/km gesenkt.	30.06.2016 (Pkw) 30.06.2018 (LNF)	Umstellung des Miele-Fuhrparks auf CO ₂ -arme Fahrzeuge im Rahmen der Ersatzbeschaffungen. Die Fortschrittskontrolle erfolgt jährlich zum 30.06.
	Mindestens 80 Prozent der Outbound-Transportleistung werden mit See- oder Bahnverkehren, maximal 1,5 Prozent per Luftfracht erbracht.	kontinuierlich	Auswahl von umweltfreundlichen Transportarten mithilfe des CO ₂ -Berechnungstools und entsprechend der Miele-Anweisung zur Auswahl von Transportdienstleistungen. Die Fortschrittskontrolle erfolgt jährlich zum 30.06.
	Die CO ₂ -Emissionen des Unternehmens von 560 kg/Tonne Produkt (2011/12) sind um 3 Prozent reduziert.	30.06.2014	Alle Maßnahmen, die der CO ₂ -Reduktion dienen, wie z.B. den Energieeinsatz an den Standorten zu reduzieren und die Warenverteilung CO ₂ -arm zu gestalten
Ressourceneffizienz	Die Verwertungsquote der Abfälle aller Produktionsstandorte ist auf hohem Niveau von 94 Prozent (2011/12) auf über 95 Prozent gesteigert.	30.06.2014	Produktionsprozesse optimieren und neue Verwertungstechnologien nutzen
	Die Produktionsabfälle von 143 kg/Tonne Produkt (2011/12) sind um 2 Prozent gesenkt.	30.06.2014	Weitere Reduktionspotenziale durch standortbezogene Detailanalysen ermitteln, Maßnahmen ableiten und umsetzen
	Der Wasserverbrauch von 2,15 m ³ /Tonne Produkt (2011/12) ist um 5 Prozent gesenkt.	30.06.2014	Optimierung und Umbau des Wassernetzes
Mitarbeiter			
Sicherung von Nachwuchs und Qualifikation	Ein weltweit einheitliches Talentmanagement zur Sicherung des qualifizierten Nachwuchses ist etabliert.	30.06.2014	Bisherige Talentmanagement-Aktivitäten stärker international ausrichten; standardisierte Nachfolgeplanung etablieren.
Vielfalt und Chancengleichheit	Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist durch Ausbau des Familienservices weiter verbessert.	30.06.2014	Ausweitung des Familienservices auf weitere Standorte, um auch dort für die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter Lösungen anbieten zu können (z.B. Kinderbetreuung, Beratung bei Krankheit und Pflegebedürftigkeit, Ferienprogramme für Schulkinder)
	Ein integriertes Diversitymanagement sichert die Vielfalt als eine Quelle für Erfolg und Innovation und stellt nachhaltig die Chancengleichheit sicher.	30.06.2014	Start eines Diversity-Projektes „Fokus Frauen“ in 2013
Arbeitssicherheit und Gesundheit	Gesundheitsprävention ist institutionalisiert.	30.06.2014	Ausweitung betrieblicher Aktivitäten im Zuge eines systematischen betrieblichen Gesundheitsmanagements
	Altersgerechte Arbeitsplatzgestaltung ist optimiert.	30.06.2014	Durchführung weiterer Ergonomiestudien an allen Produktionsstandorten und Umsetzung von Maßnahmen (31.12.2013)
	Die Verletzungshäufigkeit VH (ohne Wegeunfälle) des Unternehmens ist gegenüber dem Geschäftsjahr 2011/12 um 10 Prozent reduziert.	30.06.2014	Aktualisierung der Gefährdungsanalysen; Umsetzung geeigneter Verbesserungsmaßnahmen
Sensibilisierung für Nachhaltigkeit	Alle Miele-Mitarbeiter sind durch Schulungen und Informationsveranstaltungen für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisiert.	30.06.2014	Schulungskonzept wird erarbeitet (30.06.2013); Umsetzung in Informationsveranstaltungen und Workshops (30.06.2014)
Gesellschaft			
Förderung eines intakten und attraktiven Gemeinwesens an den Miele-Standorten	Das Engagement an den Miele-Standorten in den Themenbereichen Bildung/ Erziehung und Kunst/Kultur wird in bisherigem Maße weitergeführt.	kontinuierlich	Erarbeitung einer Spendenrichtlinie; weitere Unterstützung von Einrichtungen für Jugendliche im Kreis Gütersloh; Förderung der Westfälischen Kammerphilharmonie durch die Miele-Stiftung zunächst bis 2013; Förderung der Ferienspiele

GRI Index

Bei dem folgenden GRI-Index handelt es sich um eine verkürzte Version. Eine ausführliche Beantwortung der GRI-Indikatoren inklusive weiterer Online-Verweise finden Sie auf unserer Website unter www.miele-nachhaltigkeit.de/gri-index. Miele berichtet zu allen GRI-Standardangaben und erfüllt demnach die Anwendungsebene A. Dies wurde von der Global Reporting Initiative (GRI) geprüft und bestätigt.

Organisations- und Berichtsprofil	Berichtet	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. 11-12
2. Organisationsprofil		
2.1 Name der Organisation	●	NHB Umschlag vorne
2.2 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	●	NHB Umschlag vorne, S. 5, Online
2.3 Organisationsstruktur	●	Online
2.4 Hauptsitz der Organisation	●	NHB S. 5
2.5 Länder der Geschäftstätigkeit	●	NHB S. 5, Online, K
2.6 Eigentümerstruktur und Rechtsform	●	NHB S. 5, K
2.7 Bediente Märkte	●	NHB S. 5, Online, K
2.8 Größe der Organisation	○	NHB S. 5-7, D&F S. 4-5, 24, K
2.9 Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	●	K
2.10 Auszeichnungen	●	NHB S. 9, Online
3. Berichtsparameter		
3.1 Berichtszeitraum	●	NHB Umschlag vorne, D&F Umschlag vorne
3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts	●	NHB Umschlag vorne
3.3 Berichtszyklus	●	NHB Umschlag vorne
3.4 Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	●	Impressum
3.5 Vorgehensweise bei Bestimmung der Berichtsinhalte	●	NHB Umschlag vorne, S. 13, D&F S. 8
3.6 Geltungsbereich	●	NHB Umschlag vorne, D&F Umschlag vorne
3.7 Beschränkungen des Geltungsbereichs	●	NHB Umschlag vorne, D&F Umschlag vorne
3.8 Grundlage für die Berichterstattung	●	NHB Umschlag vorne, D&F Umschlag vorne
3.9 Methoden der Datenerhebung und Berechnungsgrundlagen	●	Online, K
3.10 Neue Darstellung von Informationen	●	K
3.11 Veränderte Berichtsparameter im Vergleich zu Vorjahren	●	K
3.12 GRI Index	●	D&F S. 36-38
3.13 Externe Verifizierung des Berichts	●	K
4. Corporate Governance, Verpflichtungen und Engagement		
4.1 Führungsstruktur	●	Online, K
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	●	Online, K
4.5 Zusammenhang zwischen Vergütung der Geschäftsleitung und der Nachhaltigkeitsleistung der Organisation	●	K
4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten	●	Online
4.7 Expertise der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans im Bereich Wirtschaft, Umwelt, Soziales	●	K
4.8 Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien zur Nachhaltigkeit	●	Online
4.9 Überprüfung der Nachhaltigkeitsleistung durch das höchste Leitungsorgan	●	NHB S. 14-15, K
4.10 Bewertung der Leistung des höchsten Leitungsorgans bezüglich Nachhaltigkeit	●	K
4.11 Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	●	NHB S. 11
4.12 Unterstützung externer ökonomischer, ökologischer und gesellschaftlicher Aktivitäten	●	NHB S. 17-19, Online
4.13 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessenvertretungen	●	NHB S. 17-19, Online
4.14 Einbezogene Stakeholdergruppen	●	NHB S. 11-13, 17-19, Online
4.15 Grundlage für die Auswahl der Stakeholder	●	NHB S. 17-19
4.16 Ansätze für die Einbeziehung der Stakeholder	●	NHB S. 17-19
4.17 Themen der Stakeholder	●	NHB S. 11-13, 17-19, D&F S. 8

Managementansatz und Leistungsindikatoren	Berichtet	Verweis
Ökonomie		
Managementansatz	●	NHB S. 5-8
EC1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	○	NHB S. 5-8, 54-56, D&F S. 4-6, 30, K
EC2 Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	○	K
EC3 Betriebliche soziale Zuwendungen	●	D&F S. 6, Online, K
EC4 Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	●	K
EC5 Verhältnis Standardeintrittsgehalt zum lokalen Mindestlohn	●	NHB S. 45, K
EC6 Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	●	D&F S. 15, K
EC7 Einstellung lokaler Arbeitnehmer und Anteil in Führungspositionen	●	K
EC8 Entwicklung und Auswirkungen von Investitionen für das Gemeinwohl	●	NHB S. 55-56, D&F S. 30, K
EC9 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	●	K

Managementansatz und Leistungsindikatoren	Berichtet	Verweis
Umweltschutz		
Managementansatz	●	NHB S. 14-15, 33-41, D&F S. 16-23, 32-33, 35
EN1 Eingesetzte Materialien	●	NHB S. 34-35, D&F S. 13-14
EN2 Anteil von Recyclingmaterial	●	NHB S. 34-35, D&F S. 14, K
EN3 Direkter Energieverbrauch	–	K
EN4 Indirekter Energieverbrauch	–	K
EN5 Energieeinsparungen	●	NHB S. 37-39, D&F S. 16
EN6 Energieeffiziente Produkte und Dienstleistungen	●	NHB S. 24-28, D&F S. 10-12
EN7 Initiativen zur Reduktion des indirekten Energieverbrauchs	●	NHB S. 40-41
EN8 Wasserverbrauch	●	NHB S. 34-35, D&F S. 21
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. 37-39, D&F S. 17-18, 22
EN17 Andere relevante Treibhausgas-Emissionen	●	NHB S. 37-39, 40-41, D&F S. 17
EN18 Initiativen zur Reduktion von Treibhausgasen und erzielte Ergebnisse	●	NHB S. 37-39, 40-41, D&F S. 17
EN19 Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen	●	K
EN20 NO _x , SO ₂ und andere wesentliche Emissionen	○	D&F S. 18, K
EN21 Gesamte Abwassereinleitung	●	D&F S. 21, Online
EN22 Abfallmenge nach Art und Entsorgungsmethode	●	NHB S. 35, D&F S. 19
EN23 Wesentliche Freisetzungen von Schadstoffen	●	K
EN24 Transportierter, importierter, exportierter und behandelter gefährlicher Abfall	–	K
EN25 Auswirkungen von Abwassereinleitungen auf die Biodiversität	●	Online
EN26 Maßnahmen zur Verminderung von Umweltauswirkungen der Produkte	●	NHB S. 21-22, 24-28, D&F S. 10-12, 14, Online
EN27 Anteil der Produkte, bei denen Verpackungsmaterialien zurückgenommen wurden	●	Online, 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. 40-41, D&F S. 22, K
EN30 Ausgaben und Investitionen für Umweltschutz	○	D&F S. 23

Legende			
●	Dieser Indikator wird vollständig berichtet	NHB	Nachhaltigkeitsbericht 2013
○	Dieser Indikator wird teilweise berichtet	D&F	Daten- und Faktenteil 2013
–	Dieser Indikator wird derzeit nicht berichtet	Online	Verweis auf www.miele-nachhaltigkeit.de und www.miele.de
hellgrau	Hellgrau gekennzeichnete Indikatoren sind optional zu beantwortende Zusatzindikatoren	K	Zu diesem Indikator finden Sie einen Kommentar im ausführlichen GRI Index unter www.miele-nachhaltigkeit.de/gri-index

Managementansatz und Leistungsindikatoren	Berichtet	Verweis
Mitarbeiter		
Managementansatz	●	NHB S. 43-45, 46-48, 50-52, 52-53
LA1 Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsverhältnis und Region	●	NHB S. 43-45, 46-48, 50-52, 52-53
LA2 Mitarbeiterfluktuation	○	NHB S. 44, D&F S. 25, K
LA3 Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten gewährt werden	●	K
LA4 Anteil der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen	●	Online, K
LA5 Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	●	K
LA6 Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen vertretenen Belegschaft	●	Online
LA7 Verletzungen, Berufskrankheiten, Fehlzeiten und Summe arbeitsbedingter Todesfälle	○	NHB S. 52-53, D&F S. 29, K
LA8 Gesundheitsvorsorge, Beratung und Schulung	●	NHB S. 52-53, D&F S.28, Online
LA9 Arbeitssicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften	●	K
LA10 Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen	○	NHB S. 46-48, D&F S. 26, K
LA11 Wissensmanagement und lebenslanges Lernen	○	NHB S. 46-48, Online, K
LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung	○	NHB S. 46-48, K
LA13 Vielfalt der Mitarbeiter und leitender Organe	●	NHB S. 50-52, D&F S. 24, 28
LA14 Verhältnis des Gehalts von Männern und Frauen	●	K
Menschenrechte		
Managementansatz	●	NHB S. 14-15, 43, D&F S. 34, Online
HR1 Menschenrechtsaspekte bei Investitionsvereinbarungen	●	K
HR2 Prüfung wesentlicher Lieferanten auf Einhaltung von Menschenrechten	●	NHB S. 30-31, D&F S. 15
HR3 Mitarbeiterschulungen zu Menschenrechten	●	K
HR4 Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	●	NHB S. 50, K
HR5 Geschäftstätigkeiten, bei denen Versammlungs- und Kollektivverhandlungsfreiheit gefährdet ist	●	NHB S. 30, Online, K
HR6 Geschäftstätigkeiten, bei denen ein Risiko der Kinderarbeit besteht	●	Online, K
HR7 Geschäftstätigkeiten, bei denen ein Risiko der Zwangs- und Pflichtarbeit besteht	●	Online, 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. 19, 55-56, Online
S01 Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Gemeinden oder Regionen	●	K
S02 Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken untersucht wurden	●	Online, K
S03 Mitarbeiterschulungen bezüglich Anti-Korruption	●	Online
S04 Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	●	Online
S05 Politische Positionen und Teilnahme an der politischen Willensbildung und am Lobbying	●	NHB S. 19
S06 Zuwendungen an Parteien und Politiker	●	K
S07 Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten	●	K
S08 Geldbußen aufgrund des Verstoßes gegen Rechtsvorschriften	●	K
Produktverantwortung		
Managementansatz	●	NHB S. 21-23, 24-28, Online
PR1 Untersuchte Lebenszyklusstadien in Bezug auf Gesundheit und Produktsicherheit	●	NHB S. 21-23
PR2 Nichteinhaltung von Vorschriften bezüglich Gesundheit und Produktsicherheit	●	K
PR3 Gesetzliche Informationspflichten für Produkte und Dienstleistungen	●	K
PR4 Nichteinhaltung der gesetzlichen und freiwilligen Informationspflichten für Produkte und Dienstleistungen	–	
PR5 Erfassung der Kundenzufriedenheit	○	NHB S. 23, Online
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

Prinzip	GRI Verweise
Menschenrechte	
Prinzip 1 Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte	EC5, LA4, LA6-9, LA13-14, HR1-9, S05, PR1-2, PR8
Prinzip 2 Keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen	HR1-9, S05
Arbeitsnormen	
Prinzip 3 Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlungen	LA4-5, HR1-3, HR5, S05
Prinzip 4 Abschaffung jeder Form von Zwangsarbeit	LA4-5, HR1-3, HR5, S05
Prinzip 5 Abschaffung von Kinderarbeit	HR1-3, HR6, S05
Prinzip 6 Keine Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung	EC7, LA2, LA13-14, HR1-4, S05
Umweltschutz	
Prinzip 7 Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen	EC2, EN18, EN26, EN30, S05
Prinzip 8 Förderung von Initiativen für ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt	EN1-30, S05, PR3-4
Prinzip 9 Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien	EN2, EN5-7, EN10, EN18, EN26-27, EN30, S05
Korruptionsbekämpfung	
Prinzip 10 Eintreten gegen alle Arten der Korruption einschließlich Erpressung und Bestechung	S02-6

Impressum

Herausgeber:

Miele & Cie. KG

Unternehmenskommunikation

Carl-Miele-Straße 29

33332 Gütersloh

Redaktion und Projektkoordination:

Ursula Wilms, Miele & Cie. KG

Daten- und Projektmanagement:

Sebastian Wegener, Miele & Cie. KG

Konzeptionelle Beratung:

Schlange & Co. GmbH, Hamburg

Grafik und Layout:

Büro für Grafische Gestaltung, Kerstin Schröder, Bielefeld

Fotografie:

Christian Ring, Bielefeld

Druck:

Neef + Stumme GmbH & Co. KG, Wittingen

Druck auf FSC®-zertifiziertem Recycling-Papier

fsc_Logo

Verantwortlich für den Inhalt:

Carsten Prudent, Miele & Cie. KG

Ansprechpartnerin:

Ursula Wilms

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon +49 (0)5241/89-1958

Telefax +49 (0)5241/89-1950

E-Mail: ursula.wilms@miele.de

www.miele-nachhaltigkeit.de

www.miele-presse.de

Der Miele Nachhaltigkeitsbericht 2013 und die ihn ergänzenden
Daten & Fakten liegen auch in englischer Sprache vor.