

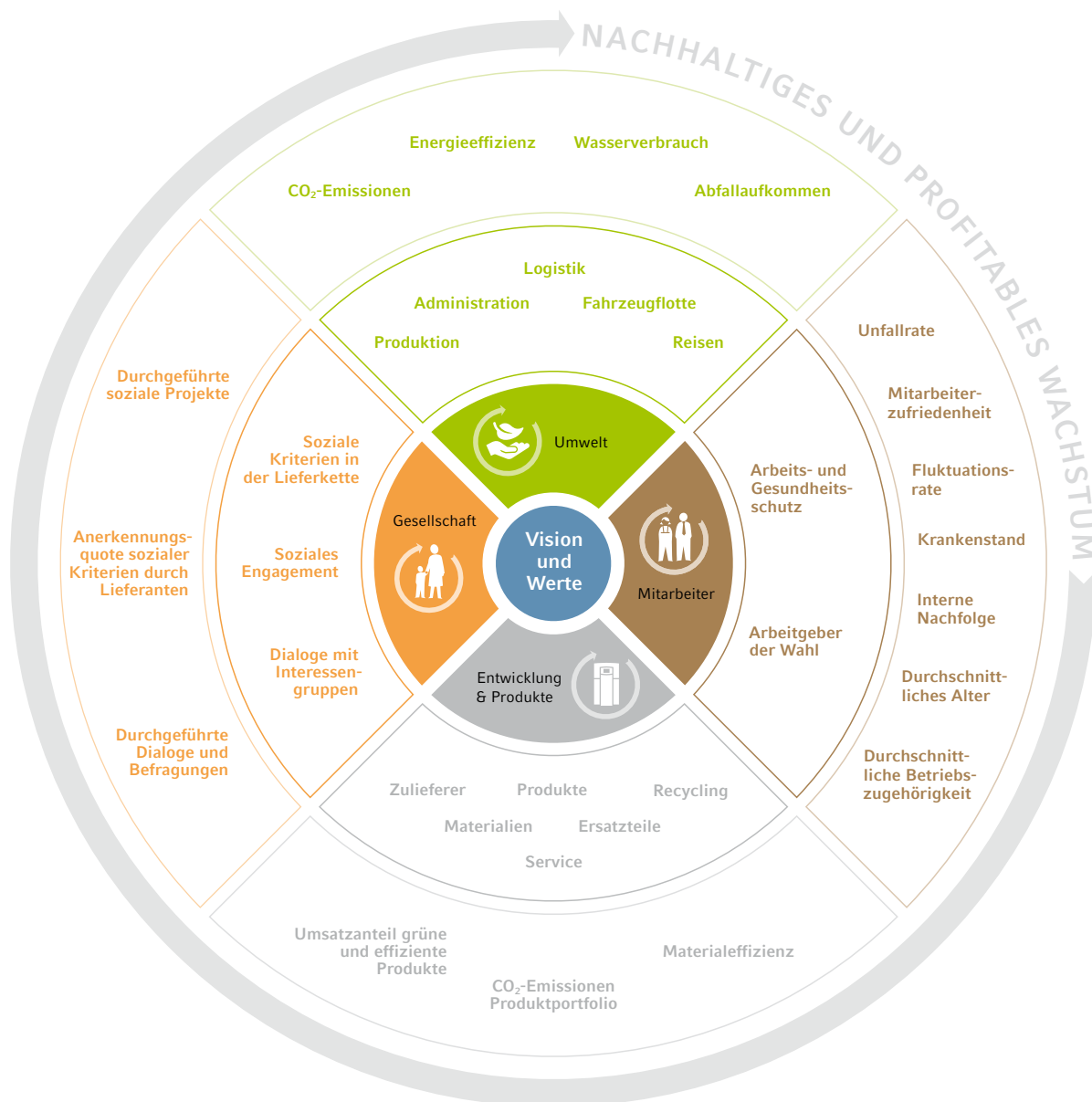
VAILLANT GROUP

Nachhaltigkeitsbericht 2013

VERANTWORTUNG ALS PRINZIP



VAILLANT GROUP NACHHALTIGKEITSKOMPASS



INHALT

3	Vorwort der Geschäftsführung
4	Die Vaillant Group stellt sich vor
10	Nachhaltigkeitsstrategie
22	S.E.E.D.S.-Magazin

26	Entwicklung & Produkte
40	Umwelt
48	Mitarbeiter
58	Gesellschaft

66	Grundlagen der Berichterstattung
68	Kennzahlen im Bereich Nachhaltigkeit
74	Nachhaltige Printproduktion
76	Impressum



Dr. Carsten Voigtländer, Dr. Dietmar Meister, Dr. Norbert Schiedeck

Sehr geehrte Damen und Herren,

zwei Jahre nach der Ausweisung transparenter, verbindlicher Nachhaltigkeitsziele haben wir in vielen Bereichen Fortschritte erzielt. Das fundierte, kennzahlengestützte Managementsystem des S.E.E.D.S.-Programms zeigt Wirkung. Themenfelder, in denen wir noch nicht auf Kurs sind, haben wir analysiert und konkrete Maßnahmen zur Verbesserung aufgesetzt.

Wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung unserer Strategie haben wir durch die Befragung unserer internen und externen Stakeholder erhalten. Ihre Erwartungen wurden im vergangenen Jahr erstmals systematisch erhoben. Unsere Bezugsgruppen messen denjenigen Handlungsfeldern die größte Bedeutung zu, bei denen wir selbst den größten Einfluss auf unsere Geschäftstätigkeit sehen – etwa der Entwicklung klima- und umweltfreundlicher Produkte oder der umfassenden Schonung von Ressourcen. Die Bandbreite der wichtigsten Themen ist zudem ein Beleg dafür, dass wir mit dem S.E.E.D.S.-Programm die wesentlichen Herausforderungen in unserem Kerngeschäft abbilden.

Die Auszeichnung der Vaillant Group Nachhaltigkeitsstrategie als eine der drei besten in Deutschland ist eine besondere Anerkennung. Zum einen, weil sie zeigt, dass wir mit dem S.E.E.D.S.-Programm einen branchenübergreifenden Benchmark setzen. Zum anderen, weil die Fachjury des Deutschen Nachhaltigkeitspreises besonders die Passgenauigkeit der Strategie zu unserem Kerngeschäft betont – und damit würdigt, dass wir uns sehr bewusst an der verantwortungsvollen Fertigung und am effizienten, ressourcensparenden Betrieb unserer Produkte messen lassen.

Die Verpflichtung zu nachhaltigem Wirtschaften verstehen wir als Familienunternehmen sehr umfassend. Unser Bekenntnis zu den zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen bekräftigen wir daher an dieser Stelle erneut. Über die Fortschritte bei der Umsetzung der Prinzipien in die tägliche Praxis entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette informieren wir jährlich in Gestalt dieses Nachhaltigkeitsberichts und einer online verfügbaren detaillierten Dokumentation.

Das nächste Jahr wird im Zeichen der Strategieumsetzung stehen. Über die wichtigsten Entwicklungen werden wir wie gewohnt transparent und nachvollziehbar berichten.

Dr. Carsten Voigtländer
Vorsitzender
der Geschäftsführung
Geschäftsführer
Vertrieb & Marketing

Dr. Dietmar Meister
Geschäftsführer
Finanzen & Dienstleistungen

Dr. Norbert Schiedeck
Geschäftsführer
Technik

140 JAHRE VERANTWORTUNG

140 Jahre ist es her, dass Johann Vaillant seinen Meisterbetrieb des Installationshandwerks in einem kleinen Fachwerkhaus in Remscheid gründete. Was im Jahr 1874 im Bergischen Land begann, ist heute ein Unternehmen mit mehr als 12.000 Mitarbeitern, ein weltweit führender Anbieter intelligenter und energiesparender Systeme für Wohnkomfort.

Es war 1894, als Johann Vaillant seinen Gasbadeofen zum Patent anmeldete. Er revolutionierte damit die deutschen Badezimmer, denn statt mühsam das Badewasser kesselweise auf dem Kohleherd erhitzen zu müssen, erledigte dies der Badeofen in seinem geschlossenen System. Und eine weitere Revolution folgte 1924, als Vaillant den ersten Zentralheizungskessel entwickelte.

Noch heute steht die Vaillant Group für fortschrittlichste Ideen und Innovationen. Im Geist Johann Vaillants entwickelte das Unternehmen in den vergangenen Jahren etwa die weltweit erste Zeolith-Wärmepumpe oder das europaweit erste Mikro-Blockheizkraftwerk für Einfamilienhäuser. Bis heute befindet sich das Unternehmen zu 100 Prozent in Familienbesitz – und steht damit nicht nur für Innovation, sondern auch für Werte wie Verlässlichkeit und Verantwortung. Diese zeigte Johann Vaillant auch als Arbeitgeber: Er führte im Jahr 1909 den arbeitsfreien Samstag ein, er setzte sich für die Abschaffung der Luxussteuer auf Warmwasser ein und damit für dessen Demokratisierung.

Von Remscheid in die Welt

Inzwischen bietet das Familienunternehmen in über 60 Ländern Effizienztechnologien, Produkte, die erneuerbare Energien nutzen, sowie individuell kombinierbare Systeme an. Und das mit acht Marken unter dem Dach der Vaillant Group. Die Vaillant Group ist somit bestens aufgestellt für eine Zukunft, in der das Heizen mit erneuerbaren Energien und Effizienztechnologien eine zentrale Rolle spielen wird.

Das Kerngeschäft der Vaillant Group ist der größte Hebel für das Gelingen der Energiewende, für die Erreichung der UN-Klimaziele und für die Bewältigung globaler Ressourcenkonflikte. Mehr als

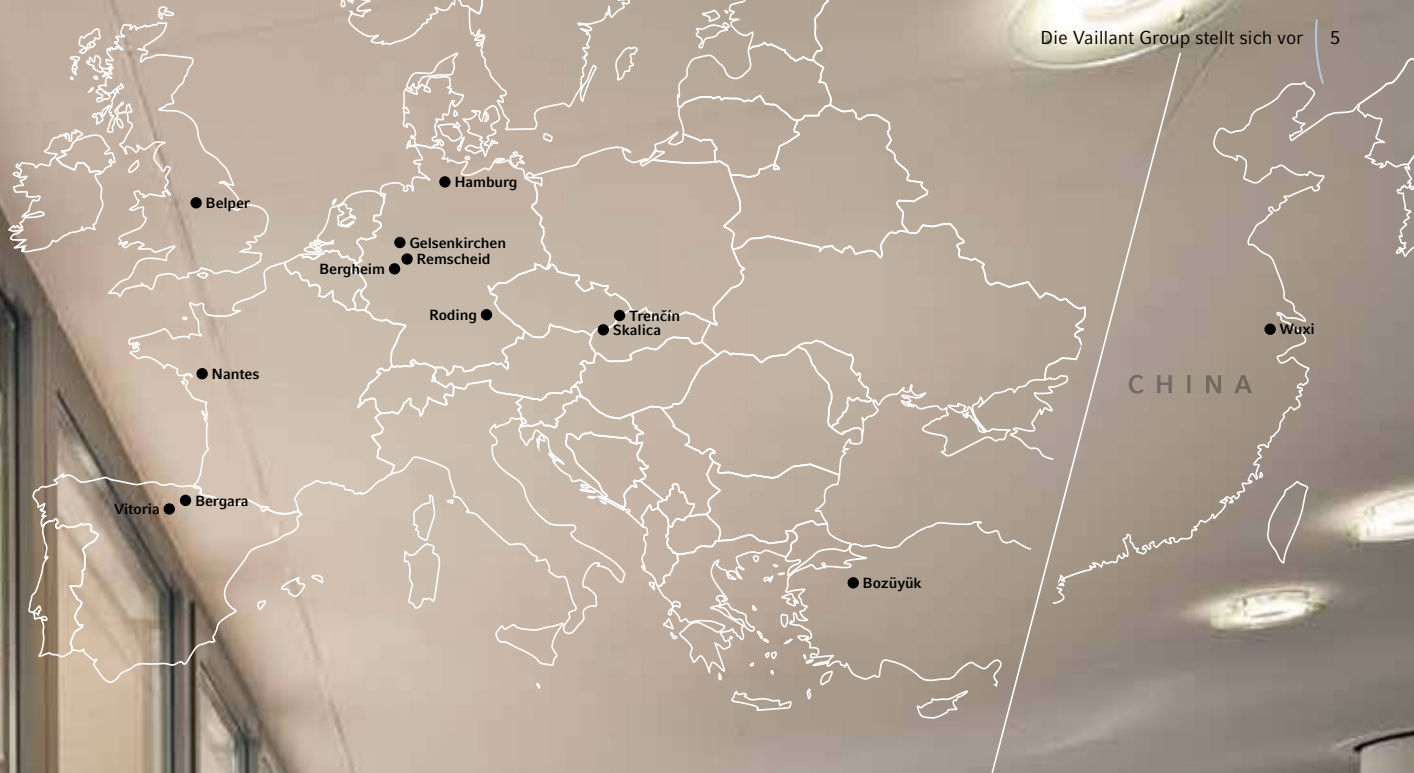
40 Prozent der gesamten Primärenergie innerhalb der Europäischen Union werden in und für Gebäude verbraucht. Und der Löwenanteil, nämlich rund 85 Prozent davon, wird benötigt, um Raumwärme und warmes Wasser zu erzeugen. Ein riesiges Potenzial – zum Sparen und damit zum Schonen von Ressourcen und Umwelt.

Ressourcenschonung von Anfang an

Die Vaillant Group verfügt über ein internationales Netzwerk von 13 Produktions- und Entwicklungsstandorten, verteilt auf sechs europäische Länder und die Volksrepublik China. Allerdings: Während heute viele Unternehmen für den europäischen Markt in Niedriglohnländern produzieren, verfolgt die Vaillant Group einen anderen Ansatz: Sie fertigt in erster Linie für die regionale Nachfrage. In Skalica etwa für Osteuropa, in Wuxi für China, in Remscheid für Mitteleuropa. So muss zum Beispiel ein Gasheizgerät nicht Tausende Kilometer per Lkw zurücklegen – und hat damit eine möglichst niedrige CO₂-Bilanz. In Zeiten der globalisierten Weltwirtschaft keine Selbstverständlichkeit.

Die Standortstruktur des Unternehmens folgt dabei dem Prinzip der gebündelten Kompetenz. Fachwissen und die Produktion bestimmter Komponenten werden an ausgewählten Standorten konzentriert, Kompetenzzentren für einzelne Technologien gebildet – auch in der Entwicklung. Expertenteams lassen neue Produktgenerationen immer noch etwas effizienter werden. Johann Vaillant würde das gefallen.





1874

Johann Vaillant legt den Grundstein für die heutige Vaillant Group, die sich immer noch zu 100 Prozent in Familienbesitz befindet.

2001

Vaillant übernimmt die britische Hepworth-Gruppe. Die Marken der neuen Gruppe werden weiterhin vertriebllich getrennt geführt.

2007

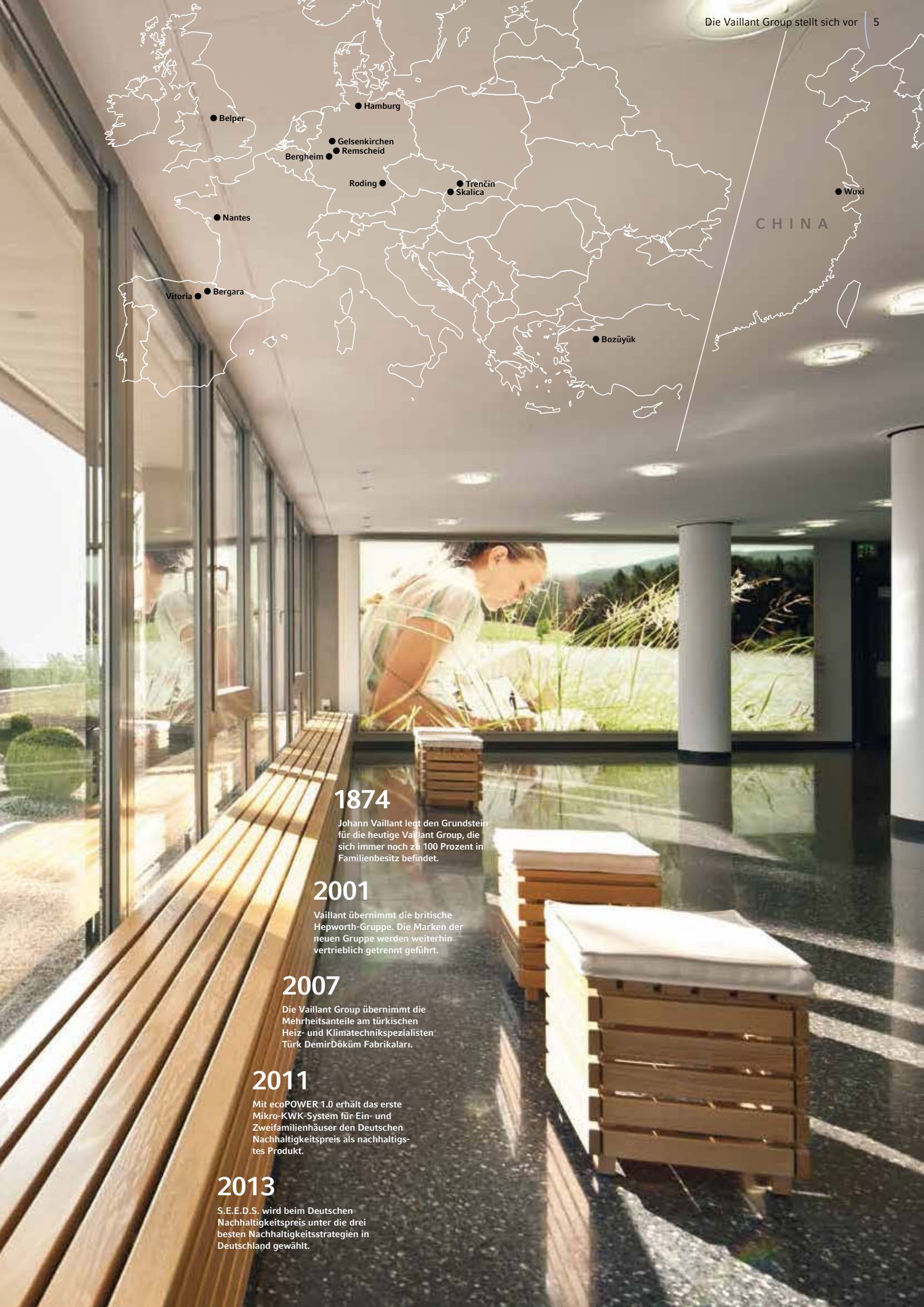
Die Vaillant Group übernimmt die Mehrheitsanteile am türkischen Heiz- und Klimatechnikspezialisten Türk DemirDöküm Fabrikaları.

2011

Mit ecoPOWER 1.0 erhält das erste Mikro-KWK-System für Ein- und Zweifamilienhäuser den Deutschen Nachhaltigkeitspreis als nachhaltiges Produkt.

2013

S.E.E.D.S. wird beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis unter die drei besten Nachhaltigkeitsstrategien in Deutschland gewählt.





FÜR JEDEN DAS BESTE

Acht verschiedene Marken unter einem Dach: Die Vaillant Group spricht mit der Marke Vaillant und der Markengruppe Saunier Duval verschiedene Segmente des Markts an.

Intelligent und zukunftsorientiert: eine Heizung, die sich intuitiv steuern und exakt regeln lässt, mit Solarpaneelen auf dem Dach oder mit einer Wärmepumpe kombiniert werden kann und Hausbesitzer so unabhängiger von fossilen Energien macht. Solche Systeme bietet die Vaillant Group unter ihrer grünen Marke Vaillant. Und diese Marke ist wahrhaft grün: Erneuerbare Energien, innovative Technologien und passgenaue Systemlösungen verhelfen den Kunden zu hocheffizienten, energiesparenden Systemen. Premiumprodukte für Kunden mit höchsten Ansprüchen an Innovation, Komfort, Design, Nachhaltigkeit und Effizienz bilden das umfangreiche Portfolio der umsatzstärksten Marke des Remscheider Familienunternehmens. Vaillant Kunden setzen auf „das gute Gefühl, das Richtige zu tun“.

Einen wichtigen Teil der Produktwelt der Vaillant Group bildet die Saunier Duval Markengruppe mit sieben Marken. Sie agiert als Saunier Duval etwa in Frankreich, Spanien und Österreich, als awb in den Niederlanden, Bulex in Belgien, DemirDöküm in der Türkei, Glow-worm in Großbritannien,

Hermann Saunier Duval in Italien und als Protherm in Osteuropa und ist Spezialist für die Ansprüche des volumenstarken mittleren Preissegments. Die Marken der Saunier Duval Gruppe stehen für clevere, unkomplizierte und zuverlässige Heiztechnik. „Wir machen Ihren Alltag einfach“, versprechen sie und bieten die wichtigsten energiesparenden, umweltschonenden und bewährten Technologien an, die das Portemonnaie ihrer Kunden und die Ressourcen schonen.

Die Vaillant Group stellt mit ihren acht Marken sicher, dass sie für nahezu jeden Bedarf die optimale Lösung anbieten kann. Für alle Produkte des Unternehmens gelten die gleichen hohen Erwartungen an Qualität, Sicherheit und Effizienz. Von Anfang an und über die komplette Dauer des Produktlebenszyklus. Ein dichtes Netz von Fachhandwerkern und Servicemitarbeitern stellt in über 60 Ländern sicher, dass die Produkte während ihrer Nutzung den hohen Ansprüchen gerecht werden. Deshalb arbeiten wir eng mit unseren Partnern im Fachhandwerk zusammen. Für unsere Kunden.

MARKE VAILLANT



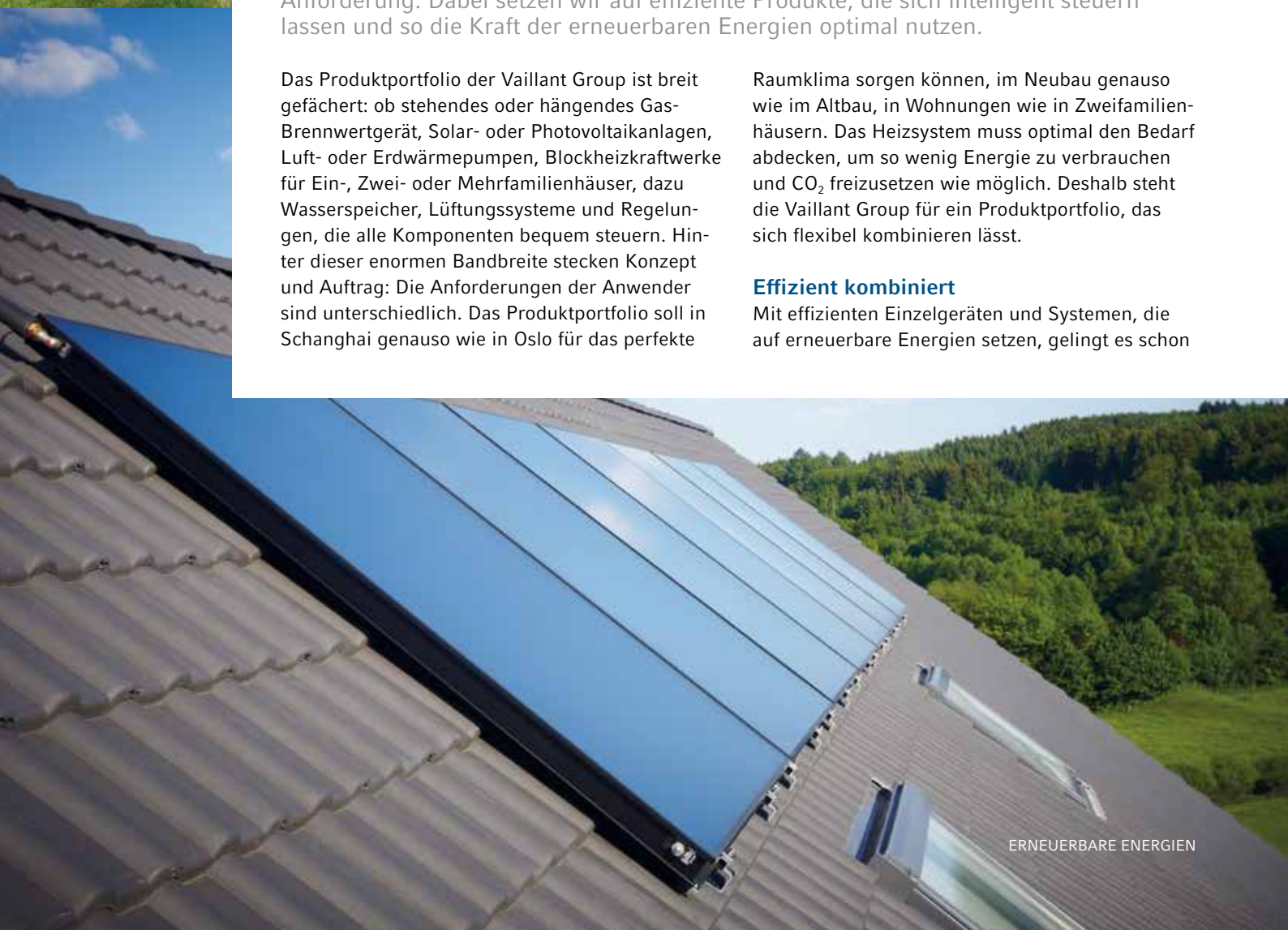
MARKENGRUPPE SAUNIER DUVAL





MIT SYSTEM UND INNOVATION IN DIE ZUKUNFT

Heizung, Klima, neue Energien – die Vaillant Group bietet ein komplettes Portfolio für Heiz-, Lüftungs- und Klimatechnik und damit das perfekte System für nahezu jede Anforderung. Dabei setzen wir auf effiziente Produkte, die sich intelligent steuern lassen und so die Kraft der erneuerbaren Energien optimal nutzen.



Das Produktportfolio der Vaillant Group ist breit gefächert: ob stehendes oder hängendes Gas-Brennwertgerät, Solar- oder Photovoltaikanlagen, Luft- oder Erdwärmepumpen, Blockheizkraftwerke für Ein-, Zwei- oder Mehrfamilienhäuser, dazu Wasserspeicher, Lüftungssysteme und Regelungen, die alle Komponenten bequem steuern. Hinter dieser enormen Bandbreite stecken Konzept und Auftrag: Die Anforderungen der Anwender sind unterschiedlich. Das Produktportfolio soll in Shanghai genauso wie in Oslo für das perfekte

Raumklima sorgen können, im Neubau genauso wie im Altbau, in Wohnungen wie in Zweifamilienhäusern. Das Heizsystem muss optimal den Bedarf abdecken, um so wenig Energie zu verbrauchen und CO₂ freizusetzen wie möglich. Deshalb steht die Vaillant Group für ein Produktportfolio, das sich flexibel kombinieren lässt.

Effizient kombiniert

Mit effizienten Einzelgeräten und Systemen, die auf erneuerbare Energien setzen, gelingt es schon



heute, den Primärenergieverbrauch erheblich zu senken. So lassen sich Wärmepumpen, die die Wärme der Luft oder der Erde nutzen, mit Kollektoren für Photovoltaik oder Solarthermie kombinieren und mit Wasserspeichern für Zeiten höheren Bedarfs ergänzen. Blockheizkraftwerke (BHKWs) sorgen gleichzeitig für Wärme und Strom und machen so unabhängiger von steigenden Energiepreisen.

Intelligent gesteuert

Je individueller und passgenauer die Heizsysteme, desto wichtiger ist eine intelligente Regelung. Schließlich geht es darum, die effizienten Einzelkomponenten auch möglichst effizient miteinander arbeiten zu lassen. Dazu gehört auch eine intuitiv bedienbare Steuerung, die dem modernen Standard der Nutzertechnik entspricht.

Optimal genutzt

Damit die selbst erzeugte Energie und Wärme optimal genutzt werden können, hat die Vaillant Group innovative Lösungen parat. Der Batteriespeicher eloPACK kann den selbst produzierten Strom aus BHKWs oder Photovoltaikanlagen speichern. Wasserspeicher, ob integriert oder separat, mit großem oder mittlerem Volumen, komplettie-

ren das Angebot. Moderne Niedrig- und Passiven-ergiehäuser benötigen eine effiziente, komfortable Lüftung. Die neue Serie recoVAIR bietet Lösungen für diesen Bedarf. Es geht also darum, die eingesetzte Primärenergie und die selbst erzeugte Energie optimal zu nutzen, um den CO₂-Ausstoß und die Heizkosten zu reduzieren.

Bestens unterstützt

Unser Serviceangebot begleitet den gesamten Produktlebenszyklus. Das Spektrum umfasst Inbetriebnahmen von Neuanlagen, Wartungen bestehender Anlagen und die technische Unterstützung von Handwerks- und Fachpartnern. Einen weiteren Schwerpunkt bilden Trainings und Technologieschulungen für Installateure. Denn perfekter Service stellt sicher, dass unsere Geräte auch effizient und emissionsarm betrieben werden.

Wir bereiten den Weg in die CO₂-neutrale Zukunft des Heizens. Unsere Produktstrategie baut dafür auf Effizienz, Systeme und erneuerbare Energien. Schon heute für morgen und übermorgen. Dazu haben wir uns ambitionierte Meilensteine gesetzt: Bis 2020 soll der Anteil an effizienten und erneuerbaren Technologien 80 Prozent unseres Produktumsatzes ausmachen. Wir messen uns daran.



Als zukunftsorientiertes Familienunternehmen setzen wir Maßstäbe in den Bereichen ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit.

Nachhaltigkeitsvision

VERANTWORTUNG ALS PRINZIP

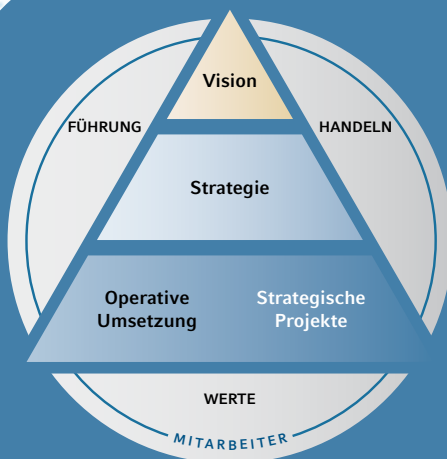
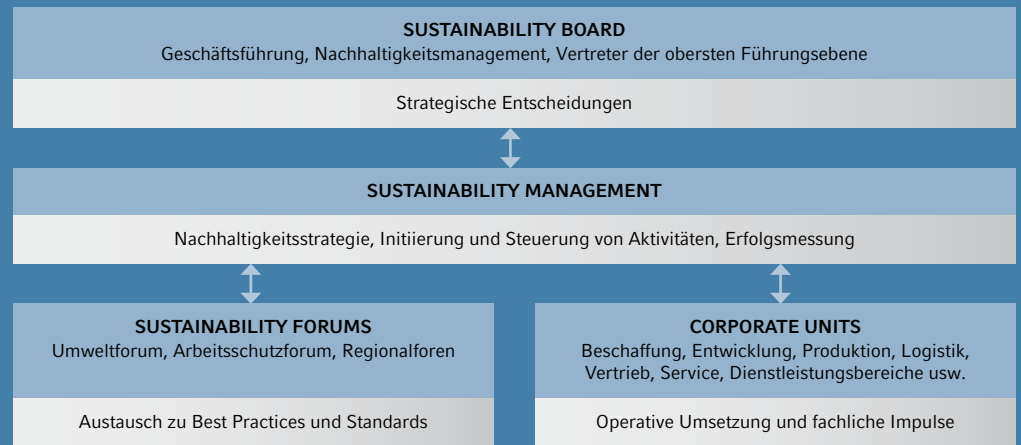
Als zukunftsorientiertes Familienunternehmen sieht sich die Vaillant Group in einer besonderen Verantwortung – gegenüber der Umwelt, den Mitarbeitern und der Gesellschaft. Wir sind davon überzeugt, dass unternehmerischer Erfolg untrennbar mit der Orientierung an sozialen und ökologischen Maßstäben verbunden ist.

Für ein Technologieunternehmen, das umweltfreundliche und hocheffiziente Lösungen im Bereich Heizen, Kühlen und Warmwasser entwickelt, liegt es nahe, sich mit dem Themenkomplex „Nachhaltigkeit“ auseinanderzusetzen. Nicht zuletzt unsere Kunden haben klare Erwartungen an die Energieeffizienz unserer Geräte. Das Leitbild Nachhaltigkeit meint allerdings mehr als die Vermarktung besonders energiesparender Produkte. Es drückt aus, dass strategische und operative Entscheidungen in einem Unternehmen immer auch unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten zu fällen sind. Dabei liegt die Frage zugrunde: „Welche direkten und indirekten Auswirkungen gibt es für Mensch und Umwelt?“ Jetzt und in Zukunft.

Das Vaillant Group Nachhaltigkeitsmanagement wurde zunächst als strategisches Kernprojekt aufgesetzt. Solche Projekte besitzen für das Unternehmen hohe Priorität und werden als entscheidend für die Erreichung des in der Vaillant Group Vision formulierten Ziels identifiziert – des Ziels nachhaltigen und profitablen Wachstums.

Inzwischen werden die gruppenweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten zentral gesteuert, damit über die Prozessintegration von Nachhaltigkeitsaspekten das Thema zur Selbstverständlichkeit wird. Diese Aufgabe wird vom Vaillant Group Nachhaltigkeitsmanagement wahrgenommen, das dem Bereich **Corporate Communications, Sustainability Management & Politics** zugeordnet ist und direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung der Vaillant Group berichtet. Die Fachabteilung legt die Nachhaltigkeitsziele in enger Abstimmung mit der Geschäftsführung und den jeweiligen operativen Einheiten fest, überwacht systematisch den Stand ihrer Erreichung und setzt Impulse zur Verbesserung der unternehmensweiten Nachhaltigkeitsleistung. Zudem ist hier die zentrale Steuerung des gruppenweiten Umweltmanagementsystems verankert, sodass wir größtmögliche Synergien herstellen können.

Zur Implementierung und Weiterentwicklung der Vaillant Group Nachhaltigkeitsstrategie gibt es verschiedene Nachhaltigkeitsgremien. Deren Struktur wurde im vergangenen Jahr an die Bedürfnisse von Organisation und Nachhaltigkeitsmanagement angepasst.



Als wichtigstes Gremium tritt einmal jährlich das **Vaillant Group Sustainability Board** zusammen. Ihm gehören die Geschäftsführung, das Nachhaltigkeitsmanagement sowie wesentliche Vertreter der obersten Führungsebene an. In diesem Gremium werden sämtliche strategischen Entscheidungen im Bereich Nachhaltigkeit diskutiert und verabschiedet. Das Nachhaltigkeitsmanagement leitet diese an die zuständigen Fachabteilungen weiter, initiiert und steuert die Nachhaltigkeitsaktivitäten. Das Ressort begleitet die regelmäßig stattfindenden **Vaillant Group Sustainability Forums** – Umweltforum, Arbeitsschutzforum sowie Regionalforen. Diese erörtern Fragen rund um ressourcenoptimierte Produktionsprozesse, Maßnahmen der Arbeitssicherheit und Programme in den Märkten. Durch den engen Austausch können gute Ideen eines Werks oder einer Vertriebsregion auch in anderen umgesetzt werden. Darüber hinaus werden Nachhaltigkeitsthemen auch in fachbezogenen Gremien wie zum Beispiel beim internationalen Treffen der Supply-Chain-Manager vorgestellt und diskutiert.

In die Arbeit der Nachhaltigkeitsgremien fließen regelmäßig Impulse der öffentlichen Nachhaltigkeitsdiskussion ein, die wir durch eigene Positionen aktiv begleiten. So ist das Unternehmen etwa Mitglied im Sustainability Leadership Forum, das der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M. e. V.) und das Centre of Sustainability Management (CSM) der Leuphana Universität Lüneburg initiiert haben. Die Vaillant Group ist zudem langjähriger Partner der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e. V.

Mit dem Beitritt zum Global Compact der Vereinten Nationen bekräftigen wir eine umfassende Verantwortung in allen Dimensionen nachhaltiger Unternehmensführung. Die Initiative verlangt von den Mitgliedsunternehmen, Grundwerte auf dem Gebiet der Menschenrechte, der Arbeitsnormen, des Umweltschutzes und der Korruptionsbekämpfung anzuerkennen und in der gesamten Wertschöpfungskette in die Praxis umzusetzen. Über unseren Fortschritt geben wir jährlich öffentlich Auskunft.

EINE RUNDE SACHE

Die Vaillant Group bündelt ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten in einem strategischen Programm. Unter dem Label S.E.E.D.S. werden in den Fokusfeldern Umwelt, Mitarbeiter, Entwicklung & Produkte sowie Gesellschaft verbindliche, messbare Ziele gesetzt, konkrete Maßnahmen abgeleitet und die erzielten Ergebnisse laufend überprüft. Gruppenweit und transparent.

Die Vaillant Group weist in allen Belangen verantwortungsvoller Unternehmensführung ambitionierte Ansprüche aus. S.E.E.D.S., kurz für Sustainability in **E**nvironment, **E**mployees, **D**evelopment & **P**roducts and **S**ociety, benennt dabei die strategischen Fokusfelder Umwelt, Mitarbeiter, Entwicklung & Produkte sowie Gesellschaft, auf die sich das Familienunternehmen bei der Realisierung seiner Nachhaltigkeitsvision konzentriert. Der Definition dieser Felder liegt ein umfassendes Nachhaltigkeitsverständnis zugrunde, das die wesentlichen Herausforderungen in unserem Kerngeschäft adressiert. Auf diesem Weg leistet das Nachhaltigkeitsmanagement einen wichtigen Beitrag zum langfristigen Erfolg des Unternehmens. Einem Erfolg, der als eine nachhaltige Steigerung der Profitabilität in Verbindung mit einem ausgewogenen Wachstum verstanden wird.

Unser Managementansatz

Das Vorhaben ist komplex, schließlich ist die Vaillant Group ein modernes, international agierendes Industrieunternehmen. Um die S.E.E.D.S.-Ziele zu erreichen, müssen alle Unternehmensbereiche durchdrungen werden. Das gelingt nur durch zielgerichtetes Management. Zur Steuerung unserer Nachhaltigkeitsperformance bedienen wir uns daher eines etablierten Mittels: des klassischen Regelkreises eines betrieblichen Managementsystems.

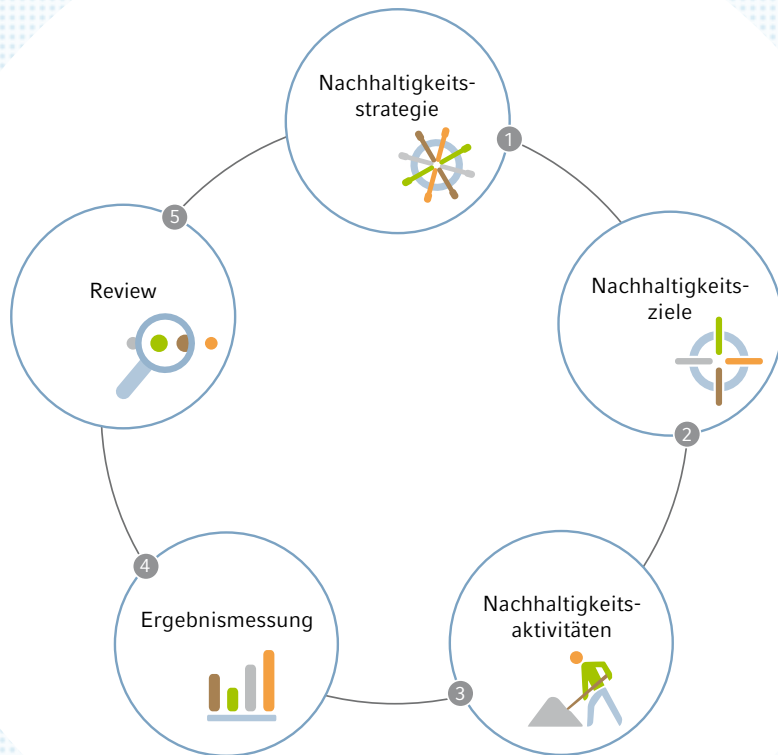
Aus der Nachhaltigkeitsstrategie ^① werden für alle vier Fokusfelder des S.E.E.D.S.-Programms konkrete, verbindliche Ziele abgeleitet ^②. Etwa im Bereich Umwelt, wo die CO₂-Emissionen um 25 Prozent gesenkt werden sollen. Zur Erreichung dieser Vorgaben werden anschließend in allen rele-



Strategisches Nachhaltigkeitsprogramm

Sustainability in	Nachhaltigkeit in Bezug auf
Environment	Umwelt
Employees	Mitarbeiter
Development & Products	Entwicklung & Produkte
Society	Gesellschaft

S.E.E.D.S.-Regelkreis



vanten Unternehmensbereichen wie Beschaffung, Produktion, Logistik, Vertrieb, Service und Qualität operative Maßnahmen definiert und umgesetzt **3**. Doch fundiertes Management verlangt auch nach Messbarkeit, damit die Effektivität der eingesetzten Maßnahmen überprüft werden kann. Dafür werden für alle Ziele und Unterziele in den Fokusfeldern Schlüsselindikatoren, sogenannte Key Performance Indicators (KPIs), und eine Zielgröße festgelegt **4**. Vierteljährlich werden gruppenweit alle relevanten Daten abgefragt, aus denen die einzelnen KPIs berechnet werden. Diese werden dann anschaulich in einem zentralen Steuerungsinstrument zusammengefasst, der Vaillant Group Sustainability Scorecard. Bei der Interpretation der Daten berücksichtigen wir spezielle Einflüsse wie zum Beispiel die Veränderung von Produktionska-

pazitäten und aktuelle Produktionsmengen. Deswegen ermitteln wir spezifische Kennzahlen. Beim jährlichen Review **5** lässt sich schließlich über den Abgleich mit den Vorjahreszeiträumen und den langfristig ausgewiesenen Zielen ein verlässliches Bild des aktuellen Stands unserer Nachhaltigkeitsperformance zeichnen.

S.E.E.D.S. stellt damit laufend Transparenz her und gibt die Möglichkeit, dort nachzusteuern, wo wir noch besser werden müssen. So wird die Nachhaltigkeitsstrategie weiterentwickelt, Ziele und Einzelmaßnahmen werden nachgeschärft oder neu initiiert – und der Regelkreis beginnt von Neuem. Damit wir stets wissen, ob wir auf dem richtigen Weg sind.



S.E.E.D.S.-Regelkreis



Systeme und Prozesse



Wesentlichkeitsmatrix



Nachhaltigkeitsziele

OHSAS EN EN ISO



MIT SYSTEM ZUM ZIEL

Die Vaillant Group hat sich hohe Nachhaltigkeitsziele für die kommenden Jahre gesteckt. Doch wie können diese wirklich erreicht werden? Eine unserer Antworten: durch differenzierte Managementsysteme und gruppenweite Prozesse.

25 Prozent weniger CO₂ emittieren, die Zahl der Arbeitsunfälle auf null senken, die zehn Prinzipien des Global Compact leben und den Umsatzanteil hocheffizienter Produkte auf 80 Prozent steigern – das sind nur einige der Nachhaltigkeitsziele der Vaillant Group bis ins Jahr 2020. Um diese auch wirklich zu erreichen, braucht es Steuerungsmechanismen, die gruppenweit greifen. Diese Aufgabe erfüllen differenzierte Managementsysteme. Damit steuern wir die Unternehmensperformance hinsichtlich Umwelt-, Arbeitsschutz und Qualität.

Die Vorgaben an unternehmerische Managementsysteme sind in europaweit gültigen Normen festgelegt. Auch die Vaillant Group lässt die Anwendung und Durchsetzung dieser Standards regelmäßig im Rahmen einer sogenannten Multi-

Site-Zertifizierung von unabhängigen Prüfinstituten überprüfen. So ist der größte Teil unserer Standorte nach der Qualitätsnorm EN ISO 9001 und nach der Umweltnorm EN ISO 14001 zertifiziert. Erstere regelt die Anforderung an einen hohen Qualitätsstandard eines Unternehmens, Letztere die stetige Verringerung von Umwelteinflüssen. Im Bereich Arbeitsschutz sind wir ebenso ambitioniert. Zurzeit wird der erste Schritt für die gruppenweite Zertifizierung unserer Maßnahmen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz gemäß der internationalen Norm OHSAS 18001 für Ende 2014 vorbereitet. Festgelegt ist diese Selbstverpflichtung in der Qualitäts-, der Umwelt- und der Arbeitsschutzpolitik der Vaillant Group, die allen Mitarbeitern öffentlich zugänglich ist und ihrerseits regelmäßigen Reviews unterliegt.

18001 ISO 9001 14001

Neben den Managementsystemen mit ihren Normen und Standards bedienen wir uns eines weiteren effektiven Hebels, um Nachhaltigkeit systematisch im Unternehmen zu implementieren: der Vaillant Group Prozesswelt.

Um Nachhaltigkeit in einem internationalen Unternehmen voranzutreiben, bedarf es einer einheitlichen Sprache in Form von Prozessen. Denn erst mit gruppenweiten Prozessen sind Standards definiert, mit denen Nachhaltigkeitsaspekte in sämtlichen Wertschöpfungsstufen sichergestellt werden. Die vier großen Prozesse innerhalb der Vaillant Group sind der Group Development Process (GDP), der schon bei der Produktentwicklung den gesamten Produktlebenszyklus bis zum Recycling erfasst, der Group Production Process (GPP), der Produktionsschritte einfach, standardisiert und anschaulich beschreibt, der Group Market Process (GMP), der die Erfüllung von Kundenanforderungen und die langfristige Kundenbindung sicherstellt, sowie der

Group Service Process (GSP), der die Aktivitäten unserer Servicemitarbeiter und Fachhandwerkspartner umschreibt.

Hinter diesen Kürzeln steckt viel unternehmerische Verantwortung. Unser Ziel ist es, Nachhaltigkeit über diese Prozesse in alle Bereiche des Unternehmens zu tragen, um Ressourcen und Umwelt zu schonen und sozial verantwortlich zu wirtschaften. So gilt für alle Entwickler die Vaillant Group Norm zur umweltgerechten Produktgestaltung. Denn nur eine möglichst frühzeitige Betrachtung des kompletten Produktlebenszyklus befähigt uns, die Erwartungen unserer Kunden an die Umweltverträglichkeit unserer Produkte wirklich zu erfüllen. Die Aufgabe ist vielschichtig, schließlich steuern Prozesse das Zusammenspiel über Abteilungs- und Ländergrenzen hinweg. Immer mit dem Ziel, verbesserte Qualität und damit auch Nachhaltigkeit zu gewährleisten.



WORAUF ES ANKOMMT

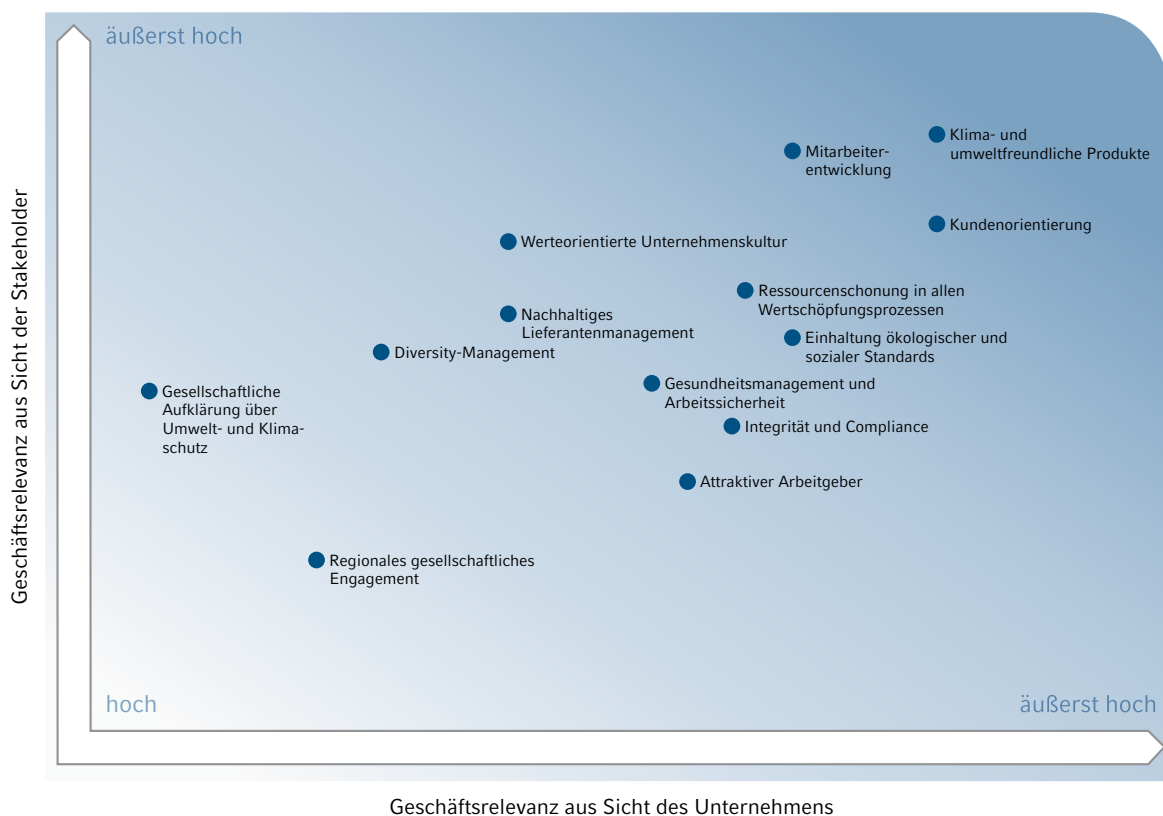
Über verschiedene Dialogformate stehen wir in einem regen Austausch mit wichtigen Bezugsgruppen. Im vergangenen Jahr haben wir mit einer Materialitätsanalyse erstmals eine systematische Erhebung unter Kunden, Partnern, Lieferanten, Mitarbeitern, Gesellschaftern und weiteren relevanten Stakeholdern durchgeführt. Die gewonnenen Erkenntnisse sind direkt in die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie eingeflossen.

Wenige unternehmerische Themen besitzen mehr Querschnittscharakter als das der Nachhaltigkeit. Dabei bedarf es nicht nur einer klaren, richtungsweisenden Strategie, deren Erfolg an verbindlichen Zielen gemessen wird. Es muss auch Klarheit darüber herrschen, welche Handlungsfelder besonders wichtig sind – sowohl aus Sicht des Unternehmens als auch seiner Stakeholder. Ziel der Materialitätsanalyse war es daher, die für unsere Geschäftstätigkeit wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen noch präziser zu definieren und ein Instrument zu erhalten, mit dem die Nachhaltigkeitsstrategie selbst justiert werden kann.

Methodisches Vorgehen

Bei der Analyse der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen ist die Vaillant Group schrittweise vorgegangen. Zunächst wurden im Abgleich mit den Maßgaben des S.E.E.D.S.-Programms die zentralen Nachhaltigkeitsthemen aus den Fokusfeldern Umwelt, Mitarbeiter, Entwicklung & Produkte sowie Gesellschaft festgelegt. Aufbauend auf den bereits existierenden Projekten und Aktivitäten ergab sich so eine Liste der 20 wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen. Anschließend wurden aus dem Kreis der für das Unternehmen relevanten Bezugsgruppen vier Teilgruppen als primäre Stakeholder identi-

Wesentlichkeitsmatrix



Geschäftsrelevanz aus Sicht des Unternehmens

ziert – Kunden/Partner, Lieferanten, Kommunen/ Fachcommunity und Gesellschafter. Im Rahmen einer schriftlichen Befragung hat Vaillant diese Ansprechpartner gebeten, die Wichtigkeit der Nachhaltigkeitsthemen aus ihrer subjektiven Perspektive heraus einzuschätzen. Zusätzlich zur Befragung dieser Stakeholder wurden Interviews mit ausgewählten Mitarbeitern aus zentralen Bereichen (Forschung & Entwicklung, Produktion, Finanzen, Marketing, HR usw.) geführt. Die Ergebnisse aus der schriftlichen Befragung und aus den internen Gesprächen wurden konsolidiert zur sogenannten Umfeldanalyse. Hierzu wurde jedes der 20 Nachhaltigkeitsthemen auf Basis der Einschätzung durch die Anspruchsgruppen bewertet.

Der dritte Schritt der Materialitätsanalyse bestand aus der sogenannten Geschäftsrelevanzanalyse. Dabei liegt die Fragestellung zugrunde, welche Bedeutung die Themen aus Sicht des Unternehmens besitzen. Die Nachhaltigkeitsthemen wurden im Hinblick auf drei Dimensionen bewertet:

Risikopotenzial: Inwieweit entstehen Risiken, wenn die Vaillant Group das Thema nicht oder nicht ausreichend berücksichtigt?

Effizienzpotenzial: Welche Effizienzsteigerungen der Nachhaltigkeitsperformance sind möglich, wenn das Thema umfänglich und zielgerichtet gesteuert wird?

Differenzierungs- und Wachstumspotenzial: Wie kann durch eine umfängliche und zielgerichtete Behandlung des Themas unternehmerisches Wachstum generiert oder eine inhaltliche Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb erreicht werden?

Von der Erhebung zur Matrix

Kombiniert man nun die Ergebnisse aus der Umfeldanalyse und der Geschäftsrelevanzanalyse

in einer übersichtlichen Darstellung, entsteht die Vaillant Group Wesentlichkeitsmatrix. Die 20 identifizierten Nachhaltigkeitsthemen werden hier zu Schwerpunktfeldern aggregiert. Je weiter oben ein Thema positioniert ist, desto größer ist seine Bedeutung aus Sicht unserer Stakeholder. Je weiter rechts ein Thema zu finden ist, desto relevanter erachtet die Vaillant Group selbst dieses Thema für ihren Erfolg. Diejenigen Top-Nachhaltigkeitsthemen, die sowohl für die Vaillant Group als auch für ihre Stakeholder eine herausragend hohe Bedeutung besitzen, sind im rechten oberen Bereich der Matrix abgebildet. Systematisch bearbeitet werden alle der Top-Themen. Die herausragend relevanten unter ihnen werden wir dabei besonders fokussieren.

Auf einem guten Weg

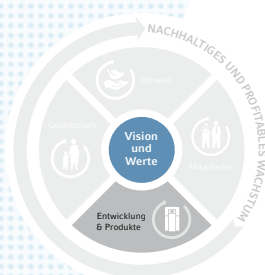
Der wichtigste Befund ergibt sich aus der rein grafischen Betrachtung der Wesentlichkeitsmatrix: Das Unternehmen misst den einzelnen Nachhaltigkeitsthemen prinzipiell die gleiche Bedeutung zu wie seine Stakeholder. Das S.E.E.D.S.-Programm bildet somit nachvollziehbar die Erwartungen unserer Bezugsgruppen und die zentralen Herausforderungen unseres Kerngeschäfts ab.

Inhaltlich wenig überraschend, jedoch nicht minder relevant ist die Erkenntnis, dass die Entwicklung klima- und umweltfreundlicher Technologien von den Befragten als das Handlungsfeld wahrgenommen wird, das die größte Bedeutung für den Geschäftserfolg der Vaillant Group besitzt. Ein wichtiger Beleg dafür, dass unsere Produktstrategie, die auf Hocheffizienztechnologien, erneuerbare Energien und smarte Systeme setzt, einen zukunftsweisenden Beitrag zur Gestaltung der Energiewende leistet. Und auch die Positionierung der Themencluster Mitarbeiterentwicklung, Kundenorientierung und Ressourcenschonung bekräftigt uns darin, den eingeschlagenen Weg konsequent fortzusetzen.



UNSERE NACHHALTIGKEITSZIELE

Im Frühjahr 2011 hat sich die Vaillant Group erstmals verbindliche, nachprüfbare Ziele in allen Fokusfeldern des S.E.E.D.S.-Programms gesetzt. Sie geben unseren Weg bis zum Jahr 2020 vor. Bis dahin machen wir nicht nur transparent, bei welchen Aufgaben wir auf Kurs sind. Sondern auch, wo wir noch besser werden müssen. Detaillierte Nachhaltigkeitskennzahlen finden Sie am Ende dieses Berichts.

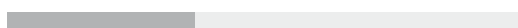


Development & Products | Entwicklung & Produkte

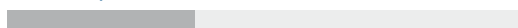
Unser Ziel ist es, unseren Kunden energieeffiziente und umweltfreundliche Produkte über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg anzubieten – von der Entwicklung über Einkauf, Produktion und Gebrauch bis hin zu Service und Recycling.

80

% Anteil hocheffizienter Produkte



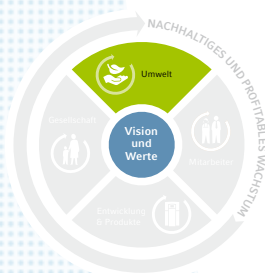
–15 % Treibhausgasemissionen des Produktportfolios



+15 % Materialeffizienz



Startschuss Ziel zu 50 % erreicht Ziel erreicht

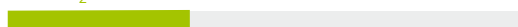


Environment | Umwelt

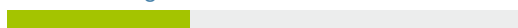
Der Schutz von Umwelt und Ressourcen ist wichtiger Bestandteil der Vaillant Group Nachhaltigkeitsstrategie. Wir wollen verantwortungsvoll mit Ressourcen umgehen, die CO₂-Emissionen konsequent senken, negative Einflüsse auf die Umwelt vermeiden und aktiv Chancen nutzen, die Umwelt zu schützen.

–25

% CO₂



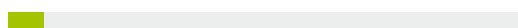
+20 % Energieeffizienz



–20 % Wasser



–20 % Abfall



Startschuss Ziel zu 50 % erreicht Ziel erreicht

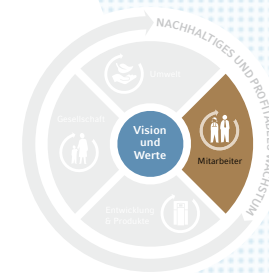
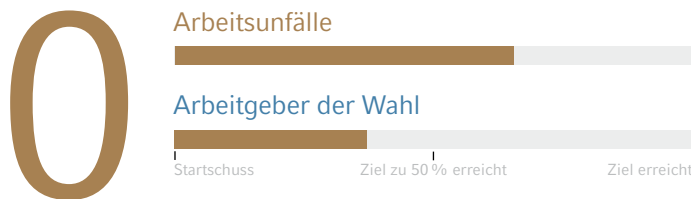
Sustainability | Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmenskultur und -strategie. Unser Ziel ist es, in zentralen Nachhaltigkeitsbereichen führende Positionen einzunehmen und als Vorbild zu fungieren.



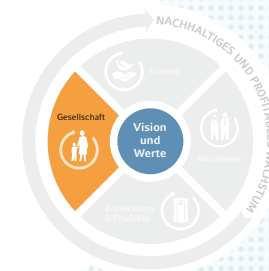
Employees | Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiter bilden das Fundament und die Seele der Vaillant Group. Die Vaillant Group verfolgt das Ziel, bei Bewerbern und Mitarbeitern der Arbeitgeber der Wahl zu sein.



Society | Gesellschaft

Die Vaillant Group bekennt sich zu ihrer gesellschaftlichen Verantwortung. Das Unternehmen engagiert sich dort, wo es unternehmerisch tätig ist, für gesellschaftlichen Fortschritt und das Wohlergehen der Mitmenschen.



*Das Ziel, 80 Prozent unseres Einkaufsvolumens von Lieferanten zu beziehen, die die zehn Prinzipien des UN Global Compact anerkennen, hatten wir bereits 2012 erreicht. Die anschließend auf 100 Prozent erhöhte Zielvorgabe für das Jahr 2020 haben wir nun ebenfalls schon erfüllt.

Alle angegebenen Prozentzahlen beziehen sich auf das Referenzjahr 2010 und sind volumenabhängig.



„MIT DER AUSRICHTUNG UNSERES NACHHALTIGKEITSMANAGEMENTS SIND WIR AM PULS DER ERWARTUNGEN UNSERER STAKEHOLDER.“

Dr. Carsten Voigtländer,
Vorsitzender der Vaillant Group Geschäftsführung

Wo steht die Vaillant Group bei der Erreichung ihrer Nachhaltigkeitsziele 2020?

► Als wir im Jahr 2011 die Ziele festgelegt haben, waren wir uns sehr bewusst, damit ein wirklich ambitioniertes Programm aufzusetzen. Gerade weil die Erreichung dieser konkreten Vorgaben keine Selbstverständlichkeit ist. Umso zufriedener sind wir mit den ersten Schritten. Ein gutes Beispiel ist der gruppenweite Wasserverbrauch, den wir im Vergleich zu 2010 bereits um 32 Prozent senken konnten. Anvisiert waren seinerzeit 20 Prozent bis zum Jahr 2020. Ähnliches gilt für den Stromverbrauch. Und auch die Zahl von Arbeitsunfällen, die sich ohnehin schon auf einem wirklich guten Niveau bewegt, konnten wir dank systematischer Aktionen in den Werken weiter reduzieren.

Gibt es Themen, bei denen Sie noch nicht zufrieden sind?

► Wer Erfolge feiert, muss an der richtigen Stelle auch selbstkritisch sein. Beim Thema Abfallvermeidung etwa müssen wir noch besser werden. Ungeachtet des Ziels, unser Abfallaufkommen um 20 Prozent zu senken, verharren die Zahlen zurzeit auf konstantem Niveau. Eine im vergangenen Jahr standortübergreifend aufgesetzte Analyse weist nun vielversprechende Potenziale aus. Überhaupt sind solche Herausforderungen Beleg dafür, dass das Managementsystem hinter dem S.E.E.D.S.-Programm funktioniert und Möglichkeiten zur Verbesserung kenntlich macht.

Welche Bedeutung hat die 2013 erstmals durchgeführte systematische Stakeholderbefragung für die Vaillant Group?

► Die Untersuchung hat uns zweierlei gezeigt. Zum einen, dass wir mit der strategischen



Ausrichtung unseres Nachhaltigkeitsmanagements wirklich am Puls der Erwartungen unserer Kunden, Partner, Lieferanten, Mitarbeiter und Gesellschafter sind. Zum anderen, dass der Fokus auf grünen und effizienten Produkten unser Geschäft immer stärker prägen wird. Das schließt die Bedingungen, unter denen sie entstehen, explizit mit ein.

Wie bewerten Sie die Auszeichnung des S.E.E.D.S.-Programms mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis?

► Diese Anerkennung ist für uns eine besondere Würdigung. Nicht nur, weil die Vaillant Group Nachhaltigkeitsstrategie in einem hochkarätig besetzten Teilnehmerfeld von einer Jury zu den drei besten in Deutschland gewählt wurde. Sondern gerade auch, weil diese Strategie von unserem eigenen Team – ohne externe Beratung – passgenau zu unserem Kerngeschäft entwickelt worden ist. Das Engagement, mit dem unsere Mitarbeiter die Strategie in den operativen Unternehmensbereichen umsetzen, erfüllt uns mit Stolz.

Im **S.E.E.D.S.-Magazin** stellen wir Ihnen mit Features, Reportagen und Interviews ausgewählte Nachhaltigkeitsprojekte aus den vier Fokusfeldern vor. Und wir zeigen die Menschen und Macher, die mit ihrem Engagement Nachhaltigkeit im Unternehmen leben.





S.E.E.D.S.

MAGAZIN
2013

24

Deutscher Nachhaltigkeitspreis

26

ENTWICKLUNG & PRODUKTE

28 *Leuchtturmprojekte*

- 34 Produktlebenszyklus
- 36 Brennstoffzellenheizung
- 38 IT-Sicherheit

40

UMWELT

42 *Nachhaltigkeits- Award*

- 44 Umweltmanagement
- 46 Umweltkampagnen

48

MITARBEITER

50 *Kita Hoppelhasen*

- 54 Mitarbeiterbefragung
- 56 S.E.E.D.S.-Award

58

GESELLSCHAFT

60 *SOS-Kinderdörfer*

DEUTSCHER NACHHALTIGKEITSPREIS

Konsequent und konkret

Die Vaillant Group ist für ihr Nachhaltigkeitsprogramm S.E.E.D.S. mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet worden. Die Jury würdigte die Passgenauigkeit der Strategie zum Kerngeschäft.

Konsequent und konkret – das sind die Attribute, mit denen die renommierte Fachjury des Deutschen Nachhaltigkeitspreises die Nachhaltigkeitsstrategie S.E.E.D.S. der Vaillant Group beschreibt. Sie würdigte sie mit einem zweiten Platz in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Zukunftsstrategien 2013 (Konzern)“. Erster Sieger wurde der Energieversorger HSE, den zweiten Platz teilt sich die Vaillant Group mit der SAP AG. Rund 600 Unternehmen haben sich für die Auszeichnung beworben, die im November 2013 bei einer festlichen Gala verliehen wurde. Vaillant verfolge eine beispielhaft konsequente Nachhaltigkeitsstrategie, heißt es in der Begründung der Jury. „Vaillant differenziert sich durch das Nachhaltigkeitsprogramm S.E.E.D.S. mit verbindlichen Zielen und konkreten Maßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette“, führt die Jury aus.

Die Nachhaltigkeitsstrategie wurde im Jahr 2011 im eigenen Hause entwickelt. Sie bündelt die Nachhaltigkeitsaktivitäten in einem strategischen Programm und setzt in den vier Fokusfeldern verbindliche, messbare Ziele. „Eine Nachhaltigkeitsstrategie kann man nicht von der Stange kaufen“, erklärt Dr. Jens Wichtermann, Director Corporate Communications, Sustainability Management

& Politics. „Auch wir haben zunächst nach draußen geschaut und geprüft, ob es adaptierbare Lösungen gibt, wurden aber schnell eines Besseren belehrt. Man muss vor allem das eigene Unternehmen mit seinem Kerngeschäft genau analysieren.“

Inzwischen koordiniert ein dreiköpfiges Team unter Leitung von Dr. Jens Wichtermann die Nachhaltigkeitsaktivitäten der Vaillant Group. Nicht nur für dieses Team ist der Deutsche Nachhaltigkeitspreis Anerkennung und Motivation: „Die hervorragende Platzierung der Vaillant Group ist ein großer Ansporn für die zahlreichen Nachhaltigkeitsprojekte in allen Unternehmensbereichen“, sagt Wichtermann.

Hier messen sich die Besten

Schließlich hat der Deutsche Nachhaltigkeitspreis eine enorme Bedeutung. Er prämiert Unternehmen, die vorbildlich wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Verantwortung und Schonung der Umwelt verbinden und damit besonders den Gedanken einer zukunftsfähigen Gesellschaft fördern. Im Fokus stehen dabei konsequentes Nachhaltigkeitsmanagement und Nachhaltigkeitsthemen in der Markenführung. Ziel des Preises ist es, Unternehmen in nachhaltigem Handeln zu bestärken und die Grundsätze nach-



haltiger Entwicklung in der öffentlichen Wahrnehmung besser zu verankern.

Die Auszeichnung ist eine Initiative der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e. V. in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung, dem Rat für Nachhaltige Entwicklung, Wirtschaftsverbänden, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Forschungseinrichtungen. Hier messen sich die Besten. Umso schöner, dass die Vaillant Group nun zum vierten Mal ausgezeichnet wurde – eine Bestätigung für die Konstanz und die Ernsthaftigkeit, mit der das Thema behandelt wird: 2009 war Vaillant unter den Top 3 der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Forschung und Entwicklung“, 2010 unter den Top 3 für seine nachhaltigen Produkte. Schließlich gewann Vaillant 2011 mit dem Mikro-Blockheizkraftwerk ecoPOWER 1.0 in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Produkte/Dienstleistungen“.



Feierlich: Dr. Jens Wichtermann, Director Corporate Communications, Sustainability Management & Politics (2. von rechts), nimmt die Auszeichnung im Rahmen der Preisverleihung entgegen.



Regel Austausch: der Vaillant Stand auf dem Nachhaltigkeitstag in Düsseldorf



DEUTSCHER NACHHALTIGKEITSPREIS

Top 3 Deutschlands nachhaltigste
Zukunftsstrategien (Konzern) 2013



ENTWICKLUNG & PRODUKTE

Hocheffizientes Produktportfolio

Einsatz

umweltfreundlicher

Materialien und Ressourcen

Umsetzung von

Ökodesign-Standards

Herausragende

Produktsicherheit und -lebensdauer

Optimierung von

Recycling und

Abfallentsorgung nach der Nutzung



LEUCHTTURMPROJEKTE

Wegweiser





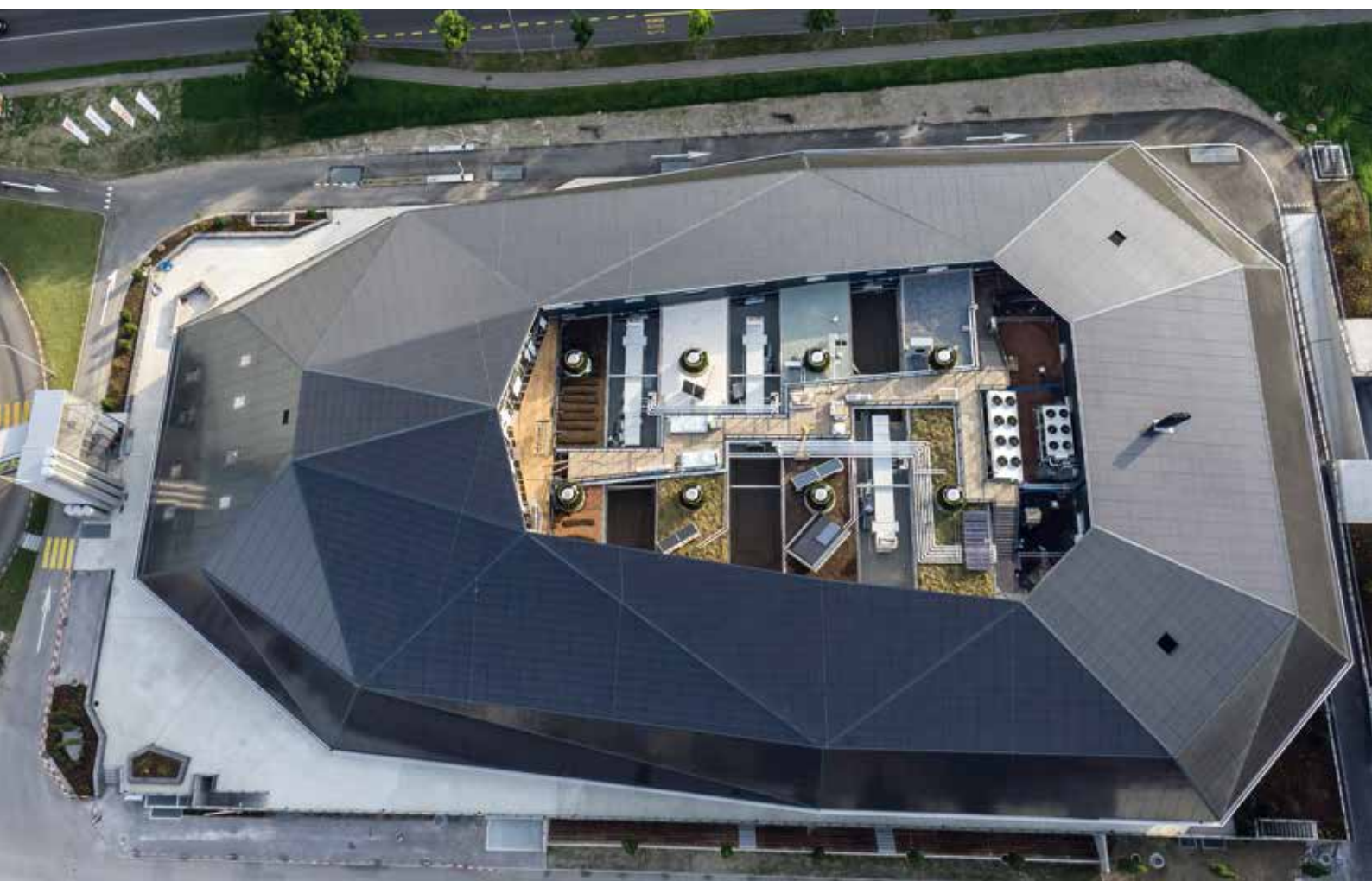
Die Umwelt Arena in der Schweiz: Außen von kristalliner Eleganz, innen sorgen natürliche Materialien für eine angenehme Atmosphäre.



Nicht alle Märkte sind zur gleichen Zeit bereit für alle Hocheffizienztechnologien. Zu unterschiedlich sind die Bedingungen, die vom rechtlichen Rahmen, von Nutzungsgewohnheiten und Lebensstandards beeinflusst werden. Wir möchten besonders innovative Produkte auch dort zeigen, wo bislang keine Markteinführung erfolgt ist. Dazu setzt die Vaillant Group auf sogenannte Leuchtturmprojekte. Wie in der Schweizer Umwelt Arena.



Einblicke: Nicht nur die Architektur der Umwelt Arena fasziniert. Die Ausstellungen zeigen Nachhaltigkeit zum Anfassen und Begreifen.



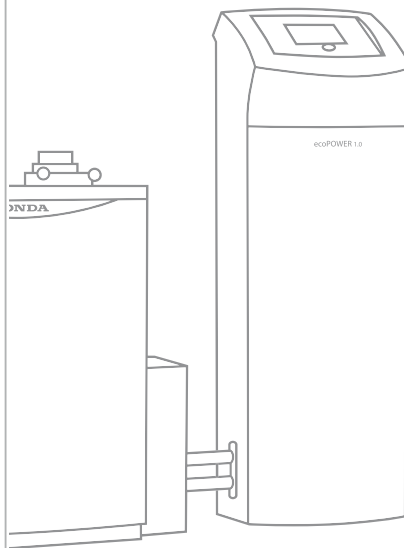
Sie fällt auf, und sie bleibt in Erinnerung: die Umwelt Arena, der sechseckige Bau, der so schwarz funkelt und in seiner Form an einen Kristall erinnert. Allerdings geht es bei der Umwelt Arena in Spreitenbach vor den Toren Zürichs nicht um äußere Werte allein. Das auffällig geformte Dach ist komplett mit Photovoltaikpaneelen gedeckt, die großzügigen Glasfassaden lassen viel Tageslicht ins Innere dringen.

Dort erwartet die Besucher nicht nur eine Arena für Veranstaltungen, sondern 45 zukunftsweisende Ausstellungen. Ihr Thema: Nachhaltigkeit, erneuerbare Energie und Natur. Sie sollen Antworten auf die Frage geben, wie Nachhaltigkeit ohne Komforteinbußen und Mehrkosten zu leben ist.

„Als wir von dem Projekt erfuhren, waren wir gleich interessiert und haben den Bau verfolgt“, berichtet Tobias Loher, Head of Marketing Vaillant Schweiz. Der Ansatz schien vielversprechend, und schließlich suchte Vaillant Schweiz den Kontakt zur Umwelt Arena. „Wir haben uns dazu entschieden, dort auch ein oder zwei Produkte auszustellen. Wir wollten unbedingt vertreten sein und etwas besonders Nachhaltiges zeigen.“ Die Entscheidung fiel auf das ecoPOWER 1.0 – und damit auf ein Produkt, das es auf dem Schweizer Markt lediglich als Pilotanlagen gibt.

„Genau dafür stehen die Leuchtturmprojekte“, erklärt Sebastian Albert, Head of Brand Strategy. „Wir wollen damit in Märkten hocheffiziente Produkte zeigen, die dort noch gar nicht verkauft werden.“ Seit dem Frühjahr 2013 wird das Konzept Leuchtturmprojekte umgesetzt. „Wir wollen so die Marken stärken und dem Markt signalisieren: Wir können mehr.“ Das ecoPOWER 1.0 etwa produziert auf Basis von Kraft-Wärme-Kopplung gleichzeitig Wärme und Strom. Dabei ist es viel effizienter als selbst modernste Kraftwerke. Das Mikro-Blockheizkraftwerk war europaweit das erste, das für den Bedarf von Einfamilienhäusern ausgelegt ist. Außer für die ecoPOWER Familie – also

die Produktvarianten 1.0, 3.0, 4.7 und 20.0 – sind die Leuchtturmprojekte auch für die Zeolith-Wärmepumpe zeoTHERM konzipiert sowie für andere hocheffiziente und auf erneuerbare Energien setzende Produkte. Die Leuchtturmprojekte sollen so auch ein Türöffner sein. Es ist ein anderer, ein neuer Ansatz, den Markt vorzubereiten. „Wir setzen dabei auf wenige Installationen mit großer Strahlkraft, Leuchttürme eben“, erklärt Moritz Erdmann, Produktmanager KWK und Photovoltaik. Bau und Konzept der Umwelt Arena haben medial viel Aufmerksamkeit erregt und etliche Preise gewonnen, wie den Europäischen Solarpreis 2012. Diese Strahlkraft lässt sich auch für Vaillants Presse- und Marketingarbeit nutzen – eines der Ziele von Leuchtturmprojekten, die für die Technologien und die Marke



Das ecoPOWER 1.0 produziert umwelt-schonend und hocheffizient gleichzeitig Wärme und Strom – direkt am Ort des Verbrauchs.

Aufmerksamkeit generieren. „Wir haben im Rahmen der Leuchtturmprojekte auch ein umfassendes Paket von Marketinginstrumenten erarbeitet, das wir den nationalen Vertriebsgesellschaften zur Verfügung stellen können“, sagt Albert.

Die Umwelt Arena in Spreitenbach ist der perfekte Platz für ein Leuchtturmprojekt. Nicht nur die Architektur zieht an, sondern auch die dynamischen Ausstellungen, die in vier Bereiche nach den Themen Leben und Natur, Energie und Mobilität, Bauen und Modernisieren sowie Erneuerbare Energien gegliedert sind. Anspruch des Initiators Walter Schmid war es, eine Erlebniswelt für Energie- und Umweltfragen zu gestalten. Um viele Besucher anzuziehen, setzten die Macher darauf, dass die Ausstellungen ein möglichst breites Publikum ansprechen: Familien und Schulklassen, Laien und Fachleute. Das Konzept ging auf. Bereits nach einem guten halben Jahr Betrieb hatten mehr als 100.000 Menschen die Umwelt Arena besucht.

„Genau das suchen wir auch für unsere Leuchtturmprojekte“, sagt Albert. „Wir wollen auf Plattformen präsent sein, die hohe Besucherzahlen haben, wir möchten Multiplikatoren erreichen, Partnerschaften stärken und proaktiv in den Markt wirken.“

Neben dem gemischten Publikum, das die Ausstellungen besucht, zieht die Umwelt Arena viele Fachleute aus der Baubranche an. Mit ihrer großzügigen Arena und sieben Seminarräumen ist sie Veranstaltungsort für große Events und Tagungen jeder Größe. Bis zu 4.000 Personen finden in der Arena Platz.

Auch Vaillant Schweiz habe die Kongressmöglichkeiten der Umwelt Arena schon mehrfach für Veranstaltungen wie Podiumsdiskussionen oder Verkäufermeetings genutzt, sagt Loher. Verkäufer und Installateure haben dabei auch die Möglichkeit, das ecoPOWER 1.0 in Betrieb zu erleben und kennenzulernen. Allerdings: Es geht nicht um eine

versteckte Markteinführung. Die Anzahl und die Dauer der Installationen in der Umwelt Arena sind begrenzt. Nach fünf Jahren müssen die Anlagen laut Konzept wieder abgebaut werden.

Inzwischen ist die Umwelt Arena längst nicht mehr das einzige Leuchtturmprojekt. Einige Projekte sind in Vorbereitung, andere schon installiert. Im Smart Home „Hållbarheten“ („Nachhaltigkeit“) im schwedischen Malmö ist etwa eine zeoTHERM Wärmepumpe zu erleben, die die thermischen Eigenschaften des Minerals Zeolith nutzt. „Dort wollen wir den Markt sensibilisieren und für zeoTHERM vorbereiten und die Markenbekanntheit steigern“, sagt Albert.

Im weißrussischen Babrujsk ist ein ecoPOWER 4.7 installiert. Es steht im Eingangsbereich der Zentrale eines der wichtigsten Kunden von Vaillant. Die Installation stärkt daher nicht nur die Zusammenarbeit mit dem Partner, sondern unterstützt das Markenimage als Innovationsführer. Vaillant möchte so die Umsätze mit dem aktuellen Portfolio fördern, aber auch die KWK-Technologie bewerben.

Ähnliche Motive hat die Installation eines ecoPOWER 4.7 bei den Wasserwerken Zug in der Schweiz. „Wir wollen unsere Partner mit der KWK-Technik vertraut machen“, sagt Tobias Loher. „So können wir zeigen, dass die Blockheizkraftwerke für den täglichen Einsatz gemacht sind und den neuesten Stand der Technik widerspiegeln.“

Noch ist die KWK-Technik aufgrund ökonomischer und gesetzlicher Rahmenbedingungen für Schweizer Kunden eher unattraktiv. „Aber die Anpassungen werden kommen, und damit ist der Weg auch in der Schweiz frei für diese innovative Heiztechnik“, berichtet Loher. Der Markt scheint nun bereit, und das ecoPOWER 1.0 macht dann Platz für ein anderes innovatives Produkt der Vaillant Group.

„Nachhaltigkeit macht Bauen einfacher, günstiger und effizienter“

Interview mit dem Architekten René Schmid

Was hat Sie an dem Projekt Umwelt Arena gereizt?

Für einen Architekten ist es reizvoll, ein Gebäude zu entwerfen, das fasziniert – von der Gestaltung, der Technik und vom Inhalt, bei dem alles von A bis Z stimmt, auch Bau und Unterhalt. Es ist das erste Gebäude, das CO₂-neutral entstanden ist, in dem mit Recyclingmaterial gearbeitet wurde, in dem alles roh ist. Es war ein ganzheitliches Denken vom Anfang bis zum Ende, und das ist einfach spannend.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit für Sie als Architekten?

Der Nachhaltigkeitsbegriff ist gerade sehr in Mode. Wir als Architekten verstehen darunter langfristig zu denken, ganzheitlich zu denken und den Bauherren so zu beraten, dass er mit dem Gebäude über Jahrzehnte und Generationen hinweg eine gute Wahl trifft. Das gilt nicht nur für Energiefragen, sondern auch in der Gestaltung, in der Raumaufteilung, im Unterhalt, in der Materialwahl.

Der Nachhaltigkeitsansatz macht das Bauen aber erheblich komplizierter und teurer?

Nein, er macht es einfacher, günstiger und effizienter. Man muss langfristig denken, auch querdenken, kreativ und mutig sein. Das Betontragwerk etwa erfüllt anstatt nur einer Funktion deren vier. Es trägt, es heizt, es kühlt, und es dient als Gehbelag. So wie das Dach eben nicht nur abdeckt, sondern auch Strom erzeugt und die Gestaltung prägt.

Die Umwelt Arena ist ein EnergiePLUS-Gebäude, das mit 203 Prozent mehr als das Doppelte des eigenen Energiebedarfs selbst produziert. Wie ist Ihnen das gelungen?

Einen großen Beitrag liefert das Dach. Wir haben einen stromproduzierenden Dachbelag gewählt, bestens wärmegeklämt und mit einer optimalen Heiz- und Energieversorgung kombiniert. Außerdem nutzen wir Wärme, Kälte und Strom, die die ausgestellten Systeme liefern. Ein intelligentes, vorausschauendes Energiemanagement berücksichtigt alle Einflüsse, wie Besucherzahl und Wetter, und führt die in Wärmespeichern deponierte Energie rechtzeitig in den Raum zurück.

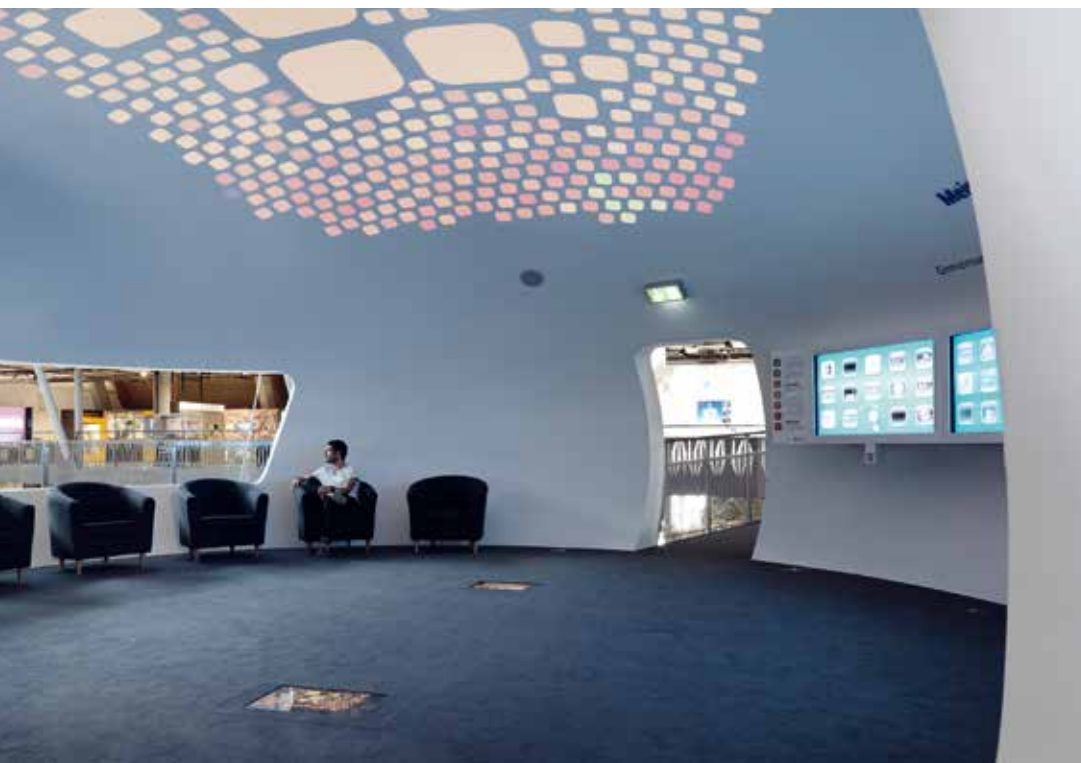
Die Umwelt Arena hat viele Preise gewonnen, darunter den Norman Foster Solar Award 2012. Spüren Sie positive Effekte für Ihre Arbeit?

Die Strahlkraft ist recht groß. Wir haben Anfragen aus dem Ausland, etwa für Veranstaltungen und Vorträge. Nachhaltiges Bauen ist ein großes Thema. Aber es scheint, als bräuchten die Bauherren noch etwas Zeit, sich damit auseinanderzusetzen, damit nachhaltiges Bauen auch in der Breite möglich ist.

Wo sehen Sie als Architekt das größte Potenzial für nachhaltiges Bauen?

Das größte Potenzial liegt eben in der Breite. Wenn alle, die bauen, vorher rechnen und überlegen, langfristig denken, dann würden sie anders bauen, ganzheitlicher und nachhaltiger.



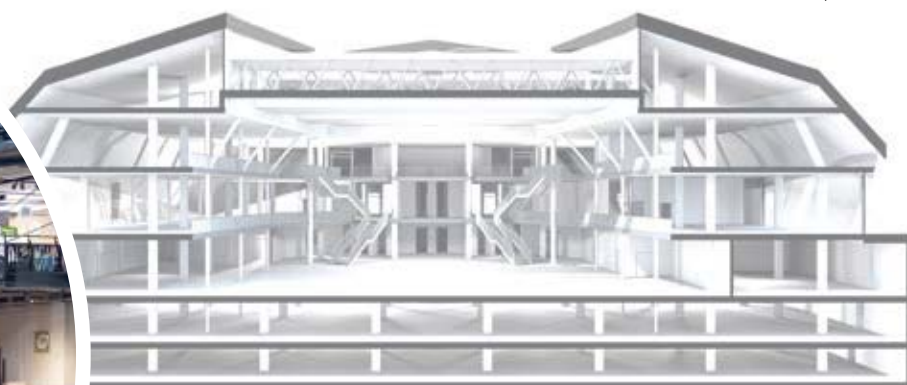


Ausblicke: Die Ausstellungen der Umwelt Arena zeigen, wie faszinierend Nachhaltigkeit in den unterschiedlichsten Lebensbereichen sein kann.

„Die Strahlkraft ist recht groß. Wir haben Anfragen aus dem Ausland, etwa für Veranstaltungen und Vorträge. Nachhaltiges Bauen ist ein großes Thema.“



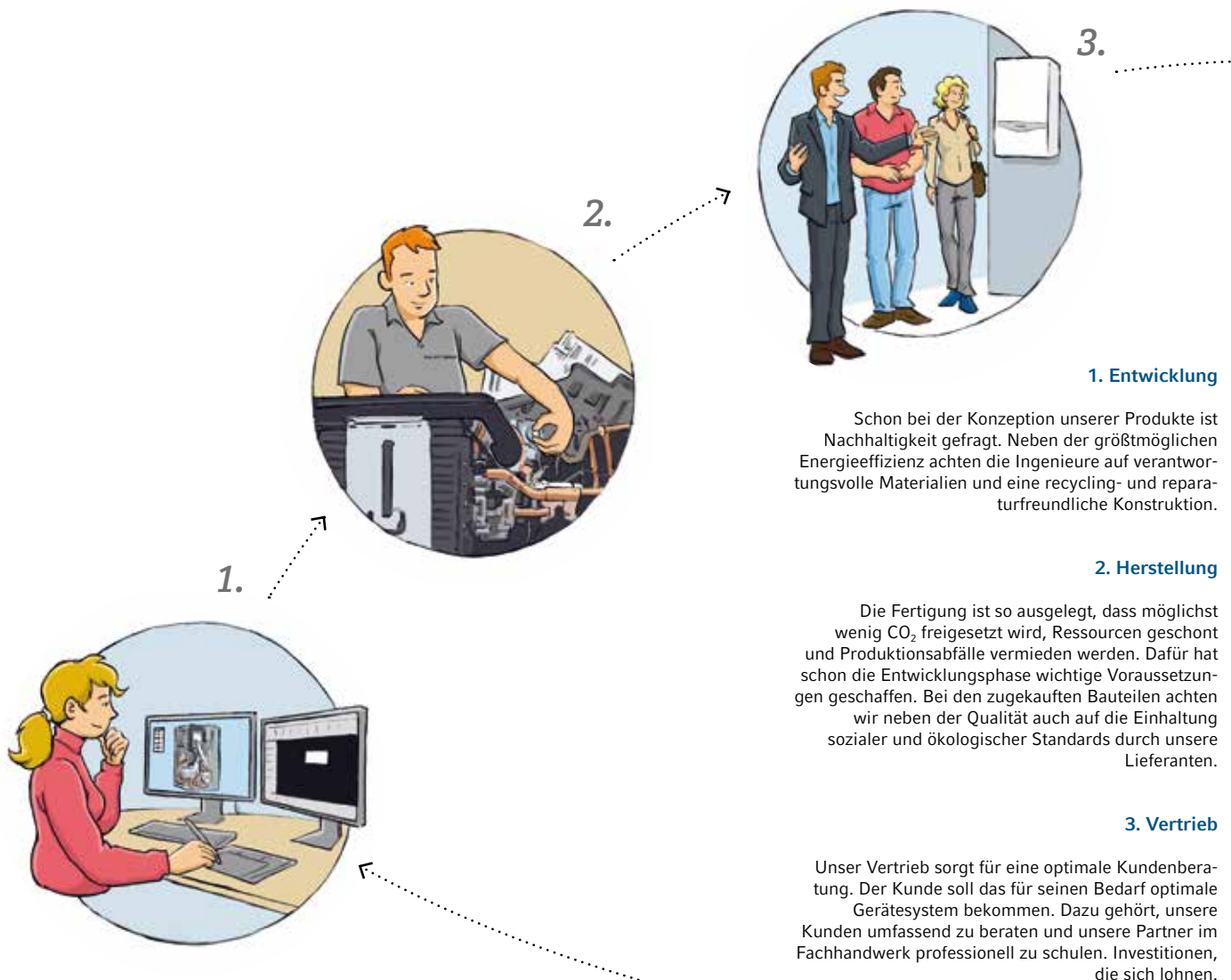
Der Gestalter: Architekt René Schmid hat mit seinem Team die Umwelt Arena entworfen. Der Bau wurde mit dem Europäischen Solarpreis 2012 ausgezeichnet.



Großzügig: Die Architekten entwarfen eine ovale Arena mit drei Unter- und vier Obergeschossen; die zentrale Arena fasst bis zu 4.000 Personen.

Zu Ende gedacht

Wir wollen sicherstellen, dass unsere Produkte nachhaltig sind, vom Anfang bis zu ihrem Lebensende. Das betrifft nicht nur ihre Energieeffizienz, sondern schließt die verantwortungsvolle Auswahl aller Materialien ausdrücklich mit ein.





Herr Betz, wo beginnt die Nachhaltigkeit im Produktlebenszyklus?

Schon bei der Produktidee. Wir fühlen uns verantwortlich, von der ersten Zeichnung bis zum Lebensende eines Produkts. Was wir erreichen möchten, sind möglichst geschlossene Stoffkreisläufe.

Wie lässt sich das umsetzen?

Das ist natürlich nicht einfach – und wir sind lange noch nicht am Ziel. Wichtig ist, dass Nachhaltigkeitsaspekte in allen Phasen des Produktlebenszyklus fest verankert werden. Allerdings funktioniert das nicht auf Zuruf, sondern nur anhand gut strukturierter, lebbarer Prozesse und Vorgaben.

Wie sieht das in der ersten Phase, der Entwicklungsphase, konkret aus?

Die Ingenieure brauchen Instrumente, mit denen sie nachhaltige Produkte entwickeln können. In der Entwicklung haben wir einen etablierten Prozess, anhand dessen geprüft werden kann, ob alles mit Blick auf Nachhaltigkeit durchdacht und optimiert ist, etwa bei der Materialauswahl. Dieser Prozess wird stetig verbessert und an neue Anforderungen angepasst. Hier legen wir Wert darauf, dass die Materialien sorgfältig und verantwortungsvoll ausgewählt werden. Für unsere Lieferanten haben wir ökologische, soziale und qualitative Standards definiert.

Und das gilt dann für jede Phase des Lebenszyklus?

Jede Phase stellt ihre eigenen Anforderungen. In der Entwicklungsphase können wir etwa maßgeblich die technische Effizienz unserer Geräte beeinflussen. In der Nutzung und Wartung liegt schließlich der Schlüssel dazu, dass diese hocheffizienten Geräte auch wirklich energiesparend betrieben und so die Potenziale der Technologien voll ausgeschöpft werden.

Wie kann der Kreis am Ende des Produktlebenszyklus geschlossen werden?

Das Wichtigste ist, den Kreis auch als solchen zu denken und sich bewusst zu machen, dass am Ende eben nicht Abfälle bleiben, sondern wertvolle Ressourcen. Das beginnt, wie gesagt, schon in der ersten Phase, indem wir darauf achten, dass die Geräte so konstruiert sind, dass sie gut demontiert werden können, die Bestandteile trennbar sind, die Materialien sortenrein zur Verfügung stehen. Nur dann können wir den Kreislauf wieder schließen.



4.

4. Nutzung

90 Prozent des CO₂-Ausstoßes im Produktlebenszyklus eines Gasgeräts entfallen auf die Nutzung. Wir wollen den Anwender dabei unterstützen, das Potenzial seines Heizsystems auszuschöpfen. Deshalb sind unsere Geräte und Systeme äußerst energieeffizient, intuitiv bedienbar und können perfekt an die individuellen Bedingungen vor Ort angepasst werden.



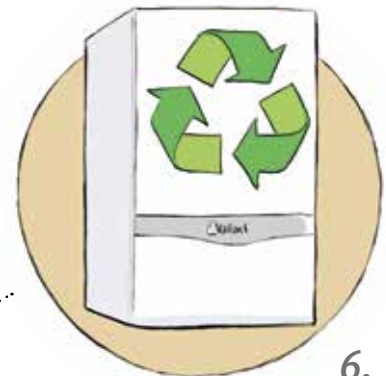
5.

5. Wartung

Für unsere Produkte garantieren wir Original-Ersatzteile, auch noch 15 Jahre nach Serienende. Durch ein sehr gut ausgebautes Servicenetzwerk stellen wir sicher, dass jedes Gerät effizient und emissionsarm betrieben wird.

6. End of Life

Am Ende seines Lebenszyklus sollte jedes Gerät einfach zu demontieren sein. Die Konstruktion muss deshalb recyclingfreundlich sein, die Komponenten trennbar. Dann kann einmal verwendetes Material tatsächlich zum Rohstoff für Neues werden, damit sich der Kreis schließt.



6.

BRENNSTOFFZELLENHEIZUNG

Der nächste Schritt



Die Brennstoffzellentechnik ist hocheffizient, sie liefert neben Wärme auch Strom, und sie kann Gas „grüner“ machen. Mit den beiden Praxistests Callux und ene.field ist Vaillant auf dem Weg zur Marktreife.

Bereit zum Einsatz: Mit 140 Geräten der neuesten Generation geht Vaillant 2014 in den europäischen Praxistest ene.field.

Im Rahmen des deutschlandweit größten Praxistests von Brennstoffzellen-Heizgeräten fürs Eigenheim, Callux, konnte Vaillant wichtige Erkenntnisse zur Weiterentwicklung der Technologie gewinnen.



Die Technik ist reif. Seit März 2013 wird die Brennstoffzellenheizung als Vorserie im Remscheider Werk produziert. Die neue Gerätegeneration ist deutlich kompakter, einfacher zu installieren, günstiger in der Produktion und hat einen höheren elektrischen Wirkungsgrad als ihr Vorgänger.

„Wir haben einige technische Verbesserungen erreichen können“, sagt Alexander Dauensteiner, Projektmanager Praxistest Brennstoffzellenheizung. Der Praxistest Callux hat dazu wichtige Erkenntnisse geliefert. Callux ist der deutschlandweit größte Praxistest von Brennstoffzellen-Heizgeräten fürs Eigenheim. Das Projekt läuft seit 2011 und wird von Partnern aus der Energiewirtschaft und der Heizgeräteindustrie mit Unterstützung des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur getragen. Vaillant hat bereits 120 Geräte im Test. „Die Ergebnisse sind sehr gut“, sagt Dauensteiner. Die Störquote ist für einen Feldtest mit fünf Prozent erfreulich gering, die Zufriedenheit der Anwender laut einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) mit mehr als zwei Dritteln sehr hoch.

Mit der neuesten Gerätegeneration geht Vaillant 2014 in den europaweiten Praxistest ene.field. Rund 140 Geräte werden dabei Privatkunden in Deutschland, Österreich, Frankreich und Dänemark für Ein- und Zweifamilienhäuser zum Kauf angeboten. Nach drei Jahren werden die Brennstoffzellen-Heizgeräte durch Serienprodukte ausgetauscht. Das Interesse der Verbraucher sei hoch, berichtet der Projektmanager.

Die Tests sind wichtige Meilensteine auf dem Weg zur Marktreife. „Wir müssen jetzt daran arbeiten, die Technik zu industrialisieren und nachhaltig Lieferketten aufzubauen“, erklärt Dauensteiner. Mit steigender Stückzahl sinken die Herstellungskosten, auch bei den Zulieferern. Die Zellen von einem anderen Hersteller zu kaufen, sei keine Option. „Die Brennstoffzellenheizung ist ein

Innovationsthema. Man braucht einen langen Atem, Problemlösungsdenken und die Stärke, Rückschläge – die wir auch hatten – zu verkraften“, sagt Dauensteiner. Jetzt sei die Marktreife in Sicht.

Der Einsatz lohnt sich, glaubt Dauensteiner: „Die Brennstoffzellentechnik verspricht viel. In ihr steckt riesiges Potenzial.“ In der oxidkeramischen Brennstoffzelle wird das Erdgas in Kohlendioxid und Wasserstoff gespalten, der freigesetzte Wasserstoff reagiert schließlich mit dem Luftsauerstoff und erzeugt so Strom und Wärme. Gemessen am Primärenergieaufwand ist diese Heiztechnik fast 50 Prozent effizienter als die besten Brennwertgeräte und stößt damit rund 30 Prozent weniger CO₂ aus. Zudem gibt es keine Verluste bei der Stromerzeugung – wie dies etwa selbst bei modernen Kraftwerken noch der Fall ist –, weil weder Umwandlungs- noch Transportverluste anfallen. Die Vaillant Brennstoffzellenheizung erzeugt 1 kW Strom und 2 kW Wärme. Der Gesamtwirkungsgrad liegt nach einigen technischen Verbesserungen nun bei über 90 Prozent. „Das ist die effizienteste Technik des Heizens mit Gas“, unterstreicht Dauensteiner.

Gemessen am Primärenergieaufwand ist diese Heiztechnik fast 50 Prozent effizienter als die besten Brennwertgeräte und stößt damit rund 30 Prozent weniger CO₂ aus.

In Energiespeicherprojekten wie Power to Gas des norddeutschen Energieversorgers E.ON Hanse zeigt sich weiteres Potenzial der innovativen Brennstoffzellentechnik. Wichtig, schließlich gilt das Speichern von Ökostrom als Schlüsseltechnologie für die Energiewende. Die Idee ist einfach: Ökostrom, der im Moment zu viel im Netz ist und nicht verbraucht werden kann, spaltet in Elektrolysatoren Wasser in Sauerstoff und Wasserstoff. Letzterer kann mit bis zu vier Volumenprozent ins Erdgasnetz eingespeist werden – ohne Änderung an der Infrastruktur. Fehlt es zu Spitzenverbrauchszeiten dagegen an Strom, der nicht durch erneuerbare Energieträger geliefert werden kann, erfolgt eine hocheffiziente Rückverstromung durch die Vaillant Brennstoffzellentechnologie.

Die Infrastruktur in Deutschland ist dafür gut ausgebaut. Dauensteiner sieht einen weiteren Vorteil: Die Power-to-Gas-Technik kann in einem weiteren Schritt den Wasserstoff zu Methan umwandeln und dieses „grüne“ Gas komplett in das vorhandene Gasnetz einspeisen.



IT-SICHERHEIT

Wir stehen in der Verantwortung



Eine Computerzeitschrift hatte beim Systemregler des ecoPOWER 1.0 eine IT-Sicherheitslücke entdeckt. Die Vaillant Group reagierte umgehend, informierte Kunden und Öffentlichkeit. Das Problem wurde schnellstmöglich behoben.

Geprüfte Sicherheit: comDIALOG, ein System zur Ferndiagnose und -steuerung, hat im Dezember 2013 das VDE-Siegel erhalten.

Es war im Februar 2013, als Mike Jagenburg, Projektmanager Kraft-Wärme-Kopplung, davon erfuhr: Der Systemregler des ecoPOWER 1.0, der eine bequeme Fernsteuerung und -wartung ermöglichen soll, ist vor Hacker-Angriffen nicht hundertprozentig geschützt. Mit fortgeschrittenem IT-Fachwissen ist es möglich, sich via Internet mit dem Systemregler des Mikro-Blockheizkraftwerks zu verbinden.

Jagenburg informierte Swen Engelhaupt, Leiter Produktsicherheit und Zulassung. Die Mechanismen zum Krisenfall in der Produktsicherheit griffen: Es wurde umgehend das Produktsicherheitsteam (PST) einberufen, dem Vertreter der Abteilungen Qualität, Forschung & Entwicklung, Recht, Kommunikation und Vertrieb sowie der Geschäftsleitung angehören. Das PST steuerte die Kommunikation mit dem Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik, mit Kunden sowie mit der Öffentlichkeit und richtete eine Task-Force für die Lösung des technischen Problems ein.

Der fragliche Systemregler war über eine dynamische DNS mit dem Internet verbunden. „Der unberechtigte Zugriff beschränkte sich auf das Ein- und Ausschalten des BHKW. Es bestand also kein Problem, das die Betriebssicherheit betrifft“, sagt Jagenburg. Dennoch hat sich Vaillant entschlossen, umgehend die Kunden zu informieren, und empfohlen, das System vorübergehend nicht mit dem Internet zu verbinden. „Das Gerät funktionierte weiterhin ohne Einschränkungen, der deaktivierte Online-Fernzugriff bedeutete eine Minderung des Komforts.“

Als weitere „Sofortmaßnahme wurde mit dem Hersteller des zugekauften Systemreglers eine Passwortsicherung vereinbart sowie ein Softwareupdate zur Verfügung gestellt. „Darüber hinaus konnten wir sehr schnell eine komplett neue hardwarebasierte Lösung vorlegen, weil wir bereits für unser ecoPOWER 20.0 an einem neuen System gearbeitet hatten“, erklärt Engelhaupt. „Das sicherste System auf dem Markt“, unterstreicht Jagenburg. Das Gerät kommuniziert über eine sichere SSL-Verbindung mit der neuen Hardware, die nur über einen VPN-Tunnel mit dem Internet verbunden ist. Diese Hardware stand bereits ab August zur Verfügung und wurde bei Kunden mit Vollwartungsvertrag kostenlos nachgerüstet. Alle ab Februar 2014 ausgelieferten Geräte sind serienmäßig mit der neuen Hardware ausgerüstet.

„Natürlich war das kein schöner Vorfall“, sagt Engelhaupt. Schließlich

handelte es sich um ein neues Produkt, der Markt sei entsprechend sensibel. Dennoch war das Vorgehen klar vorgezeichnet: „Uns war es wichtig, offen, transparent und vor allem im Kundensinne zu reagieren“, erklärt Dr. Jens Wichtermann, Director Corporate Communications, Sustainability Management & Politics. Öffentlichkeit, Partner und Kunden haben auf die proaktive Kommunikation positiv reagiert. „Das lag sicher an unserem Krisenmanagement, vor allem aber daran, dass wir schnell eine sehr gute Lösung für das Problem angeboten haben.“

Neben dem akuten Krisenmanagement hat Vaillant mit externen Experten an einer Strategie gearbeitet, die solche Probleme künftig ausschließt. „Wir machen keinen Fehler zweimal“, betont Engelhaupt. „Wir haben sehr intensiv an einem Gesamtkonzept gearbeitet und uns Know-how angeeignet. Das Thema IT-Sicherheit gehörte nicht zu unserer Kernkompetenz. Aber: Wir haben aus dem Vorfall gelernt.“

Für comDIALOG, ein System zur Ferndiagnose, -einstellung und -steuerung, hat die Vaillant Group deshalb eine Zertifizierung durch das Prüf- und Zertifizierungsinstitut VDE angestrebt – und als erstes Produkt aus dem Bereich „Smart Home“ im Dezember 2013 auch erhalten. Das System aus Hardware und Dienstleistung ermöglicht den Servicepartnern über die webbasierte Plattform eine Ferndiagnose und -steuerung. Schnell, intelligent und sicher.

WEITERE AKTIVITÄTEN 2013



Gesundes Klima

Die Wohnraumlüftung recoVAIR sorgt nicht nur für ein gutes Raumklima, sondern durch die automatische Wärmerückgewinnung von bis zu 98 Prozent auch für deutliche Energieersparnisse.



Energie intelligent speichern

Das Batteriespeichersystem eloPACK lässt sich ideal mit einem Blockheizkraftwerk oder einer Photovoltaikanlage kombinieren und maximiert den Eigenverbrauch durch die Zwischenspeicherung von überschüssig erzeugtem Strom.



connectED Award

Vaillant hat den ersten Platz beim Leserwettbewerb des Magazins CONNECTED HOME belegt. Mit dem Award werden die besten Marken und Produkte im Bereich digitale Heimvernetzung prämiert.

UMWELT

Umfassendes
Umweltmanagement

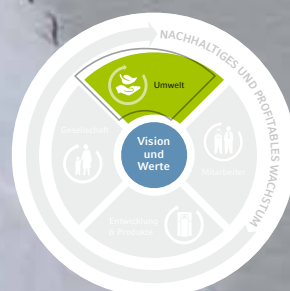
zur Reduzierung von

CO₂-Emissionen

Energie- und
Wasserverbrauch

Abfallaufkommen

an den Produktions- und
Verwaltungsstandorten
sowie in der Logistik





Detailarbeit in der Produktion: Viele verschiedene Maßnahmen haben die Fertigung nachhaltiger gemacht, etwa beim Umstellen der Testverfahren von Wasser auf Luft.

NACHHALTIGKEITS-AWARD

100 Prozent verantwortlich

Das Werk im englischen Belper hat den „National EEF/ENER-G Sustainable Manufacturing Award 2013“ gewonnen. Hinter dieser Auszeichnung als nachhaltigste Produktionsstätte in Großbritannien stecken viele verschiedene Maßnahmen und engagierte Kollegen.

Eine Geschichte, die viel aussagt: Einer der wichtigsten Kunden kommt zu Besuch ins Werk. Ein Fertigungsmitarbeiter weist ihn – sehr freundlich – darauf hin, dass er leider die falschen Schuhe trage und so aus Sicherheitsgründen das Werk nicht betreten dürfe.

Für Dr. Jan Borkowski, seit April 2013 Werksleiter im englischen Belper, macht diese Geschichte eines sehr deutlich: Jeder einzelne Mitarbeiter in Belper fühlt sich verantwortlich. So verantwortlich, dass sich ein Fertigungsmitarbeiter traut,

einen wichtigen Kunden auf Sicherheitsregeln hinzuweisen. „Die Kollegen im Werk haben sich die Aufgaben zu eigen gemacht“, erklärt Borkowski. „Wir haben sie dazu befähigt und sie gestärkt“, ergänzt Marc Dörpinghaus, Borkowskis Vorgänger in Belper.

Nachhaltigkeit ist die Sache jedes Einzelnen in Belper. Für seine Erfolge wurde das Werk im Januar 2014 zur nachhaltigsten Produktionsstätte in Großbritannien gekürt und mit dem Nachhaltigkeitspreis „National EEF/ENER-G

Sustainable Manufacturing Award 2013“ ausgezeichnet. „Der Preis ist eine Anerkennung für das ganze Team in Belper“, betont Borkowski.

Die Zahlen, mit denen sich das Werk für den Award beworben hatte, können sich sehen lassen: Jeweils im Vergleich zu 2010 ist es bis 2012 gelungen, den Ausstoß von CO₂ um 31 Prozent zu senken, den Energieverbrauch um 35, den Wasserbrauch um 56 und das Müllaufkommen um 53 Prozent. Und das, obwohl gleichzeitig das Produktions-

cardboard
paper
&
backing



Für den Laien nicht mehr zu sehen: Inzwischen stehen die fertigen Produkte auf wiederverwendbaren Paletten, sie stecken in recyceltem Verpackungsmaterial und werden von energiesparenden LEDs angeleuchtet.

volumen gestiegen ist. So ergibt sich von 2010 bis 2013 beispielsweise eine Reduktion des Wasserverbrauchs um 61 Prozent pro produzierte Einheit. „Das ist eine Einsparung von einer Million Liter“, unterstreicht Allan Harley, Arbeitssicherheits- und Umweltmanager. Grundstein dafür war die Umstellung der Testeinheiten von Wasser auf Luftdruck. Im Mai 2014 wurde dieser Prozess nun abgeschlossen. Außerdem wird Wasser in vielen Fertigungsprozessen, etwa in der Lackieranlage, wiederverwendet.

Die Ansprüche an eine nachhaltige Produktion umzusetzen, funktioniert also weder schnell noch einfach. „Es ist ein Riesenpaket vieler verschiedener Maßnahmen“, betont Allan Harley. Begonnen habe die Arbeit schon im Jahr 2006. „Da wurde offensichtlich, dass wir ein Problem mit dem Müll haben“, erzählt Harley. Auf 350.000 produzierte Geräte im Jahr kamen 326 Tonnen Müll. Grundlage der Analyse sei die Einführung der Six-Sigma-Methodik gewesen, sagt Dörpinghaus. „Wir haben unsere Fragen damit systematisch identifiziert, haben gemessen, konnten analysieren, gezielt verbessern – und die Effekte auch kontrollieren. Das war enorm wichtig.“

Mit dem Programm Blue4you begannen die systematischen Bemühungen um ein nachhaltiges und damit nachhaltig erfolgreiches Werk. 2009 folgte ein Six-Sigma-Projekt zur Energieeinsparung. 2011 war eines der Ziele schließlich erreicht: null Deponiemüll (siehe Vaillant Group Nachhaltigkeitsbericht 2011). Im selben Jahr bekamen die Anstrengungen durch das gruppenweite Nachhaltigkeitsprogramm S.E.E.D.S. einen Rahmen – und eine Vision.

„Die 2020-Vision von S.E.E.D.S., die klare Ziele für das Jahr 2020 formuliert, hat uns sehr geholfen. Von ihr geht eine sehr kraftvolle Botschaft aus“, sagt Borkowski. Diese habe übersetzt werden müssen, heruntergebrochen, sodass jeder Einzelne – vom Werksleiter über den Fertigungsmitarbeiter bis zur Reinigungskraft – verinnerlicht hat, dass es auch auf ihn

und sie ankommt. „Es hat eine Weile gedauert, bis wir uns daran gewöhnt hatten, inzwischen ist es uns in Fleisch und Blut übergegangen“, sagt Fertigungsleiter Chris Howes.

Und der wichtige Kunde durfte mit den richtigen Sicherheitsschuhen selbstverständlich seinen Werksbesuch fortsetzen.

Der Erfolg im Werk Belper beruht auf einem Bündel vieler verschiedener Maßnahmen.



UMWELTMANAGEMENT

Im Einsatz für die Umwelt

Das Umweltmanagement sorgt dafür, dass die nachhaltigen Produkte der Vaillant Group auch nachhaltig produziert werden. Jedes Werk hat einen zuständigen Manager. In Skalica ist das Martina Kvaltínová.

Martina Kvaltínová ist seit sechs Jahren Arbeitssicherheits- und Umweltmanagerin im Werk Skalica. Sie arbeitet daran, die Gesundheit der Mitarbeiter zu schützen, Unfälle zu vermeiden und die Nachhaltigkeitsziele im Fokusfeld Umwelt zu erreichen. Ihr Terminkalender ist entsprechend voll – schließlich ist sie Ansprechpartnerin für viele Akteure: Sie bespricht sich mit den Managern aus allen Bereichen des Werks, mit den Verantwortlichen in der Fertigung, mit den Kollegen aus anderen Werken, mit den Kollegen vom Nachhaltigkeitsmanagement der Vaillant Group und natürlich mit externen Dienstleistern und Behörden. Ein Auszug:

● MONTAG, 8 UHR

Wochenbeginn ist 7.30 Uhr. Um 8 Uhr erster Termin: das Sicherheits- und Umwelttraining für neue Mitarbeiter. Alles Wichtige in einer Stunde: Grundlegende Sicherheitsvorschriften, wo dürfen die neuen Kollegen entlanglaufen, was ist im Fall eines Unfalls oder Notfalls zu tun, wie wird der Müll getrennt, wie wird mit den verschiedenen Materialien richtig umgegangen?

● MONTAG, 13 UHR

Termin mit dem Betriebsarzt. Überblick über die Lage und die Neuerungen. Diesmal: Eine neue Fertigungslinie ist in Betrieb gegangen. Der Betriebsarzt checkt anschließend jeden einzelnen Arbeitsplatz.

● DIENSTAG, 10 UHR

Nach dem täglichen Sicherheits- und Umwelttraining: internes Audit der Labore mit Kollegen der Qualitätsabteilung. Besprechung wesentlicher Punkte der Zertifizierung nach der Umweltmanagementnorm EN ISO 14001 und der Arbeitsschutzmanagementnorm OHSAS 18001. Kontrolle der Dokumente, Begehung und Check der Labore. Anschließend Konferenz mit Diskussion und Fixierung von Verbesserungen.

● DIENSTAG, 13 UHR

Quartalsmeeting mit Werksleiter Peter Kuba und allen verantwortlichen Managern des Werks. Themen sind Qualität, Sicherheit und Umweltmanagement. Informationen zu den Ergebnissen der Audits, zum Stand nach der werksinternen und gruppenweiten Scorecard, über den Status des Zertifizierungsverfahrens nach OHSAS 18001 und zu weiteren laufenden Projekten. Analyse des Unfallreports, Festhalten von Verbesserungen. Anschließend Eingabe der festgehaltenen Maßnahmen ins Intranet, Weiterleitung an Zuständige.

● MITTWOCH, 10 UHR

Treffen mit Dienstleister, Thema: neue Beleuchtung für die Verwaltung. Mit dabei ist ein Kollege vom Einkauf. Ziel: Energie einsparen, Arbeitsbedingungen verbessern. Anschließend Gebäudeumgang zur Identifizierung des Bedarfs.

Zusammenarbeit: Die Umweltmanagerin Martina Kvaltínová bespricht mit ihrem Kollegen Jan Samek vom Gebäudemanagement die Regelungssoftware für Licht und Heizung in der Fertigung.

● MITTWOCH, AM NACHMITTAG

Bürozeit für Quartalsberichte: Balanced-Scorecard-Bericht für die werksinterne Nutzung und Aufbereitung der Schlüsselindikatoren für die Sustainability-Scorecard der Vaillant Group. Themen: Abfall, Ressourcenverbrauch, Verletzungen, Status der Nachhaltigkeitsinitiativen, ...

● DONNERSTAG, 10 UHR

Telefonkonferenz mit Brigitte Kruse vom Nachhaltigkeitsmanagement und Umweltmanagern anderer Werke. Kruse informiert über die Neuigkeiten aus dem Nachhaltigkeitsmanagement. Kollegen berichten über den Stand ihrer Projekte. Anschließend Zweierkonferenz mit Kruse zu den Daten für die Sustainability-Scorecard.

● FREITAG, 9 UHR

Vierstündiges Training zu Ergonomie-Standards mit Produktionsingenieuren: Expertin kommt ins Werk, informiert über Standards für ergonomische Arbeitsplätze. Zweiter Teil: Begutachtung der Arbeitsplätze, Fixierung von Verbesserungsvorschlägen.





„Gut ist uns nicht gut genug“

Interview mit

B. Kruse

Brigitte Kruse,
Head of Sustainability
Management

Frau Kruse, wie ist das Umweltmanagement der Vaillant Group organisiert?

Seit dem Jahr 2008 gibt es an jedem Standort einen Kollegen, der sich um das Umweltmanagement kümmert. Bis Anfang des Jahres 2013 wurde das Umweltmanagement aus dem Bereich Group Quality gesteuert, dem bis 2011 auch die Nachhaltigkeitsaktivitäten zugeordnet waren. Mit der Einführung von S.E.E.D.S. haben wir die Steuerung übernommen.

Was sind die wesentlichen Ziele?

Wir wollen eine Multi-Site-Zertifizierung – also ein gruppenweites Zertifikat für alle Standorte – nach EN ISO 14001. Sobald das Werk in Bergheim in 2014 zertifiziert ist, haben wir dieses Ziel erreicht. Außerdem arbeiten wir an einer Zertifizierung des Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagements nach OHSAS 18001. Unser Anspruch geht aber darüber hinaus. Gut ist uns nicht gut genug: Unsere Produkte sollen nachhaltig produziert werden. Deshalb haben wir eigene Ziele für S.E.E.D.S. im Bereich Umwelt definiert. Das sind: Reduktion des CO₂-Ausstoßes um 25 Prozent, des Wasserverbrauchs um 20 Prozent und des Mülls um 20 Prozent, außerdem die Steigerung der Energieeffizienz um 20 Prozent.

Welche Aufgaben haben dabei die Umweltmanager der Werke?

Die Umweltmanager sorgen für die Umsetzung vor Ort. Es gelten für alle Standorte die gleichen Ziele, egal wie weit der Weg dahin ist. Die Umweltmanager haben einen Aktionsplan für ihren Standort entwickelt und die zu erreichenden Ziele für jedes Jahr definiert, zum Beispiel um wie viel der Wasserverbrauch in 2013 reduziert werden soll.

Wie steuern Sie die Arbeit der acht Umweltmanager?

Wir tauschen uns regelmäßig in Telefon- und Netzkonferenzen aus. Hier werden Themen der Zentrale und anderer Standorte besprochen. Zweimal im Jahr treffen wir uns persönlich in einem der Werke. Außerdem fragen wir quartalsweise die wichtigsten Kennzahlen ab und diskutieren Probleme.

Um die Ziele zu erreichen, brauchen Sie bzw. die Kollegen vor Ort, aber auch Geld ...

Ja, natürlich. Ganz grundsätzlich braucht das Umweltmanagement die Unterstützung des Managements. Die hat es aber auch. So haben wir etwa erreicht, dass für Umweltinvestitionen längere Amortisationszeiten gelten. Außerdem ist die Zusammenarbeit mit den Werksleitern enorm wichtig, denn die müssen im Bedarfsfall Budget und Arbeitszeit bewilligen.

Aber es gibt doch sicher auch Probleme.

Etliche kleine, lokal lösbare, aber natürlich auch größere, die zentral betrachtet werden müssen. So zum Beispiel unsere Leistung bei der Reduzierung von Abfall an den Standorten. Wir haben in der Diskussion mit den lokalen Umweltmanagern festgestellt, dass deren Möglichkeiten vor Ort beschränkt sind. Das Thema muss gruppenweit angegangen werden. Wir haben 2013 eine Task-Force eingerichtet, die das Problem analysiert hat und Maßnahmen einleitet, die schon bei der Beschaffung und in der Supply-Chain ansetzen. Das sind Aufgaben, die nicht von heute auf morgen umzusetzen sind. Aber wir sind dran.



UMWELTKAMPAGNEN

Wir machen den Unterschied

Die Vaillant Group prüft an jeder Stelle, ob Raum für Verbesserungen ist. Und sie motiviert alle Mitarbeiter, mitzudenken und mitzumachen, wenn es darum geht, Ressourcen einzusparen. Die Projekte sind sehr unterschiedlich. Der Nachhaltigkeitseffekt kann jedoch sehr groß sein.

Kommunikationskampagne Jedes Kilowatt zählt

Jeder Einzelne kann etwas tun. Mitdenken. Mithelfen. Den Unterschied machen. Eine gruppenweite Kommunikationskampagne vermittelt diesen Anspruch den Kollegen in der Fertigung. „Jedes Kilowatt zählt“ ist eine der Botschaften, die mit einem Augenzwinkern plakativ dargestellt werden. Was nicht benutzt wird, sollte abgeschaltet werden. Der Wasserhahn abgedreht, die Materialien getrennt, Druckluftanlagen dicht sein.

Alles zählt, jede Kleinigkeit, jeder kann etwas beitragen, ist die zentrale Aussage. Welches Potenzial darin steckt, macht eine zweite Reihe von Motiven klar. Sie bricht die Verbräuche auf die einzelnen Standorte herunter. 815 Tonnen Abfall entstehen jährlich im Werk Bergheim – das entspricht einem Tennisplatz voller Müll, aufgetürmt auf

28 Metern. Die Medien stehen allen Werken als modularer Baukasten zur Verfügung. Jeder Standort kann gezielt die Motive nutzen, über die die drängendsten Themen vermittelt werden.

Recyclingpapier Zwölf Millionen Chancen

Die Zahl ist enorm: 12.000.000 Blatt Papier werden in den Büros der Vaillant Group in Deutschland jedes Jahr verbraucht. Als Kopierpapier, Druckpapier oder Briefpapier. 12.000.000 Chancen, etwas für die Umwelt zu tun und Ressourcen zu schonen.

In einem Projekt wurde seit 2013 geprüft, ob und wie das bisher verwendete FSC-Frischfaserpapier gegen Recyclingpapier getauscht werden kann. Im Sommer 2014 folgt nun die deutschlandweite Umstellung: Sämtliches Kopier- und Druckpapier ist dann aus recyceltem Material. Der Effekt ist ge-

waltig. Damit lassen sich mehr als 130.000 Kilogramm Holz einsparen und so knapp 4.400 Bäume erhalten – in nur einem Jahr.

Neben der Umstellung des Papiers sind die Mitarbeiter auch aufgefordert, noch einmal mehr darüber nachzudenken, ob sie den Ausdruck oder die Kopie tatsächlich brauchen. 150 Aufsteller erinnern daran, wie viele Ressourcen die 12.000.000 Blatt Büropapier verschlingen und was diese abstrakten Zahlen tatsächlich bedeuten. Zum Beispiel rund 200.000 Kilogramm Holz und 3,5 Millionen Liter Wasser. Die Aufsteller werden neben allen Kopier- und Druckgeräten platziert.

Um zu sensibilisieren und um jedem Einzelnen bewusst zu machen, dass es auch in seiner Verantwortung liegt, Ressourcen zu schonen.

WEITERE AKTIVITÄTEN 2013



Kundenforen in neuem Licht
Die Beleuchtung der Ausstellungswände in den Vaillant Kundenforen basiert nun deutschlandweit auf energiesparender LED-Technologie.



TechnoCargo-Flotte auf neuestem Stand
Zwei Drittel der Flotte des Logistikdienstleisters TechnoCargo, eines Joint Ventures zwischen der Vaillant Group und Fiege, wurden in Deutschland auf die Abgasnorm Euro 6 umgestellt. Bis 2016 wird der gesamte Fuhrpark auf den neuesten Stand gebracht.



Energieeffizienz in der Produktion
Im Vaillant Group Werk in Remscheid wird die Abwärme der Pulverbeschichtungsanlage effizient genutzt. Dank eines neuen Wärmetauschers kann die Energie etwa zur Erwärmung des Duschwassers in den Umkleiden verwendet werden.



MITARBEITER

Schärfung des Profils als

attraktiver Arbeitgeber

Maßgeschneiderte Programme zur

Mitarbeiterentwicklung

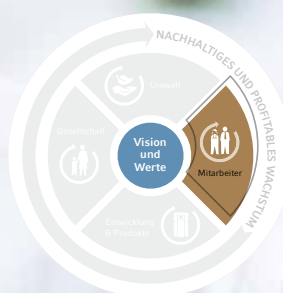
Reduzierung von Unfällen durch

**Einführung eines
Managementsystems**

für den Arbeitsschutz

Diversity-Management

Integrität und Compliance





Hasen-Spiel: In der Kita Hoppelhasen darf natürlich auch das Logo-Tier der grünen Marke nicht fehlen.



KITA HOPPELHASEN

Ein Platz für Kinder

Seit Oktober 2013 hat die Kindertagesstätte Hoppelhasen in Remscheid geöffnet. Bis zu 30 Kinder können dort spielen und wachsen. Die Vaillant Group hat einiges investiert, um ihren Mitarbeitern eine wirklich gute und standortnahe Kita für ihren Nachwuchs zu bieten.

Wenn Sanja Preis kurz vor 8 Uhr morgens die Kita Hoppelhasen verlässt, ist sie sich sicher: „Meine Tochter ist dort sehr gut aufgehoben. Ich kann mit einem guten Gefühl zur Arbeit gehen.“ Die Kita ist auch nur fünf Gehminuten von der Unternehmenszentrale der Vaillant Group in Remscheid entfernt. „Es sind kurze Wege. Ich weiß, wenn irgendetwas sein sollte mit Aaliyah, bin ich ganz schnell da“, sagt die junge Mutter, die als Manager Secondary Market Research bei Vaillant arbeitet.

Die Nähe zum Arbeitsplatz war ihr wichtig. Bevor die Kita im Oktober 2013 eröffnet hat, brachte Preis ihre inzwischen anderthalbjährige Tochter zu den Großeltern – einmal quer durch Remscheid

und wieder zurück. „Aus zwei Stunden mit öffentlichen Verkehrsmitteln sind so 35 Minuten geworden, bis ich am Schreibtisch sitze.“

Bereits in der Bedarfsanalyse für eine Betriebs-Kita im Jahr 2011 war die Nähe zum Arbeitsplatz einer der wichtigsten Punkte, berichtet Brigitte Kruse, Head of Sustainability Management Vaillant Group. „Lange, flexible Öffnungszeiten und eine Betreuung während der Ferien waren für unsere Mitarbeiter ebenfalls wichtige Kriterien.“

Die Kita Hoppelhasen betreut täglich von 7 bis 17 Uhr – auch in den Schulferien. Lediglich in der Zeit zwischen Weihnachten und Neujahr ist geschlos-

sen, wenn auch am Standort Betriebsruhe herrscht. Die Kita ist auf den Bedarf der Mitarbeiter ausgerichtet, vor allem aber auf den Bedarf der Kinder. 30 kleine Hoppelhasen im Alter von sechs Monaten bis sechs Jahren können in der Kita betreut werden.

Für sie wurde ein ehemaliger Kindergarten monatelang komplett umgebaut und erweitert. Das Gebäude ist nun hell, die beiden 15-köpfigen Gruppen haben jeweils zwei Räume plus Schlafraum, außerdem gibt es noch einen großen Bewegungsraum. Gewickelt werden die Kleinsten in einem großzügigen separaten Hygienebereich. Den Umbau betreute ein Team des Vaillant Group Immobilienmanagements um Robin Frohn. Rund



eine halbe Million Euro hat die Vaillant Group in den Umbau investiert.

„Wenn Eltern durch eine gute Kinderbetreuung schnell wieder in den Job zurückkehren, profitiert davon auch das Unternehmen“, sagt Samantha Stella, Leiterin Personalentwicklung Deutschland. „So fallen qualifizierte Mitarbeiter nicht länger als nötig aus.“ Die bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist ein Ziel der S.E.E.D.S.-Strategie im Fokusfeld Mitarbeiter. „Diesem Ziel sind wir mit der Kita ein ganzes Stück näher gekommen“, betont Brigitte Kruse, die zusammen mit Samantha Stella die Einrichtung der Kita betreut hat.

Mit KitalConcept wurde ein lokaler Träger für die Kindertagesstätte ausgewählt, dessen pädagogisches Konzept überzeugte. KitalConcept übernimmt auch viele Verwaltungsaufgaben. „Uns war es wichtig, dass sich die pädagogischen Fachkräfte vor Ort auf die Kinder konzentrieren können“, unterstreicht Kruse.

So sitzt Sanja Preis am Schreibtisch und arbeitet, während Aaliyah mithilfe von Erzieherin Susanne Goll die Nestschaukel im Außenbereich erkundet. Im Garten toben neun Kinder, schaukeln, buddeln, erklimmen den Kletterturm und rutschen den angelegten Hügel hinunter. „Wir sind jeden Tag draußen. Die Kinder lieben das. Es gab bisher überhaupt nur einen Tag, an dem wir nicht rausgegangen sind: Es galt Sturmwarnung“, erklärt Kita-Leiterin Sandra Suhr.

Zurzeit betreut sie mit zwei Kolleginnen zehn Kinder. Ab August öffnet die zweite Gruppe, insgesamt 20 Kinder kommen dann zusätzlich – natürlich auch drei weitere Erzieher bzw. Erzieherinnen. In dem kleinen Kreis ging die Eingewöhnung im Oktober ganz schnell. „Die Erzieherinnen waren sehr behutsam in der ersten Phase – vor allem mit uns Eltern“, erzählt Sanja Preis lachend. Die Gruppen sind sogenannte Familiengruppen, das heißt, die ganz Kleinen spielen mit den Großen. Ein Konzept, das sich bewährt

hat, findet Sandra Suhr. „Es ist wirklich schön zu sehen, wie die Großen den Kleinen helfen und dann auch ganz stolz darauf sind.“

Jetzt, vor dem Essen, das aus regionalen und saisonalen Produkten zubereitet wird, ist Ausziehen, Frischmachen und Händewaschen angesagt. Im Flur wartet ein kleiner Fuhrpark auf die Kinder, die sich behände auf die Gefährte stürzen. Aaliyah hat drei Steine mitgebracht und zeigt sie Sandra Suhr. Die findet schnell heraus, dass Aaliyah diese mit nach Hause nehmen möchte, und legt sie in ihr Garderobenfach.

„Mittlerweile ist meine Tochter ein selbstbewusstes kleines Persönchen geworden“, sagt Preis. Die Kita tue ihr gut. „Sie bringt vieles mit nach Hause: Lieder, Spiele, Rituale. Und sie möchte auch freitags in die Kita, obwohl ich da gar nicht arbeite.“ Aaliyah liebt Musik, berichtet die Mama. Das Angebot zur musikalischen Früherziehung sei deshalb genau das Richtige für Aaliyah.

Die Erzieherinnen lassen sich auch immer wieder etwas Neues einfallen. Zwei kleine Fotobücher im Eingangsbereich erzählen davon. „Uns ist es wichtig, dass die Eltern sehen, was wir mit den Kindern machen“, erklärt Suhr. Auf einem Bild ist Aaliyah zu sehen: Über und über mit weißem Schaum bedeckt, betrachtet sie ihre Arme. „Wir haben beim Händewaschen bemerkt, dass die Kinder ein großes Bedürfnis haben, zu matschen und zu fühlen. Das haben wir sie dann einmal richtig auskosten lassen“, sagt

Die Einrichtung der Kita ist ein wichtiger Baustein der Vereinbarkeit von Familie und Beruf.



Das Logo der Kita wurde von einem Vaillant Mitarbeiter gestaltet, dessen Entwurf sich in einem internen Wettbewerb durchsetzen konnte.

Suhr. Im Wartebereich für die Eltern ist auch immer Gelegenheit, sich auszutauschen – mit anderen Eltern oder den Erzieherinnen. „Diese nehmen sich immer Zeit, über den Tag zu berichten“, sagt Preis. Zu wissen, was passiert ist, verstärkt das gute Gefühl der Eltern.

Bevor Sanja Preis im Juni 2013 nach einem Jahr Elternzeit wieder in den Beruf zurückgekehrt ist, hatte sie sich oft gefragt, ob es die richtige Entscheidung ist. „Ich habe mir immer wieder gesagt, beim zweiten Kind bleibe ich zwei Jahre zu Hause“, erinnert sie sich. „Jetzt würde ich es jederzeit wieder so machen. Weil ich sehe, dass es meiner Tochter guttut.“



Natürlich: Auch das Außengelände wurde neu gestaltet. Es lädt zum Spielen, Toben und Entdecken ein.



Der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen wird bei den Hoppelhasen von Kindesbeinen an geübt.



Gemeinsam: Im Kaufladen üben sich die Kinder im Rollenspiel. Draußen im Sand sind kleine Baumeister am Werk.



Vaillant Group
Management Development

MITARBEITERBEFRAGUNG

Am Puls der Kollegen

Das Ziel hat S.E.E.D.S. klar definiert: Die Vaillant Group möchte Arbeitgeber der Wahl sein. In halbjährlichen Trendbefragungen unter den Mitarbeitern wird ermittelt, wo es hakt auf dem Weg dorthin. Die Vaillant Group Niederlande darf sich indes schon freuen: über die Auszeichnung „Best Workplaces 2014“.

Die Freude in den Niederlanden war groß: Beim ersten Anlauf hat die Vaillant Group Niederlande die begehrte Auszeichnung „Best Workplaces 2014“ von Great Place to Work erhalten, einem anerkannten Institut zur Messung und Steigerung der Arbeitsplatzattraktivität. „Wir freuen uns für die gesamte Vaillant Group und sind sehr stolz auf die Mitarbeiter, die in uns einen ‚Great Place to Work‘ sehen“, sind sich Robert Brandon, Country Director Niederlande, und Marjon Sanders, Personalverantwortliche in den Niederlanden, einig.

Seit Anfang des Jahres 2013 lässt die Vaillant Group ihre halbjährlichen Trendbefragungen von Great Place to Work durchführen. „Great Place to Work hat eine hohe Akzeptanz, die Umfrage wird von den Mitarbeitern gut angenommen, und sie bietet uns die Möglichkeit, einzuordnen, wo wir stehen“, erklärt Frank Liebelt, Group Director Human Resources.

Für jede Befragung wird aus allen Ländern und Bereichen eine repräsentative Stichprobe von 20 Prozent der Mitarbeiter zur Teilnahme eingeladen. Diese ist

natürlich freiwillig und anonym. Der Fragebogen von Great Place to Work enthält 20 standardisierte Aussagen. Die Teilnehmer können aus einer fünfstufigen Skala ihre Zustimmung bzw. Ablehnung zu der Aussage ausdrücken. Hinzu kommen zwei offene Fragen, in denen Lob und – viel wichtiger – Kritik geäußert werden können.

Schon nach drei Durchläufen lassen sich erste Trends erkennen. Die Stärken der Vaillant Group liegen nach dem Urteil der Mitarbeiter darin, dass sie stolz auf das sind, was sie tun, dass neue Kollegen herzlich aufgenommen werden und dass sie das Gefühl haben, etwas erreichen zu können. Kritisch sehen die Mitarbeiter hingegen die Work-Life-Balance, eine mangelnde Anerkennung ihrer Leistungen und den Management-Stil. Hier mahnen sie Verbesserungen und eine intensivere Einbindung in Entscheidungsprozesse an.

„Great Place to Work liefert Benchmarks, an denen wir uns orientieren können. Dennoch ist die Auswertung nicht einfach“, sagt Frank Liebelt. Group HR bereitet die Ergebnisse der Befragungen auf. Die Interpretation nehmen

die lokalen HR-Kollegen und Manager vor.

Bei einem guten Ergebnis können sich die Länder bei einem Kultur-Audit noch genauer vom Forschungs- und Beratungsinstitut bewerten lassen und sich um die Auszeichnung „Best Workplaces“ bewerben. Dazu werden weitere statistische Informationen über das Unternehmen erhoben wie beispielsweise die Zahl an Weiterbildungsstunden. Außerdem werden Fragen zu allen relevanten Aspekten der Personalarbeit gestellt.

Vaillant Group Niederlande darf sich als erste Vertriebsgesellschaft über die Auszeichnung freuen. Gruppenweit jedoch ist noch ein Stück Weg zu meistern, um den Benchmark von 77 Prozent zu erreichen. 2013 lag die Vaillant Group im Index von Great Place to Work bei 56 Prozent. „Natürlich spielen da auch Unternehmensgröße und Besonderheiten der Branche eine Rolle“, sagt Liebelt. „Mit Great Place to Work haben wir nun aber ein Messinstrument, das uns zeigt, woran wir innerhalb der Group und in den Ländern arbeiten müssen.“



Interview mit

Hilke Richmer,
Head of Group HR
Development

„Bewusst sein, dass wir mit Menschen arbeiten“

Frau Richmer, in den Trendbefragungen von Great Place to Work wird Kritik am Management-Stil deutlich. Wie können die Manager darauf reagieren?

Die Umfragen von Great Place to Work geben eine erste Orientierung und sind deshalb hilfreich. Andererseits ist es für die Manager oft schwierig, aus den Ergebnissen konkrete Handlungen abzuleiten, weil die Ergebnisberichte unterschiedliche Bereiche abbilden und die Aussagen so nicht immer trennscharf sind. Aber die Manager möchten natürlich kritische Themen angehen und fragen nach Instrumenten. Führungskräfte können mit ihren Teams etwa Workshops machen, um Ursachen zu besprechen und Verbesserungen zu erarbeiten. In Zukunft wird es auch wieder 360-Grad-Feedbacks geben, die sich an die Werte der Unternehmenskultur Spirit anlehnen.

Ein wichtiger Meilenstein der Personalentwicklung war die Einführung des Management-Entwicklungskonzepts myWay. Wie ist der Stand?

Seit September 2013 haben wir acht myWay Trainings mit fast 80 Teilnehmern abgeschlossen. Das Feedback der Management-Kollegen war überwältigend gut. Viele Kollegen haben den unkonventionellen Trainingsansatz und die Praxisorientierung begrüßt. Wir möchten mit myWay innerhalb von drei Jahren allen rund 650 Managern der M-Level die Gelegenheit geben, sich mit einem der für ihren Management-Pfad spezifischen Trainings weiterzuentwickeln. Management-Development-Programme bieten zudem die Möglichkeit, sich auf die Übernahme verantwortungsvoller Aufgaben vorzubereiten. Die Idee hinter myWay ist, dass die Manager gruppenweit auf ein gleiches und stabiles Fundament an Management- und Führungstools zurückgreifen können.

Was ja nicht zuletzt aufgrund der multinationalen Struktur des Unternehmens eine Herausforderung ist. Wie lässt sich Personalentwicklung gruppenweit betreiben?

Wir arbeiten gerade an vielen Stellen daran, Personalentwicklungsprozesse gruppenweit aufzubauen und einzuführen – und das gestützt durch IT-Systeme. So sollen etwa die Ergebnisse des PDP, des Personalentwicklungsplans, mit den Talentmanagementprozessen verbunden werden. Personalentwicklung ist ein nachhaltiges Thema, sie muss langfristig und systematisch gedacht werden. Das wurde bei der Vaillant Group einige Zeit nicht so stark berücksichtigt. Wir müssen dranbleiben und uns bewusst sein, dass wir mit Menschen arbeiten, die sich ändern, genauso wie sich die Welt ändert.

Wiederholungstäter: Dr. Jochen Wriske hat bei der zweiten Auflage des S.E.E.D.S.-Awards erneut den ersten Preis gewonnen.



S.E.E.D.S.-AWARD

Der Ideen-Wettbewerb

Zum zweiten Mal hat die Vaillant Group 2013 den S.E.E.D.S.-Award ausgelobt. Er prämiiert die besten Ideen zum Thema Nachhaltigkeit in den vier Fokusfeldern des S.E.E.D.S.-Programms. Waren es bei der ersten Auflage 2011 noch 40 Beiträge, gab es bei der Neuauflage eine deutliche Steigerung.



Erfolgreich: Aus 60 Bewerbungen wurden in jedem S.E.E.D.S.-Fokusfeld die besten drei prämiert.

Kleine Änderung mit großer Wirkung

Dr. Jochen Wriske ist ein Wiederholungstäter. Er und ein Team aus acht Kollegen, die in Deutschland, Frankreich und der Slowakei arbeiten, haben für das Projekt „Effizienzsteigerung von Brennwertgeräten durch Reduzierung der Mindestumlaufwassermenge“ den ersten Platz im Bereich „Entwicklung & Produkte“ gewonnen.

Das multinationale Team konnte mit seiner Arbeit das Überströmventil in Brennwertgeräten überflüssig machen. Dieses wird vor allem in den Übergangsjahreszeiten aktiv, wenn der Wärmebedarf sinkt und damit der Gegendruck im System ansteigt. Diese Druckdifferenz muss die Heizungs-pumpe überwinden, was viel Energie kostet. Gleichzeitig zirkuliert ein Teil des Wassers nicht mehr in der Anlage, sondern fließt über das Überströmventil direkt zurück. Dieses Wasser aus dem Überströmventil sorgt jedoch für eine höhere Eingangstemperatur im Wärmetauscher und reduziert damit den Kondensationseffekt deutlich. Kurz: Hier werden Ressourcen nicht optimal eingesetzt.

Dem Team ist es gelungen, die Pumpenleistung an den momentanen Heizungswasserbedarf anzupassen und damit auch den Einsatz von Ressourcen zu reduzieren. Eine intelligent kombinierte Sensorik erkennt rechtzeitig den Zustand der Heizungsanlage und macht so das Überströmventil überflüssig. Ergebnis: Die Eingangstemperatur des in den Wärmetauscher strömenden Wassers wird ebenfalls reduziert und damit der Kondensationseffekt optimiert.

Mit dieser Veränderung können in einem typischen Einfamilienhaus rund 160 kWh pro Jahr eingespart werden. „Das macht in der einzelnen Heizkostenabrechnung vielleicht nur ein paar Prozent aus. Aber die Brennwerttechnik hat aufgrund ihrer großen Stückzahl einen enormen Hebel und wir als Entwickler damit auch eine große Verantwortung“, sagt Wriske. Es lohnt sich, neu zu denken. „Die Motivation im Team ist hoch, vor allem, wenn man merkt, dass man etwas bewegen kann.“ Die konstruktive Änderung ist im ersten Quartal 2014 mit den Gas-Brennwertsystemen ecoCOMPACT und auroCOMPACT in Serie gegangen.

Der Teamleiter, der den S.E.E.D.S.-Award bereits 2011 mit einem Projekt gewonnen hatte, freut sich mit seinem Team. „Der Award ist eine tolle Anerkennung unserer Leistung“, sagt der Ingenieur. Und beim nächsten S.E.E.D.S.-Award ist er gern wieder dabei.

Sechzig Ideen haben die Mitarbeiter der Vaillant Group zur zweiten Auflage des S.E.E.D.S.-Awards eingereicht. Davon sind viele bereits umgesetzt worden, andere auf dem Weg dahin. Die Ideen kamen aus allen Teilen der Gruppe und aus allen Fachbereichen – Beleg für die Kreativität und das Engagement der Mitarbeiter. Die besten drei Beiträge in den vier S.E.E.D.S.-Fokusfeldern Entwicklung & Produkte, Umwelt, Mitarbeiter sowie Gesellschaft wurden prämiert.

Eine Vorauswahl wurde im Nachhaltigkeitsmanagement getroffen und nach den Kriterien Innovationsleistung, Übertragbarkeit innerhalb der Gruppe, Kostenersparnis und Beitrag zu den Nachhaltigkeitszielen bewertet. In der zweiten Juryrunde trafen schließlich die zuständigen Bereichsleiter bzw. Group Directors die Entscheidung. Die zwölf Gewinnerteams freuten sich bei einer kleinen Feier über ihren Preis.



Bestnoten für HR in Skalica

Das Vaillant Group Werk in Skalica wurde für seine Personalführung das zweite Jahr in Folge mit dem Preis „Leading HR Organisation 2013“ ausgezeichnet.

WEITERE AKTIVITÄTEN 2013



Gesunde Ernährung in Nantes

In der Kantine im Vaillant Group Werk in Nantes werden Bio-zertifizierte Lebensmittel angeboten. Eine Mitarbeiterbefragung hatte ergeben, dass sich die Belegschaft gern gesünder und verantwortungsvoller ernähren möchte.



Lebenslanges Lernen

Im Rahmen des myChoice Programms können sich Mitarbeiter in Remscheid unabhängig von ihrer beruflichen Tätigkeit in ihrer Freizeit individuell und kostenfrei weiterbilden – vom Sprachkurs bis zum Persönlichkeits-training.

GESELLSCHAFT

Vielfältiges und strategisches

soziales Engagement

an allen Unternehmensstandorten (CSR)

Offener Dialog

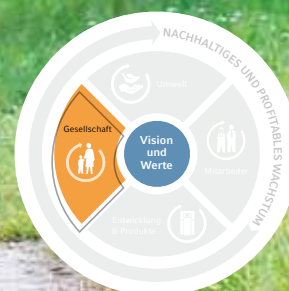
mit Interessengruppen

Selbstverpflichtung im Rahmen des Global Compact

der Vereinten Nationen

Gesellschaftliche Aufklärung über

Umwelt- und Klimaschutz





SOS-Kinderdörfer: Mehr als 60.000 Jungen und Mädchen weltweit bietet die Kinderhilfsorganisation ein Zuhause.

SOS-KINDERDÖRFER

Fünf Säulen für ganz viel Leben

Was 2011 im ungarischen Battonya im Kleinen begonnen hat, ist gewachsen. Aus der spontanen Hilfe der Kollegen ist eine strategische Partnerschaft geworden. Die Vaillant Group engagiert sich für „SOS-Kinderdörfer weltweit“ da, wo sie selbst unternehmerisch tätig ist. Strategisch, verlässlich und voller Herz. Auf den folgenden Seiten erklären wir, wie es zu der Partnerschaft kam und was dahinter steckt. Außerdem stellen wir die Aktivitäten aus Frankreich vor – in diesem Jahr. In den kommenden Jahren folgen Beispiele aus anderen Ländern; denn diese Partnerschaft ist gruppenweit und langfristig angelegt.

Hand in Hand: Im Sommer 2013 hat die Vaillant Group mit „SOS-Kinderdörfer weltweit“ einen langfristigen Kooperationsvertrag unterzeichnet.





Wachsen helfen: Mit ihrem Engagement möchte die Vaillant Group die Lebensbedingungen der Kinder verbessern.

Solide und langfristig, passgenau und professionell, kreativ und leidenschaftlich – so ist die Partnerschaft von Vaillant Frankreich mit den SOS-Kinderdörfern angelegt. „Wir wollten unsere Partnerschaft breit anlegen und haben sie auf fünf Ideen gegründet“, erklärt Alexandra Deschamps, Corporate Communications Manager. Im Zentrum steht die Versorgung mit effizienter Heiztechnik.

„Außerdem wollen wir den Kindern Zeit schenken, ihnen helfen, im Berufsleben Fuß zu fassen, SOS-Kinderdörfer durch sportliche Aktionen unterstützen und unsere Partner – Fachhandwerker, Großhändler und Zulieferer – mobilisieren, das auch zu tun“, erklärt Deschamps, die sich nun auch um die Koordination der Aktivitäten für SOS-Kinderdörfer kümmert. „Es macht mir sehr viel Freude, vor allem, weil sich die Kollegen sehr leicht dafür begeistern lassen.“ Ein regelmäßig erscheinender Newsletter informiert alle Mitarbeiter über die Partnerschaft, schließlich sollen sie alle Kollegen als ihre annehmen. Das Motto des Newsletters lautet daher: Diese Partnerschaft – das ist unsere, das ist eure.

Die französische Partnerschaft wurde wie die gruppenweite im Sommer 2013 unterzeichnet. Schon 2013 wurden die ersten Heizgeräte installiert, bis zum Ende dieses Jahres sollen es bereits 20 sein. Wie aus dem Kern der Partnerschaft, der Bereitstellung effizienter Heiztechnik, mehr wird, hat Salim Nadi-Guelon, Vaillant Vertriebsmitarbeiter, im Dezember 2013 erfahren. Er hat die Installation von acht Heizgeräten im SOS-Kinderdorf Carros organisiert und sich schnell entschieden: Dabei soll es nicht bleiben. Er lud die Kinder kurzerhand zu einem weihnachtlichen Imbiss ein. „Das war menschlich eine sehr bereichernde Erfahrung. Die Kinder haben sich riesig gefreut“, erzählt er. „Durch dieses persönliche Engagement kann ich mich komplett mit unserer Partnerschaft identifizieren.“

Aus der ersten, der technischen Säule erwuchs so schnell die zweite – den Kindern Zeit zu schenken. Inzwischen sind schon mehrere Aktionen mit SOS-Kinderdörfern geplant: Ein Mitarbeiter möchte zum gemeinsamen Bogenschießen, ein anderer auf eine Autorennbahn einladen. Ob jemand seine Leidenschaft teilt und den Kindern sein Hobby vorstellt, Ausflüge organisiert oder sein Wissen mitteilt – vieles ist möglich, und die Kollegen lassen sich gern etwas einfallen.

„Es ist uns sehr wichtig, den Jugendlichen dabei zu helfen, im Beruf Fuß zu fassen. Das ist unsere dritte Säule“, sagt Alexandra Deschamps. In diesem Frühjahr waren auch die SOS-Kinderdörfer zum Tag der offenen Tür ins Werk Nantes eingeladen. Die Kinder bestaunten die Abläufe und Maschinen in der Fertigung. Vor allem der zehnjährige Lucas war begeistert. Klar, schließlich möchte er selbst gern mal Gabelstaplerfahrer werden. So können die Tage der

In Aktion für SOS-Kinderdörfer: mit Fuß und Köpfchen

„140 Jahre Verantwortung für die Welt von heute und morgen.“ So lautet das Motto des Firmenjubiläums und ist damit Programm. Vaillant sammelt nämlich mit zwei Aktionen rund um das Jubiläum Spenden für SOS-Kinderdörfer.

Anlässlich des Jubiläums reist eine Roadshow durch Europa und macht an mehr als 20 Standorten halt. Mit im Gepäck ist eine Ausstellung, die nicht nur die Geschichte und die Gegenwart zeigt, sondern 140 Jahre in die Zukunft blickt. Im Vaillant Future Studio wird nach den Visionen für das Jahr 2154 gefragt. Visionen darüber, wie sich das Leben in den Städten, die Mobilität, das Zusammenleben der Generationen, das Wohnen entwickeln werden. Für alle eingereichten Visionen spendet Vaillant an SOS-Kinderdörfer.

Sportlich wurde das Jubiläum vom 23. bis 25. Mai in Dortmund gefeiert. Kurz vor der offiziellen Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien fand dort der Vaillant World Cup, die erste firmeninterne Fußball-WM, statt. Am Start waren über 200 Spielerinnen und Spieler aus 17 Ländern, die um die Ehrung als Vaillant World Champion kämpften – und um Spenden für SOS-Kinderdörfer. Jedes Tor wurde mit einer Spende belohnt.





 Frederik Lippert,
Vaillant Group Sustainability Manager

„SOS-Kinderdörfer und Vaillant – das passt perfekt“

offenen Tür einen ersten Einblick ins Berufsleben geben.

Aber das Engagement soll weitergehen. „Wir wollen alle Bereiche einbeziehen, Vertrieb, Service, Fertigung und Verwaltung, um mit unseren Kompetenzen zu helfen: Die Kollegen aus dem Personalmanagement wollen bei der Erstellung von Bewerbungsunterlagen helfen, wir möchten Praktika und Ausbildungen anbieten. Und das am besten nicht nur bei uns. Wir versuchen, auch unsere Partner aus den Verbänden, Tochtergesellschaften, bei Zulieferern und aus dem Fachhandwerk zu gewinnen“, so Deschamps. Diese in die Patenschaft mit einzubeziehen, ist die vierte Säule. Erste Schritte sind schon gemacht. Das Kundenbindungsprogramm „Clubs de fidélité Saunier Duval“ bietet den teilnehmenden Fachhandwerkern an, einen Teil der erworbenen Treuepunkte als Spende an SOS-Kinderdörfer zu geben. Zurzeit sammelt Alexandra Deschamps weitere Ideen, wie die Partner ganz konkret für die Patenschaft gewonnen werden können.

Ein Highlight im Zusammenhang mit der fünften Säule – SOS-Kinderdörfer bei Sportereignissen zu unterstützen – fand bereits statt: Am 29. Juni sind mehr als 40 Mitarbeiter und ihre Familien bei der „Go Sport Running Tour“ rund um das Schloss Versailles mitgelaufen. Für jeden gelaufenen Kilometer gab es eine Spende, alle Teilnehmer erhielten ein Shirt mit den Logos von Vaillant, Saunier Duval und natürlich von SOS-Kinderdörfer. „Das war eine fröhliche Familienveranstaltung vor einem großen Publikum“, sagt Deschamps. „Wir freuen uns sehr über den Enthusiasmus der Teilnehmer. Einige Kollegen haben sogar ihre Kinder mitgebracht, damit auch sie für den guten Zweck mitlaufen konnten.“

Denn darum geht es: Die Patenschaft soll gelebt und getragen werden. Vom Management durch Strukturen, Aktionen und Hilfen, von den Mitarbeitern mit ganzem Herzen.

Herr Lippert, wie begann die Partnerschaft der Vaillant Group mit „SOS-Kinderdörfer weltweit“?

Der Anschlag kam aus Ungarn. Im SOS-Kinderdorf Battonya war im Herbst 2011 die Heiztechnik ausgefallen. Die ungarischen Kollegen haben schnell gehandelt und alles organisiert. Das Projekt ist sehr gut gelaufen – für das SOS-Kinderdorf und für uns. Zudem waren wir zu dieser Zeit auf der Suche nach einem Leuchtturmprojekt im Bereich gesellschaftliches Engagement. Mit dem Bericht aus Ungarn haben wir bemerkt, dass hier der erste Schritt zu etwas Größerem gemacht worden ist. Nach internen Überlegungen haben wir Gespräche mit der Kinderhilfsorganisation geführt, um die Grundlagen einer langfristigen Kooperation auszuloten und gemeinsame Ziele zu verabreden. Schließlich entstand ein Fünf-Jahres-Vertrag.

Wie passt diese Partnerschaft zur CSR-Strategie der Vaillant Group?

Unsere Strategie definiert Zielgruppen, Handlungsfelder und Instrumente. Als Familienunternehmen richtet sich die Vaillant Group bewusst an Familien sowie an Bildungs- und Sozialeinrichtungen. Außerdem müssen alle Kooperations- und Förderprojekte verbindlichen Förderkriterien genügen. Wir können in unserem Kerngeschäft mit unseren Produkten und unserem Know-how unterstützen und so ganz gezielt Klima- und Umweltschutz fördern. SOS-Kinderdörfer und die Vaillant Group – das passt wirklich perfekt.

Was genau ist Inhalt der Partnerschaft?

Die Partnerschaft basiert auf zwei Säulen. Die erste Säule ist eine gruppenweite Lizenz, die uns zum herausragenden Partner für die kostenlose Bereitstellung von Heiztechnik macht. Innerhalb der einzelnen Vertriebsgesellschaften wird daran gearbeitet, lokale Projekte umzusetzen. Diese haben immer die Heiztechnik als Herzstück. Dazu können aber als zweite Säule weitere Formen der Unterstützung kommen. Wir wollen keine Strohfeuer im Sinne eines einmaligen Engagements, sondern mit einem fundierten TechniksUPPORT den Grundstein für eine langfristige Partnerschaft legen.

Wie könnte so etwas aussehen?

Ein schönes Beispiel ist wiederum Ungarn. Die Kollegen bieten den Jugendlichen eine Ausbildung an. Sie begleiten die Kinder also weiter. Auch Frankreich hat sich einiges einfallen lassen. Es kann also ein ganz bunter Reigen an Unterstützungsleistungen werden, den wir mit unserem Know-how bestreiten können. Das liegt in der Verantwortung der einzelnen Länderchefs.

Wie weit ist die Ausweitung der Partnerschaft auf die gesamte Vaillant Group?

Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung. Das Projekt ist noch sehr jung, der Vertrag wurde im August 2013 geschlossen. Dieses Jahr werden China, Polen und Rumänien aktiv werden. Die Ukraine hat schon etwas umgesetzt. Ungarn plant das zweite Projekt. Aktuell sind Förderprojekte in Deutschland in Planung. Wir merken zurzeit, dass der Geist von Battonya durch das Unternehmen getragen wird.

Nun war dies eine strategische Entscheidung. Welche Rolle spielen dabei die Mitarbeiter?

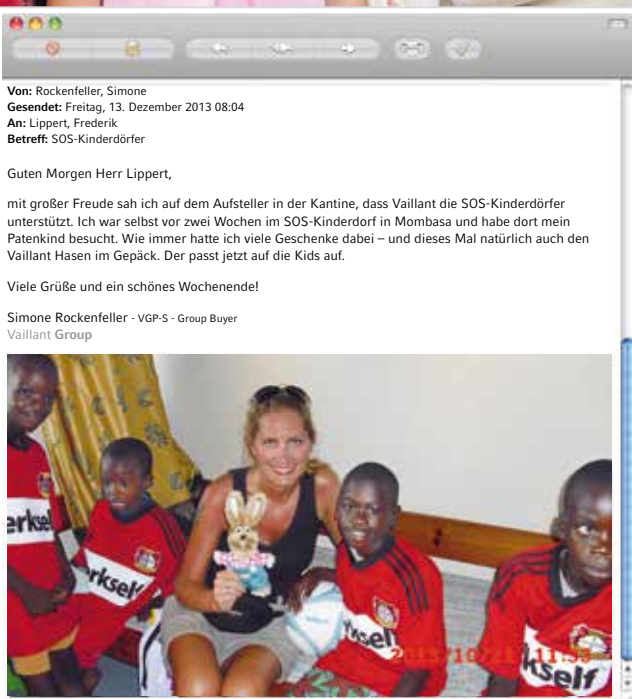
Die Mitarbeiter spielen eine ganz wesentliche Rolle, wenn es um soziale Verantwortung geht. Zum einen möchten wir so unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter erhöhen. Ernst gemeintes soziales Engagement ist ein Recruiting-Faktor. Zum anderen braucht es aber auch schlichtweg das Herzblut der Kollegen. Wir merken, dass die Partnerschaft von der Belegschaft sehr aktiv angenommen wird, auch in Form persönlichen Engagements. Etwa wenn sich ein Länderchef zum Geburtstag Spenden für SOS wünscht oder eine Einkäuferin privat ein Patenkind bei SOS unterstützt.



Fünf Säulen für ein Kinderlachen: Die Partnerschaft in Frankreich ist umfassend ausgelegt.



Voller Einsatz: Sportliche Events gehören mit zum französischen Unterstützungsprogramm.



Lebendige Partnerschaft: Viele Kollegen, wie Simone Rockenfeller, engagieren sich auch privat für SOS-Kinderdörfer.

Süße Grüße: Traditionell zieren Kinderzeichnungen den Vaillant Adventskalender. In diesem Jahr wird er von Kindern des SOS-Kinderdorfs Sauerland gestaltet.



Hightech für den guten Zweck

Vaillant hat drei hocheffiziente ecoPOWER Kraft-Wärme-Kopplungs-Anlagen an gemeinnützige Einrichtungen in Deutschland gespendet. Über ein Online-Game konnten alle Teilnehmer Punkte erspielen und an eine soziale Einrichtung verschenken. Die drei Einrichtungen mit den meisten Punkten gewannen schließlich je eine KWK-Anlage.

WEITERE AKTIVITÄTEN 2013



Verantwortung in der Lieferkette

Die Vaillant Group bezieht 100 Prozent ihres Einkaufsvolumens von Lieferanten, die die zehn Prinzipien des UN Global Compact anerkennen.



Bis ins kleinste Detail

Vaillant Mitarbeiter haben Beschäftigte der Stadt Remscheid ehrenamtlich im Value-Management geschult. Dabei ging es um die Optimierung von Abläufen in der Verwaltung der bergischen Großstadt.

GRUNDLAGEN DER BERICHTERSTATTUNG

Berichtsabschnitt	Seite	Erfasste GRI-Indikatoren	Global-Compact-Prinzipien
Vorwort	3	1.1, 4.11, 4.12	8
Die Vaillant Group stellt sich vor	4–9	2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 2.8, 2.9, 4.1, 4.2, 4.4, 4.6, DMA-EC	
Nachhaltigkeitsstrategie	10–19	1.2, 2.9, 3.5, 4.1, 4.7, 4.8, 4.9, 4.11, 4.12, 4.13, 4.14, 4.15, 4.16, 4.17, EN14, EN16, SO3, SO5, PR1	8,9
Interview mit Dr. Carsten Voigtländer	21	1.1, 1.2, 2.10, 4.11, 4.12, 4.8, 4.9	
S.E.E.D.S.-Magazin	22	2.10	
Entwicklung & Produkte	26–39	2.10, 4.11, 4.16, 4.17, DMA-EC, DMA-EN, DMA-PR, EC2, EN6, EN7, EN18, EN26, PR1	7, 8, 9
Umwelt	40–47	2.10, 4.11, EN4, EN5, EN6, EN7, EN18, EN26	7, 8
Mitarbeiter	48–57	2.10, 4.7, 4.8, DMA-LA, DMA-HR, EC3, EC8, LA10, LA11, LA12	6
Gesellschaft	58–65	4.8, 4.12, EC8, HR1, HR2, HR3, DMA-HR, DMA-SO, SO1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Grundlagen der Berichterstattung	66–67	3.1, 3.2, 3.3, 3.5, 3.6, 3.7, 3.8, 3.9, 3.10, 3.11, 3.12, 3.13, 4.12, 4.14, 4.15, 4.16, 4.17	7
Kennzahlen im Bereich Nachhaltigkeit	68–73	2.7, 2.8, 3.9, 3.10, DMA-EC, EC1, EN3, EN4, EN5, EN6, EN8, EN9, EN21, EN22, LA1, LA7	8
Auszeichnungen	75	2.10	
Impressum	76	3.4	
Onlineversion mit ausführlichen Kommentaren			10

Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht, dem sechsten seiner Art seit dem Jahr 2009, informieren wir umfassend und nachvollziehbar über die Ausrichtung unseres Unternehmens am Leitbild nachhaltigen, verantwortungsvollen Wirtschaftens.

Berichtsumfang

Der vorliegende Bericht gibt Auskunft über die strategische Ausrichtung des Nachhaltigkeitsmanagements der Vaillant Group. Gruppenweit bildet er die zentralen Entwicklungen in den vier Fokusfeldern des S.E.E.D.S.-Programms ab. Die Berichtsinhalte erfassen konzernweit Erfolge und Herausforderungen der Nachhaltigkeitsperformance und zeigen so einen Querschnitt durch das gesamte Unternehmen. Zielgruppe des Berichts sind Kunden, Partner, Lieferanten, Mitarbeiter, Gesellschafter, Medienvertreter und weitere interessierte Stakeholder der Vaillant Group.

Wesentlichkeit und Stakeholderintegration

In das inhaltliche Konzept dieses Berichts sind Rückmeldungen verschiedener Stakeholdergruppen eingeflossen, die wir im Rahmen unterschiedlicher Dialogformate erhalten haben. Um die für unsere Geschäftstätigkeit wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen noch präziser definieren zu können, haben wir im vergangenen Jahr erstmalig eine systematische Erhebung unter internen und externen Bezugsgruppen durchgeführt. Die im Kapitel „Nachhaltigkeitsstrategie“ dargestellte Wesentlichkeitsmatrix verdichtet die Erkenntnisse dieser Materialitätsanalyse entlang der Frage, welche Bedeutung die Vaillant Group und ihre Stakeholder konkreten Themenfeldern beimessen.

Die aufgeführten Ergebnisse geben nicht nur den Inhalt dieses Berichts vor, sondern sind auch umgehend in die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie der Vaillant Group eingeflossen. Dieser Abgleich erfolgt fortan regelmäßig im Rahmen des jährlichen Strategiereviews. Die inhaltlichen Impulse ermöglichen uns zudem, den Austausch mit unseren Stakeholdern weiter zu systematisieren.

Berichtszeitraum und Datenerhebung

Der letzte Nachhaltigkeitsbericht wurde 2013 veröffentlicht. Der Berichtszeitraum für alle Kennzahlen im aktuellen Bericht umfasst das Kalenderjahr 2013 vom 1. Januar 2013 bis zum 31. Dezember 2013. Redaktionsschluss für unsere Nachhaltigkeitsthemen war der 31. Mai 2014.

Alle produktionsrelevanten Kennzahlen beziehen sich auf die Vaillant Group Produktionsstätten in sechs europäischen Ländern und China. Die Kennzahlen werden in Form einer zentral gesteuerten schriftlichen Abfrage in den Hauptstandorten erhoben. Bei der Ausweisung der Kennzahlen am Ende des Berichts ist zu beachten, dass es sich sowohl um absolute als auch um relative Zahlen handelt. Dadurch berücksichtigen wir beeinflussende Faktoren, zum Beispiel die Ausweitung von Produktionskapazitäten.

Global Reporting Initiative (GRI)

Bei unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung orientieren wir uns an den international anerkannten Standards der Global Reporting Initiative (GRI, www.globalreporting.org). Einen ausführlichen Content-Index der GRI-Indikatoren können Sie im Internet unter www.vaillant-group.com herunterladen. Der Anwendungsgrad der GRI-G3-Richtlinien entspricht gemäß unserer Selbsteinschätzung dem Level B. Eine externe Prüfung der Berichterstattung der Vaillant Group gemäß GRI ist weder erfolgt noch geplant.

Global Compact

Die Vaillant Group ist Mitglied des Global Compact der Vereinten Nationen. Dieser Bericht stellt zugleich die Fortschrittsmitteilung über unsere Bemühungen bei der Umsetzung der zehn Prinzipien des Pakts dar. Die nebenstehende Tabelle gibt Auskunft darüber, an welchen Stellen des Berichts die Global-Compact-Prinzipien angesprochen werden. Eine weitergehende Darstellung unserer Aktivitäten finden Sie jährlich aktualisiert unter www.vaillant-group.com.

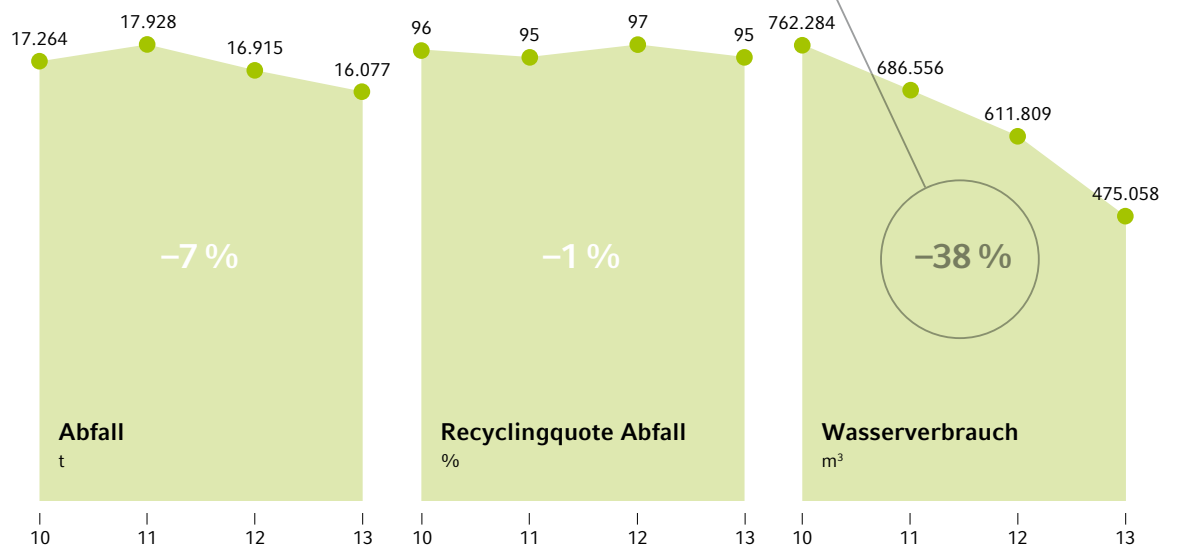
Print und online

Der Bericht erscheint in deutscher und in englischer Sprache. Neben der gedruckten Ausgabe steht eine PDF-Version unter www.vaillant-group.com zur Verfügung. Im Zweifel ist allein die in gedruckter Form veröffentlichte deutsche Fassung verbindlich.

KENNZAHLEN IM BEREICH NACHHALTIGKEIT

-380%

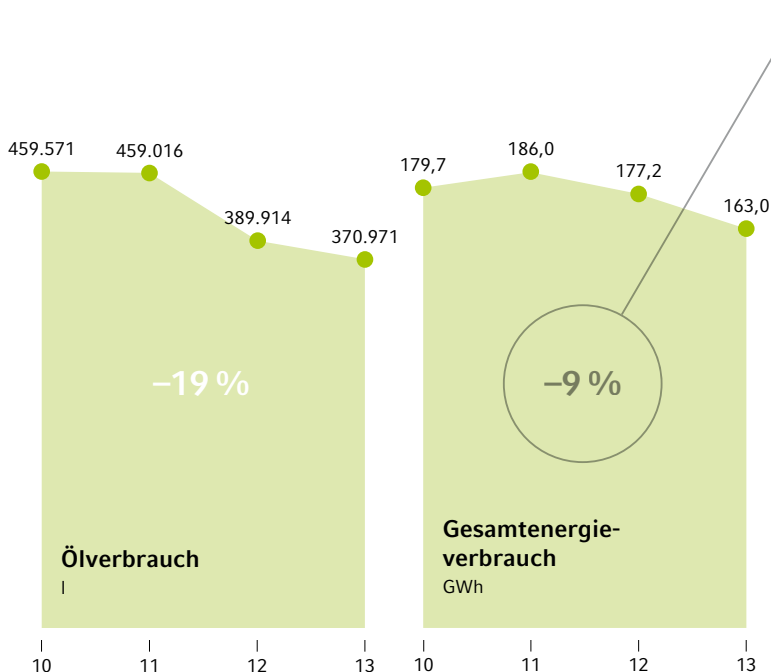
Durch neue Technik in der Produktion und in den Testcentern konnten wir unseren Wasserverbrauch bereits um mehr als ein Drittel reduzieren.



Zur Steuerung ihrer **Nachhaltigkeitsleistung** fasst die Vaillant Group alle Nachhaltigkeitskennzahlen in einer **internen Scorecard** zusammen. Da wir die **Datenqualität laufend verbessern** und die Aussagekraft der Zahlen durch eine **sukzessive Erweiterung des Scope** erhöhen, sind Veränderungen der Vorjahresdaten im Vergleich zum letztjährigen Bericht möglich. Die angegebene prozentuale Entwicklung bezieht sich auf das **Referenzjahr 2010**.

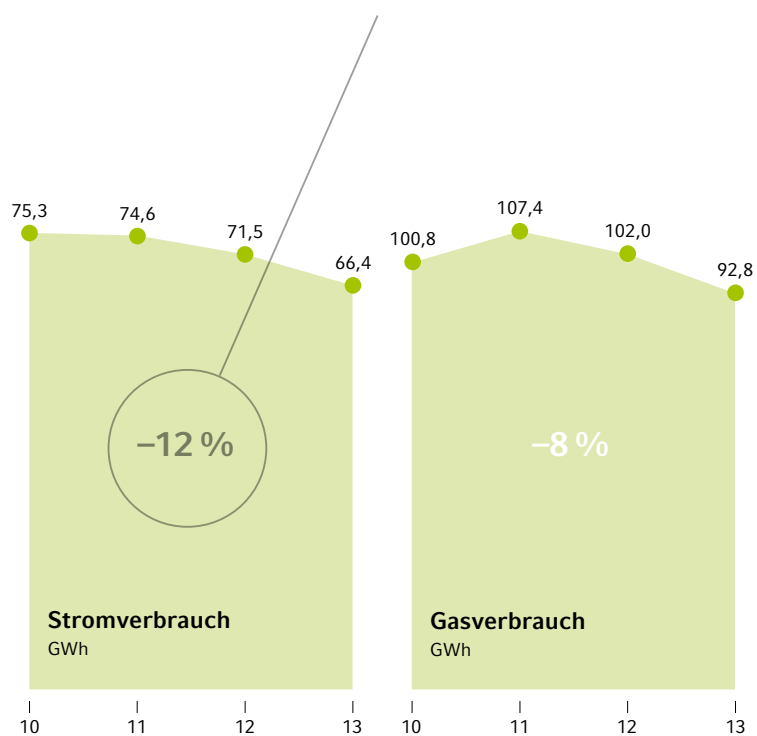
0-90%

Dank konsequenten Energiemanagements und eines Bündels von Einzelmaßnahmen sinkt unser Gesamtenergieverbrauch kontinuierlich.



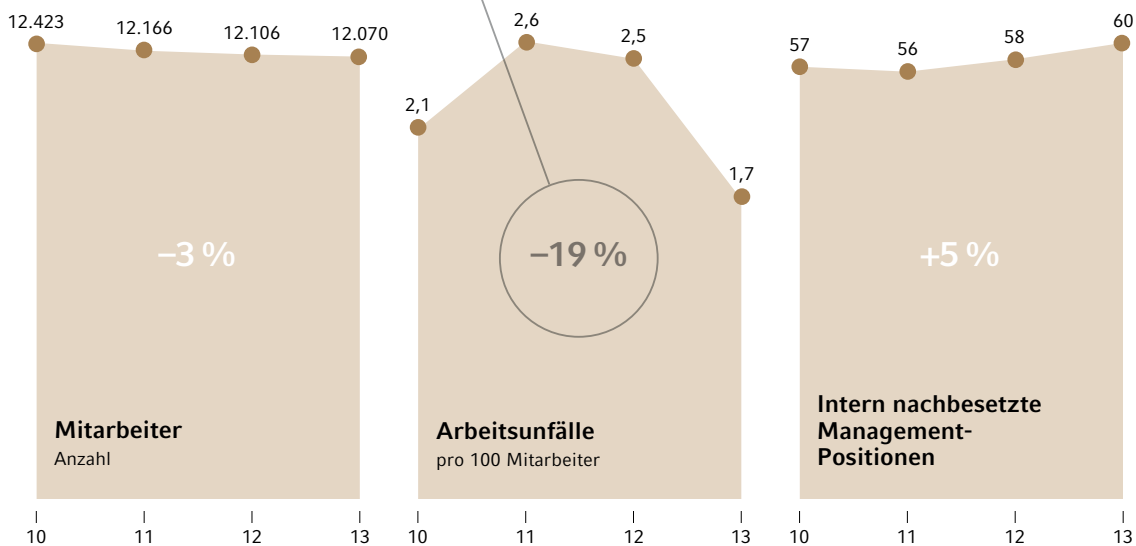
1
-12%

2010 haben wir eine Reduktion des Stromverbrauchs von 20 Prozent als Ziel ausgewiesen. Bis 2013 konnten wir bereits 12 Prozent realisieren.



90%

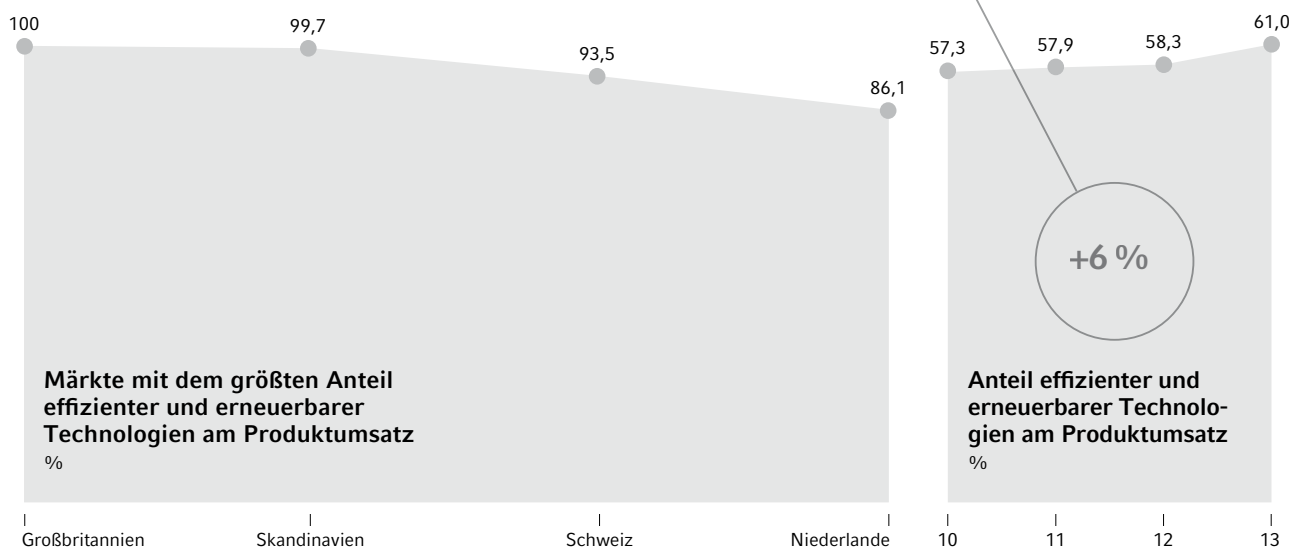
Die Zahl der Arbeitsunfälle reduziert sich. In einigen Werken konnte die Gesamtunfallrate auf nahezu null gesenkt werden.



2.3

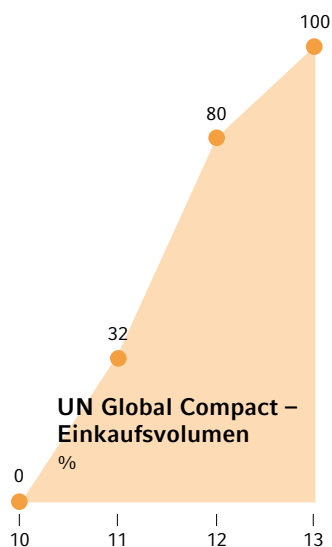
+6%

Effizienztechnologien und erneuerbare Energien haben auch im Jahr 2013 den größten Anteil des Produktumsatzes der Vaillant Group ausgemacht.



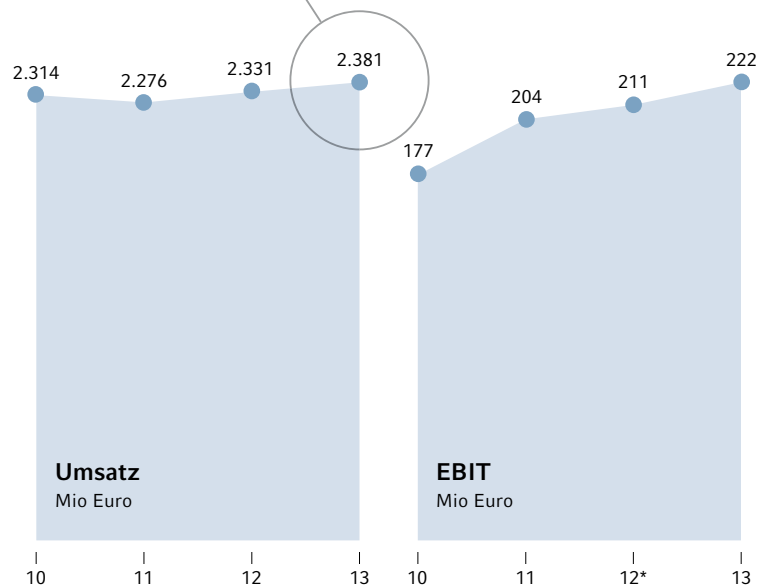
81 Mio Euro

Die Vaillant Group ist weiter auf Wachstumskurs. Das Unternehmen verzeichnet den zweithöchsten Umsatz der Unternehmensgeschichte und eine deutliche Ergebnissteigerung.



Global Compact

Im Oktober 2011 ist die Vaillant Group dem UN Global Compact beigetreten. Das Ziel, 80 Prozent unseres Einkaufsvolumens von Lieferanten zu beziehen, die die zehn Prinzipien des UN Global Compact anerkennen, hatten wir bereits 2012 erreicht. Die anschließend auf 100 Prozent erhöhte Zielvorgabe für das Jahr 2020 haben wir nun ebenfalls schon erfüllt.



*186 Mio Euro nach Sondereinflüssen

EIN NACHHALTIGKEITSBERICHT, DER DEN NAMEN VERDIENT

Für die Distribution dieses Berichts nutzen wir **verstärkt das Internet**. Die Printausgabe ist zudem nach allen Regeln der Druckkunst **nachhaltig produziert**. Das Papier ist zu 100 Prozent aus **recyceltem Material** und mit **EU-Blume, Blauem Engel** sowie **FSC-Siegel** zertifiziert. Die Farben und alle anderen Verbrauchsmaterialien wie Druckplatten basieren auf **erneuerbaren Rohstoffen** bzw. sind **recyclbar**. Unser Druckpartner setzt **Ökostrom** ein und zum Heizen die Abwärme der Druckmaschinen. Mit der Herausgabe einer komprimierten Nachhaltigkeitsbroschüre, die gezielt das Interesse unserer Kunden bedient, sparen wir zusätzlich **Ressourcen** ein.

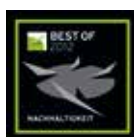


**Deutscher
Nachhaltigkeitspreis**
Deutschlands nachhaltigstes
Produkt 2011



reddot design award

DESIGN PLUS



Renewables Awards



Herausgeber

Vaillant GmbH
Berghauser Straße 40
42859 Remscheid
Deutschland

www.vaillant-group.com
sustainability@vaillant.de

VGC Unternehmenskommunikation,
Nachhaltigkeitsmanagement & Politik
Tel. +49(0)2191/18-2754
Fax +49(0)2191/18-2895

Gestaltung

gerlach&partner, Köln

Fotos

Alex Buschor, Uli Deck, Michael Egloff,
Bernd Gabriel, Horst Gerlach, Bruno Helbling,
Gerti Hoxha, Katerina Ilievska, iStockphoto,
Mike König, Marko Maegi, Mario Pavlovic,
photorunning.fr, René Schmid, John Snowdon,
Vaillant Group

Illustrationen

Tobias Dahmen

Druck

Kunst- und Werbedruck, Bad Oeynhausen

Der Nachhaltigkeitsbericht liegt auch
in englischer Sprache vor.

www.vaillant-group.com



sustainability@vaillant.de

