



BOSCH

Technik fürs Leben



**NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN**



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2018

ROBERT BOSCH GMBH



Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)
Baden-Württemberg

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| 1. Über uns | 1 |
| 2. Die WIN-Charta | 3 |
| 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement | 4 |
| 4. Unsere Schwerpunktthemen | 5 |
| Leitsatz 04 – Ressourcen | 7 |
| Leitsatz 05 – Energie und Emissionen | 9 |
| Leitsatz 06 – Produktverantwortung | 11 |
| 5. Weitere Aktivitäten | 12 |
| Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange | 12 |
| Ökonomischer Mehrwert | 17 |
| Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption | 19 |
| Regionaler Mehrwert | 21 |
| 6. Unser WIN!-Projekt | 24 |
| 7. Kontaktinformationen | 25 |
| Ansprechpartner | 25 |
| Impressum | 25 |

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Rund 410.000 Mitarbeiter in aller Welt, 78,5 Mrd. Euro Umsatz – Bosch ist ein wirtschaftlich starkes Unternehmen. Nachhaltigkeit bedeutet für die Bosch-Gruppe, diesen langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern und gleichzeitig die natürlichen Lebensgrundlagen heutiger und künftiger Generationen zu schützen. Dabei prägt die Haltung unseres Firmengründers Robert Bosch bis heute unser Handeln: „Eine anständige Art der Geschäftsführung ist auf die Dauer das Einträglichste.“ Nachhaltiges, ökologisches und sozial verantwortliches Handeln wird damit zur Grundlage für unseren wirtschaftlichen Erfolg.

Die Bosch-Gruppe ist ein global aufgestelltes Technologie- und Dienstleistungsunternehmen. Fast die Hälfte des Umsatzes wird außerhalb Europas erzielt. Zur Bosch-Gruppe gehören rund 460 vollkonsolidierte Tochter- und Regionalgesellschaften in mehr als 60 Ländern. Muttergesellschaft ist die Robert Bosch GmbH mit Sitz in Stuttgart. Die Bosch-Gruppe ist stark diversifiziert. Unsere Geschäftsaktivitäten gliedern sich in vier Unternehmensbereiche:

Mobility Solutions

Schon heute ist Bosch einer der weltweit größten Automobilzulieferer. Vom Motor über Antrieb und Lenkung, Infotainment und Kommunikation bis hin zu Sicherheits- und Fahrerassistenzsystemen – Bosch-Technik trägt schon heute viel dazu bei, dass die Vision vom emissionsfreien, unfall- und stressfreien Autofahren Realität wird. Auch Werkstattkonzepte sowie Technik und Service für den Kraftfahrzeughandel gehören zu unseren Geschäftsfeldern. Unsere starke Wettbewerbsposition wollen wir nutzen, um einer der führenden Anbieter für das elektrifizierte, automatisierte und vernetzte Fahren sowie intelligente Mobilitätsdienstleistungen zu werden.

Industrial Technology

Innovative Lösungen für Antriebs-, Steuerungs- und Verpackungstechnik sind das Kerngeschäft dieses Unternehmensbereichs. Dabei positionieren wir uns verstärkt als Anbieter von Industrie-4.0-Lösungen für die Fabrik der Zukunft auf Basis softwarebasierter, automatisierter und vernetzter Lösungen.

Consumer Goods

Hier haben wir unser breites Angebot an Werkzeugen und Hausgeräten gebündelt. Der Geschäftsbereich Power Tools bietet dabei Elektrowerkzeuge, Elektrowerkzeugzubehör und Messtechnik an, während die BSH Hausgeräte GmbH das ganze Spektrum moderner, energieeffizienter und zunehmend vernetzter Hausgeräte liefern kann.

Energy and Building Technology

Der Unternehmensbereich bietet ein breites Angebot von Produkten und Lösungen – von der Thermotechnik im privaten und gewerblichen Bereich über die Sicherheitstechnik bis hin zu Lösungen für das Smart Home.

ÜBER UNS

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.win-bw.com.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 2014

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

| | SCHWER- PUNKTSETZUNG | QUALITATIVE DOKUMENTATION | QUANTITATIVE DOKUMENTATION |
|-------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Leitsatz 1 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 2 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 3 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Leitsatz 4 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 6 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 7 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 8 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 9 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Leitsatz 10 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 11 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 12 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Think Tank „Industrielle Ressourcenstrategien“

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima Ressourcen Bildung für nachhaltige Entwicklung
 Mobilität Integration

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta:

- Leitsatz 04 – Ressourcen: "Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."
- Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."
- Leitsatz 06 – Produktverantwortung: "Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Bosch ist überzeugt: Nur in einer sozial und ökologisch ausbalancierten Welt lässt sich langfristig wirtschaften. Der Anspruch ist stets, den ökonomischen Erfolg zu sichern und gleichzeitig die natürlichen Lebensgrundlagen heutiger und künftiger Generationen zu schützen. Mit „Technik fürs Leben“ gibt Bosch technische Antworten auf ökologische und soziale Fragen. Ökologische und gesellschaftliche Fragestellungen werden so zum Motor für Innovationen und bilden die Basis unseres wirtschaftlichen Erfolgs. Mit unserem Ansatz „Design for Environment“ haben wir diesen Zusammenhang systematisiert und stellen sicher, dass unsere Erzeugnisse über den gesamten Lebenszyklus hinweg immer umweltverträglicher werden. Seit vielen Jahren arbeiten wir konsequent an der Verringerung unseres ökologischen Fußabdrucks, indem wir systematisch Energie und Ressourcen einsparen sowie den Materialeinsatz in unserer Produktion verringern. So schonen wir nicht nur die Umwelt und das Klima, sondern werden zudem immer effizienter und wettbewerbsfähiger.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Das neue Zielbild

In den vergangenen Jahren haben wir an der Realisierung unserer Ziele gearbeitet. Vieles, was wir uns vorgenommen hatten, haben wir bereits erreicht – und die meisten unserer Zielsetzungen enden in den Jahren 2018 bis 2020. Vor diesem Hintergrund haben wir 2018 ein neues, noch ambitionierteres Zielbild für Bosch entworfen:

„New Dimensions – Sustainability 2025“. Es beschreibt sechs globale Themenfelder, jedes davon konkretisiert durch zwei wesentliche Aspekte mit klar ausformulierten, mittelfristigen Zielen. Abgeleitet aus den für unser Unternehmen wesentlichen Megatrends, beschreiben die Themenfelder den Rahmen für unsere Aktivitäten in den kommenden Jahren. Auch allgemeine Nachhaltigkeitstrends sowie die Ziele und Aktivitäten von Unternehmen, die wir als führend in Sachen Nachhaltigkeit betrachten, sind in unsere Zielbildentwicklung eingeflossen.

Die Themenfelder unseres Zielbilds beschreiben den Weg dorthin und setzen Eckpfeiler für unser Nachhaltigkeitsengagement. Unser Bekenntnis zum Klimaschutz gehört dazu, ebenso wie das kontinuierliche Streben nach Energieeffizienz und der achtsame Umgang mit Wasser. Denn wir wollen auch in einer zunehmend urbanisierten Welt den ökologischen Fußabdruck unserer Aktivitäten und Produkte so gering wie möglich halten und unsere Aktivitäten mehr und mehr nach dem Prinzip der Kreislaufwirtschaft ausrichten. Als global agierendes Unternehmen übernehmen wir zudem weltweit Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt. Wir machen unsere Aktivitäten transparent und beziehen auch unsere Lieferkette mit ein, wenn es darum geht, nachhaltig und verantwortungsvoll zu wirtschaften. Unser Anspruch ist zudem, Gefährdungen für Menschen und Umwelt zu vermeiden – Arbeitsschutz und die Einhaltung von Stoffverboten sowie die Reduktion von gefährlichen Stoffen sind hier die zentralen Themen.

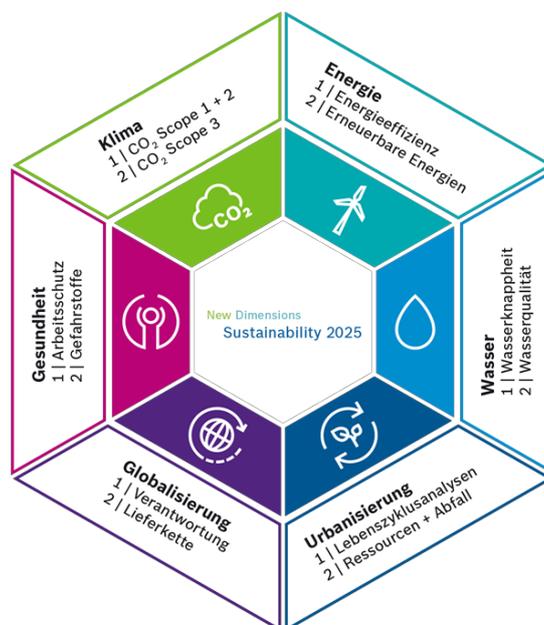


Abbildung 1 Zielbild

Leitsatz 04 – Ressourcen

ZIELSETZUNG

Seit vielen Jahren arbeiten wir konsequent an der Verringerung unseres ökologischen Fußabdrucks, insbesondere an der systematischen Einsparung von Energie (siehe Leitsatz 05 – Energie und Emissionen) und weiteren Ressourcen sowie der Verringerung des Materialeinsatzes in unserer Produktion. Wir achten in unseren verschiedenen Geschäftsbereichen darauf, den Einsatz von Rohstoffen weitestmöglich zu reduzieren und Materialien, wenn möglich, in den Stoffkreislauf zurückzuführen. Dabei leitet uns die Idee der Kreislaufwirtschaft (siehe auch Leitsatz 06 – Produktverantwortung).

ERGRIFFENE MASSNAHMEN, ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

2018 haben wir die Abfallfraktionen unserer Standorte analysiert, an denen rund 80 % unseres Abfallvolumens anfallen. Die Analyse zeigte, dass sich auf Standortebene nur noch begrenzte Potenziale zur Verringerung der Abfallmenge bieten. Lediglich im Bereich der gefährlichen Abfälle, von denen ein hohes Gefährdungspotenzial und hohe Entsorgungskosten ausgehen, können wir noch nennenswerte Fortschritte erreichen. Deshalb erscheint uns das bisherige relative Abfallziel nicht mehr sinnvoll und wir werden uns – im Rahmen unseres konzernweiten Zielbilds – künftig zwei Schwerpunktthemen widmen: der weiteren Reduktion gefährlicher Abfälle sowie der möglichst vollständigen Verringerung der deponierten Abfallmenge über eine Erhöhung der stofflichen Verwertungsquote.

Die aktuellen Szenarien zum Klimawandel und die damit verbundenen Prognosen zeigen, dass sich die Risiken in Bezug auf Wasserknappheit und mangelnde Wasserqualität weltweit verschärfen. Um diesen Entwicklungen im neuen Zielbild für Bosch Rechnung zu tragen, wurden im Jahr 2018 die 414 berichtspflichtigen Standorte von Bosch bezüglich Wasserknappheit mit dem Water Risk Filter des WWF analysiert. Das Ergebnis: 61 Standorte liegen in Gebieten mit höchster oder hoher Wasserknappheit, auf sie entfällt ein Anteil von 16,3 % der Gesamtwasserentnahme. Nach Diskussion mit dem WWF fokussieren wir uns auf die Bekämpfung der Wasserknappheit, um hier zeitnah signifikante Verbesserungen zu erreichen.

INDIKATOREN

Indikator 1:

Bei der Vermeidung von Abfall verfolgen wir seit dem Jahr 2015 ein konkretes Ziel: Wir wollten die relative Abfallmenge* um 6,9 % bis zum Jahr 2018 reduzieren. Erreicht haben wir im Jahr 2018 eine Reduktion um 3,5 % (Basisjahr 2015). Zukünftig werden wir uns zwei Schwerpunktthemen widmen: der weiteren Reduktion gefährlicher Abfälle sowie der möglichst vollständigen Verringerung der deponierten Abfallmenge (Zero Waste to Landfill, ZWTL) über eine Erhöhung der stofflichen Verwertungsquote.

*relative Verbesserung, bezogen auf die Wertschöpfung

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Indikator 2:

Der sorgsame Umgang mit Wasser ist seit vielen Jahren ein erklärtes Ziel von Bosch. Analog zur Abfallzielsetzung verfolgten wir auch hier in den vergangenen Jahren das Ziel, die relative Wasserentnahme unserer Standorte bis 2018 um 6,9 % gegenüber dem Basisjahr 2015 zu verringern. Mit dem Ablauf der aktuellen Zielperiode haben wir diese Zielsetzung durch ein absolutes Wasserziel ersetzt, das vor allem Standorte in Wasserknappheitsgebieten im Fokus hat.

AUSBLICK

Für die Reduktion gefährlicher Abfälle sowie die Verringerung der deponierten Abfallmenge werden im Jahr 2019 Kampagnen gestartet, in deren Verlauf die entsprechenden Potenziale identifiziert sowie entsprechende Maßnahmen abgeleitet werden.

Seit 2019 verfolgen wir ein absolutes Wasserziel, das vor allem Standorte in Wasserknappheitsgebieten im Fokus hat. Dort wollen wir bis 2025 die absolute Wasserentnahme um 25 % reduzieren. Basisjahr für die Berechnung ist 2017. Wasserkoordinatoren der Geschäftsbereiche identifizieren lokale Einsparpotenziale und setzen entsprechende Maßnahmen mit den Verantwortlichen an den Standorten um.

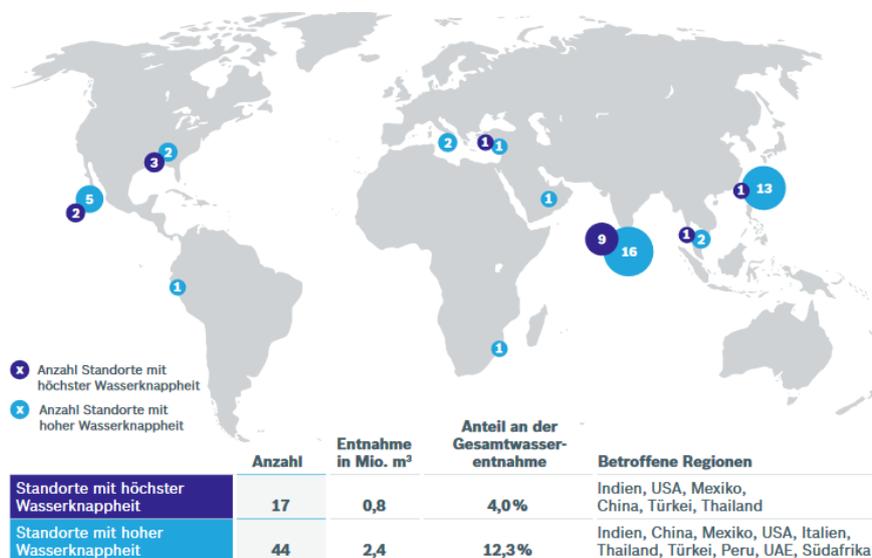


Abbildung 2 Standorte mit Wasserknappheit

Weitere Informationen finden Sie im [Bosch-Nachhaltigkeitsbericht 2018 | Factbook](#) in den Kapiteln „4.2 Materialien und Entsorgung“ sowie „4.3 Wasser und Abwasser“.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen

ZIELSETZUNG

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen für die Menschheit. Bosch unterstützt das Pariser Klimaabkommen 2015, insbesondere die darin formulierte Zielsetzung, die weltweite Klimaerwärmung auf zwei Grad zu begrenzen. Mit einer umfassenden Umwelt- und Klimastrategie wollen wir den Klimaschutz aktiv mitgestalten. Über die Themenfelder Klima und Energie ist dieser Anspruch in unserem Zielbild zur Nachhaltigkeit verankert.

Vor dem Hintergrund der gewachsenen Herausforderungen aus dem Klimawandel haben wir uns ein neues, deutlich ambitionierteres Klimaschutzziel gesetzt: Ab dem Jahr 2020 wollen wir die Emissionen in unserem direkten Einflussbereich (Scope 1 und 2) weltweit CO₂-neutral stellen. Bis 2030 soll dann über die Qualität der dafür genutzten Maßnahmen eine weitere Verbesserung im Sinne des Klimaschutzes erreicht werden. Unser Klimaprogramm umfasst vier Hebel:



Abbildung 3 Die Hebel zur CO₂-Neutralstellung

ERGRIFFENE MASSNAHMEN, ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Bosch setzt insbesondere auf Energieeffizienzmaßnahmen an den eigenen Standorten und auf „New Clean Power“ (NCP). Das heißt: exklusive langfristige Lieferverträge für den Bezug von Grünstrom aus Neuanlagen sowie regenerative Eigenerzeugung. Zudem bezieht Bosch Grünstrom mit entsprechenden Herkunftsnachweisen aus vorhandenen Erzeugungsanlagen auf Basis erneuerbarer Energien. Ein weiterer Hebel für das Erreichen unseres Klimaziels sind Kompensationsmaßnahmen (Carbon Credits). Diese sind notwendig, um CO₂-Emissionen aus Verbrennungsprozessen (Heizung, Prozesswärme) auszugleichen. In Ländern, in denen die oben beschriebenen Hebel nicht ausreichend für eine CO₂-Neutralstellung zur Verfügung stehen (z. B. Grünstrombezug nur eingeschränkt möglich ist), sind

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Kompensationsmaßnahmen ebenfalls erforderlich. Bei der Projektauswahl orientieren wir uns an sehr hohen Standards, z. B. dem Gold Standard. Zusätzlich haben wir uns der Allianz für Entwicklung und Klima des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) angeschlossen.

INDIKATOREN

Im folgenden Ausblick werden die zukünftigen Ziele und Indikatoren beschrieben.

AUSBLICK

Schlüssel zur Erreichung des Klimaziels ist die Energieeffizienz. Bosch hat ein Einsparziel von 1.700 GWh Energie bis 2030 definiert. Mit Investitionen in Höhe von einer Milliarde Euro bis 2030 fördert das Unternehmen innovative Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz. Gleichzeitig soll die regenerative Eigenerzeugung an den Standorten von 55 GWh in 2018 auf 400 GWh im Jahr 2030 steigen und sich der Bezug von Grünstrom aus Neuanlagen auf 40 % des gesamten Energieverbrauchs erhöhen (New Clean Power). Bosch geht hierfür langfristige Bezugsverträge ein – und fördert so auch den weiteren Neubau von Anlagen auf Basis erneuerbarer Energien.

- Einsparziel durch Energieeffizienzmaßnahmen von 1.700 GWh bis 2030
- Steigerung der regenerativen Eigenerzeugung von 55 GWh auf 400 GWh im Jahr 2030
- Erhöhung des Grünstromanteils aus Neuanlagen auf 40 % des gesamten Energieverbrauchs

Um unser Engagement für den Klimaschutz noch weiter zu forcieren, prüfen wir derzeit einen Beitritt zur Science-based Targets Initiative (SBTi). Hierfür weitet Bosch seine Aktivitäten kontinuierlich aus. Neben den direkt von Bosch verursachten Emissionen (Scope 1 und 2) wollen wir auch die indirekten Emissionen (Scope 3) systematisch verringern.

- Bereits ab dem Jahr 2020 werden Flugreisen aller Bosch Mitarbeiter sowie die Flüge der firmeneigenen Flugzeuge über Kompensationsmaßnahmen neutral gestellt.

Weitere Informationen finden Sie im [Bosch-Nachhaltigkeitsbericht 2018 | Factbook](#) in dem Kapitel „4.1 Energie und Klimaschutz“.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 06 – Produktverantwortung

ZIELSETZUNG

„Technik fürs Leben“ – unsere Produkte begeistern Menschen, verbessern ihre Lebensqualität und tragen zur Schonung der natürlichen Ressourcen bei. Ökologische und gesellschaftliche Fragestellungen werden so zum Motor für Innovationen und bilden die Basis unseres wirtschaftlichen Erfolgs. Mit unserem Ansatz „Design for Environment“ haben wir diesen Zusammenhang systematisiert und stellen sicher, dass unsere Erzeugnisse über den gesamten Lebenszyklus hinweg immer umweltverträglicher werden. Mit unserem umfassenden Nachhaltigkeitsverständnis basierend auf der Idee der Kreislaufwirtschaft, möchten wir die Chancen verstehen, die sich entlang des Lebenszyklus unserer Produkte bieten.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

Seit 2017 führen wir systematisch Lebenszyklusanalysen (Life Cycle Assessments, LCAs) für alle wesentlichen Produkte unserer Geschäftsbereiche durch. Dabei werden in den einzelnen Lebenszyklusphasen verschiedene Aspekte und Wirkungskategorien berücksichtigt, wie etwa Materialeinsatz, Gewichts- oder Volumenreduktion oder das Potenzial zur Treibhausgasminimierung. Ein Schwerpunkt in den Lebenszyklusanalysen für unsere Produkte liegt im effizienten Einsatz von Ressourcen. Dieser beginnt bei der Fertigung der Produkte, reicht über Verpackung, Nutzungsphase bis hin zum Recycling.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Im Rahmen der LCAs konnten wir u.a. die theoretische Recyclingfähigkeit der bei Bosch eingesetzten Materialien prüfen. Das Spektrum reicht von 20 % bis nahezu 100 %, abhängig von der werkstofflichen Zusammensetzung. Bei einer geringen Recyclingfähigkeit kann geprüft werden, ob die werkstoffliche Zusammensetzung eines Erzeugnisses geändert werden kann. Ist dies nicht möglich, wird bei der Prüfung der Verbesserungspotenziale auf andere Aspekte fokussiert.

INDIKATOR

Rund 50 % unseres Umsatzvolumens sind inzwischen durch unsere LCAs abgedeckt. Dabei haben wir erste Themenschwerpunkte und Hot Spots identifiziert. Beispielsweise wurden im Bereich Werkstoffe bereits deutliche Einsparungen bei Gewicht und Volumen der eingesetzten Materialien erreicht.

AUSBLICK

Die Bewertungssystematik im Rahmen der LCAs soll im kommenden Jahr weiter ausgebaut werden und für alle neuen Produkte bei Bosch Anwendung finden. Dann wollen wir auch zusätzliche Kriterien wie etwa Verpackung und Transport in die Betrachtung einbeziehen.

Weitere Informationen finden Sie im [Bosch-Nachhaltigkeitsbericht 2018 | Factbook](#) in dem Kapitel „2.3 Nachhaltige Produkte“.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

Die Verantwortung für die Mitarbeiter ist bei Bosch ein zentraler Bestandteil des unternehmerischen Selbstverständnisses. In den „Grundsätzen sozialer Verantwortung bei Bosch“ bekennen sich die Geschäftsführung und die Arbeitnehmervertretungen unter anderem zur Einhaltung der Menschenrechte, zu Chancengleichheit, fairen Arbeitsbedingungen und weltweiten Standards im Arbeits- und Gesundheitsschutz. Die insgesamt elf Grundsätze orientieren sich an den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und sind auch für unsere Lieferanten verpflichtend.

Verantwortung endet nicht am Werkstor, sondern erstreckt sich über die gesamte Lieferkette. Deshalb beziehen wir bei Bosch auch unsere Lieferanten in die Aktivitäten für mehr Nachhaltigkeit mit ein. Wir setzen uns ein für faire Arbeitsbedingungen und Wettbewerbspraktiken sowie die Achtung der Menschenrechte. Wir haben in unsere Einkaufsbedingungen eine Compliance-Klausel aufgenommen, die u. a. auch die zehn Grundprinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen beinhaltet und explizit die Einhaltung der Menschenrechte sowie der allgemein gültigen Arbeitsnormen – Versammlungsfreiheit, Abschaffung von Zwangs- und Kinderarbeit, Vermeidung von Diskriminierung – verlangt. Darüber hinaus haben wir einen Verhaltenskodex für Geschäftspartner formuliert. Dieser wird zu Beginn der Geschäftsbeziehung allen Lieferanten ausgehändigt, zudem ist er über die Bosch-Website öffentlich einsehbar. Über den Verhaltenskodex wird auch die Einhaltung der „Grundsätze sozialer Verantwortung bei Bosch“ gefordert. Unsere Lieferanten sind darüber informiert, dass wir sie zur Einhaltung unserer Anforderungen im Rahmen von Quick Scans oder umfassenden Drill Deep Assessments stichprobenartig überprüfen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Seit 2010 haben wir 862 Audits zu Umwelt- und Arbeitsschutz bei Lieferanten durchgeführt.
- In 2018 wurden rund 2 000 Quick Scans durchgeführt und etwa 100 Lieferanten in Entwicklungsprojekte aufgenommen.
- Seit dem Jahr 2011 hat Bosch rund 800 Lieferanten im Rahmen von Drill Deep Assessments geprüft.

Ausblick:

- Bis 2020 soll die Zahl von Lieferanten, die im Rahmen von Drill Deep Assessments geprüft sind, auf 1.000 steigen.

Weitere Informationen finden Sie im [Bosch-Nachhaltigkeitsbericht 2018 | Factbook](#) in dem Kapitel „Lieferkette“.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Auf die Menschen kommt es an – ihre Gesundheit wollen wir langfristig erhalten und fördern. So haben Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz für Bosch einen hohen Stellenwert und sind über das Themenfeld Gesundheit auch fest in unserem Nachhaltigkeitszielbild verankert.

Arbeitssicherheit

Nur in einer sicheren Arbeitsumgebung können auf Dauer Spitzenleistungen entstehen. Arbeitssicherheit, Unfallverhütung und Gesundheitsschutz stärken die Leistungsfähigkeit und -bereitschaft der Mitarbeiter und tragen so zur Wettbewerbsfähigkeit von Bosch bei. Mit unseren Aktivitäten wollen wir Arbeitsunfälle sowie Verletzungen und Schadensereignisse weitestgehend vermeiden, Risiken erkennen und wirkungsvolle Gegenmaßnahmen einleiten.

Gesundheitsschutz

Gesundheit und Fitness sind die Voraussetzungen für die Leistungsfähigkeit und -bereitschaft der Mitarbeiter und tragen somit zur Wettbewerbsfähigkeit von Bosch bei. Neben einer sicheren Arbeitsumgebung und der Vermeidung von Unfällen legt Bosch daher großen Wert auf das betriebliche Gesundheitsmanagement. Dieses deckt ein breites Spektrum an Themenfeldern ab – von der medizinischen Vorsorge und dem Erhalt der körperlichen und geistigen Leistungsfähigkeit über die psychische Gesundheit bis hin zu Arbeitsplatzgestaltung und Tipps zur gesunden Ernährung. Auch das betriebliche Eingliederungsmanagement sowie die Integration von leistungsgewandelten und schwerbehinderten Menschen spielen eine große Rolle.

Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben

Bosch will seinen Mitarbeitern ermöglichen, individuelle Karrierewünsche, Lebensstile und private Ziele miteinander zu vereinbaren. Dazu arbeiten wir an der kontinuierlichen Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort, nicht zuletzt auch unter Nutzung der Möglichkeiten der Informations- und Kommunikationstechnik. Ein entscheidender Erfolgsfaktor einer guten Vereinbarkeitspolitik ist die konstante Weiterentwicklung unserer Arbeitskultur. Diese Entwicklung wird unter anderem durch die bereits im Jahr 2012 veröffentlichten „Leitlinien für eine flexible und familienbewusste Arbeitskultur“ unterstützt. Diese sind selbstverpflichtend und geben Führungskräften und Mitarbeitern bei Bosch Orientierung für eine Kultur, in der Beruf und Privatleben erfolgreich vereinbar sind

Ergebnisse und Entwicklungen:

Arbeitssicherheit:

- In den vergangenen fünf Jahren ist die Zahl der Unfälle pro 1 Mio. Arbeitsstunden von 6,9 auf 2,2 gesunken. Zudem kam 2018 kein Bosch-Mitarbeiter durch einen betrieblichen Arbeitsunfall ums Leben.
- Ende 2018 hatten 244 der 296 Fertigungs- und Entwicklungsstandorte ein Arbeitsschutzmanagementsystem implementiert, knapp 60 % der Systeme waren zertifiziert.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Gesundheitsschutz:

- Weltweit stehen an zahlreichen Standorten Werkärzte, Arbeitsplatzgestalter, Sozialberater und Fitnessexperten als Ansprechpartner für die Mitarbeiter zur Verfügung. Für ein weltweit agierendes Unternehmen wie Bosch hat der Gesundheitsschutz unterschiedlichste Facetten. Von Land zu Land kommen unterschiedliche Herausforderungen zum Tragen, sind andere Aufgaben zu lösen. Daher gibt es hier auch keine weltweit einheitlichen Ziele – dafür aber sehr umfangreiche Aktivitäten, insbesondere in Ländern wie Brasilien, China, Indien oder Rumänien, wo die gesundheitliche Versorgung der Menschen stark variiert.

Ausblick:

- Bis zum Jahr 2020 wollen wir die Unfallrate in der Bosch-Gruppe auf 1,7 Unfälle pro 1 Mio. Arbeitsstunden reduzieren.
- Bis Ende 2020 sollen alle Fertigungs- und Entwicklungsstandorte mit mehr als 250 Mitarbeitern Arbeitsschutzmanagementsysteme eingeführt und extern zertifiziert haben.

Weitere Informationen finden Sie im [Bosch-Nachhaltigkeitsbericht 2018 | Factbook](#) in dem Kapitel „Mitarbeiter“.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Wir wollen unsere Stakeholder verstehen und ihre Bedürfnisse zum Maßstab unserer Aktivitäten machen. Deshalb pflegen wir den beständigen Dialog mit ihnen. Denn nur durch einen kooperativen und intensiven Austausch können wir unser Engagement so ausrichten, dass es sowohl eine maximale Wirkung entfaltet als auch den Erwartungen der verschiedenen Interessengruppen entspricht. Als weltweit tätiges Unternehmen mit einem sehr umfangreichen Produktportfolio stehen wir dabei vor der Herausforderung, einem sehr breiten Spektrum an externen Stakeholdern mit oft sehr unterschiedlichen Anforderungen zu begegnen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Kunden

- Wir pflegen einen regelmäßigen und intensiven Austausch mit Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen. In der Automobilindustrie liegt hierbei ein Schwerpunkt auf der Mobilitätswende. Außerdem arbeitet Bosch in nahezu allen Industriebereichen – oft auch in Kooperationen mit anderen Unternehmen – an Themen wie Energieeffizienz oder der Vernetzung der drei Säulen Mobilität, Gebäude und Industrie. Für Bosch haben Qualität und das Vertrauen der Kunden höchste Priorität. Das Feedback unserer Kunden dient uns als verlässlicher Gradmesser. Dieses erhalten wir über Service-Hotlines per Telefon oder E-Mail bis hin zum direkten Gespräch mit den Kunden, beispielsweise auf Messen.

Lieferanten

- Uns ist bewusst, dass unsere Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft über die Unternehmensgrenzen hinaus und in die Lieferkette hineinreicht. Daher beziehen wir auch unsere Lieferanten in unser Engagement für mehr Nachhaltigkeit ein und führen unter anderem auch regelmäßige Umwelt und Sozialaudits mit ihnen durch. Der Austausch umfasst dabei umfangreiche Analysen sowie Schulungen zu Themen wie Ressourceneffizienz und Sicherheit am Arbeitsplatz.

Hochschulen und Forschungsinstitute

- Den Dialog mit Forschungseinrichtungen pflegen wir einerseits über die Förderung von Forschungsprojekten in den für Bosch relevanten Bereichen wie Energieeffizienz, erneuerbaren Energien oder Elektrifizierung. Andererseits bieten wir Studierenden und Absolventen die Möglichkeit, Bachelor und Masterarbeiten sowie Dissertationen zu praxisrelevanten Themen der Nachhaltigkeit zu verfassen.

Politik

- Als Technologie und Dienstleistungsunternehmen mit einer Vielzahl unterschiedlicher Produkte sind wir von regulatorischen Rahmenbedingungen abhängig und wollen gleichzeitig technologisch aufzeigen, was möglich ist. Deswegen suchen wir den Austausch auf politischer Ebene über Gespräche und die aktive Mitarbeit in Verbänden und Gremien. Bosch wird hierbei als zuverlässiger

WEITERE AKTIVITÄTEN

Partner in der Politik wahrgenommen und dezidiert angefragt, das eigene Wissen weiterzugeben. Statt einer ideologisch geprägten Lobbyarbeit steht die Frage der technologischen Machbarkeit unter Berücksichtigung der Wechselwirkung aus Kosten und Auswirkungen im Mittelpunkt unseres Dialogs mit der Politik.

Mitarbeiter

- Das Erbe unseres Firmengründers Robert Bosch findet auch in der Unternehmenskultur seine Entsprechung: Der kontinuierliche Dialog mit den Mitarbeitern umfasst beispielsweise regelmäßige Feedbackgespräche mit der jeweiligen Führungskraft. Darüber hinaus führt Bosch alle zwei Jahre eine unternehmensweite Mitarbeiterbefragung durch. Hier werden unter anderem die Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter, die Identifikation mit den Werten des Unternehmens und die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben erhoben.

Gesellschaft

- Auch die Menschen, die im Umfeld der weltweiten Bosch Standorte leben, sind wichtige Stakeholder für unser Unternehmen, ebenso wie Nichtregierungsorganisationen im Umwelt und Sozialbereich, Banken, Versicherungen, Medien, Kirchen sowie Vertreter öffentlicher Verwaltungen. Auch mit ihnen finden bei Bedarf Gespräche statt. Im Rahmen unserer Arbeit in Verbänden, Gremien und über die Teilnahme an Konferenzen überprüfen wir unsere umfangreichen Aktivitäten kontinuierlich.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

Viele Geschäftsfelder der Bosch-Gruppe werden sich grundlegend verändern. Darauf stellen wir uns ein. Für das gesamte Unternehmen ist die zunehmende Vernetzung – und damit verbunden auch die Automatisierung – durch das Internet der Dinge eine große Chance. Diese Vernetzung betrifft alle Tätigkeitsfelder – von der Mobilität über die Industrietechnik, Gebrauchsgüter wie Hausgeräte und Elektrowerkzeuge bis hin zur Gebäude- und Energietechnik. Eine weitere Umwälzung ist die zunehmende Elektrifizierung vor allem in der Kraftfahrzeugtechnik, aber auch in der Industrietechnik und in der Energie- und Gebäudetechnik.

Ausgangspunkt für unsere Strategie ist der testamentarische Auftrag, die Zukunft des Unternehmens im Sinne des Unternehmensgründers Robert Bosch zu sichern, also das Unternehmen kraftvoll weiterzuentwickeln und die finanzielle Unabhängigkeit zu wahren. Wir haben dabei den Anspruch, mit „Technik fürs Leben“ Produkte zu entwickeln, die Menschen begeistern, ihre Lebensqualität verbessern und zur Schonung natürlicher Ressourcen beitragen. Produkte sind nicht nur physische Erzeugnisse und Dienstleistungen, sondern zunehmend damit verbundene softwarebasierte Lösungen. Dabei treiben wir Innovationen bei Produkten wie auch Geschäftsmodellen voran, gehen in ganz neue Geschäftsfelder und entwickeln uns organisatorisch weiter. Bereits in unserem Leitbild „We are Bosch“ haben wir die Gestaltung des Wandels als einen strategischen Schwerpunkt mit den Aspekten Vernetzung, Elektrifizierung, Automatisierung, Energieeffizienz und aufstrebende Märkte verankert.

Wir wollen unsere Chancen nutzen und eines der weltweit führenden Unternehmen im Internet der Dinge und für Mobilitätslösungen werden. Als Vorteil sehen wir unsere Aufstellung in unterschiedlichen Märkten und Branchen, durch die wir über ein sehr breites Wissen verfügen. Unsere Kompetenzen verbinden wir konsequent mit Fähigkeiten und Know-how zu Software, Programmierung oder Sensorik. Schon heute umfasst unser Produktportfolio innovative Lösungen für Smart Home, Smart City, Connected Mobility und Industrie 4.0.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Im Geschäftsjahr 2018 erwirtschaftete die Bosch-Gruppe einen Umsatz von 78,5 Mrd. Euro (Vorjahr 78,1 Mrd. Euro, +0,5 %, wechsellkursbereinigt um 3,2 %). Bereinigt um Konsolidierungseffekte, insbesondere aus der Trennung vom früheren Geschäftsbereich Starter Motors and Generators, stieg der Umsatz der Bosch-Gruppe um 2,2 %, wechsellkursbereinigt betrug der Anstieg 5,0 %. Das operative EBIT lag mit 5,5 Mrd. Euro ebenfalls über dem Vorjahresniveau (5,3 Mrd. Euro), und auch die EBIT-Rendite übertraf mit 7,0 % vom Umsatz das hohe Vorjahresniveau (6,8 %).

Ausblick:

Weitere Details zur wirtschaftlichen Lage von Bosch finden sich im [Bosch-Geschäftsbericht 2018](#) ab Seite 44.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Die Bosch-Forschung versteht sich im Unternehmen traditionell als Vorreiter für Innovation. Und weil Themen wie Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit global relevant sind, agieren unsere Experten in einem weltweiten Netzwerk, in dem wissenschaftliche Exzellenz großgeschrieben wird. Dies bezieht auch den Dialog mit führenden externen Partnern ein. Gleichzeitig unterstützen Hochschulkooperationen und langfristig angelegte Förderprogramme die Forschung in den für Bosch relevanten Bereichen Umwelt, Energie und Mobilität.

Ergebnisse und Entwicklungen:

In diesen Netzwerken und Kooperationen entstehen interdisziplinäre Teams aus verschiedenen Kulturen, mit unterschiedlichen Arbeitsmodellen sowie vielfältigen Perspektiven aus Wissenschaft und Wirtschaft. Beispielhaft für unser breites Engagement steht hier die Mitgliedschaft im Kuratorium des Fraunhofer-Instituts für Produktionstechnik und Automatisierung (IPA). Allein im Jahr 2018 haben wir rund 6 000 Patente für die Bosch-Gruppe angemeldet. Im Durchschnitt macht Bosch alle 22 Minuten eine Erfindung. Und auch wenn die Zahl der angemeldeten Patente in Zeiten der Digitalisierung allgemein zurückgeht, belegen diese Zahlen doch einmal mehr, wie ernst wir es mit dem Anspruch auf Innovationsführerschaft meinen.

Ausblick:

Unsere umfangreichen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten erfordern eine klare Struktur sowie eine konsequente Steuerung aller Schritte, von der Idee bis zum Produkt. Zehn Innovationsfelder, abgeleitet aus globalen Megatrends und Technologietreibern, geben daher die Schwerpunkte vor:

- Energieumwandlung und Infrastruktur
- Vernetzte und intelligente Systeme
- Quantentechnologien
- Luft, Wasser und Lebensmittel
- Selbstbewusste, selbstentwickelnde Systeme
- Nutzerzentrierte Interaktionstechnologien
- E-Mobilität
- Disruptive Materialien und Nachhaltigkeit
- Healthcare Lösungen der Zukunft
- Vollständig autonome Systeme

Weitere Informationen finden Sie unter <https://www.bosch.com/de/forschung/> und im [Bosch-Nachhaltigkeitsbericht 2018 | Factbook](#) in dem Kapitel „2.1 Forschung und Entwicklung“.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Seit 1964 hält die Robert Bosch Stiftung GmbH die Mehrheit der Kapitalanteile an der Robert Bosch GmbH, aktuell rund 92 %. Die gemeinnützige Robert Bosch Stiftung hat allerdings keinen Einfluss auf die strategische und geschäftliche Ausrichtung der Bosch-Gruppe. Die entsprechenden Stimmrechte liegen bei der Robert Bosch Industrietreuhand KG, die die unternehmerische Gesellschafterfunktion ausübt und einen Anteil von 0,01 % am Unternehmen hält. Die restlichen Anteile und Stimmrechte halten im Wesentlichen die Nachkommen des Firmengründers. Diese gesellschaftsrechtliche Struktur sichert die unternehmerische Unabhängigkeit der Bosch-Gruppe. Sie ermöglicht es dem Unternehmen, langfristig zu planen und in bedeutende Vorleistungen für die Zukunft zu investieren.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

Compliance, also die Einhaltung von Gesetzen, Richtlinien und Selbstverpflichtungen, ist bei Bosch ein fester Bestandteil des unternehmerischen Wertekanons. Um die Bedeutung dieses Grundsatzes zu unterstreichen, hat Bosch in seinem weltweit gültigen Code of Business Conduct seine Haltung zu gesetzlichen Anforderungen und ethischen Fragen klar und unmissverständlich formuliert. Gemeinsam mit den Bosch-Werten bietet er ein Fundament, das wir als essentiell für den Geschäftserfolg von Bosch erachten. Und weil uns verantwortungsvolles und rechtmäßiges Verhalten über unsere Unternehmensgrenzen hinaus wichtig ist, haben wir unsere Erwartungshaltung an unsere Geschäftspartner in einem entsprechenden Verhaltenskodex formuliert.

- Mit einem konzernweiten Compliance Management System (CMS) stellt Bosch den organisatorischen Rahmen zur Absicherung des Compliance-Gebots.
- Mit umfangreichen Schulungen und Kommunikationsmaßnahmen wollen wir unsere Mitarbeiter für die Inhalte unseres Code of Business Conduct sowie weitere relevante Regelungen sensibilisieren. Das Compliance-Schulungsprogramm ist allen Mitarbeitern in Form von webbasierten Trainings und Präsenzs Schulungen zugänglich, für spezifische Mitarbeitergruppen ist die Teilnahme verpflichtend.
- Sollte trotz aller Bemühungen ein Verdacht auf einen möglichen Verstoß gegen die Compliance-Vorgaben entstehen, können alle Mitarbeiter, aber auch Geschäftspartner und sonstige Dritte, eine Meldung an Bosch abgeben. Hierzu steht ein globales Hinweisgebersystem in 14 Sprachen im Internet und Intranet zur Verfügung.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Jahr 2018 wurden über das Hinweisgebersystem insgesamt 588 Meldungen (Vorjahr 452) erfasst. Soweit über das System auch nicht Compliance-relevante Vorgänge eingehen, werden diese zur weiteren Bearbeitung an die jeweils zuständigen Fachabteilungen weitergeleitet. So werden etwa mögliche Diskriminierungsfälle vom Personalbereich bearbeitet.

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Stand Ende 2018 wurden über 700.000 Schulungsabschlüsse zu den aktuell laufenden Compliance Pflichtschulungen gezählt. Diese befassen sich mit dem Code of Business Conduct und den Themen Produktsicherheit und Produkthaftung, Kartellrecht, Antikorruption, Exportkontrolle sowie mit Vorgaben für die Produktentwicklung. So wurden beispielsweise bis Ende 2018 im Rahmen des größten Schulungsprogramms in unserer mehr als 130-jährigen Unternehmensgeschichte innerhalb eines Zeitraums von 18 Monaten rund 100.000 Mitarbeiter zum Produktentwicklungskodex geschult. Die Präsenzveranstaltungen richteten sich an Mitarbeiter aus der Entwicklung sowie Bereichen wie dem Qualitätsmanagement, aber auch aus dem technischen Vertrieb oder dem Marketing. 400 interne Trainer wurden hierzu ausgebildet, um auch künftig als Ansprechpartner und Multiplikator im Unternehmen zur Verfügung zu stehen. Die zweistündigen Präsenztrainings fanden in rund 60 Ländern statt.

Ausblick:

- Die Präsenzveranstaltungen der Compliance Pflichtschulungen werden 2019 durch zusätzliche webbasierte Trainings ergänzt. Diese sollen künftig den Inhalt der Präsenzschulung regelmäßig auffrischen.

Weitere Informationen finden Sie im [Bosch-Nachhaltigkeitsbericht 2018 | Factbook](#) in dem Kapitel „1.2 Corporate Governance und Compliance“.

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

Die Verantwortung gegenüber der Gesellschaft hat bei Bosch eine lange Tradition. Wir sehen uns als Teil der Gesellschaft, in der wir als Unternehmen aktiv sind. Und wir bringen uns ein: Mit unseren Fähigkeiten, unserem Know-how und unseren finanziellen Mitteln wollen wir die Lebensbedingungen der Menschen kontinuierlich verbessern. Denn nur in einem sozial intakten Umfeld können wir als Unternehmen auf Dauer erfolgreich sein. Deshalb sind unsere Aktivitäten stets auf Gemeinwohl und Chancengleichheit ausgerichtet. Einen Schwerpunkt legen wir dabei bewusst auf die Förderung von Bildung, um so den gesellschaftlichen Fortschritt auch für zukünftige Generationen zu unterstützen.

Das gesellschaftliche Engagement von Bosch durch Spenden erfolgt über die jeweiligen Gesellschaften, in einigen Ländern auch über eigens dafür geschaffene Institutionen. Diese arbeiten bei der Umsetzung von Projekten vor Ort mit einer Vielzahl von Partnern zusammen. In fünf Ländern haben die Regionalgesellschaften von Bosch eigene Institutionen für die Vergabe von Spenden etabliert, die als nationale gemeinnützige Einrichtungen organisiert sind.

Ergebnisse und Entwicklungen:

Um gemeinsam einen nachhaltigen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten, haben die Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH und die Arbeitnehmervertreter der Bosch-Gruppe in Deutschland 2017 die Initiative „Cents for help“ ins Leben gerufen. Der Name ist Programm: Die Mitarbeiter können freiwillig auf die Centbeträge ihrer monatlichen Nettoüberweisungsbeträge verzichten. Die so über das Jahr hinweg entstehende Summe wird am Ende durch Bosch aufgerundet – und aus den Cents wird konkrete Hilfe. 2018 beteiligten sich rund 70 % der Bosch-Mitarbeiter in Deutschland an der Aktion. So kamen rund 500 000 Euro zusammen, die Bosch auf 1 Mio. aufgerundet hat. Mitarbeiter der Bosch-Gruppe in Deutschland können Mittel für ein gemeinnütziges Projekt beantragen, das sie für förderungswürdig halten. Über die Verwendung der Spenden entscheidet ein paritätisch besetztes Gremium aus Vertretern des Konzernbetriebsrats und des Konzernsprecherausschusses sowie auf Arbeitgeberseite aus Mitarbeitern aus den Abteilungen Personal-grundsatzfragen und Spenden. Mitarbeiter und Unternehmen füllen somit miteinander die Grundsätze sozialer Verantwortung der Bosch-Gruppe mit Leben – mit einem Beitrag, der von Herzen kommt.

Weitere Informationen finden Sie im [Bosch-Nachhaltigkeitsbericht 2018 | Factbook](#) in dem Kapitel „6.1 Spenden – globales Engagement“.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

Bosch schätzt die Vielfalt an Denkweisen, Erfahrungen und Lebensentwürfen seiner Beschäftigten. Wir sind überzeugt, dass gemischte Teams oftmals bessere Ergebnisse erarbeiten und die Wertschätzung der Individualität die Arbeitsatmosphäre fördert. Daher ist Diversity fester Bestandteil der Unternehmensstrategie und fest in unserem Leitbild „We are Bosch“ verankert.

Vielfalt (Diversity) hat viele Gesichter. Um den unterschiedlichen Dimensionen des Themas gerecht zu werden, verfolgen wir verschiedenste Maßnahmen in den folgenden Dimensionen:

- Gender/Geschlecht
- Generationen
- Internationalität
- Kultur
- Menschen mit Behinderung
- LGBT

Dabei geht Bosch auch ungewöhnliche Wege und beschäftigt sich beispielsweise in seinem Diversity Management verstärkt mit unbewussten Denkmustern, den sogenannten Unconscious Bias, die für die Entstehung von Schubladendenken mitverantwortlich sind.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Seit 2015 hat Bosch bereits rund 180 Workshops zu Unconscious Bias mit gut 4 000 Multiplikatoren an 37 deutschen Standorten durchgeführt. Hinzu kommen zahlreiche Workshops weltweit in über 20 Ländern.
- Bosch will insbesondere den Anteil von Frauen in der Gesamtbelegschaft weiter steigern, aktuell liegt er bei 27,0 %. Dabei soll sich vor allem auch der Anteil von Frauen in Führungspositionen weiter erhöhen, der aktuell bei 16,6 % liegt.

Weitere Informationen finden Sie im [Bosch-Nachhaltigkeitsbericht 2018 | Factbook](#) in dem Kapitel „5.1 Attraktiver Arbeitgeber“.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Lesen Sie mehr zu unseren Nachhaltigkeitsaktivitäten in unseren Publikationen

- [Bosch-Nachhaltigkeitsbericht 2018 | Factbook](#)
- [Bosch-Nachhaltigkeitsbericht 2018 | Spotlights](#)

und besuchen Sie uns unter [bosch.com/nachhaltigkeit](https://www.bosch.com/nachhaltigkeit).

6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Der Bedarf an Rohstoffen, deren Verfügbarkeit und Bereitstellungskosten – aber auch ihre Recyclingfähigkeit – stellen Industrie und Politik vor immer neue Herausforderungen. Um für diese Herausforderungen neue Lösungsansätze und Wege zu finden, hat das Land Baden-Württemberg gemeinsam mit Wirtschaft und Wissenschaft den Think Tank „Industrielle Ressourcenstrategien“ gegründet. Es geht darum, Wirtschaftswachstum vom Ressourcenverbrauch zu entkoppeln und damit die nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen im ressourcenarmen Baden-Württemberg zu steigern.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Bosch unterstützt den Think Tank finanziell und personell.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Der deutschlandweit einzigartige Think Tank berät Politik und Wirtschaft auf wissenschaftlicher Basis in Rohstoff- und Ressourceneffizienzfragen. Denn für Baden-Württemberg als rohstoffarmes Land ist der sparsame und effiziente Umgang mit Rohstoffen, die Aspekte der Kreislaufwirtschaft, aber auch die Rückgewinnung von Ressourcen aus Abfällen ein wichtiges Thema.

AUSBLICK

Der Think Tank soll zum Beispiel Konzepte entwickeln, welcher Strukturwandel und welche neuen Geschäftsmodelle mit dem zunehmenden Einsatz ressourceneffizienter Technologien und mit einer konsequenten Kreislaufwirtschaft verbunden sind. Auch die Rohstofftransparenz in der Wertschöpfungskette und die Chancen der Digitalisierung für effizientere Produktionsverfahren werden Arbeitsgebiete des Think Tanks sein.

Weitere Informationen zum Think Tank „Industrielle Ressourcenstrategien“ finden Sie unter https://www.iip.kit.edu/1064_4070.php.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartnerin

Annette Wagner

Leitung Nachhaltigkeit und Ideenschmiede

Robert Bosch GmbH

Annette.Wagner@de.bosch.com

Impressum

Herausgegeben am 04.12.2019 von

Robert Bosch GmbH

Postfach 10 60 5

7049 Stuttgart

Deutschland

Telefon: 49 711 811 -0

E-Mail: kontakt@bosch.de

Internet: www.bosch.com



BOSCH

Technik fürs Leben