

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit heisst für Energiedienst, den langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern, um auch zukünftig ein verlässlicher Partner für Kunden, Aktionäre, Mitarbeitende, Geschäftspartner und weitere Stakeholder zu sein.

Anspruch

Basierend auf den Werten Verlässlich, Verbindlich, Offen und Fair bietet Energiedienst nachhaltige Stromprodukte und umfassende Energiesystemlösungen an. Dabei hat die Gruppe den Anspruch, ökologisch und sozial verträglich zu wirtschaften sowie für ihre Kunden, Mitarbeitenden und die Region langfristig Wert zu schaffen.

Der Anspruch der Energiedienst-Gruppe

Für die Energiedienst-Gruppe heisst Nachhaltigkeit, mit einem ökologisch und sozial verträglichen Geschäftsmodell langfristig wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Mit dem Blick für die Bedürfnisse ihrer Kunden entwickelt sie Ideen für Geschäfte, Wachstum und innovative Lösungen. Die Unternehmensgruppe hat den Mut, Neues auszuprobieren, und behält dabei Augenmass. Mit ihren Lösungen schafft sie Mehrwerte für ihre Kunden und ermöglicht ihnen, ihren Alltag mit Energie selbst zu gestalten: ökologisch, komfortabel und intelligent vernetzt. Dabei ist es Energiedienst ein besonderes Anliegen, die vertrauensvollen Beziehungen zu den Kunden, aber auch zu den Mitarbeitenden, den Geschäftspartnern und der Öffentlichkeit fortlaufend zu stärken.

In puncto Ökologie setzt die Energiedienst-Gruppe an drei Hebeln an: erstens bei ihren Produkten und Dienstleistungen. Die eigenen Kraftwerke erzeugen ausschliesslich Strom aus erneuerbaren Energien und die Energielösungen unterstützen die Kunden dabei, ihre Energieversorgung klimafreundlicher zu gestalten – sei es durch Photovoltaik, Wärme oder Elektromobilität. Hier ist Energiedienst beispielsweise Vorreiter und bietet dazu auch CarSharing-Lösungen in Südbaden an. Zweitens fördert die Energiedienst-Gruppe den kontinuierlichen Ausbau der erneuerbaren Energien. In vielen Projekten baut sie vor allem neue Kleinwasserkraftwerke und modernisiert bestehende Anlagen in Retrofit-Programmen. Drittens arbeitet die Unternehmensgruppe an der steten Verbesserung ihres ökologischen Fussabdrucks. Dafür hat sie zum Beispiel ein Umweltmanagementsystem mit Zielen und Massnahmen implementiert und engagiert sich mit ökologischen Projekten im Natur- und Landschaftsschutz, wie beispielsweise durch biodiversitätsfördernde Massnahmen an den Kraftwerken.

Sozial engagiert sich Energiedienst da, wo am meisten bewegt werden kann: für die Mitarbeitenden und mit gezielten Projekten sowie Fördermassnahmen in den Regionen, in denen die Unternehmensgruppe aktiv ist.

Spannende Ausbildungsmöglichkeiten und vielfältige Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sollen die Bekanntheit als attraktiver Arbeitgeber auch zukünftig aufrechterhalten. Zusätzlich ist Energiedienst auditiert als familienfreundliches Unternehmen mit dem Label „berufundfamilie“. Als verantwortungsvoller Arbeitgeber möchte das Unternehmen damit insbesondere die Vereinbarkeit von Beruf und Familie in jedem Lebensabschnitt sicherstellen. In der Region unterstützt Energiedienst zahlreiche Projekte an Schulen, in lokalen Organisationen und Kommunen.

Ökonomische Verantwortung heisst, die Energiedienst-Gruppe sicher in die Zukunft zu führen und unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Interessen rentabel zu wirtschaften. Entscheidend dafür ist die Förderung von Innovation und eine risikoangepasste Unternehmensführung. Letztere wird durch das gruppenweite Risikomanagement-System gewährleistet. Dieses umfasst das gesamte Unternehmen mit sämtlichen Primärfunktionen entlang der Wertschöpfungskette und alle Querschnittsfunktionen. Durch den Ausbau der Elektromobilität oder Dienstleistungen im Bereich von Photovoltaikanlagen ist der Einkauf globaler geworden. Damit sind automatisch auch die Anforderungen an ein nachhaltiges Lieferantenmanagement gestiegen. Energiedienst ist sich dieser Herausforderung bewusst. Neue Einflussfaktoren sind im Risikomanagement berücksichtigt und Anpassungen beim Lieferantenmanagement werden bei Bedarf durchgeführt.

Die Ambition

Auch zukünftig will die Energiedienst-Gruppe Nachhaltigkeit als Bestandteil ihrer Unternehmensphilosophie aktiv umsetzen und gemeinsam mit ihren Kunden die Energiewende erfolgreich gestalten. Dabei hält Energiedienst am eingeschlagenen Weg fest und entwickelt Massnahmen und Projekte weiter, die das Nachhaltigkeitsverständnis lebendig und greifbar machen.

Die Energiedienst-Gruppe hat in den Bereichen Wirtschaft, Umwelt und Soziales Fokusthemen erarbeitet und dabei sowohl Anforderungen aus ihrer Strategie als auch die Bedürfnisse ihrer Stakeholder berücksichtigt. In dem jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht informiert Energiedienst transparent über die Entwicklungen und Aktivitäten. Wegweiser für die tägliche Balance von ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Interessen sind neben der Unternehmensstrategie auch die Mission, der Verhaltenskodex und die Unternehmensleitlinien.

Transparenz für unsere Stakeholder

Die Energiedienst-Gruppe berichtet transparent über ihre Nachhaltigkeitsleistung und pflegt einen aktiven Austausch mit allen Stakeholdern. Für Kontinuität und Vergleichbarkeit orientiert sich das Unternehmen bereits seit Jahren an den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI).

Wesentlichkeitsmatrix von Energiedienst

Stakeholder-relevant	Fokusthemen
	<ol style="list-style-type: none"> 1 Vorausschauende Unternehmensführung 2 Regionalität 3 Zuverlässige Stromversorgung 4 Energiedienst als Marke 5 Innovative Produkte und Dienstleistungen 6 Reduktion unseres ökologischen Fussabdrucks 7 Erhaltung natürlicher Lebensräume 8 Arbeitgebermarke 9 Arbeitssicherheit und Gesundheit 10 Aus- und Weiterbildung 11 Compliance 12 Qualität für unsere Kunden 13 Kommunikation und Austausch mit Stakeholdern 14 Nachhaltige Lieferkette 15 Transparente Berichterstattung
	Strategierelevant

Bei Energiedienst stehen 15 Fokusthemen auf der Nachhaltigkeitsagenda. In diesen Bereichen möchte sich das Unternehmen kontinuierlich verbessern. In enger Abstimmung mit den strategischen Zielen der Gruppe und im Austausch mit ihren Stakeholdern.

Die Stakeholder

Um den Geschäftserfolg langfristig zu sichern, ist die unternehmensinterne Perspektive nicht ausreichend. Wie bei jedem Thema mit strategischer Bedeutung hat Energiedienst bei der Nachhaltigkeit bereits seit Jahren einen intensiven Prozess in Gang gesetzt, der sowohl unternehmerische Ziele als auch die Bedürfnisse und Anliegen von Stakeholdern als Erfolgsfaktor in Betracht zieht. Der Austausch mit Mitarbeitenden, Kunden, Investoren, Lieferanten, Anwohnern

und der breiten Öffentlichkeit steht im Mittelpunkt der Unternehmenskommunikation. Als Stakeholder gelten bei Energiedienst alle, die in einer Geschäftsbeziehung, einem Angestelltenverhältnis oder einer partnerschaftlichen Beziehung zum Unternehmen stehen. Des Weiteren werden auch die Bedürfnisse der Anspruchsgruppen ernst genommen, die durch das unternehmerische Handeln von Energiedienst betroffen sind.

Für den offenen Dialog bietet Energiedienst spezifische Online-Portale und Feedback-Möglichkeiten, wie Social Media, telefonische Kundenbetreuung oder Infoveranstaltungen. Vorgebrachte Anliegen werden durch etablierte Prozesse im Kundenservice und der Kommunikationsabteilung schnell an die verantwortlichen Stellen weitergeleitet.

Den richtigen Fokus setzen

Mit dem Wandel des Geschäftsmodells hin zum innovativen Energiedienstleister erschliesst das Unternehmen neue Geschäftsfelder mit neuen Dienstleistungen und Produkten. Das erhöht auch den Anspruch an die Nachhaltigkeitsagenda, die der neu zusammengesetzten Wertschöpfungskette gerecht werden muss.

2017 hat die Energiedienst-Gruppe die Auswahl ihrer wesentlichen Themen deshalb überarbeitet. Vertreter aus den Bereichen Einkauf und Logistik, Verkauf, Kundenservice, Asset Management, Personal, Arbeitssicherheit, Umwelt- und Krisenmanagement, Innovation, Digital Business und IT, Kommunikation und Vertreter der TRITEC AG erarbeiteten in einem vierstündigen Workshop Schwerpunktthemen mit Bezug zur Strategie und Stakeholderanliegen. Alle als wesentlich erarbeiteten Themen haben direkte oder indirekte Auswirkungen auf Energiedienst und sind für die Unternehmensgruppe oder in der vor- oder nachgelagerten Lieferkette relevant.

Entsprechende Prozesse und klare Verantwortlichkeiten tragen dem hohen Stellenwert dieser Fokusthemen Rechnung. Die Auflistung und nähere Informationen zu den Fokusthemen befinden sich in der Grafik und in der Übersicht auf Seite 29 dieses Berichts.

Die Berichterstattung zum Thema Nachhaltigkeit bezieht sich wie schon in den Vorjahren auf die Energiedienst Holding AG mit erweitertem Konsolidierungskreis (siehe dazu auch Geschäftsbericht 2017, Seite 61) und setzt sich aus dem Kapitel Nachhaltigkeit im Lagebericht und dem umfassenden Kennzahlenbericht zur Nachhaltigkeit zusammen. Der Kennzahlenbericht zur Nachhaltigkeit 2017 setzt die Option „Kern“ (Core) der GRI-Standards um und ist ab Ende Februar 2018 auf der Internetseite unter www.energiesdienst.de/nachhaltigkeit und www.gb.energiesdienst.de abrufbar (GRI 102-40, 42, 43, 45, 46, 47).

Fokusthemen

1 Vorausschauende Unternehmensführung

Für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg ist eine vorausschauende Unternehmensführung unabdingbar. Dabei kommt es auf die richtige Einschätzung verschiedener Zukunftsszenarien an. Strategiebezug: Nur mit der Erschliessung neuer Geschäftsfelder wird der Erfolg des Unternehmens erhalten bleiben.

2 Regionalität

Die Energiedienst-Gruppe ist in der Region Südbaden verwurzelt. Ebenso ist die EnAlpin als Teil der Energiedienst-Gruppe im Wallis zuhause – für ihre Kunden und als Arbeitgeberin. Strategiebezug: Der regionale Bezug ist einer der zentralen Unternehmenswerte, der auch in der Strategie genannt wird. Die klare geografische Eingrenzung ist wichtiges Kriterium für eine maximale Kundenzufriedenheit.

3 Zuverlässige Stromversorgung

Die Erzeugung von Ökostrom, der Vertrieb von Strom und Gas sowie der Netzbetrieb zählen zum Bestandsgeschäft der Gruppe. Die zuverlässige Stromversorgung ist Voraussetzung für langfristige Kundenbeziehungen und an strenge gesetzliche Vorgaben gebunden. Strategiebezug: Auch zukünftig hält die Gruppe am Bestandsgeschäft fest.

4 Energiedienst als Marke

Mit der Marke Energiedienst hat sich Energiedienst einen hohen Bekanntheitsgrad erarbeitet. Dabei wird das Unternehmen als nachhaltig, regional und kundenorientiert wahrgenommen. Strategiebezug: Als Teil der Strategie 25+25 sollen die gewohnten Markenwerte auf die erweiterten Geschäftsfelder ausgebaut werden.

5 Innovative Produkte und Dienstleistungen

Innovation und die Entwicklung neuer Geschäftsfelder sind die Antwort von Energiedienst auf den veränderten Energiemarkt. Strategiebezug: Nur mit innovativen Produkten wird es gelingen, die Vision der Strategie zu erfüllen und den Kunden ihre eigene Energiewende zu verwirklichen. Dazu ist es nötig, Erzeugung, Speicherung und Verteilung von Energie intelligent zu vernetzen.

6 Reduktion unseres ökologischen Fussabdrucks

Mit der Ermittlung der CO₂-Emissionen übernimmt Energiedienst Verantwortung für die eigene ökologische Performance innerhalb des Unternehmens. Strategiebezug: Als Produzent und Anbieter von Ökostrom ist die nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens eine Vorgabe der Geschäftsleitung und in der Umweltrichtlinie verankert.

7 Erhaltung natürlicher Lebensräume

Beim Kraftwerksbetrieb in und an Flüssen und beim Betrieb von Netzanlagen ist sich Energiedienst der Auswirkungen auf die Natur bewusst. Strategiebezug: Analog zur Reduktion des ökologischen Fussabdrucks übernimmt Energiedienst Verantwortung und engagiert sich deshalb sehr für Umweltbelange.

8 Arbeitgebermarke

Die Energiedienst-Gruppe hat sich erfolgreich als attraktive Arbeitgeberin positioniert und ist als familienfreundlicher Betrieb mit hoher

Mitarbeiterorientierung, überdurchschnittlichen Sozialleistungen und interessanten Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten bekannt. Strategiebezug: Der Schutz der Arbeitgebermarke ist notwendiger Kernbestandteil der langfristigen Unternehmensführung.

9 Arbeitssicherheit und Gesundheit

Die Einhaltung bestmöglicher Sicherheitsstandards, persönliche Schutzausrüstungen und regelmässige Unterweisungen sind zentrale Elemente für die betriebliche Arbeitssicherheit. Strategiebezug: Mitarbeitende müssen sich darauf verlassen können, dass alle Arbeitssicherheitsstandards eingehalten werden, damit sie sich mit vollem Einsatz ihrer nicht immer ungefährlichen Aufgabe widmen können.

10 Aus- und Weiterbildung

Aus- und Weiterbildung sind ein entscheidendes Kriterium für die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Ein breites Angebot steht deshalb allen Mitarbeitenden zur Verfügung. Strategiebezug: Wer agil bleiben will, muss sich ständig weiterentwickeln und dazulernen. Die Energiedienst-Gruppe wird zu einer lernenden Organisation.

11 Compliance

Eine integre Geschäftspraxis ist für Energiedienst selbstverständlich und wichtigstes Reputationsmerkmal. Strategiebezug: Als vertrauenswürdiger Partner anerkannt zu werden, ist die Voraussetzung, um Erfolg in neuen Märkten und in neuen Geschäftsfeldern zu haben.

12 Qualität für unsere Kunden

Die Kundenbedürfnisse sind anders als noch vor zehn Jahren. Das erfordert auf den Kunden zugeschnittene Energiesystemlösungen und ein hohes Mass an Serviceorientierung. Nur wenn die angebotene Qualität stimmt, sind die Kunden zufrieden. Strategiebezug: In der gesamten Unternehmensstrategie stehen die Kunden im Mittelpunkt.

13 Kommunikation und Austausch mit Stakeholdern

Der Dialog mit den Stakeholdern ist Pulsmesser des gesellschaftlichen Konsenses für unternehmerische Entscheidungen und vergrössert den Handlungsspielraum. Strategiebezug: Die meisten unternehmerischen Entscheidungen werden heute hinterfragt. Hier gilt es, durch Kommunikation und Dialog die Hintergründe zu erklären.

14 Nachhaltige Lieferkette

Eine nachhaltige Lieferkette ist für Energiedienst ein wichtiges Kriterium zum Schutz der Reputation. Strategiebezug: Für die Akzeptanz der Kunden ist es unerlässlich, dass auch die Produkte zur Ausgestaltung einer ökologischen Energiewende nachhaltig hergestellt werden.

15 Transparente Berichterstattung

Energiedienst ist als Endkundenversorger zur Stromkennzeichnung gesetzlich verpflichtet. Darüber hinaus wird über alle Produkte und Dienstleistungen so informiert, dass sie für alle leicht verständlich sind. Strategiebezug: Im sensiblen Ökostrommarkt muss die Produkt-herkunft transparent hergeleitet werden können.

Nachhaltigkeitskennzahlen

23^{Stunden}

Ausbildung

So viele Stunden hat sich jeder Mitarbeitende der Energiedienst-Gruppe im Jahr 2017 durchschnittlich weitergebildet.

100^{Prozent}

Ökostrom

Das Ökostromprodukt NaturEnergie besteht komplett aus Strom, der in heimischen Wasserkraftwerken erzeugt wird.

56

Projekte

Einen neuen Höchststand erreichten die durch das Schulprogramm „Energie für Ideen“ geförderten Projekte 2017.

0

Verstöße

Die Daten der Kunden sind vertraulich. Es gab keinerlei Verstöße gegen die Datenschutzbestimmungen 2017.

2'867^{Mio. kWh}

Ökostrom

Die Wasserkraftwerke der Energiedienst-Gruppe erzeugten 2017 zwar weniger Ökostrom als im Schnitt, aber immer noch sehr viel.

85'600^{kWh}

Ökostrom

So viel hat die eigene Elektrofahrzeugflotte im Jahr 2017 genutzt. Ein Jahr zuvor waren es noch 54'000 kWh.

9

Berichte

Bereits zum neunten Mal hat Energiedienst einen Nachhaltigkeitsbericht nach den Regeln oder in Anlehnung an die GRI verfasst.

972^{Mio. kg}

Kohlendioxid

Die jährliche Ersparnis an Kohlendioxid durch NaturEnergie aus reiner Wasserkraft gegenüber dem regionalen Energiemix ist enorm.

4'153

Leser pro Monat

Der Energiedienst-Blog ist ein wichtiger Teil der Dialog- und Kommunikationsarbeit und erfreut sich wachsender Beliebtheit.

11.6^{Mio. Euro}

Umweltschutz

Die Investitionen für Umweltschutz sind vielfältig und umfassen Naturschutz-, Effizienz- und Energiesparmassnahmen.

21'600^{MWh}

Primärenergie

So viel hat Energiedienst 2017 für Wärme-Dienstleistungen eingesetzt – meist Erdgas und Holzhackschnitzel.