

Nachhaltigkeit

Für die Energiedienst-Gruppe heisst Nachhaltigkeit, mit einem ökologisch und sozial verträglichen Geschäftsmodell langfristig wirtschaftlich erfolgreich zu sein und Wegbereiter einer lebenswerten Gesellschaft zu sein.

Anspruch

Die Energiedienst-Gruppe steht für klimaneutrale, einfache und ganzheitliche Energielösungen sowie nachhaltige Stromprodukte für ihre Kunden. Die Gruppe ist bestrebt, ökologisch und sozial verträglich zu wirtschaften und für ihre Kunden, Mitarbeitenden, Aktionäre, Geschäftspartner und die Region langfristig Werte zu schaffen.

Der Anspruch der Energiedienst-Gruppe

Als innovativer Energiedienstleister orientiert sich die Energiedienst-Gruppe an zukunftsfähigen Lösungen und Kundenbedürfnissen. Das Geschäftsmodell und das Handeln richten sich nach dem Zusammenspiel zwischen Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt. Um langfristig erfolgreich zu sein, legt die Gruppe grossen Wert auf den partnerschaftlichen Umgang mit allen Stakeholdern.

Die Energiedienst-Gruppe steht für klimaneutrale, einfache und ganzheitliche Energielösungen. Sie ist bestrebt, ökologisch und sozial verträglich zu wirtschaften und für ihre Kunden, Mitarbeitenden, Aktionäre, Geschäftspartner und die Region langfristig Werte zu schaffen. Als Branchenvorreiter bei der Ökologie hat die Energiedienst-Gruppe die Klimaneutralität bereits erreicht. Das Fundament dafür hat sie in den vergangenen Jahrzehnten gelegt und setzt dabei auf drei Hebel: eigene Stromerzeugung aus Wasserkraft, Energieeffizienz und klimafreundliche Produkte für Kunden. Die eigene Produktion ist ausschliesslich klimaneutral. Seit über 100 Jahren erzeugt die Energiedienst-Gruppe Ökostrom mit eigenen Wasserkraftwerken am Hochrhein und in der Schweiz. Bei der Energieversorgung der eigenen Gebäude legt die Unternehmensgruppe Wert auf eine ausgezeichnete Energiebilanz. Neubauten und energetische Sanierungen der Bestandsgebäude verbessern die Energieeffizienz der Energiedienst-Gebäude stetig. Produkte und Dienstleistungen helfen den Kunden, selbst klimaneutral zu werden oder einen grossen Schritt in diese Richtung zu tun. Sie leisten einen Beitrag, damit die Energiewende auch bei Wärme und Mobilität ankommt.

Dafür hat sie zum Beispiel ein zertifiziertes Umwelt- und Energiemanagement mit Zielen und Massnahmen implementiert, optimiert die eigene Gebäude-Energieeffizienz, engagiert sich mit ökologischen Projekten im Natur- und Landschaftsschutz, wie beispielsweise durch biodiversitätsfördernde Massnahmen an den Kraftwerken, elektrifiziert den Fuhrpark weiter und setzt auf das Downsizing der Fahrzeuge.

Erfahrene, kompetente und engagierte Arbeitskräfte sind für den Erfolg der Energiedienst-Gruppe entscheidend. Um sich als attraktiver Arbeitgeber im Markt zu positionieren, bietet die Gruppe vielfältige Aus- und Weiterbildungsmassnahmen. Kurse und Programme

zur Gesundheitsförderung haben zum Ziel, das Wohlbefinden der Mitarbeitenden zu steigern. Zusätzlich ist Energiedienst als familienfreundliches Unternehmen mit dem Label „berufundfamilie“ auditiert. Als verantwortungsvoller Arbeitgeber möchte das Unternehmen damit durch familienfreundliche Angebote und flexible Arbeitsmodelle insbesondere die Vereinbarkeit von Beruf und Familie in jedem Lebensabschnitt sicherstellen. In der Region unterstützt die Energiedienst-Gruppe 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 das Entwickeln von integrierten Energielösungen zur Anpassung an sich wandelnde Bedürfnisse (siehe Lagebericht Seite 30). Das gruppenweite Risikomanagement-System gewährleistet eine risikoangepasste Unternehmensführung. 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. Die Energiedienst-Gruppe ist sich dieser Herausforderung bewusst. Neue Einflussfaktoren sind im Risikomanagement berücksichtigt und Anpassungen beim Lieferantenmanagement werden bei Bedarf durchgeführt.

Die Ambition

Ziel der Energiedienst-Gruppe ist es, Nachhaltigkeit langfristig als integrativen Bestandteil der Unternehmensführung zu denken und umzusetzen. Zu diesem Zweck wird die Berichterstattung mittelfristig auf eine integrierte Berichterstattung umgestellt. Das aktuelle Geschäftsmodell (siehe Lagebericht Seite 23) stellt einen integrierten Ansatz dar, der finanzielle und nicht-finanzielle Aspekte gemeinsam darstellt. Diesem Ansatz liegt die Idee zu Grunde, dass Wertschöpfung immer das Ergebnis des Zusammenspiels verschiedener Ressourcen ist. Dabei stehen die wertschöpfenden Prozesse klar mit dem strategischen Kerngeschäft in Verbindung. Dieser integrierte Ansatz schliesst nicht nur das benötigte Finanzkapital, sondern auch die Fähigkeiten der Mitarbeitenden, natürliche Ressourcen oder den partnerschaftlichen Umgang mit der Region und den Nachbarn der Standorte und Betriebsanlagen mit ein.

Die bereits erarbeiteten Fokusthemen bleiben bestehen. Über aktuelle Entwicklungen und Aktivitäten in allen Themenbereichen informiert die Energiedienst-Gruppe in ihrem jährlich erscheinenden Kennzahlenbericht zur Nachhaltigkeit. Wegweiser für die tägliche Balance von ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Interessen sind neben der Unternehmensstrategie auch das Leitbild, 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 elf 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 langfristigen Unternehmenserfolg der Energiedienst-Gruppe zu sichern, ist der Austausch mit Stakeholdern eine tragende Säule. Als Stakeholder gelten bei der Energiedienst-Gruppe 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 der Energiedienst-Gruppe betroffen sind.

Im Dialog können Anforderungen und Erwartungen abgeholt werden und das Unternehmen bekommt wichtige Inputs, um sich für die Zukunft fit zu machen. Insbesondere bei Nachhaltigkeitsthemen, bei denen es gilt, ökologische, ökonomische und soziale Interessen in Balance zu bringen, ist der Austausch mit Kunden, Aktionären, Mitarbeitenden, Partnern und der breiten Öffentlichkeit von besonderer Bedeutung und steht im Mittelpunkt der Unternehmenskommunikation. Bereits seit Jahren zieht die Energiedienst-Gruppe bei der Entwicklung ihrer Strategie die Anliegen ihrer Stakeholder als Erfolgsfaktor in Betracht. Mit „ED vernetzt“ hat Energiedienst zum Beispiel ein Beteiligungsprogramm für südbadische Kommunen geschaffen, bei dem sich die lokale Gemeinschaft an der zukünftigen Gestaltung des Netzgeschäfts beteiligen kann.

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

Die insgesamt 15 Fokusthemen, die zusammen die Nachhaltigkeitsagenda der Energiedienst-Gruppe bilden, wurden 2017 in einem umfassenden Prozess entwickelt. Eine bereichsübergreifende und unternehmensgruppenweite Arbeitsgruppe erarbeitete in einem vierstündigen Workshop Schwerpunktthemen mit Bezug zu 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. 2019 wurden die Fokusthemen als Grundlage für die Entwicklung des Wertschöpfungsmodells genutzt (siehe Lagebericht Seite 23).

Die Berichterstattung zum Thema Nachhaltigkeit bezieht sich seit dem Geschäftsjahr 2019 auf die Energiedienst-Gruppe mit erweitertem Konsolidierungskreis (siehe Lagebericht Seite 21) und setzt sich aus dem Kapitel Nachhaltigkeit im Lagebericht und dem umfassenden Kennzahlenbericht zur Nachhaltigkeit zusammen. Der Kennzahlenbericht zur Nachhaltigkeit 2019 setzt die Option „Kern“ (Core) der GRI-Standards um und ist ab März 2020 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 ein wichtiges Kriterium für eine maximale Kundenzufriedenheit.

3 Zuverlässige Stromversorgung

Die Erzeugung von Ökostrom, der Vertrieb von Strom und Gas sowie der Netzbetrieb zählen zu den Hauptaktivitäten der Gruppe. Die zuverlässige Stromversorgung ist Voraussetzung für langfristige Kundenbeziehungen und an strenge gesetzliche Vorgaben gebunden. Strategiebezug: Die Gruppe stärkt weiter diese Aktivitäten und erweitert ihre umfassenden Energiedienstleistungen.

4 Energiedienst als Marke

Mit ihrer Markenwelt positioniert sich die Energiedienst-Gruppe als nachhaltig und regional. Diese Markenwelt wird derzeit geschärft, um Kunden und Stakeholdern die Orientierung noch einfacher zu machen. Strategiebezug: Mit einer Schärfung der Marke erreicht die Unternehmensgruppe auch eine höhere Sichtbarkeit ihrer Klimaneutralität.

5 Innovative Produkte und Dienstleistungen

Innovation und die Entwicklung neuer Geschäftsaktivitäten sind die Antwort von Energiedienst auf den veränderten Energiemarkt. Strategiebezug: Nur mit innovativen Produkten wird es gelingen, die Vision der Strategie zu erfüllen, Gestalter einer lebenswerten Gesellschaft zu sein. Dazu sollen Erzeugung, Speicherung und Verteilung von Energie intelligent vernetzt werden.

6 Reduktion unseres ökologischen Fussabdrucks

Mit der Klimaneutralität und der damit verbundenen Reduzierung der CO₂-Emissionen wird die Energiedienst-Gruppe ihrer Verantwortung für die Gesellschaft gerecht. Strategiebezug: Die Klimaneutralität ist das Dach der Stossrichtungen der angepassten Unternehmensstrategie.

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 integrale 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 Energielösungen 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

1'100'000 Kilometer

Elektromobilität

So viele Kilometer hat die my-e-car-Flotte 2019 elektrisch zurückgelegt.

100 Prozent

Ökostrom

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

35

Fischarten

Eine Fischzählung ergab die grösste Artenvielfalt am Hochrhein: Nahezu alle heimischen Fischarten sind vertreten.

54

Auszubildende

Die Energiedienst-Gruppe bildet 54 Auszubildende in 13 verschiedenen Berufen aus.

3'200 Mio. kWh

Strom aus Sonnenenergie

Die Energiedienst-Gruppe erzeugte 2019 allein aus Sonnenenergie so viel Strom.

160

Ladestationen

für E-Autos stellt die Energiedienst-Gruppe in Südbaden und im Wallis zur Verfügung.

0 kg

CO₂

Seit Anfang 2020 ist die Energiedienst-Gruppe auch bei den Scope-2-Emissionen klimaneutral.

24

Kommunen

Die Beliebtheit des Beteiligungsprogramms „ED vernetzt“ steigt ständig. 24 Kommunen sind nun dabei.

30

Blockheizkraftwerke

So viele BHKW hat die Energiedienst-Gruppe 2019 neu in Baden-Württemberg installiert.