



Energie Wasser Bern

Nachhaltigkeitsbericht 2009

PARTNER VON

swisspower



Energie Wasser Bern



Inhalt.

Vorwort des CEO	3
Managementansatz	4
Umsetzung	7
Kommunikation	9
Umwelt	10
Kundinnen und Kunden	14
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	16
Gemeinwesen	18

Nachhaltige Vorwärtsstrategie.

Der nachhaltige Umgang mit den Ressourcen Energie und Wasser zählt zu den grossen Herausforderungen unserer Zeit. Die Anforderungen an Versorgungsunternehmen wie Energie Wasser Bern sind aus verschiedenen Gründen merklich gestiegen: ein gesellschaftlich wachsendes Bewusstsein für Umwelt und Natur, steigender Kostendruck seitens der Regulatoren sowie eine immer härtere Konkurrenz um möglichst wirtschaftliche und umweltfreundliche Energiequellen. Energie Wasser Bern setzt auf eine Vorwärtsstrategie und begegnet diesen Herausforderungen mit einer klaren Vision. Unser Ziel ist es, die Nummer eins bei erneuerbaren Energien, Energieeffizienz und Zukunftsthemen wie der Elektromobilität in der Stadt Bern und Agglomeration zu werden. Um dies zu erreichen, legen wir einerseits unser Produktionsportfolio konsequent auf den Ausbau erneuerbarer Energie aus und schaffen mit der Anwendung intelli-

«Wir wollen die Nummer eins bei den erneuerbaren Energien im Espace Bern sein.»

gener Technologien und einer Steigerung der Energieeffizienz die Grundlagen für eine nachhaltige und wirtschaftliche Versorgung. Andererseits wollen wir die Kundinnen und Kunden mit

unserem Know-how und unserer Servicequalität langfristig von uns überzeugen. Dies alles gelingt nur, wenn wir kompetente Führungs- und Fachpersonen an unser Unternehmen binden und unsere Prozesse kontinuierlich überprüfen und verbessern.



Daniel Schafer
CEO Energie Wasser Bern

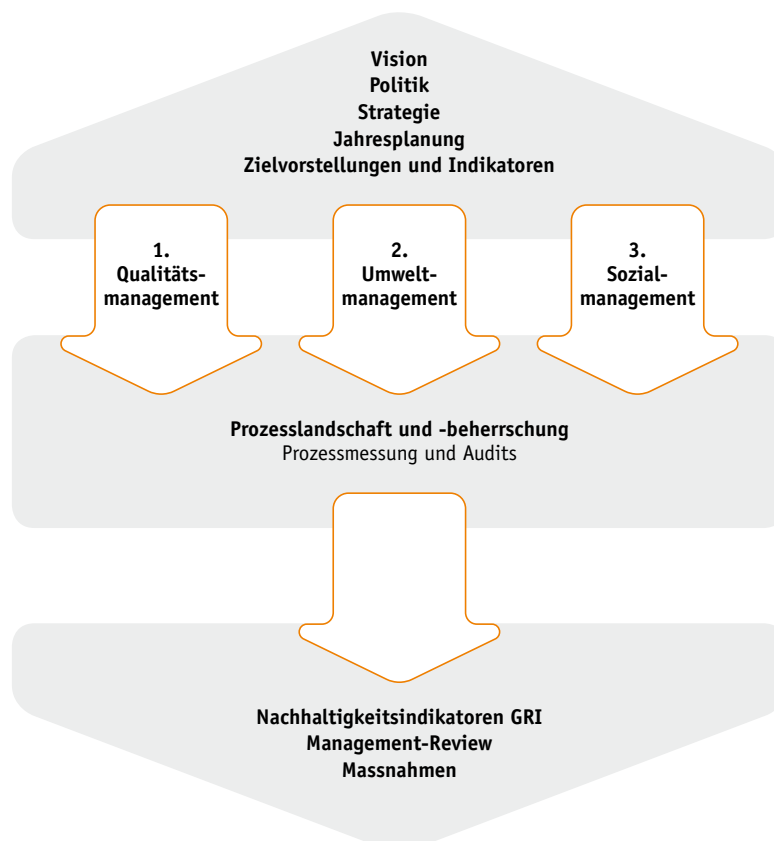


Von der Vision zur Umsetzung.

«Wir begeistern Kunden – nachhaltig und vernetzt.» Diese Vision haben wir im Rahmen eines Leitbildprozesses erarbeitet. Unsere Werte stehen für unsere Unternehmenspolitik, für die Kultur, die wir bei Energie Wasser Bern pflegen. Die Strategie nimmt diese Werte auf und legt fest, wie wir die Vision und die Politik umsetzen. Entscheidend ist hierfür zunächst, dass die Werte auf konkrete Zielvorstellungen heruntergebrochen werden. Anschliessend müssen diese Ziele in den Bereichen des Qualitäts-, Umwelt- und Sozialmanagements Eingang finden. Dies gewährleistet, dass die Nachhaltigkeitswerte in der

täglichen Arbeit und in den Arbeitsprozessen gelebt, überprüft und stetig verbessert werden. Mit den Nachhaltigkeitsindikatoren und dem Managementreview halten wir die Ergebnisse fest. Die Geschäftsleitung analysiert mindestens einmal jährlich, ob die geplanten Massnahmen bezüglich Nachhaltigkeit umgesetzt wurden. Daraus abgeleitete Korrektur- und Vorbeugemassnahmen fliessen wiederum in die neuen Jahresziele sowie periodisch in die Vision, Politik oder Strategie mit ein. Auf diese Weise können wir unser nachhaltiges Handeln kontinuierlich verbessern.

Nachhaltiges Managementsystem.

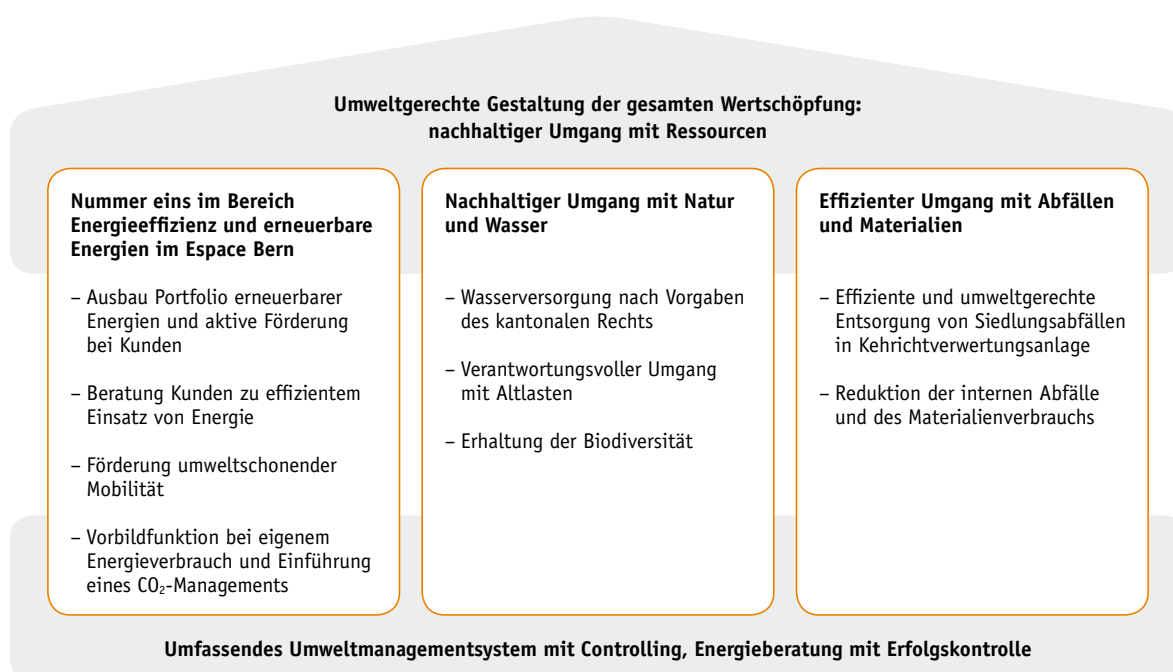


In unserer Unternehmensstrategie haben wir festgehalten, dass Nachhaltigkeit nicht separat, sondern als integraler Teil der Unternehmensleistung behandelt wird. Wir verzichten daher auf eine separate Qualifikation und Entschädigung für Geschäftsleitungsmitglieder im Hinblick auf einzelne Aspekte der Nachhaltigkeit. Vielmehr ist die nachhaltige Unternehmensentwicklung ein roter Faden, der sich durch alle unsere Tätigkeiten hindurchzieht. Daran messen wir unsere Leistungen.

Strategische Schwerpunkte.

Die schematischen Darstellungen zeigen, wie sich Energie Wasser Bern in den nächsten Jahren für Nachhaltigkeit einsetzen wird. Pro Bereich findet sich oben die Vision, die drei Pfeiler nennen Ziele und Schwerpunkte für die Umsetzung, in der Basis stehen die Ansätze für ein Monitoring.

Umwelt.



Kundinnen und Kunden.



**Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter.**

**Begeisterte Mitarbeitende:
kontinuierliche Entwicklung und Verbesserung**

**Faire und leistungsorientierte
Anstellungsbedingungen**

- Marktgerechte und leistungs-
bezogene Löhne
- Honorierung von Arbeitsleistung
statt Arbeitszeit
- Förderung einer ausgeglichenen
«Work-Life-Balance»
- Flexible Teilzeitmodelle

Weiterentwicklung Kompetenz

- Führung nach klaren Grundsätzen
- Systematische Personal-
entwicklung
- Befähigung zu kostenorientiertem
Handeln

**Integration und Bindung
Mitarbeitende**

- Verankerung Leitbild und Werte
- Verhinderung von Diskriminierung
- Förderung der Chancengleichheit

Periodische Mitarbeitergespräche und Messung Mitarbeitendenzufriedenheit

Gemeinwesen.

**Verankert in der Region Bern:
Reputation als verlässlicher Partner**

Service Public in der Region Bern

- Zuverlässige Versorgung im
Querverbund
- Fokus auf Wirtschaftlichkeit
- Angemessene Gewinnablieferung
an die Stadt Bern

**Fairer Umgang mit Anspruchs-
gruppen**

- Keine Dumpingpreise bei
Akquisition von Neukunden
- Professionalisierung Public Affairs
- Optimiertes Beschwerde-
management

**Offene und ehrliche
Kommunikation**

- Hohe Transparenz
(z.B. Reporting nach GRI)
- Klares Profil und vermehrte
Kommunikation von Erfolgen

Systematischer Dialog mit Anspruchsgruppen

Nachhaltigkeit leben.

Der Begriff «Nachhaltigkeit» wird im heutigen Sprachgebrauch zunehmend inflationär verwendet. Doch der eigentliche Inhalt umfasst weit mehr als nur den langfristigen Aspekt. Thematisiert werden Fragen, was wir unseren Nachkommen an wirtschaftlichem Erfolg und Wohlstand hinterlassen. Was ihnen an Umweltschäden bleibt, wie zum Beispiel alte, sanierungsbedürftige Abfalldeponien oder abschmelzende Pole und Gletscher. Welche sozialen und ethischen Werte geben wir weiter? Es sind drei Fragestellungen, welche die drei Säulen der Nachhaltigkeit widerspiegeln. Energie Wasser Bern überträgt diese Aspekte auf die wichtigsten Anspruchsgruppen und zeigt mit diesem Bericht, dass sie sich mit der Nachhaltigkeitsthematik verantwortungsvoll auseinandersetzt und darüber transparent kommuniziert. Doch dies allein genügt nicht.



Fokus auf erneuerbare Energien: die Geschäftsleitung von Energie Wasser Bern setzt auf eine nachhaltige Unternehmensführung. Von links Marcel Ottenkamp, André Moro, Jürg W. Tschofen, Daniel Schafer, Jörg Ryser.

Qualität bei Prozessen.

Energie Wasser Bern will auch tatsächlich nach den Grundsätzen der Nachhaltigkeit leben, arbeiten und führen. So haben wir im Berichtsjahr unsere Bestrebungen fortgesetzt, das bestehende Managementsystem schrittweise auf Nachhaltigkeit auszurichten. Das Vorgehen setzt sich aus verschiedenen Schritten zusammen. Basis für das prozessorientierte, nachhaltige Managementsystem bilden unser Prozessmanagement und die Prozessbeherrschung. Dabei müssen wir ein Mindestmass an vorgegebenen Qualitätsanforderungen in all unseren Prozessen einhalten. Qualitätsmanagement verstehen wir als erste Säule der Nachhaltigkeit. Es lehnt sich an die Forderungen der ISO-Norm 9001:2008 an. Als zweite Säule steht das Umweltmanagement basierend auf den Forderungen der ISO-Norm 14001:2004. Das Herzstück sind die Umweltrelevanzabklärung für alle Unternehmensbereiche und der systematische Einbau von Umweltschutzmassnahmen in unsere Prozesse. Das Sozialmanagement als dritte Säule um-

fasst zum Beispiel die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz, welche eng mit dem Umweltschutz verflochten sind. Wir analysieren jedoch auch andere soziale Aspekte wie zum Beispiel die Gleichstellung oder das Angebot an Lehrstellen (siehe Seite 19).

«Die Verfasser von Nachhaltigkeitsberichterstattung müssen eine noch höhere Verantwortung tragen für das, was publiziert wird, und sich entsprechend noch besser mit der Komplexität der Nachhaltigkeitsthematik auseinandersetzen.»

Prof. Dr. Claus-Heinrich Daub, Leiter Kompetenzzentrum nachhaltiges Management FHNW, im CEO-Interview, Website Moneycab

Transparent kommunizieren.

In den vergangenen Jahren haben wir unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung kontinuierlich ausgebaut und verbessert. Die anfänglich bestehende Diskrepanz zwischen einer transparenten Berichterstattung und einem noch nicht systematisch auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Handeln konnten wir im Berichtsjahr entscheidend verringern. Unsere neue Strategie hat wesentlich dazu beigetragen (siehe Geschäftsbericht 2009, Seiten 24, 25). Zu ihrer Umsetzung gehörten auch organisatorische Anpassungen. Insbesondere haben wir innerhalb des CEO-Stabes Unternehmensentwicklung ein professionelles Nachhaltigkeitsmanagement geschaffen. Für die neue Funktion des Nachhaltigkeitsexperten konnten wir eine Fachperson aus den Bereichen Umwelt-, Qualitäts- und Sozialmanagement gewinnen. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, das nachhaltige Managementsystem und die Nachhaltigkeitsberichterstattung weiter zu verflechten und zu professionalisieren.

Teil unseres nachhaltigen Managementsystems ist es, die verschiedenen Nachhaltigkeitsindikatoren zu erheben. Energie Wasser Bern orientiert sich dabei an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI), dem weltweit führenden Standard zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Diese Indikatoren verifizieren wir einerseits nach den Grundsätzen internationaler Qualitätsstandards für statistische Daten, andererseits lassen wir den Nachhaltigkeitsbericht durch externe Fachkreise validieren. Aus den Indikatoren leiten wir wiederum Massnahmen für die folgende Jahresplanung sowie für die Strategie ab.

Unser Geschäftsbericht samt Nachhaltigkeitsteil und einem umfassenden GRI-Inhaltsindex erfüllt wiederum den GRI-B-Level: ein Beweis für eine kontinuierliche transparente Berichterstattung. Die nationale Studie der Fachhochschule Nordwestschweiz zur Geschäftsberichterstattung der grössten Schweizer Unternehmen stufte unseren Bericht 2008 erneut als den besten in der Energiebranche ein. Zudem konnten wir uns gesamthaft gesehen von Platz 22 auf Platz 16 verbessern. Die folgenden Kapitel zeigen in über 90 Indikatoren unsere Massnahmen in den Bereichen Umwelt, Kundinnen und Kunden, Mitarbeitende sowie Gemeinwesen auf. Weitere Indikatoren mit zahlreichen zusätzlichen Informationen finden sich im GRI-Inhaltsindex auf unserer Website www.ewb.ch



Ressourcen sorgfältig nutzen.

Energie ist ein kostbares Gut. Auf einen sorgsamen Umgang mit den Ressourcen legen immer mehr Kundinnen und Kunden Wert. Dies zeigt sich auch an der gestiegenen Nachfrage nach unserem Energieberatungsangebot. 60 kleinere und mittlere Unternehmen machten im Berichtsjahr von der standardisierten Energieberatung Gebrauch. Dabei erarbeiten unsere Energieexperten mögliche Optimierungsmassnahmen, welche auf die jeweiligen Rahmenbedingungen bei den Kunden zugeschnitten sind. Oft sind es Details, die dazu führen, dass Energie nicht optimal genutzt oder gar verschwendet wird. Dazu gehört auch die Reduktion des Stand-by-Verbrauchs. Energie Wasser Bern lancierte die breit angelegte Informationskampagne «Drück mich», um die Berner Bevölkerung auf die grosse Wirkung des kleinen Stand-by-Knopfs aufmerksam zu machen (siehe Geschäftsbericht 2009, Seiten 22/23). Die Förderprogramme für energieeffiziente Kaffeemaschinen und Raumluf-Wäschetrockner stiessen ebenfalls auf ein grosses Interesse.

Energie Wasser Bern lancierte im Berichtsjahr verschiedene Verkaufsförderungs-massnahmen für Ökostrom. Vor allem Firmen wollten wir davon überzeugen, Strom aus erneuerbaren Energien zu beziehen. Mit einem Ökosponsoring unter-

stützten wir das Wissenschaftsfestival Basecamp09. Der 3. Berner Energiepreis wurde 2009 erstmals in den zwei Kategorien privatrechtliche Unternehmen und öffentlich-rechtliche Institutionen verliehen. Biogas ist CO₂-neutral und wird in Erdgasqualität in unser Netz eingespeist. Beim Treibstoffverbrauch von Gasfahrzeugen macht Biogas mittlerweile 30 Prozent

«Meine ursprüngliche Vision der Fotovoltaikanlage Melchnau hat sich definitiv zu einem konkreten Projekt entwickelt. Dies auch dank der ausgezeichneten Zusammenarbeit mit Energie Wasser Bern.»

*Stefan Bigler,
Geschäftsführer pvenergie*

aus. Mit der Erweiterung der bestehenden Anlage erhoffen wir uns, dass sich die Biogaseinspeisung künftig weiter erhöhen wird. Auch unsere eigene CO₂-Bilanz wollen wir kontinuierlich verbessern. Dies hat Energie Wasser Bern mit Swissclimate in einer Vereinbarung festgehalten. Mit einem konsequenten Fahrzeugmanagement haben wir den Anteil emissionsarmer Erdgasfahrzeuge in unserer Fahrzeugflotte von 21 auf 25 Prozent steigern können. Künftige Neubauten werden wir ausschliesslich im Minergiestandard realisieren, und sowohl unser Papier wie auch unsere lokalen Druckpartner sind FSC-zertifiziert.

Indikatoren zu Umweltschutz	Massnahmen 2009	Wert 2009	Wert 2008	Veränderung (Bandbreite +/-5%)	Bewertung	Handlungsbedarf	Ausblick Massnahmen ab 2010
Energieproduktion, -verbrauch und CO₂ Emissionen							
Produktion und Ankauf erneuerbare Energie in MWh¹⁾		617'856	555'452	↑	😊		
Strom aus Wasserkraft (ohne Pumpenergie)	Sicherstellung der langfristigen Verfügbarkeit durch Investitionen in die Erneuerung der Anlagen (Maggia, Blenio, KWO) bei Konzessionshalbjzeit	476'603	414'459	↑	😊	Nein	Sicherstellung der langfristigen Verfügbarkeit durch Investitionen in die Erneuerung der Anlagen (Maggia, Blenio, KWO) bei Konzessionshalbjzeit
Davon Wasserkraft, die nach naturemade star (zertifizierter Ökostrom) hergestellt wird		19'865	16'781	↑	😊	Nein	
Strom aus Abfall (Anteil erneuerbare Energie 50%)		16'796	16'060	➔	😐	Ja	Fertigstellung der neuen KVA 2012
Strom aus Fotovoltaik, Wind, Biomasse	Inbetriebnahme der Fotovoltaikanlagen hat sich verzögert. Förderprogramm für Fotovoltaikanlagen wurde weitergeführt	8'835	5'713	↑	😊	Ja	Inbetriebnahme von zwei Fotovoltaikanlagen geplant. Förderprogramm für Fotovoltaikanlagen wurde weitergeführt
Biogas	Volle Ausschöpfung der Biogasanlage ARA Region Bern	11'285	10'425	↑	😊	Ja	Volle Ausschöpfung der Biogasanlage ARA Region Bern
Holz		0	0	➔	😊	Ja	Fertigstellung der neuen KVA mit Holzheizkraftwerk 2012
Wärme (inkl. Nah- und Fernwärme) ¹⁾		99'321	104'015	➔	😊	Nein	
Kälte		5'016	4'780	➔	😊	Nein	
Produktion und Ankauf nicht erneuerbare Energie in MWh¹⁾		2'365'126	2'447'574	➔	😐		
Strom aus Kernenergie, Blockheizkraftwerken	Steigerung der Effizienz von KKG durch Erneuerung der Turbinen	687'902	730'172	↓	😊	Nein	Steigerung der Effizienz von KKG durch Erneuerung von Generator, Kondensatoren und Kühlturmelementen
Strom aus Abfall (Anteil nicht erneuerbare Energie 50%)		16'796	16'060	↑	😐	Ja	Fertigstellung der neuen KVA 2012
Strom aus gepumptem Wasser		124'863	137'322	↓	😐	Nein	
Erdgas	Keine	1'317'899	1'345'629	➔	😐	Nein	
Heizöl		2'703	955	↑	😐		
Wärme (inkl. Nah- und Fernwärme) ¹⁾	Keine	201'414	206'637	➔	😐	Nein	
Kälte		13'549	10'799	↑	😐		
Verkauf erneuerbare Energie in MWh¹⁾		500'763	440'299	↑	😊		
Strom aus Wasserkraft (ohne Pumpenergie)	Verschiedene KMU-Kampagnen umgesetzt, Unterstützung durch Kundencenter	376'282	311'674	↑	😊	Ja	Verschiedene KMU-Kampagnen geplant
Davon Wasserkraft, die nach naturemade star (zertifizierter Ökostrom) hergestellt wird	Verkaufsförderungsaktivitäten für Ökostrom bei KMU und Privatkunden umgesetzt	19'865	15'380	↑	😊	Ja	Ökostromkampagne geplant
Strom aus anderen erneuerbaren Energien (Fotovoltaik, Wind, Biomasse)	Verschiedene KMU-Kampagnen umgesetzt, Unterstützung durch Kundencenter. Verkaufsförderungsaktivitäten für Ökostrom bei KMU und Privatkunden umgesetzt.	2'319	2'796	↓	😐	Ja	Ökostromkampagne geplant
Strom aus Abfall (Anteil erneuerbare Energie 50%)	Keine	6'540	6'609	➔	😐	Nein	Keine
Biogas		11'285	10'425	↑	😊	Nein	
Wärme (inkl. Nah- und Fernwärme) ²⁾	Keine	99'321	104'015	➔	😐	Nein	
Kälte		5'016	4'780	➔	😊	Nein	Ausbau Kälteverbund Businesspark und Steigerung der Abwärmenutzung. Start Projektierung Kälteproduktion mit Absorptionskältemaschinen Uni von Roll; Inbetriebnahme 2013
Verkauf nicht erneuerbare Energie in MWh an Endverbraucher¹⁾		2'243'433	2'287'621	➔	😐		
Strom aus Kernenergie, Blockheizkraftwerken	Keine	695'441	709'820	➔	😊	Nein	Keine
Strom aus Abfall (Anteil nicht erneuerbare Energie 50%)	Keine	16'224	15'684	↑	😐	Nein	Keine
Erdgas	Keine	1'316'805	1'344'681	➔	😐	Nein	
Wärme (inkl. Nah- und Fernwärme) ²⁾	Keine	201'414	206'637	➔	😐	Nein	
Kälte		13'549	10'799	↑	😐		
Eigenverbrauch erneuerbare Energie: Interner erneuerbarer Energieverbrauch in MWh		23'112	25'079	↓	😐	Nein	
Strom	Für den Eigenbedarf beziehen wir ausschliesslich Strom aus erneuerbaren Energien	22'061	23'891	↓	😊	Ja	Für den Eigenbedarf beziehen wir ausschliesslich Strom aus erneuerbaren Energien
Biogas	Eigenbedarf wird vorläufig noch mit Erdgas gedeckt	0	0	➔	😐		
Wärme (Nah- und Fernwärme) ²⁾		1'051	1'188	↓	😊	Nein	

Indikatoren zu Umweltschutz	Massnahmen 2009	Wert 2009	Wert 2008	Veränderung (Bandbreite +/-5%)	Bewertung	Handlungsbedarf	Ausblick Massnahmen ab 2010
Eigenverbrauch nicht erneuerbare Energie Interner nicht erneuerbarer Energieverbrauch in MWh		4'381	4'497	➔	☹️		
Strom aus Kernenergie, Blockheizkraftwerken	Keine	0	0	➔	😊	Nein	
Erdgas	Keine	1'094	948	⬇️	☹️	Nein	
Wärme (inkl. Nah- und Fernwärme)		1'051	1'188	⬇️	☹️	Nein	
Heizöl	Optimierung Nacht-/Wochenendabsenkung der Temperatur (Absenkung Hochtemperaturspeicher).	191	211	⬇️	😊	Ja	Überprüfung der Auswirkungen der Lastkurven (Verbrauchsmenge Heizöl)
Dieselloil ²⁾		957	995	➔	☹️	Nein	
Benzin ²⁾		733	911	⬇️	😊	Nein	
Erdgas als Treibstoff ²⁾		355	244	⬆️	😊	Nein	
CO₂-Emissionen in t²⁾ Eigener Endenergieverbrauch		936	961	➔	☹️	Nein	
Fahren mit Erdgas							
Anzahl belieferte Erdgastankstellen		10	8	⬆️	😊	Nein	
Anteil Gasfahrzeuge der Betriebsflotte in %		27	21	⬆️	😊	Nein	
Wasserentnahme und verantwortungsvolle Wassernutzung							
Grundwasserentnahme in 1'000 m³/Jahr auf eigenem Grund		381	371	➔	😊	Nein	
Eigener Wasserverbrauch in 1'000 m³/Jahr	Keine	406.1	395.5	➔	☹️	Nein	
Materialgebrauch, Recycling, Abfall							
Gesamte Kehrlichtverwertung in der KVA in t		102'859	106'728	➔	☹️	Nein	
Eigener Abfall							
Kehrlicht in t		87	127	⬇️	😊	Nein	
Altpapier in l	Zumietung Presscontainer. MA Sensibilisierung durch Zusatztext in E-Mail «Auswirkung auf unsere Umwelt, bevor Sie diese Mail ausdrucken».	220'000	240'000	⬇️	☹️	Nein	Konzept Abfalltrennung optimieren Verbesserte Ökologie bei der Entsorgung
Pet in l	Sensibilisierung MA für die konsequente Trennung.	73'000	71'000	➔	😊	Nein	Konzept Abfalltrennung optimieren Verbesserte Ökologie bei der Entsorgung
Sonstige Recycling-Materialien in t (Metalle, Altkabel, Nespressokapseln etc.)	Zusätzliche Sammelstationen.	410	592	⬇️	☹️	Nein	Konzept Abfalltrennung optimieren. Verbesserte Ökologie bei der Entsorgung. Planung/Umsetzung einer zentralen Cafeteria
Grünabfall in l	Vermehrter Einsatz von Bodenbedeckern in Hangflächen	15'000	14'000	⬆️	😊	Nein	Konzept Abfalltrennung optimieren. Verbesserte Ökologie bei der Entsorgung (Optimierung Unterkonzept)
Schlacke aus KVA in t		23'010	24'669	⬇️	☹️	Nein	
Sondermüll in t (Hydroxidschlamm, Altöl etc.)		1'142	1'175	➔	☹️	Nein	
Primärenergie-Veredelung							
Verbrauch Contractinganlagen, KVA und eigene Blockheizkraftwerke erneuerbare Energie in MWh²⁾		203'469	210'578	➔	😊	Nein	
Verbrauch Contractinganlagen, KVA und eigene Blockheizkraftwerke nicht erneuerbare Energie in MWh²⁾		359'664	381'082	⬇️	☹️	Nein	
Produktion Contractinganlagen, KVA und eigene Blockheizkraftwerke in MWh²⁾		343'265	347'350	➔	*	Nein	
Gesamtmenge CO₂-Emissionen in t²⁾ inkl. Contractinganlagen, Kehrlichtverwertung und eigene Blockheizkraftwerke		66'567	70'665	⬇️	😊	Nein	
Ausstoss CO₂-Emissionen in t pro MWh²⁾ Contractinganlagen, Kehrlichtverwertung und eigene Blockheizkraftwerke		0.227	0.229	➔	☹️	Nein	
Luftschadstoff-Emissionen Contractinganlagen, Kehrlichtverwertung und eigene Blockheizkraftwerke in kg-NOx		83'696	87'050	⬇️	😊	Nein	

* Keine Bewertung sinnvoll bzw. möglich

¹⁾ ohne Handel

²⁾ Wert aus 2008 berichtigt



Von links Stefan Bigler, Geschäftsführer pvenergie AG; Stephan Zaugg, Geschäftsführer Zaugg AG; Daniel Schafer, CEO Energie Wasser Bern; Hans Beer, Direktor Industrielle Betriebe Langenthal, und Simon Duppenhaler, BZG Moosboden.

Betreuen, beraten und begeistern.



Mit der Strommarktliberalisierung hat sich das Umfeld der Energiebranche deutlich gewandelt. Ein grosses Engagement ist notwendig, um wichtige Kunden zu binden und attraktive Neukunden hinzuzugewinnen. Dies gelingt uns mit qualitativ hochstehenden Leistungen und einer aufmerksamen Betreuung. In unserer Vision haben wir uns zum Ziel gesetzt, unsere Kundinnen und Kunden nachhaltig und vernetzt zu begeistern. Das im Jahr 2006 initiierte Aktionsprogramm zum Thema «Kundenorientierung» wurde deshalb fortgesetzt. Mitarbeitende mit Kundenkontakt besuchten auch im Berichtsjahr Schulungen beispielsweise zum Thema Kommunikationstechnik oder kundenorientiertes Schreiben. Dass diese Massnahmen Sinn machen, zeigen die Resultate des Kundenbindungsmonitors von Swisspower. In der städteübergreifenden Studie fällt Energie Wasser Bern im Bereich persönliche Kontakte positiv auf. Hingegen können wir die Qualität bei schriftlichen Anfragen noch optimieren. Unsere internen Abläufe haben wir mittels Mystery Checks überprüft und daraufhin Verbesserungen eingeleitet. Unsere durchschnittliche Bearbeitungszeit von Kundenanfragen konnten wir von rund 2.8 Bearbeitungstagen im Vorjahr auf 2 Tage im Berichtsjahr verringern. Ein wichtiges Hilfsmittel für eine optimale Kundenbetreuung schufen wir mit der Einführung eines professionellen Kundenbeziehungsmanagements (CRM).

Indikatoren zu wirtschaftlicher und verlässlicher Kundenversorgung	Massnahmen 2009	Wert 2009	Wert 2008	Veränderung (Bandbreite +/-5%)	Bewertung	Handlungsbedarf	Ausblick Massnahmen ab 2010
Kundenbeziehungen, Beratung und Zufriedenheit							
Einnahmen von Kunden in Mio. CHF	Weiterführung des Aktionsprogramms Kundenorientierung zur langfristigen Kundenbindung (Schulungen, Definition Standards und Prozesse, Arbeitshilfsmittel etc.)	464.6	416.5	↑	😊	Nein	Weiterführung des Aktionsprogramms Kundenorientierung
Anzahl Kunden, die bei der letzten Kundenumfrage zu ewb-Services oder Zufriedenheit befragt wurden	Qualitative und quantitative Befragungen: Kundenbindungsmonitor, Mystery-Check, Online-Befragung und Einzelinterviews	710	430	↑	😊	Nein	Qualitative und quantitative Befragungen: Kundenbindungsmonitor und Einzelinterviews
Anzahl quantitative Kundenbefragungen	Teilnahme am Swisstopower-Kundenbindungsmonitor und Benchmarking mit anderen Energieunternehmen; Online-Befragung zu möglichen neuen Webtools	2	1	↑	😊	Nein	Weiterhin Teilnahme an Kundenbindungsmonitor
Anzahl qualitative Kundenbefragungen	Mystery-Check und Einzelinterviews mit Firmenkunden	2	1	↑	😊	Nein	
Ungestützter Bekanntheitsgrad in %	Kommunikationsmassnahmen gemäss Kommunikationskonzept	94	96	→	😊	Nein	
Kundenzufriedenheit (Index 0: sehr unzufrieden bis 100: sehr zufrieden)	Weiterführung des Aktionsprogramms Kundenorientierung	80	82	→	😊	Nein	
Anzahl Kundennachfragen via Website	Kompletter Relaunch Website mit zahlreichen nützlichen Informationen und Instrumenten	607	670	↓	😊	Nein	
Anteil Mitarbeitende in %, in deren jährlichen Führungsgespräch die Kundenorientierung ein fixes Thema ist	Auf Bogen für Mitarbeitergespräche ist Kundenorientierung ein Bewertungskriterium	100	100	→	😊	Nein	
Anzahl Kundenmitteilungen zu Sicherheit und Schutz	Medienmitteilungen, Rechnungsbeilagen und Artikel im Kundenmagazin	11	11	→	😊	Nein	Medienmitteilungen, Rechnungsbeilagen und Artikel im Kundenmagazin
Versorgungssicherheit							
SAIFI (System Average Interruption Frequency Index): Anzahl Energieversorgungsunterbrüche eines Kunden innerhalb eines Jahres	Keine	0.24	0.28	↓	😊	Nein	
SAIDI (System Average Interruption Duration Index): Durchschnittliche Zeit in Minuten, die Kundin oder ein Kunde pro Jahr keine Energie geliefert erhält	Keine	9.83	10.28	↓	😊	Nein	
Anzahl Beschwerden wegen Unterbruch der Versorgung	Keine	21	27	↓	😊	Nein	
Datenschutz							
Anzahl Beschwerden wegen Verletzung von Datenschutz und Privatsphäre	Keine	4	3	↑	😐	Nein	

Aufgrund des verstärkten Wettbewerbs und der Vorschriften der staatlichen Regulatorsbehörden hat der Kostendruck zugenommen. Die Umsetzung unserer neuen Unternehmensstrategie und verschiedene prozessoptimierende Projekte sind ein wichtiger Schritt, um für unseren Kundinnen und Kunden die erwarteten Leistungen möglichst effizient zu erbringen. Die verschiedenen Bedürfnisse unserer Anspruchsgruppen waren auch für die Neuausrichtung des Internetauftritts von Energie Wasser Bern wichtig. Nach einem kompletten Relaunch stehen den Besucherinnen und Besuchern der Website zahlreiche nützliche Informationen und Instrumente ansprechend und übersichtlich zur Verfügung. Ebenfalls in neuem Kleid zeigt sich der Eingangsbereich im Kundencenter von Energie Wasser Bern. Ein offener, freundlicher Empfang mit moderner Wartezone soll die Besucher zum Eintreten einladen.

«Den schonenden Umgang mit Ressourcen im Fokus, wollen wir die Wärmerückgewinnung aus Abwasser erhöhen und Wärme zum Heizen umliegender Gebäude anbieten. Energie Wasser Bern unterstützt diese Idee.»

Eduard Jakob, Bereichsleiter Betrieb, InoTex Bern AG

Strategie verinnerlichen.



Begeistert in die Zukunft: Die Mitarbeitenden von Energie Wasser Bern erhalten die Inhalte der neuen Strategie in Form eines Notizhandbuchs.

Die Anforderungen an unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind hoch. Herausragende Arbeitsergebnisse sind für die erfolgreiche Zukunft von Energie Wasser Bern unerlässlich. Sie können allerdings nur von leistungsfähigen und motivierten Mitarbeitenden erbracht werden. Darum setzen wir auf eine gezielte Weiterbildung, Gesundheitsförderung und eine marktgerechte Entlohnung. Energie Wasser Bern unterstützt die Mitarbeitenden dabei, ihr Wissen und ihre Fähigkeiten zu aktualisieren und zu erweitern. Die Führungskompetenz ist uns dabei genauso wichtig wie das Fachwissen. Zusätzlich zu dem bisherigen Weiterbildungsprogramm STeP haben wir im Berichtsjahr für das obere Kader Entwicklungsassessments durchgeführt. Damit wollen wir individuelle Verbesserungsmöglichkeiten bei der Führungsqualität erkennen und gezielte Entwicklungen fördern.

«Offenheit und Vertrauen sind zwei grundlegende Werte für einen Kulturwandel. Sie öffnen den Weg für die neue strategische Ausrichtung unseres Unternehmens.»

Franziska Inaebnit, Leiterin Personal Energie Wasser Bern

Mit der Erarbeitung eines Personalentwicklungskonzepts haben wir zudem die Schwerpunkte der künftig geforderten Kompetenzen und Qualifikationen festgelegt.

Um die neue Unternehmensstrategie den Mitarbeitenden zu vermitteln, starteten wir eine interne Kommunikationskampagne. Verschiedene didaktische und klassische Kommunikationsmassnahmen wurden aufeinander abgestimmt und begleiten die Mitarbeitenden auch in Zukunft. Dazu gehören neben Kaderworkshops auch eine visualisierte und von Mitarbeitenden erarbeitete Strategie-Navigationskarte sowie ein Strategie-Hand- und Notizbuch. Ziel ist es, dass die Strategie möglichst schnell verstanden, verinnerlicht und gelebt wird. Im Rahmen einer neu ausgearbeiteten Mitarbeiterbeurteilung werden wir die Leistungen unserer Mitarbeitenden künftig vermehrt nach vereinbarten Zielen messen. Damit stellen wir sicher, dass wir unser unternehmerisches Handeln kontinuierlich auf die Strategie ausrichten.

Indikatoren zu sozialverantwortlicher Personalpolitik	Massnahmen 2009	Wert 2009	Wert 2008	Veränderung (Bandbreite +/-5%)	Bewertung	Handlungsbedarf	Ausblick Massnahmen ab 2010
Personalbestand und Fluktuation							
Personalbestand in Vollzeitäquivalenten	Überarbeitung der Organisationsstruktur, bessere Koordination der Mitarbeiterressourcen	595	618	➔	**	Ja	Konsolidierung und Effizienzsteigerung durch übergreifenden Einsatz der Mitarbeitenden
Fluktuationsrate gesamt in % (inkl. Pensionierungen)	Attraktivität als Arbeitgeber mit gezielter Personalentwicklung erhöht	7.5	12.5	⬇	**	Ja	Firmenimage und Mitarbeiterbindung durch gute Arbeitsbedingungen sichern
Anzahl Mitarbeitende mit Vollzeitstelle	Keine	543	555	➔	**	Nein	
Anzahl Mitarbeitende mit Teilzeitstelle	Keine	64	62	➔	**	Nein	
Anzahl im Berichtsjahr ausscheidende Mitarbeitende (inkl. Pensionierungen)	Mitarbeiterbindung mit Personalentwicklungsmassnahmen erhöht	56	83	⬇	**	Nein	
Anteil der Belegschaft in %, die zu ihrer Zufriedenheit befragt wurden	Standardisierte Mitarbeitende- und Austrittgespräche	100.0	100.0	➔	☹	Ja	neue Formulare für das standardisierte Mitarbeitergespräch fördern die Feedbackkultur
Gleichstellung und Diversität							
Anzahl Mitarbeitende in GL, oberes und mittleres Kader	Einführung eines neuen Kaderkonzepts	51	56	⬇	☹	Ja	Ausbildungsmodule für oberes Kader; Entwicklungsassessments für mittleres Kader
Anzahl Mitarbeitende ohne GL, oberes und mittleres Kader	Keine	606	617	➔	☹	Nein	
Frauen in GL, oberes und mittleres Kader in %	Geschlechtsneutrale Formulierung bei Stelleninseraten	3.9	7.1	⬇	☹	Nein	
Frauen ohne GL, oberes und mittleres Kader in %	Geschlechtsneutrale Formulierung bei Stelleninseraten	19.1	19.1	➔	☹	Ja	Mädchen auch für technische Lehrberufe motivieren
GL, oberes und mittleres Kader unter 30 Jahre in %	Erstellen eines Personalentwicklungskonzepts, Kaderworkshops im Rahmen der Strategiekommunikation und step basis, einem Entwicklungsprogramm für Führungskräfte	0.0	1.8	⬇	☹	Nein	
GL, oberes und mittleres Kader 30-50 Jahre in %		76.5	67.9	⬆	☹	Nein	
GL, oberes und mittleres Kader über 50 Jahre in %	Sicherstellen des Wissenstransfers	23.5	30.4	⬇	☹	Nein	
Frauen im Personalausschuss in %		11.1	11.1	➔	☹	Nein	
Kompetenzentwicklung und Förderung							
Durchschnittliche Weiterbildungszeit pro Mitarbeitenden in Stunden pro Jahr	Weiterbildung und Personalentwicklung gezielter auf Bedürfnisse des Unternehmens ausgerichtet	19	16	⬆	☺	Ja	Vermeht individuelle Förderung gemäss Weiterbildungskonzept; Strategiekommunikation
Durchschnittliche Weiterbildungszeit bei GL/Kader 1 in Stunden pro Jahr	Vermeht individuelle Förderung gemäss Weiterbildungskonzept	20	16	⬆	☺	Ja	Entwicklungsprogramme für mittlere Führungskader durchführen
Durchschnittliche Weiterbildungszeit pro Mitarbeitenden ohne GL/Kader 1 in Stunden pro Jahr	Weiterbildung und Personalentwicklung gezielter auf Bedürfnisse des Unternehmens ausgerichtet	18	16	⬆	☺	Nein	
Verfügbares Ausbildungsbudget in % der gesamten Personalkosten	Keine	2.0	1.7	⬆	☹	Nein	
Beanspruchter Anteil des verfügbaren Ausbildungsbudgets in %	Weiterbildungsmassnahmen sind Teil der jährlichen Mitarbeitergespräche	72.3	79.2	⬇	☹	Ja	Ausbildungsbudget auf realisierbare und betrieblich notwendige Weiterbildungen anpassen
Anteil Mitarbeitende, die mindestens jährlich ein Personalgespräch zu Leistung und Karriereplanung haben, in %	Mitarbeitendengespräche, Beurteilungformular optimiert	100.0	100.0	➔	☺	Ja	Einführung des MbO-Prozesses
Anstellungsbedingungen und Schutz							
Gesamte Personalausgaben in Mio. CHF (Löhne und Sozialleistungen)	Teuerungsausgleich und GAV-bedingte Lohnstufenanstiege vollständig vollzogen	71.7	74.6	➔	☹	Ja	Konsolidierung und Prüfung weiterer Optimierungsmöglichkeiten (pro.ewb)
Durchschnittliche Abwesenheiten infolge Berufsunfällen in %	Schulung und konstante Sensibilisierung zum Thema Arbeitssicherheit. Massnahmen im Rahmen des Gesundheitsförderungskonzepts mussten aufgrund anderer Prioritäten und Kosteneinsparungen zurückgestellt werden	0.12	0.17	⬇	☺	Nein	
Durchschnittliche Abwesenheiten infolge Berufs- und Nichtberufsunfällen in %	Gesundheitsfördernde Massnahmen umgesetzt	0.42	0.59	⬇	☺	Nein	
Durchschnittliche ungeplante Abwesenheiten ohne Berufs-/Nichtberufsunfälle in %	Gesundheitsfördernde Massnahmen umgesetzt, aktives Absenzenmanagement	2.1	2.1	➔	☹	Nein	
Anteil Personal (inkl. Büropersonal), das Auffrischkurs zu Arbeitssicherheit erhielt, in %	Schulungsangebote zu Arbeitssicherheit	65.0	58.0	⬆	☺	Nein	Weiterführen der Schulungsangebote

* nicht quantitativ erfasst, keine Aussage möglich

** keine Bewertung sinnvoll bzw. möglich

Verankert in Bern.

«Strompreise», «Atomausstieg», «CO₂-Abgabe»: Energiepolitische Themen waren 2009 in nationalen wie in regionalen Medien omnipräsent. Auch aus der politischen Agenda sind sie nicht mehr wegzudenken. Das hatte Auswirkungen auf Energie Wasser Bern: Unser Unternehmen war im Berichtsjahr verstärkt in der Öffentlichkeit präsent; politische Anfragen und Vorstösse häuften sich. Der Gemeinderat der Stadt Bern verabschiedete im Berichtsjahr die neue Eignerstrategie für unser Unternehmen. Sie kombiniert die politischen und finanziellen Ziele der Stadt als Eigentümerin mit den unternehmerischen Zielen von Energie Wasser Bern. Gemäss der Eignerstrategie soll unser Unternehmen mit seinen Dienstleistungen künftig in der ganzen Region Bern bekannt sein und sich noch stärker für erneuerbare Energien und Energieeffizienz engagieren. Der Ausstieg aus der Kernenergie muss bis 2039 erfolgen. Zudem erwartet die Stadt Bern als Eigentümerin, dass wir ihr weiterhin einen angemessenen Gewinn abliefern. Das wichtigste Ziel bleibt jedoch die zuverlässige Versorgung unserer Kundinnen und Kunden mit Energie, Wasser und unseren übrigen Dienstleistungen.

Viele Vorgaben der Strategie – etwa die Förderung der Energieeffizienz – erfüllen wir bereits; oder sie befinden sich in Umsetzung. Unsere neue Unternehmensstrategie richtet sich ebenfalls an der Eignerstrategie aus. Dass wir seit über hundert Jahren in Bern verankert sind, ist eine wichtige Basis unserer Strategie. Für viele Kundinnen und Kunden ist es selbstverständlich, dass sie einheimischen Unternehmen die Treue halten. Als wichtiger Arbeitgeber, als Sponsor und

durch unsere Gewinnablieferung geben wir der Stadt Bern viel zurück. Im Berichtsjahr haben wir bisherige Sponsoringengagements weitergeführt sowie die Wissenschaftsausstellung Basecamp09 mit einem Ökostromsponsoring unterstützt. Mit dem Engagement für den BärenPark unterstreichen wir unsere Verbundenheit mit dem Standort Bern.

«Ich habe mir überlegt, wie ich Ausbildung und Sport am besten kombinieren könnte. Glücklicherweise habe ich bei Energie Wasser Bern eine spannende Lehrstelle gefunden.»

Marco Müller, KV-Lernender im Ausbildungsgang Lehre und Sport bei Energie Wasser Bern

Gemeinsam mit der BKW FMB Energie AG sorgen wir dafür, dass der BärenPark im rechten, durch Sonnenenergie erzeugten Licht erscheint. Dank dem Einsatz von Solarleuchten entfallen die Energiekosten für die Beleuchtung, und der BärenPark nimmt im Raum Bern eine Vorbildrolle ein.





Brot und Spiele: Energie Wasser Bern ermöglicht zwei Lernenden die Sportlehre, eine Kombination aus KV-Lehre und Nachwuchssportförderung beim SCB.

Indikatoren zu gesellschaftlichem Engagement	Massnahmen 2009	Wert 2009	Wert 2008	Veränderung (Bandbreite +/-5%)	Bewertung	Handlungsbedarf	Ausblick Massnahmen ab 2010
Gewinnausschüttung, Sponsorship, und Gratisleistungen							
Gewinnausschüttung an die Stadt Bern in Mio. CHF	Erhöhung der Gewinnausschüttung um 25 Millionen Franken (2009-2011), siehe Verwendung des Jahresergebnisses, GB S.70	72.5	35	↑	☺	Nein	
Gesamtsumme für lokales Sponsorship (effektiv getätigte Ausgaben) in CHF	Weiterführung bisheriger Sponsoringengagements Ökostromsponsoring bei Basecamp 2009 Eröffnungsfest Bärenpark	581'958	687'293	↓	☹	Nein	Weiterführung bisheriger Sponsoringengagements
Anzahl Personen, die eine Werkführung besucht haben	Keine	1'482	1'600	↓	☹	Nein	
Anzahl geförderte lokale Anlässe/Gruppen (Gönnerbeiträge)	Weitgehender Verzicht auf Gönnerbeiträge wegen ausserordentlichem Engagement für Eröffnungsanlass Bärenpark	30	77	↓	☹	Nein	Sponsoringengagements und Gönnerbeiträge gemäss Sponsoringkonzept
Arbeitgeber und Auftraggeber							
Anzahl Neuanstellungen	Kontinuierliche Optimierung und Professionalisierung der HRM-Prozesse. Firmenimage und Mitarbeiterbindung durch gute Arbeitsbedingungen sichern.	70	93	↓	☹	Ja	Kontinuierliche Optimierung und Professionalisierung der HRM-Prozesse. Firmenimage und Mitarbeiterbindung durch gute Arbeitsbedingungen sichern.
Anzahl Lernende	10 bisherige Lernende wechseln zur Tochterfirma Bären AG, schaffen weiterer Ausbildungsplätze bei Energie Wasser Bern	23	17	↑	☺	Ja	Bestehenden Ausbildungsplätze attraktiv auf unserer Homepage positionieren. Abklärungen für zusätzliche Ausbildungsprofile im Betrieb durchführen
Berücksichtigung von lokalen Partnern und Zulieferern	Bei kleineren Aufträgen, welche keine Submission erfordern, werden wenn möglich Firmen im Versorgungsgebiet zur Offertstellung eingeladen	*	*	*	☺	Nein	
Vermeidung von negativen Auswirkungen							
Durchschnittliche Zeit in Tagen, die Anwohnende auf Antwort zu Anfragen oder Beschwerden warten mussten	Keine speziellen Massnahmen, da Wert bereits auf geringem Niveau	3.8	3.5	↑	☺	Nein	

* nicht quantitativ erfasst, keine Aussage über Veränderung möglich

Impressum.

Herausgeberin

Energie Wasser Bern
Monbijoustrasse 11
3001 Bern
Telefon 031 321 31 11
Telefax 031 321 34 95
info@ewb.ch
www.ewb.ch

Beratung Nachhaltigkeit

sustainserv GmbH, Zürich/Boston

Gestaltung

Polyconsult AG, Bern

Druck

Stämpfli AG Bern



Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt.