



WANN IST WENIGER MEHR?

ÜBER DIESEN BERICHT

Mit dem Nachhaltigkeitsbericht 2015 informieren wir unsere Stakeholder auf der Plattform INSIDE ista über Fortschritte in Bezug auf unsere Strategie, Ziele und Umsetzung von Maßnahmen im Berichtsjahr 2015.

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2015

Der Nachhaltigkeitsbericht 2015 von ista International ist der insgesamt sechste Nachhaltigkeitsbericht von ista – dieses Jahr präsentieren wir ihn zum zweiten Mal als interaktives PDF. Dieser Nachhaltigkeitsbericht stellt zugleich den Fortschrittsbericht für den Global Compact der Vereinten Nationen dar.

G4-17

BEZUGSRAHMEN

Der Bericht bezieht 48 Gesellschaften weltweit ein. Grundlage der Berichterstattung sind die Kennzahlen des Kalenderjahres 2015.


LEITLINIEN UND BERICHTSVORBEREITUNG

Bei unserer Berichterstattung orientieren wir uns an den international anerkannten Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Wir berichten nach der aktuellen Version GRI G4 und erfüllen die Option „In-Übereinstimmung-Kern“. Dieser Bericht hat darüber hinaus den [GRI Materiality Disclosure Service](#) der GRI durchlaufen. Die korrekte Positionierung der „G4 materiality disclosures“ (G4-17-G4-27) wurde von der GRI bestätigt.

In Vorbereitung auf den Vorjahresbericht und zur Bestimmung der Berichtsinhalte führten wir eine Wesentlichkeitsanalyse mit externen Stakeholdern und internen Nachhaltigkeitsexperten durch. Die Ergebnisse der Analyse haben wir im Rahmen des aktuellen CR-Reports validiert. Prozess und Ergebnisse stellen wir im Kapitel [Fokus auf das Wesentliche](#) vor.

KENNZAHLEN UND PRÜFUNG

Während die Kennzahlen zur Mitarbeiterstruktur im Kapitel [Mitarbeiter](#) stichtagsbezogen zum 31.12.2015 erfasst wurden, basieren die spezifischen [Umweltkennzahlen](#) auf dem durchschnittlichen Vollzeitäquivalent (FTE) von 2015. Ausgewählte Mitarbeiterkennzahlen wie beispielsweise die Anzahl der Weiterbildungstage pro Kopf basieren ebenfalls auf den FTE-Zahlen. Es bestehen außerdem Unterschiede hinsichtlich der Angaben zum Headcount zwischen dem Konzernabschluss und dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht. Diese resultieren aus einer abweichenden Definition des Headcounts. Während beim Nachhaltigkeitsbericht beispielsweise studentische Aushilfen in die vorliegenden Daten einbezogen wurden, war dies beim Konzernabschluss nicht der Fall.

Ausgewählte Kennzahlen zur Umweltleistung für das Geschäftsjahr 2015 waren Gegenstand einer betriebswirtschaftlichen Prüfung mit begrenzter Sicherheit durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Geprüfte Kennzahlen sind im Berichtskapitel [Umwelt](#) mit dem Symbol  gekennzeichnet.

Wir bemühen uns, die Erfassung der Umweltkennzahlen weiter zu professionalisieren. Die Schätzungen und Hochrechnungen sind demnach in diesem Jahr genauer, da wir in den meisten Fällen auf belastbare Zahlen aus den Ländern zurückgreifen können und nur für einige Niederlassungen zum Erscheinungstag dieses Berichts noch keine Zahlen vorliegen. Die Anteile der auf Schätzungen und Hochrechnungen beruhenden Daten belaufen sich beim

Stromverbrauch auf 22 %, beim Wasserverbrauch auf 60 % und beim Heizenergieverbrauch auf 37 %.

Die Berechnung der CO₂-Emissionen erfolgte beispielsweise auf Basis der Umrechnungsfaktoren der International Energy Agency, des Bayerischen Landesamts für Umwelt und des Instituts Wohnen und Umwelt. Bei der Bilanzierung der CO₂-Äquivalente werden die weiteren emittierten Treibhausgase (z.B. Kohlendioxid oder Methan) entsprechend ihrer Klimawirksamkeit in CO₂-Emissionen umgerechnet und dann zusammen mit den CO₂-Emissionen als CO₂-Äquivalente angegeben.

REDAKTIONELLE HINWEISE

Redaktionsschluss für den Bericht war der 30. Mai 2016.

Für eine bessere Lesbarkeit verzichten wir auf geschlechtsbezogene Doppelnennungen und verwenden die männliche Form. Dabei ist jedoch auch die weibliche Form gemeint. Der Nachhaltigkeitsbericht von ista International erscheint jährlich. Der nächste wird voraussichtlich im Sommer 2017 veröffentlicht.

PRÜFBESCHEINIGUNG

[KPMG-Zertifikat](#)

INHALT

EINLEITUNG

- 4 Vorwort
- 5 Porträt
- 8 Nachhaltigkeitsstrategie
- 13 Nachhaltigkeitsmanagement
- 17 Wesentlichkeit

PORTFOLIO

20–22



UMWELT

23–28



MITARBEITER

29–34



DIALOG

35–37



DATEN UND FAKTEN

- 38 G4 Inhaltsindex
- 42 Impressum

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

als neuer CEO von ista freue ich mich sehr, Ihnen erstmals unseren aktuellen Nachhaltigkeitsbericht zu präsentieren. Denn als Unternehmen fasziniert mich ista nicht zuletzt deshalb, weil Nachhaltigkeit hier fester Bestandteil des wirtschaftlichen Erfolges und damit der Unternehmensstrategie ist.

Gegen die Interessen von Gesellschaft und Umwelt lässt sich heute kein erfolgreiches Geschäftsmodell mehr langfristig entwickeln. Unternehmen müssen sich heute bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Geschäftsstrategie konsequent als Partner von Umwelt und Gesellschaft begreifen. Dafür braucht es als Grundlage Werte wie Verantwortung, Verlässlichkeit und Zusammenhalt, die unumstößlich sind und auf die sich jeder vom Management-Team bis hin zum Azubi verlassen kann. Auf dieser Basis können die Unternehmen sich als Lösungsanbieter für den Erfolg nachhaltiger Projekte einbringen und engagieren. Sie sollten Politik und Gesellschaft konsequent dabei unterstützen, Entscheidungen für mehr Klimaschutz, für mehr Energieeffizienz und für mehr Sozialverträglichkeit pragmatisch umzusetzen.

Wenn ista deshalb heute als Energiedienstleister an der Schnittstelle von Energiewirtschaft, Wohnungs- und IT-Wirtschaft arbeitet, dann mit dem Ziel, nachhaltige Lösungen anzubieten. Wir möchten einen signifikanten Beitrag leisten, um Generationenprojekte wie die Energiewende oder die Digitalisierung unserer Lebenswelt nachhaltig zu gestalten.



Dabei richten wir unser Handeln an unternehmensinternen Kodizes, aber auch an allgemeingültigen Verhaltensnormen wie beispielsweise an den zehn Prinzipien des UN Global Compacts aus. Insbesondere die [Shared Values](#), unsere fünf Unternehmenswerte, formen ista trotz globaler Aufstellung in 24 Ländern zu einer sehr dynamischen Einheit und geben unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern klare Leitplanken vor.

Im Berichtszeitraum haben wir uns in Sachen Nachhaltigkeit noch besser aufgestellt. Wir haben das Sustainability Council weiterentwickelt und ein Energieteam verbindlich im Unternehmen verankert, das uns gemäß dem Motto „Practise what you preach“ dabei hilft, unsere Prozesse mit noch mehr Ressourceneffizienz weiterzuentwickeln.

„Wir möchten unseren Beitrag leisten, um Generationenprojekte wie die Energiewende nachhaltig zu gestalten.“

International haben wir uns auf die weitere Umsetzung der EED-Richtlinie in unseren europäischen Kernmärkten fokussiert und im Rahmen von Verbandsarbeit, Messen und Ausstellungen dafür geworben, die Energiewende durch die konsequente Fokussierung auf niedrig-intensive Maßnahmen schnell weiter voranzubringen. Ganz konkret haben wir darüber hinaus in Deutschland, der Schweiz und Luxemburg den Abrechnungsdruck auf Recyclingpapier umgestellt.

Zugleich stellt dieser Bericht unseren Fortschrittsbericht an den [Global Compact der Vereinten Nationen](#) dar und zeigt auf, wie wir Menschenrechte, gute Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruptionspräventionsprogramme weltweit fördern.

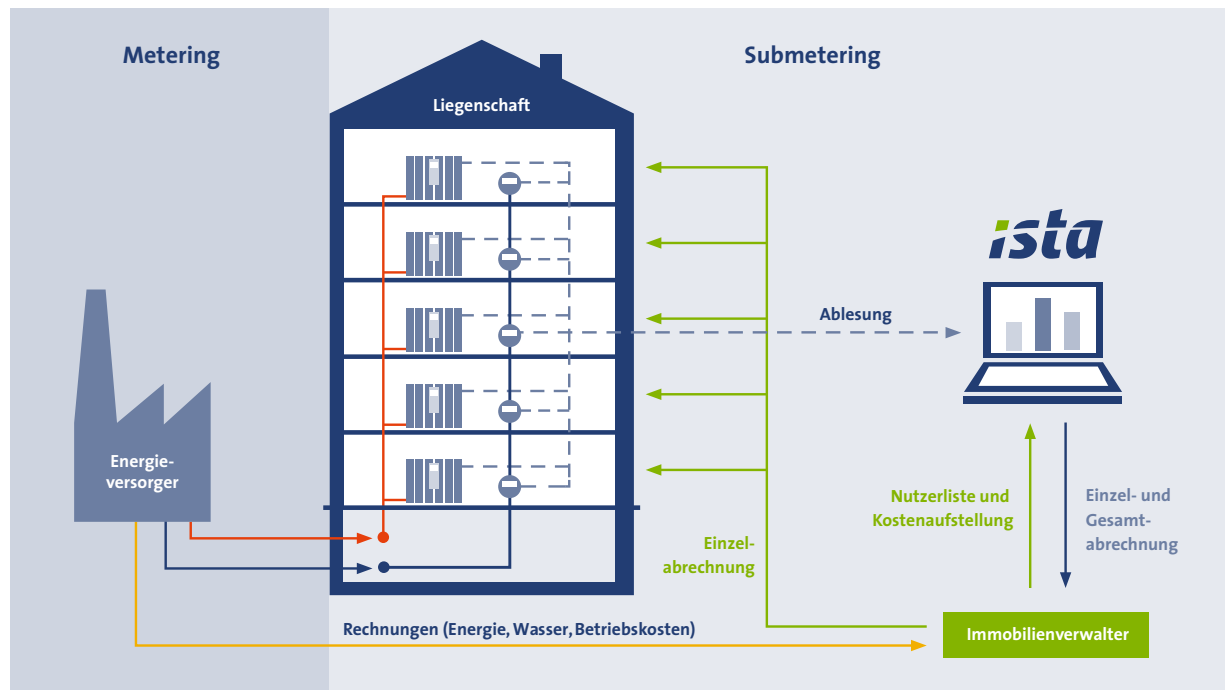
Ich freue mich sehr auf den offenen Dialog mit Ihnen und wünsche Ihnen eine spannende Lektüre! Falls Sie Anregungen haben oder einfach Ihre Eindrücke mit uns teilen möchten, schreiben Sie uns gerne an: sustainability@ista.com.

Ihr Thomas Zinnöcker

CEO ista International

WIR MACHEN GEBÄUDE ENERGIEEFFIZIENT.

ista fördert weltweit die Energieeffizienz in Gebäuden. Dazu setzen wir verstärkt auf digitale Technologien zum transparenten Messen, Abrechnen, Visualisieren und Managen von individuellen Wärmeverbräuchen – kurz Submetering. Denn eines ist klar: Sollen die Klimaschutzziele der Regierungen eingehalten werden, muss das Bewusstsein der Bevölkerung für den Energieverbrauch in den eigenen vier Wänden weiter steigen.



Hausbewohner sparen mit der jährlichen Darlegung der Verbräuche im Durchschnitt 20 % Energie.

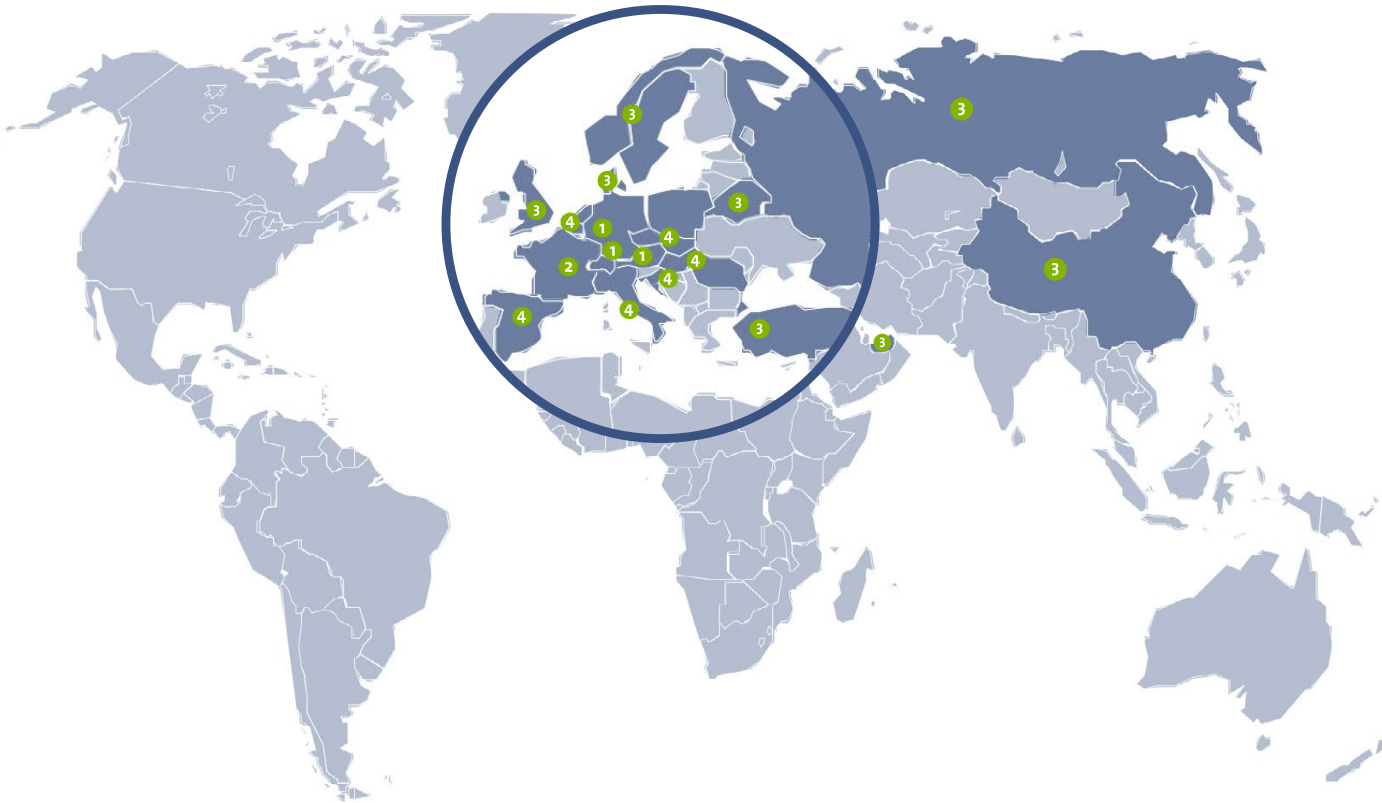
INDIVIDUELLE ABRECHNUNG

Energie kann nur derjenige bewusst einsparen, der auch weiß, was er verbraucht. Wir schaffen diese Transparenz. Durch Submetering erhält jeder Bewohner eines Mehrfamilienhauses eine individuelle Abrechnung für Heiz- und Warmwasserkosten. Damit zahlt jeder nur für die Energie, die er auch tatsächlich verbraucht. Und jeder kann selbst bestimmen, wie aktiv er sein eigenes Energiemanagement betreiben möchte. Nachgewiesenermaßen sparen Hausbewohner mithilfe der jährlichen Darlegung der Verbräuche im Durchschnitt 20 % Energie und damit auch Kosten nachhaltig ein.

Zu unseren Kunden zählen Unternehmen aus der Wohnungswirtschaft, Hauseigentümer und Eigentümergemeinschaften. Zunehmend weiten wir unsere Tätigkeiten auch auf Gewerbeimmobilien aus.

DIGITAL IN DIE ZUKUNFT

Sich wandelnde Kundenbedürfnisse und -anforderungen spornen uns an, unsere Infrastruktur konsequent weiterzuentwickeln. Deswegen lesen wir bereits in über 60 % aller Liegenschaften, die wir heute betreuen, die Energieverbräuche auf Basis moderner Funktechnologie ab. Im nächsten Jahr sollen es schon 75 % sein. Denn digital funktioniert Submetering noch besser. Die Funktechnologie hat für den Verbraucher zwei wesentliche Vorteile: Es entfällt zum einen der Ablesetermin vor Ort, zum anderen sind Verbräuche und Kosten auf dem Webportal oder Smartphone noch transparenter aufbereitet und einsehbar. Nicht nur einmal im Jahr, sondern auch regelmäßig während der Heizperiode. Wie aktuelle Studien zeigen, verbrauchen Bewohner durch eine monatliche Visualisierung ihrer Daten durchschnittlich noch einmal zwischen 7 und 12 % weniger Energie als Bewohner, denen diese Informationen nicht vorliegen.



1 REGION EUROPE CENTRAL
 Deutschland, Luxemburg,
 Österreich, Schweiz

2 FRANCE
 Frankreich

3 REGION EUROPE NORTH & EMERGING MARKETS
 Dänemark, Norwegen, Schweden,
 UK, Belarus, China, Russland, Türkei,
 Vereinigte Arabische Emirate

4 REGION EUROPE WEST, EAST & SOUTH
 Belgien, Italien, Kroatien, Niederlande,
 Polen, Rumänien, Spanien, Slowakei,
 Tschechien, Ungarn

DAS INTELLIGENTE MEHRFAMILIENHAUS

Mehr Transparenz über individuelle Verbräuche kann also zu mehr Energieeinsparung führen. Doch wirkliche Steuerungsmöglichkeiten und Einfluss auf das Nutzerverhalten haben in Mehrfamilienhäusern heute die Wenigsten. Die Stichworte lauten hier „Smart Home“ und „Smart Building“. Im Bereich der Mehrfamilienhäuser gibt es bislang nur wenige Ansätze, die diesem Anspruch gerecht werden. Daher entwickeln wir unsere Kernkompetenz Submetering kontinuierlich weiter in Richtung intelligentes, energieeffizientes Mehrfamilienhaus. Ein erstes Produkt zur intelligenten Steuerung der Heizung und anderer Geräte in Mehrfamilienhäusern haben wir in diesem Jahr in Kooperation mit der Firma Dr. Riedel Automatisierungstechnik auf den Markt gebracht.

In diese Richtung denken wir weiter und sind bereits in der Planung weiterer intelligenter Bündelangebote, die auf Energieeffizienz, Komfort und Sicherheit einzahlen. Darüber hinaus bieten wir heute bereits flächendeckend Dienste für mehr Mietersicherheit an, zum Beispiel Rauchmelder und Trinkwasseranalysen, die wir zukünftig ebenfalls weiterentwickeln werden.

AUF DER GANZEN WELT PRÄSENT

Die ista Gruppe hat ihre Heimat in Essen (Deutschland) und ist in 24 Ländern rund um den Globus präsent. Neben Deutschland stehen europäische Märkte wie Dänemark, Frankreich, Italien und Spanien im Fokus. Zusätzlich gewinnen die schnell wachsenden Märkte in China, Russland oder den Vereinigten Arabischen Emiraten an Bedeutung. In vielen dieser Länder ist ista bereits heute Marktführer. In Deutschland gehört die Gruppe zu den führenden Unternehmen der Branche. Die Arbeit von ista wird in einigen Ländern von selbstständigen Servicepartnern unterstützt. In Deutschland übernehmen diese beispielsweise die Geräteinstallation und -ablesung.

G4-17

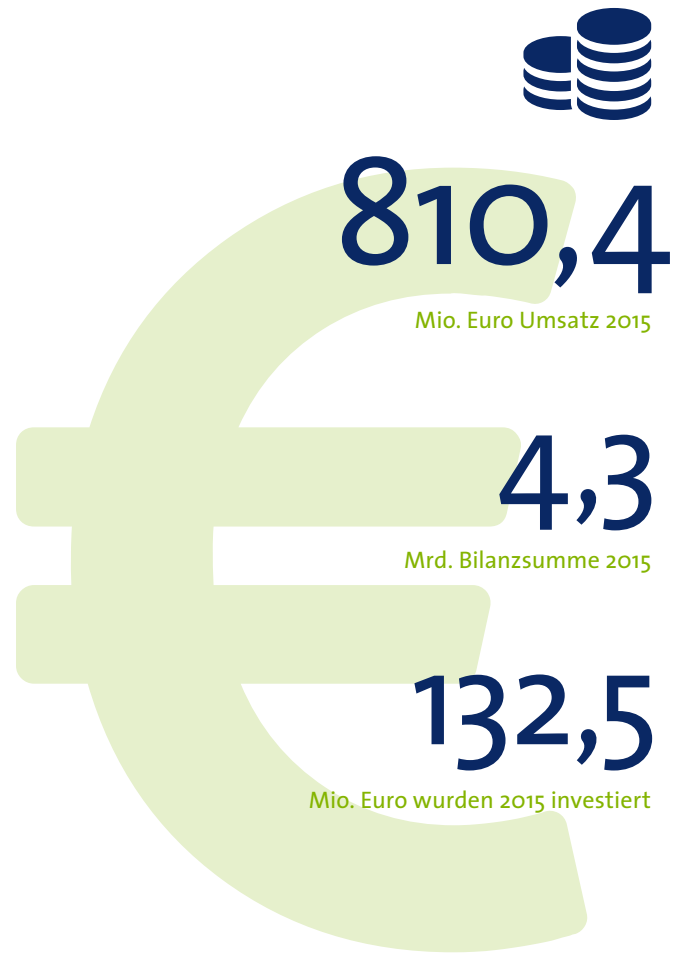
UNSERE KENNZAHLEN

2015 erzielte ista weltweit einen Umsatz von 810,4 Mio. Euro. Das entspricht einer Umsatzsteigerung von 3,7 % gegenüber dem Vorjahr. Die Bilanzsumme belief sich auf rund 4,3 Mrd. Euro. Im Berichtszeitraum wurden 132,5 Mio. Euro investiert, davon 101,4 Mio. Euro allein für Hardwarekomponenten, die wir unseren Kunden auf Mietbasis zur Verfügung stellen. 5.397 Mitarbeiter waren für die Gruppe tätig. Das Vollzeitäquivalent zum 31.12.2015 lag bei 5.114. Mit einem Anteil von über 48 % war 2015 fast jeder zweite Mitarbeiter weiblich. Neben ista Luxemburg GmbH S.à r.l. werden weitere 47 Gesellschaften in den Konzernabschluss der ista Luxemburg einbezogen.

UNSER FÜHRUNGSTEAM

Die Geschäftsführung der ista International GmbH verantwortet die strategische und operative Steuerung der ista Gruppe. Mitglieder der Geschäftsführung sind Thomas Zinnöcker als Chief Executive Officer (CEO), Christian Leu als Chief Financial Officer (CFO) sowie Jochen Schein als Chief Operating Officer (COO). Die Vergütung der Geschäftsführung besteht aus einem fixen und einem variablen Anteil, der vom Gesamterfolg des Unternehmens abhängig ist. Im Aufsichtsrat der ista Deutschland GmbH sind Christian Leu als Vorsitzender sowie Maria Oestreicher und Pierre Baumruck vertreten. Mutterunternehmen der ista Gruppe ist die Trius Holdings S.C.A. mit Sitz in Luxemburg. Eigentümer dieser Gesellschaft sind mehrheitlich von CVC Capital Partners beratene Fonds. Das ista Management ist ebenfalls am Unternehmen beteiligt.

In Mio. Euro	2015	2014
Bilanzsumme	4.228	4.230
– nach Verbindlichkeiten	3.973	3.960
– nach Eigenkapital	255	270



ZUKUNFT GESTALTEN

Intelligentes Wohnen erfordert nachhaltige Lösungen – es ist unser zentrales Anliegen, das Wohnen der Zukunft so ressourcenschonend wie möglich zu gestalten. Die Nachhaltigkeit in unseren eigenen Prozessen und Strukturen haben wir deshalb fest im Blick.


GLOBALEN HERAUSFORDERUNGEN BEGEGNEN

Bereits heute ist der globale ökologische Fußabdruck der Menschheit größer, als es die Ressourcen der Erde langfristig erlauben. Ein kontinuierlicher Anstieg der Weltbevölkerung und eine zunehmende Wirtschaftsleistung führen auch weiterhin zu steigendem Konsum und Ressourcenbedarf, insbesondere in Schwellen- und Entwicklungsländern. Vor diesem Hintergrund wurden 2015 17 nachhaltige Entwicklungsziele der Vereinten Nationen – [die Sustainable Development Goals \(SDGs\)](#) – verabschiedet. Sie sollen Politik, Gesellschaft und Unternehmen hin zu einer zukunftsfähigen Entwicklung leiten.

Als einer der weltweit führenden Energiedienstleister für mehr Energieeffizienz in Gebäuden leisten wir einen Beitrag, nachhaltig Energie, Wasser, CO₂ und letztlich Kosten einzusparen. Indem wir unsere Kunden dabei unterstützen, Verbräuche für Energie und Wasser zu messen, zu visualisieren, abzurechnen und zu managen, machen wir den individuellen Ressourcenkonsum für jeden Einzelnen nachvollziehbar und somit steuerbar. Gleichzeitig beteiligen wir uns am politischen Diskurs und unterstützen Initiativen zur Verbesserung der Energieeffizienz und des Klimaschutzes im Gebäude. Mit Blick auf die verabschiedeten SDGs sehen wir dementsprechend unsere größten Einflussmöglichkeiten bei:

- **SDG 6** – Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten
- **SDG 7** – Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und zeitgemäßer Energie für alle sichern
- **SDG 12** – Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen
- **SDG 13** – Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen

Unternehmensvision und Nachhaltigkeitsstrategie verfolgen bei ista das gleiche Ziel: einen Beitrag zur nachhaltigen Wertschöpfung zu leisten.



Die Weltbevölkerung wächst und mit ihr der Konsum. Um Ressourcen in der Wirtschaft zu sparen, setzen die Vereinten Nationen auf 17 nachhaltige Entwicklungsziele – die SDGs.

FÜNF FRAGEN AN THOMAS ZINNÖCKER



THOMAS ZINNÖCKER, CEO von ista, darüber, wie er Nachhaltigkeit definiert und wofür Nachhaltigkeit bei ista steht.

WELCHE BEDEUTUNG HAT NACHHALTIGKEIT FÜR SIE PERSÖNLICH?

Nachhaltigkeit ist für mich eine wesentliche Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen. Gegen die Interessen von Gesellschaft und Umwelt lässt sich kein erfolgreiches Geschäftsmodell langfristig entwickeln. Deshalb müssen Unternehmen sich bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Geschäftsstrategie konsequent als Partner von Umwelt und Gesellschaft begreifen. Sie müssen die Politik konsequent dabei unterstützen, Entscheidungen für mehr Klimaschutz, für mehr Energieeffizienz und für mehr Sozialverträglichkeit pragmatisch umzusetzen. Es ist damit letztlich die wirtschaftliche Nachhaltigkeit und gute Unternehmensführung, die wesentlich die ökologische und soziale Nachhaltigkeit ermöglichen kann.

WELCHE AKZENTE MÖCHTEN SIE IN BEZUG AUF DIE NACHHALTIGKEITSAGENDA VON ISTA INTERNATIONAL SETZEN?

Ich möchte das Unternehmen modern und nachhaltig und damit sicher für die Zukunft aufstellen. ista hat dafür ein stabiles Fundament, nämlich ein auf Nachhaltigkeit angelegtes Geschäftsmodell und ein enorm ausgeprägtes Werteverständnis innerhalb des Unternehmens. Darauf werden wir sehr konsequent weiter aufbauen, damit wir unseren Kunden und ihren Mietern künftig noch bessere Lösungen bieten können, um Energie und Wasser und damit Kosten langfristig einzusparen. ista leistet damit seinen Beitrag für mehr Energieeffizienz und Ressourcenschutz und damit zum Gelingen der Energiewende.

WORAN MUSS ISTA ARBEITEN, UM BRANCHEN-PRIMUS IN SACHEN NACHHALTIGKEIT ZU BLEIBEN BEZIEHUNGSWEISE DIE VORREITERROLLE WEITER AUSZUBAUEN?

Digitale Technologie gewinnt für das Gelingen der Energiewende eine immer größere Bedeutung. Bereits seit einigen Jahren setzt ista bei der Weiterentwicklung seines Produkt- und Dienstleistungsportfolios deshalb konsequent auf Digitalisierung. Neue digitale Funktechnik und eine damit verbundene bessere Datenqualität helfen uns, unseren Kunden noch schneller und flexibler Transparenz über ihre Verbrauchsdaten zu geben. Über unsere digitale Mess- und Abrechnungstechnologie schaffen wir so nicht nur mehr Komfort für Wohnungswirtschaft und Mieter, sondern auch mehr Energieeffizienz. Und dies auf weiterhin niedriginvestivem Niveau. Das ist für uns ein wichtiger Erfolgsfaktor, um in einem sehr dynamischen Wettbewerbsumfeld rund um das „Smart Home“ zu bestehen.

WELCHEN BEITRAG KANN ISTA ZUR ERREICHUNG DER INTERNATIONALEN NACHHALTIGKEITSAGENDA (SDGS/COP21 ETC.) LEISTEN?

Die internationale Nachhaltigkeitsagenda ist für uns ein wichtiger Anknüpfungspunkt, an dem wir unsere unternehmensweiten Nachhaltigkeitsziele ausrichten. Wir wollen eine aktive Rolle einnehmen, Verantwortung übernehmen und unterschiedliche Interessensgruppen, wie etwa Mieter, unsere wohnungswirtschaftlichen Kunden, Politik und NGOs nachhaltig zusammenführen. Im Fokus sehen wir dabei die globalen Ziele zu einem modernen und nachhaltigen Umgang mit Energie und Wasser. Durch innovative Produktentwicklungen tragen wir in unseren 24 Märkten zu mehr Transparenz im Umgang mit knappen Ressourcen bei. Darüber hinaus setzen wir mit unseren Verhaltenskodices Standards für die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Mitarbeitern, die darauf abzielen, dass unsere Partner unsere sozialen Überzeugungen einhalten.

INWIEFERN IST NACHHALTIGKEIT AUS IHRER SICHT MIT DEM GESCHÄFTSMODELL VON ISTA VERBUNDEN?

Nachhaltigkeit findet im Kern von ista statt. Unsere Produkte und Services messen und veranschaulichen individuelle Energie- und Wasserverbräuche und machen unsere Kunden und ihre Mieter somit zu Akteuren der Energiewende. Mieter können selbst zum „Smart Mieter“ werden, die aktiv und flexibel ihr energetisches Verhalten steuern, kontrollieren und optimieren. Erst Transparenz ermöglicht eigenverantwortliches Handeln und integriert damit den Verbraucher aktiv in die Energiewende. Unser Geschäftsmodell verschreibt sich deshalb konsequent der Schaffung von Verbrauchstransparenz und damit der gelebten Energieeffizienz. Das ist und war entscheidend für unseren Erfolg und die mehr als 100-jährige Unternehmenshistorie.

UNTERNEHMENSVISION NACHHALTIG UMSETZEN

Nachhaltigkeit bedeutet für uns vor allem Zukunftsfähigkeit zu sichern: für unsere Kunden und Partner ebenso wie für unser eigenes Unternehmen und unsere Mitarbeiter. Wir pflegen einen partnerschaftlichen Umgang mit unseren Kunden und möchten führend im Energie- und Wassermanagement sein. Unsere Ambition der Prozess- und Technologieführerschaft stützt sich dabei auf eine Kultur des Vertrauens in unseren Geschäftsbeziehungen ebenso wie zu unseren Mitarbeitern. Die Nachhaltigkeitsstrategie hilft uns, diese Unternehmensvision langfristig tragfähig zu gestalten. Sie fußt auf den Säulen „Verantwortliches Führen und Kontrolle“, „Verantwortung im Geschäftsmodell“ sowie „Verantwortung für die Gesellschaft“. Entlang der definierten Handlungsfelder Produkte und Dienstleistungen, Energie und Ressourcen, Mitarbeiter sowie Dialog und Gesellschaft haben wir uns anspruchsvolle Ziele gesetzt und verfolgen die abgeleiteten Maßnahmen kontinuierlich.



Die Nachhaltigkeitsstrategie von ista basiert auf Verantwortung im Führen sowie auf Verantwortung im Geschäftsmodell und für die Gesellschaft.



HANDLUNGSFELDER UND STRATEGISCHE ZIELE

HANDLUNGSFELD
Energie und Ressourcen

Strategisches Ziel: Senkung des durchschnittlichen CO₂-Ausstoßes unserer Dienstwagenflotte in Deutschland (ausgenommen Poolfahrzeuge und Fahrzeuge der Kundendiensttechniker) um 13 % gegenüber 2013.

Status 2015: Wir konnten in Deutschland den Durchschnittsverbrauch unserer Dienstwagenflotte seit 2013 von 6,8 Liter auf 6,55 Liter pro 100 km reduzieren und somit auch den relativen CO₂-Ausstoß um 3,4 Prozent im Vergleich zu 2013 verringern. Um die Fahrleistung zu reduzieren wurden bereits verschiedene Maßnahmen umgesetzt. So haben wir am Standort Head Office eine Carsharing-App eingeführt und ein Video Conferencing System etabliert, um Dienstreisen zu vermeiden und somit den CO₂-Ausstoß unserer Dienstwagenflotte weiter zu verringern.

Zielhorizont: 2018

HANDLUNGSFELD

Produkte und Dienstleistungen

Strategisches Ziel: Internationale Harmonisierung von Produkten und Services. Weiterentwicklung des Serviceportfolios hin zu intelligenten Services im Mehrfamilienhaus auf Basis der bestehenden, digitalen Infrastruktur.

Status 2015: 2015 startete eine Initiative zur Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie mit Blick auf das Kerngeschäft sowie mögliche neue Geschäftsfelder. In Deutschland kooperieren wir dabei mit der Firma Dr. Riedel Automatisierungstechnik: Gemeinsam wurde eine Systemlösung für die Vernetzung von Technik und Services für das intelligente Mehrfamilienhaus entwickelt.

Zielhorizont: 2017

HANDLUNGSFELD

Mitarbeiter

Strategisches Ziel:

Kontinuierliche Steigerung des Mitarbeiterengagements.

Status 2015: Roll-out weiterer Angebote im Bereich Gesundheits- und Familienförderung. Entwicklung einer neuen Global Mobility Policy, die neue Standards im Bereich Entsendungen definiert. Umsetzung von verschiedenen, mitarbeiterorientierten Maßnahmen zur langfristigen Implementierung der Unternehmenswerte. Einführung von Vergütungsstrukturen, die es ermöglichen, dass Mitarbeiter bei gleichwertiger Tätigkeit vergleichbar vergütet werden. Vorbereitung und Auswahl der Dienstleister für die nächste Mitarbeiterbefragung in 2017. Status der letzten Befragung (2014): Indizes 82 (Engagement-Index) und 73 (Commitment-Index).

Zielhorizont: 2017

HANDLUNGSFELD

Dialog mit Politik & Gesellschaft

Strategisches Ziel: Weiterer Ausbau des transparenten Dialogs mit externen Stakeholdern. Etablierung als Partner für die Energiewende gegenüber Kunden, Politik und Gesellschaft.

Status 2015: Interne Validierung der Wesentlichkeitsanalyse, erstmals auch unter Einbindung internationaler Stakeholder. Aktive Beteiligung als Experte an Stakeholderdialogformaten zur Umsetzung der europäischen Energiepolitik. Intensivierung des Kundendialogs durch Roll-out einer neuen CRM Plattform.

Zielhorizont: 2017

NACHHALTIGE GESCHÄFTSCHANCEN NUTZEN

Als Konsequenz globaler Herausforderungen wie dem Klimawandel werden Produkte und Dienstleistungen stärker nachgefragt, die Ressourcen nachhaltig schonen. Dies wird zudem regulativ gefördert, indem in vielen Ländern Gesetze und Richtlinien etabliert werden, welche die individuelle und regelmäßige Verbrauchsinformation verbessern. Im Berichtszeitraum unterstützten wir Initiativen der Europäischen Union zur Erhöhung der Energieeffizienz und des Klimaschutzes im Gebäude. Dazu zählen die „Heating and Cooling“-Strategie, der laufende Review-Prozess für die Energieeffizienz-Richtlinie (EED) und die Richtlinie zur Gesamteffizienz von Gebäuden (EPBD). In Frankreich wurde in diesem Zusammenhang ein umfassendes Gesetz zur Energiewende verabschiedet. Die „Transition Laws“ sehen eine Halbierung des Energieverbrauchs bis 2050 vor – die verpflichtende Einführung von Submetering ist dabei ein wichtiger Baustein, um das Ziel zu erreichen.

Das Wohnen der Zukunft wird komfortabler und bequemer – dabei soll vor allem vernetzte Technik beim Energiesparen helfen. Daher entwickeln wir unsere Ausrichtung auf das Thema intelligentes Wohnen kontinuierlich weiter. Gemeinsam mit Dr. Riedel Automatisierungstechnik GmbH bietet ista seit Ende 2015 eine Systemlösung zur digitalen Vernetzung des Mehrfamilienhauses an. Weitere Projekte und Maßnahmen beschreiben wir im Kapitel [Portfolio](#).

EIGENE PROZESSE OPTIMIEREN

Nachhaltigkeit gehört zum Kern unseres Geschäftsmodells. Da ist es eine Frage der Glaubwürdigkeit, den Nachhaltigkeitsgedanken im gesamten Unternehmen ganzheitlich vorzuleben. Auch wir messen in unserem eigenen Arbeitsumfeld unsere Verbräuche und versuchen, unser Ressourcen- und Materialmanagement ständig zu optimieren. Neben der Steigerung unserer eigenen Effizienz greifen wir so aktiv physikalische und regulative Risiken auf, die durch den Klimawandel entstehen können. Unsere Mitarbeiter sind dabei unsere Botschafter für mehr Nachhaltigkeit. Sie übernehmen auch außerhalb von ista Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt. In den Kapiteln [Umwelt](#) sowie [Mitarbeiter](#) berichten wir über unsere diesbezüglichen Leistungen.

17 NACHHALTIGE ENTWICKLUNGSZIELE DER VEREINTEN NATIONEN:
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)



WERTEORIENTIERTES HANDELN

Als international aufgestelltes Unternehmen ist ein nachhaltiges, werte- und prinzipiengeleitetes Management von entscheidender Bedeutung für transparentes und verantwortungsvolles Handeln. Die Internationalisierung unseres Sustainability Councils hilft uns dabei, das CR-Management von ista weltweit zu verankern und die Relevanz der Thematik an alle Standorte zu tragen.

WERTE LEBEN

Internationale Übereinkommen wie die UN-Deklaration für Menschenrechte, die UN-Konvention gegen Korruption und die Grundsatzklärung der Internationalen Arbeitsagentur (ILO) sind für uns wichtige Eckpfeiler und richtungweisend für unternehmensweite Grundsätze und Selbstverpflichtungen. Im Alltag sind es zudem unsere Unternehmenswerte – [die Shared Values](#) – die eine faire und partnerschaftliche Zusammenarbeit sowohl unter Kollegen als auch mit externen Partnern stützen.



UNSER HANDELN LEITEN ...

Richtlinien

Richtlinien, zum Beispiel bezüglich Zuwendungen (Deutschland) sowie Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung (international).

Verhaltenskodex

Der Verhaltenskodex enthält wichtige Grundsätze wie die Vermeidung von Interessenkonflikten und die Ablehnung von Korruption und Bestechung. Der Kodex ist für alle Mitarbeiter bindend und liegt ihnen in gedruckter Form und im Intranet vor.

Unternehmenswerte

Fünf Werte, die Mitarbeitern Orientierung im Alltag geben – Vereinbarungen einhalten, Eigenständigkeit fördern, Verantwortung übernehmen, Vertrauen schaffen und Partnerschaften etablieren.

Global Compact der Vereinten Nationen

Als Unterstützer fördern wir Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung.

Der Bereich Corporate Internal Audit und Compliance ist für die Überwachung der Einhaltung der Richtlinien und Verpflichtungen im Rahmen seiner regulären Prüfungstätigkeiten zuständig und steht als zentrale Anlaufstelle für Mitarbeiter zur Verfügung. 2015 wurden alle Mitarbeiter in Deutschland auf die Compliance-Anforderungen gesondert hingewiesen. In risikoorientiert ausgewählten Ländern, wurden Mitarbeiter persönlich zum Verhaltenskodex geschult und ein zentrales Monitoring für Bereiche eingerichtet, die besonders korruptionsgefährdet erscheinen.

Im Berichtsjahr leitete das Bundeskartellamt eine Sektoruntersuchung im gesamten Wirtschaftszweig ein, die Aufschluss über die aktuelle Marktsituation und die Wettbewerbsintensität in der Branche geben soll. Kartellrechtliche Untersuchungen, die konkret auf ista abzielen, gab es nicht.



DREI FRAGEN AN GÜNTHER MEGGENEDER

GÜNTHER MEGGENEDER ist als Senior Vice President Corporate Internal Audit and Compliance für die Überprüfung von Prozessen in allen 24 ista-Märkten zuständig. Das Thema Nachhaltigkeit, insbesondere die Einhaltung von Governance- und Menschenrechtskodizes, spielt dabei eine wichtige Rolle. Wir stellten ihm dazu drei kurze Fragen.

NACHHALTIGKEIT IM UNTERNEHMEN – WIE FUNKTIONIERT DAS?

Nachhaltigkeitsmanagement braucht immer einen ganzheitlichen Ansatz. Für mich gehören dazu zwei Säulen. Zum einen muss das Thema Nachhaltigkeit strategisch im Unternehmen verankert sein und von der Geschäftsführung zentral getragen werden. Nur dann sind auch die Mitarbeiter sensibilisiert und haben Nachhaltigkeit bei ihrer täglichen Arbeit im Blick. Die zweite Säule ist die operative Umsetzung. Dafür sind bei einem internationalen Unternehmen wie ista bestimmte Regeln notwendig. Deswegen bilden allgemeingültige Kodizes wie die UN Deklaration für Menschenrechte, die OECD Leitlinien oder die UN Global Compact Leitlinien für uns einen sehr wichtigen Rahmen für die operative Umsetzung von Nachhaltigkeit.

WO SIND ERFAHRUNGSGEMÄSS DIE GRÖSSTEN STOLPERSTEINE?

Im unternehmerischen Alltag steht man häufig vor der Entscheidung: „Schneller, kurzfristiger Geschäftserfolg“ oder „langfristige Zielerreichung“? An der Stelle müssen wir uns unserer Verantwortung besonders bewusst werden und festlegen, was für ein zukunftsorientiertes Management wesentlich ist. Bezogen auf das Compliance Management ist vor allem ein internationales Geschäftsmodell herausfordernd: Bei ista bringen wir 24 verschiedene Märkte mit unterschiedlichen Kulturen und Wertevorstellungen unter einen Hut. Bei unseren internationalen Audits prüfen und hinterfragen wir immer, ob alle Richtlinien – insbesondere der Verhaltenskodex sowie die Geschäftsordnung – bekannt und implementiert sind. Übrigens ist neben dem Verhaltenskodex kein anderes Dokument bei ista in allen Landessprachen verfügbar – das unterstreicht seine Wichtigkeit und erzeugt auch bei den Mitarbeitern ein entsprechendes Pflichtgefühl.

WENN SIE EINEN WUNSCH FREI HÄTTEN, WAS WÜRDEN SIE SICH IN BEZUG AUF DIE NACHHALTIGKEIT BEI ISTA WÜNSCHEN?

Egal wie sehr man sich das Thema Nachhaltigkeit als Unternehmen auf die Fahne schreibt, Ziele erreicht und neue Ziele steckt, Initiativen unterstützt und seine Ausrichtung immer wieder hinterfragt, Luft nach oben ist immer. Ich wünsche mir, dass wir bei ista diese Potenziale weiterhin erkennen und uns wie in der Vergangenheit stetig weiterentwickeln. Im Compliance Management arbeiten wir daran, dass die Berücksichtigung von Compliance-Gesichtspunkten noch mehr zur Selbstverständlichkeit wird. In den vergangenen Jahren spüren wir hier aber schon eine Veränderung. Die Fragen, die Mitarbeiter an uns herantragen, werden zahlreicher, das bedeutet, dass sie uns als Partner wahrnehmen.

LIEFERKETTE EINBEZIEHEN

Hohe Anforderungen stellen wir nicht nur an unsere Geschäftsstandorte weltweit, sondern auch an unsere Lieferanten. Lieferanten mit einem Mindestumsatz von 50.000 Euro müssen sich verpflichten, die Anforderungen unseres Lieferantenkodex zu erfüllen. Dieser orientiert sich an den Leitsätzen der OECD für verantwortliche Unternehmensführung und an den Kernkonventionen der ILO.

Um die nachhaltige Produktion bei Lieferanten zu unterstützen, wird die Einhaltung der Richtlinie in turnusmäßig stattfindenden Lieferantenaudits vom Qualitätsmanagement und von der direkten Beschaffung überprüft. Ein Engineering Office in Thailand begleitet zudem unsere asiatischen Lieferanten vor Ort. Unseren beiden asiatischen Hauptlieferanten stehen Resident Engineers zur Unterstützung und Qualitätssicherung zur Seite.

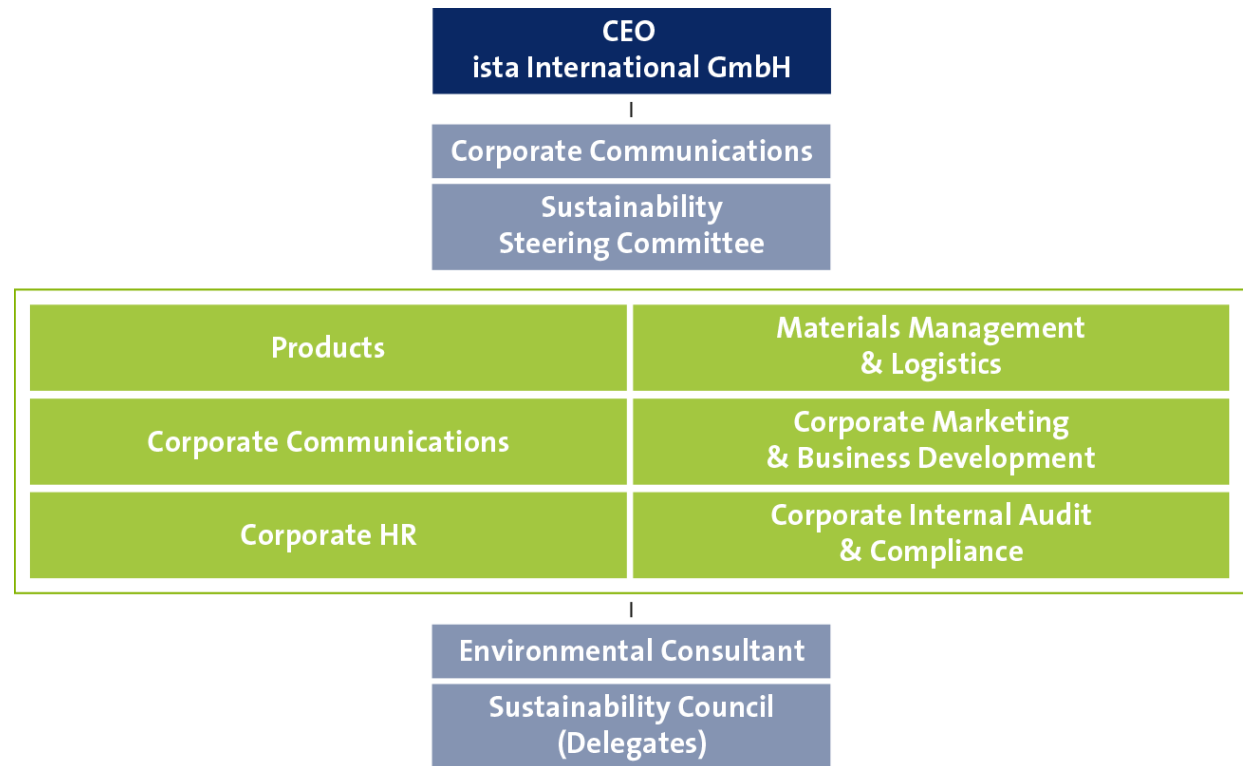
[Zu den Anforderungen an unsere Lieferanten, siehe Nachhaltigkeitsbericht 2014, S. 22.](#)

INTERNATIONAL AUFGESTELLT

Um das Nachhaltigkeitsmanagement von ista weiter zu professionalisieren, haben wir uns Anfang 2016 für eine Neuorganisation der Nachhaltigkeitskoordination entschieden: Das neue Sustainability Council besteht unter der Leitung der Umweltbeauftragten aus den internationalen Nachhaltigkeitsbeauftragten der Länder. Um wesentliche Punkte weiterhin auf Head Office Ebene zu diskutieren und strategische Leitplanken zu setzen, gründeten wir gleichzeitig ein neues Sustainability Steering Committee. Auf Grundlage der Council-Arbeit und unter Leitung von Corporate Communications erarbeitet das Steering Committee Entscheidungsvorlagen für die Geschäftsführung.

Dadurch verbessern wir zum einen unser Verständnis von länderspezifischen Nachhaltigkeitsanforderungen. Zum anderen bringen wir das Thema Nachhaltigkeit durch die Neubesetzung automatisch in die Operative und erreichen eine bessere Verankerung des Themas in den Märkten.

NACHHALTIGKEITSKOORDINATION BEI ISTA

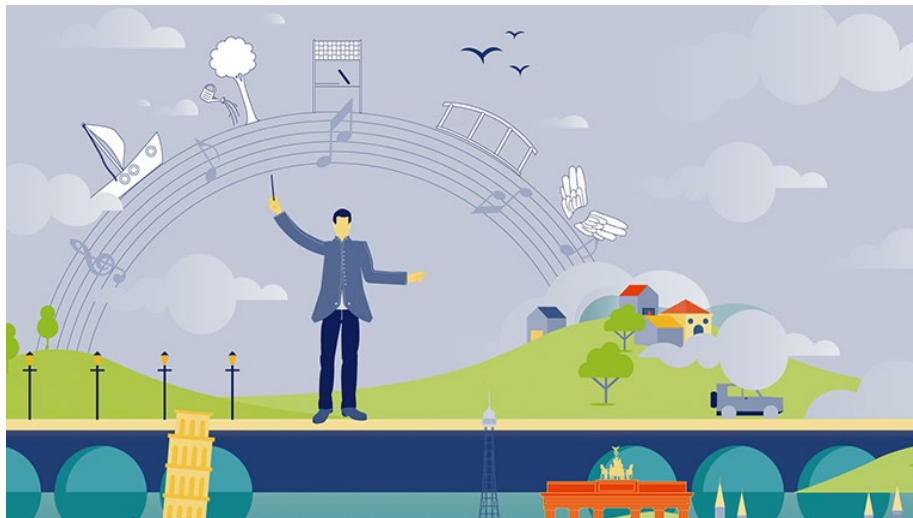


G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

STAKEHOLDER EINBINDEN

Neben der systematischen Einbindung wichtiger Anspruchsgruppen im [Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse](#) stehen wir im ständigen Austausch mit Mitarbeitern, Kunden, Politik, NGOs und Medien. Mitarbeiter der einzelnen ista Landesgesellschaften treten über das Dialogformat „inside talk“ sowie über digitale Formate im Intranet regelmäßig mit ihrer Geschäftsführung in Kontakt.

Ein wesentlicher Kanal zum Dialog mit unseren Kunden ist der direkte Kontakt durch unsere Vertriebsmitarbeiter. In Deutschland standen im Berichtszeitraum insbesondere das Energiedatenmanagement sowie Rauchwarnmelderservices im Mittelpunkt. Kunden, Politik und Gesellschaft erreichen wir zudem über internationale Veranstaltungen – 2015 war die [Klima-Expo COP21](#) in Paris eine wichtige Plattform, um über Trends und Entwicklungen zu diskutieren sowie Produkte und Dienstleistungen vorzustellen.



G4-24, G4-26, G4-27

STAKEHOLDERKOMMUNIKATION IM ÜBERBLICK

Stakeholder	Kommunikationsbeispiele
Extern	
Kunden	Kundenveranstaltungen, Kundenbeirat, Kundenzufriedenheitsbefragung, Kunden-Newsletter, Website, Online-Portal, persönliche Kundenbetreuung, Onlinemagazin INSIDEista, Newsroom, Social Media
Verbände, NGOs, Organisationen	Mitgliedschaften, Verbandsarbeit
Politik	Gespräche mit Parteien, Interviews
Eigentümer	Monatliches Reporting und Abstimmungsgespräche
Presse	Pressegespräche, Pressemitteilungen, Onlinemagazin INSIDEista, Newsroom
Lieferanten	Regelmäßige Abstimmungsgespräche, Lieferantenaudits
Studenten, Wissenschaftler	Hochschulkooperationen
Intern	
Mitarbeiter	Mitarbeitergespräche, Mitarbeiterbefragung, Informationsveranstaltungen, Management-Blog, Management Dialogformate, Onlinemagazin INSIDEista, Newsletter, Intranet

DREI WICHTIGE RICHTLINIENGEBER

☑ Die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) will die soziale Gerechtigkeit sowie Menschen- und Arbeitsrechte voranbringen. Dazu gehört beispielsweise, dass Unternehmen Kinderarbeit unterbinden.



Die Leitsätze der ☑ Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) geben einen Rahmen für Nachhaltigkeit. Sie reichen von Informationspolitik und Menschenrechten bis hin zu Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung.



Mit der „Deklaration der Menschenrechte“ wollen die ☑ Vereinten Nationen (UN) weltweit grundlegende Menschenrechte schützen. Unternehmen sollen zum Beispiel die Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf andere mit berücksichtigen.



FOKUS AUF DAS WESENTLICHE

Globale Herausforderungen erfordern engagierte Unternehmen, die als Partner von Politik und Gesellschaft Trends erkennen und Lösungen für Themen in ihrem Einflussbereich erarbeiten. Für uns ist entscheidend, dass wir dabei den Blick für das Wesentliche behalten – sowohl in Bezug auf unsere Stakeholder als auch auf unseren Geschäftserfolg. Mit diesem klaren Fokus erzielen wir die größte Wirkung.

WEICHEN STELLEN

Im Berichtsjahr 2014 führte ista erstmals eine umfangreiche Analyse zu wesentlichen Berichtsthemen durch. Welche Fragestellungen und Sachverhalte sind entscheidend für die Zukunftsfähigkeit von ista? Wie können wir noch besser werden? Die Ergebnisse der Analyse stärken unseren Fokus in der Berichterstattung, schärfen unsere strategischen Ansatzpunkte und festigen unsere interne Nachhaltigkeitskompetenz. Die Einbindung von wichtigen Stakeholdergruppen hilft uns dabei, nicht nur den Berichtsanforderungen gemäß der aktuellen Leitlinie G4 der Global Reporting Initiative gerecht zu werden, sondern liefert uns zentrale Impulse zur Ausgestaltung unserer Nachhaltigkeitsagenda.

G4-18, G4-24, G4-25, G4-26

WESENTLICHE THEMEN ERARBEITEN

Die Wesentlichkeitsanalyse 2014 erfolgte in einem dreistufigen Verfahren unter Einbeziehung interner und externer Stakeholder. Die internen Stakeholder setzten sich aus Mitgliedern des ista Sustainability Councils und Nachhaltigkeitsvertretern unserer Ländergesellschaften zusammen. Bei den externen Stakeholdern handelte es

sich um Personen, die das Unternehmen zum einen gut kennen und zum anderen einer der für ista relevanten Stakeholder-Gruppen angehören. Dazu zählen ausgewählte Kunden, Mieter, Verbände, NGOs, Vertreter aus Politik sowie Nachhaltigkeits- und Finanzexperten.

In einem ersten Schritt analysierten wir potenziell relevante Themen unter Berücksichtigung nationaler und internationaler Branchen- und branchenübergreifender Nachhaltigkeitsstandards. Die zwölf daraus resultierenden Nachhaltigkeitsthemen wurden im zweiten Schritt im Rahmen einer Onlinebefragung von internen und externen Stakeholdern priorisiert. Ergänzend dazu fanden etwa halbstündige Interviews mit den externen Stakeholdern zu ihren Erwartungen an ista statt. In einem letzten Schritt führte das ista Sustainability Council die interne und externe Perspektive zusammen und leitete wesentliche Themen ab.

G4-18, G4-27

RELEVANZ ÜBERPRÜFEN

Diese Ergebnisse wurden im aktuellen Berichtszeitraum von internen Stakeholdern validiert. Die Validierung be-

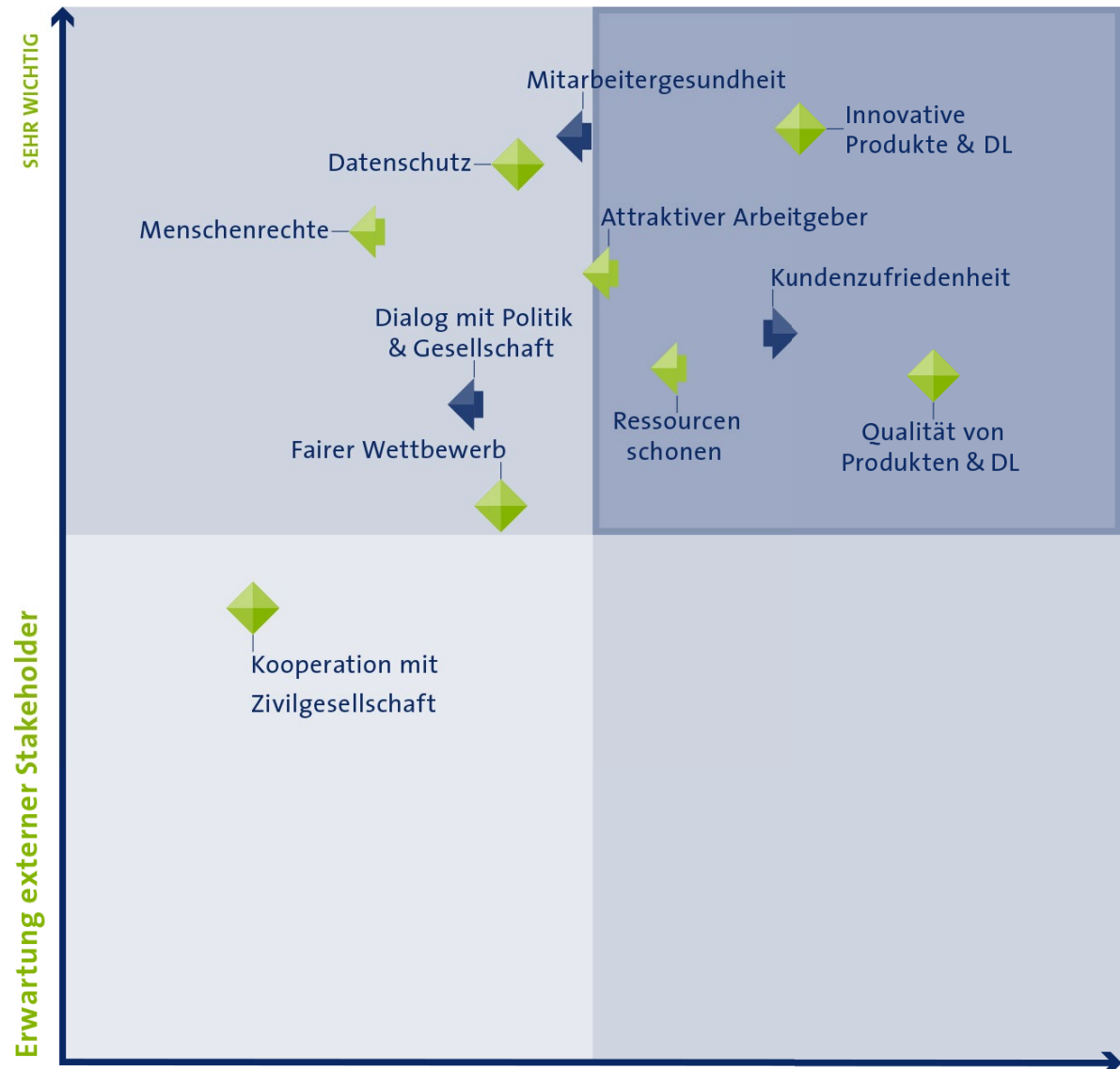
Die Ergebnisse der Analyse stärken unseren Fokus in der Berichterstattung, schärfen unsere strategischen Ansatzpunkte und festigen unsere interne Nachhaltigkeitskompetenz.

stand aus einem Online-Fragebogen zur erneuten Priorisierung der Themen, gefolgt von einem Workshop zur Verabschiedung der Ergebnisse. Die wichtigsten Veränderungen gegenüber dem Vorjahr betreffen die Themen „Kundenzufriedenheit“, „Dialog mit Politik und Gesellschaft“ sowie „Mitarbeitergesundheit“. „Kundenzufriedenheit“ erhielt in diesem Jahr aus Geschäftsperspektive eine höhere Bewertung, sodass wir in diesem Bericht ausführlich zu dem Thema berichten. Im Vergleich zum Vorjahr weniger hoch bewertet wurden „Dialog mit Politik und Gesellschaft“ und „Mitarbeitergesundheit“. Zu diesen Themen berichten wir dementsprechend in knapperem Umfang.

Die Abbildung zeigt die Wesentlichkeitsmatrix nach der Validierung durch die internen Stakeholder. Die in der Abbildung hervorgehobenen Themen sind die, zu denen wir prioritär berichten.

UNSER FOKUS

Die wichtigsten Veränderungen gegenüber dem Vorjahr betreffen die Themen „Kundenzufriedenheit“, „Dialog mit Politik und Gesellschaft“ sowie „Mitarbeitergesundheit“.



Erwartung interner Stakeholder (Geschäftsperspektive)

SEHR WICHTIG

Veränderung ggü. Vorjahr keine gering stärker

G4-19, G4-20, G4-21, G4-23

WESENTLICHE GRI-ASPEKTE

Die Tabelle ordnet den als wesentlich identifizierten Themen die entsprechenden GRI-Aspekte zu und legt dar, ob die ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen der zu berichtenden Themen innerhalb oder außerhalb unseres Unternehmens liegen.

Thema	Zutreffender GRI-Aspekt	Innerhalb/Außerhalb	Kapitel
Attraktiver Arbeitgeber	Gleicher Lohn für Männer und Frauen, Gleichbehandlung, Vielfalt und Chancengleichheit, Aus- und Weiterbildung, Beschäftigung	Innerhalb	Mitarbeiter
Innovative Produkte & Dienstleistungen	Produkte und Dienstleistungen, Wirtschaftliche Leistung	Außerhalb	Portfolio CR-Strategie
Qualität von Produkten & Dienstleistungen	Produkte und Dienstleistungen	Außerhalb	Portfolio
Ressourcen schonen	Energie, Emissionen, Transport, Wasser, Materialien	Außerhalb	Umwelt
Kundenzufriedenheit	Kundengesundheit und Sicherheit, Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen, Schutz der Privatsphäre des Kunden	Außerhalb	Dialog

VERSCHIEDENE PERSPEKTIVEN, EIN FOKUS

Interne Stakeholder: Mitglieder des ista Sustainability Councils und Nachhaltigkeitsvertretern der ista Ländergesellschaften.



Externe Stakeholder: Ausgewählte Kunden, Mieter, Verbände, NGOs, Vertreter aus Politik sowie Nachhaltigkeits- und Finanzexperten.



TRANSPARENZ MIT SYSTEM

PORTFOLIO



Für unsere Kunden und ihre Mieter sind wir Lösungsanbieter und Partner für mehr Energieeffizienz im Gebäude. Schon heute bieten wir intelligente Produkte und Services, welche Energieeffizienz, Sicherheit und Komfort im Gebäude steigern. Mit unseren Produkten und Dienstleistungen fördern wir einen bewussten Umgang mit Energie und natürlichen Ressourcen und gestalten die Energiewende aktiv mit.

KUNDEN PROFITIEREN

Im Fokus unseres Portfolios stehen Wärmehähler, Wasserzähler und Heizkostenverteiler, die Energie- und Wasserverbräuche auf Basis digitaler Funktechnologie erfassen und unseren Kunden und ihren Mietern so Transparenz über ihr individuelles Verbrauchsverhalten geben. Zugleich umfasst unser Portfolio mit Rauchwarnmelderservices und Trinkwasseranalysen Lösungen für mehr Mietersicherheit.

Mit unserer Produkt- und Servicepalette verfolgen wir ein klares Ziel: Unsere Kunden sollen größtmöglich von unseren niedriginvestiven Leistungen profitieren. Die Digitalisierung mit ihren neuen technischen Möglichkeiten eröffnet uns dabei den Einstieg in erweiterte Produktwelten, mit denen wir unseren Kunden nicht nur höheren Komfort bieten können, sondern eine noch größere Transparenz und damit nachhaltige Anreize zum Energiesparen schaffen.

INNOVATIONEN TREIBEN

Innovative Produktentwicklung steht daher bei der Gestaltung unseres Portfolios im Vordergrund. Wir lassen uns dabei von der Maxime leiten, dass jeder eingesetzte Euro nicht nur größtmögliche, sondern auch schnellstmögliche Wirkung für unsere Kunden und deren Mieter haben soll. Als Energiedienstleister haben wir unsere Kernkompetenz, das Messen, Abrechnen und Visualisieren von Energieverbräuchen, kontinuierlich weiter in Richtung „intelligentes“, energieeffizientes Mehrfamilienhaus entwickelt. Unsere Stärke ist dabei die ista-Funktechnologie, mit der wir Verbräuche digital ablesen können. Das hat zwei Vorteile: Zum einen mehr Komfort für den Mieter, da der Ablesetermin entfällt, zum anderen erhalten Verbraucher durch die professionelle Datenbasis einen noch genaueren Einblick in ihre individuellen Energieverbräuche.

Anders als herkömmliche Smart-Home-Lösungen haben wir das gesamte Gebäude inklusive der einzelnen Wohnungen im Blick. Mit der Plattform-Lösung „ista Smart

Building“, die in Kooperation mit der Firma Dr. Riedel Automatisierungstechnik GmbH entstanden ist, setzen wir heute schon Standards für das Wohnen von morgen: Vermieter und Bewohner können den Energieverbrauch eines Mehrfamilienhauses zukünftig deutlich reduzieren. Über ein Display im Eingangsbereich der Wohnung erhalten die Bewohner detaillierte Informationen über ihr individuelles

Verbrauchsverhalten und können dieses aktiv optimieren. Weitere funkbasierte Smart Home-Anwendungen lassen sich in die Lösung integrieren, zum Beispiel für Licht, Elektrogeräte, Lüftungsanlagen oder Rollläden. Das System erfüllt die Anforderungen der höchsten Energieeffizienzklasse der Gebäudeautomation. Im Sinne der DIN EN 15232 können demnach bis zu 19 % Energie eingespart werden. ►



Wir erweitern unser Portfolio gezielt und bieten so eine Reihe von Produkten und Dienstleistungen an, mit denen wir die Möglichkeiten der Digitalisierung für Mensch und Umwelt nutzen.

ISTA SMART BUILDING

Über ein Display im Eingangsbereich der Wohnung erhalten die Bewohner detaillierte Informationen über ihr individuelles Verbrauchsverhalten und können dieses aktiv optimieren.

T-LOGGER

Der ista Temperatur Logger bietet eine automatische Visualisierung der Raumtemperatur. Dies vereinfacht die Einhaltung von Mindest- und Maximaltemperaturen in Räumen. Mit dem T-Logger Service bieten wir zudem die Kommunikation von Über- oder Unterschreitungen der vorgegebenen Wunschtemperatur an den Verwalter, um auf Störungen, beispielsweise an der Heizungsanlage, reagieren zu können.

ISTA CONNECT

Das Onlineportal für Mieter und Kunden stellt die unterjährigen Verbrauchswerte übersichtlich aufbereitet dar und verbindet damit Anschaulichkeit mit Anreizen zur Verbrauchsreduzierung.

ISTA EDM MOBIL

Mit der von der Initiative Mittelstand ausgezeichneten ista Energie App behalten Mieter mobil den Überblick über ihre Verbräuche. Basierend auf diesem Wissen können sie Kosten, wertvolle Ressourcen und CO₂ einsparen.

LEAKAGE DETECTION

ista hat ein Frühwarnsystem für übermäßige Wasserverluste durch Rohrleitungsschäden entwickelt, welches bei Unregelmäßigkeiten Alarm auf dem Webportal auslöst.

HÖCHSTE QUALITÄT GEWÄHRLEISTEN

Um Qualität und Umweltverträglichkeit sicherzustellen, haben wir an den deutschen Standorten Gladbeck (Logistiklager), Au (Produktion) und Essen (Head Office) ein nach ISO 9001 zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem eingeführt. In Lebenszyklusanalysen prüfen wir, wie sich der CO₂-Ausstoß, der im Zusammenhang mit unseren Geräten anfällt, zu späteren Einsparungen verhält.

Am Beispiel unseres Heizkostenverteilers doprimo 3 radio net konnten wir nachweisen, dass die verbrauchsgerechte Heizkostenabrechnung im gesamten Lebenszyklus 158-mal so viel CO₂ einspart, wie produziert. Für die Erstellung des CO₂-Fußabdrucks des doprimo 3 radio net wurde die CO₂-Belastung über den gesamten Lebenszyklus betrachtet. Dieser beträgt durchschnittlich zehn Jahre und schließt Rohstoffgewinnung, Herstellung, Transport, Montage, Nutzung und auch die Entsorgung beziehungsweise das Recycling ein. [Mehr zum Produktrecycling, siehe Nachhaltigkeitsbericht 2014, S. 21.](#)

EINSPARUNGEN NACHWEISLICH BELEGT

Dass unsere Produkte und Dienstleistungen dabei helfen, Energie nachhaltig einzusparen, weisen wir seit 2013 gemeinsam mit der Deutschen Energie-Agentur, dem Deutschen Mieterbund und dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit in einem Modellprojekt nach. Im Rahmen des europaweit größten Feldversuchs zur unterjährigen Verbrauchsinformation „Bewusst heizen, Kosten sparen“, befähigen wir rund 200 Haushalte in ganz Deutschland, kostenlos über unser Webportal ihre Verbräuche regelmäßig einzusehen. Das Ergebnis: Mieter, die monatlich über ihren Heizungsverbrauch informiert werden, benötigen im Durchschnitt 16 % weniger Energie als Mieter, die keine regelmäßige Heizinformation erhalten. Für unser Engagement im Modellprojekt [„Bewusst heizen, Kosten sparen“](#) wurden wir 2015 mit dem [Deutschen CSR-Preis](#) ausgezeichnet. Weitere Informationen zu dieser und weiteren Studien finden Sie [hier](#).

Wir haben unsere Kernkompetenz, das Messen, Abrechnen und Visualisieren von Energieverbräuchen, kontinuierlich in Richtung „intelligentes“, energieeffizientes Mehrfamilienhaus weiterentwickelt.

WENIGER IST MEHR

U M W E L T

Practise what you preach:
ista steht für den optimalen
Einsatz wertvoller Ressourcen
– und was im Kerngeschäft
gilt, gilt auch für die eigenen
Prozesse. Insbesondere unseren
Papierverbrauch konnten
wir im Berichtsjahr deutlich
reduzieren.

FEST VERANKERT

Der Nachhaltigkeitsgedanke ist bei ista in der Vision verankert. Unsere [Umweltleitlinien](#) nehmen jeden einzelnen in die Pflicht, diesen Gedanken weiterzutragen und mit Leben zu füllen: die Geschäftsführung, die Führungskräfte und die Mitarbeiter. Auf operativer Ebene verantwortet das international aufgestellte [Sustainability Council](#), unter der Leitung des Umweltbeauftragten, die Erreichung unserer Umweltziele. Das neu gegründete [Sustainability Steering Committee](#) setzt die strategischen Leitplanken.

EIGENE VERBRÄUCHE VERSTEHEN

In Deutschland wurde 2015 in allen Niederlassungen zusammen 14.336 Gigajoule Heizenergie und 8.068 Gigajoule Strom verbraucht. Der größte Anteil davon entfiel auf die Verwaltungsstandorte. Am Produktionsstandort in Au entstand im Fall von Heizenergie 17 % des Verbrauchs, am Logistikkler in Gladbeck 13 % des Verbrauchs. Bei Strom waren es jeweils 24 % und 7 %. Den größten Anteil am Energieverbrauch insgesamt macht der Treibstoffverbrauch aus. Geschäftsbedingt haben wir den größten Materialverbrauch beim Produktionspapier durch Abrechnungen.

ENERGIE SPAREN

Unser Stromverbrauch an den ista Standorten weltweit lag 2015 bei 22.659 Gigajoule – damit konnten wir unseren Stromverbrauch nicht nur per Kopf, sondern auch absolut senken. Der Heizenergieverbrauch aus Erdgas, Heizöl und Fernwärme ist mit 27.173 Gigajoule im Vergleich zum Vorjahr (2014: 22.054 Gigajoule) gestiegen. Zum einen ist die von ista genutzte Bürofläche im Berichtszeitraum um etwa 6 % gewachsen, was die höheren Verbräuche in Teilen erklärt. Zum anderen konnten wir den niedrigen Verbrauch von 2014 nicht wiederholen, da dieser auf einen besonders milden Winter zurückzuführen war.

Der Energieverbrauch von Fahrzeugen ist im Berichtszeitraum aufgrund eines Anstiegs in den zurückgelegten Kilometern unserer Dienstwagenflotte, Mietfahrzeuge und Privatfahrzeuge absolut gestiegen – insbesondere der Bedarf an Mietfahrzeugen nahm 2015 zu, was sich in der deutlichen Zunahme des Kraftstoffverbrauchs spiegelt. Pro Kopf ist der Energieverbrauch für Strom, Heizen und Treibstoff von 29 Gigajoule auf 30 Gigajoule gestiegen.

ENERGIEMANAGEMENT PROFESSIONALISIEREN

Maßnahmen zum Energiesparen ergreifen ista Standorte weltweit. Beispielsweise sind Mitarbeiter in China in Bürobereiche eingeteilt, für die sie monatlich ihre Verbräuche erhalten. Der Bürobereich mit dem niedrigsten Verbrauch wird zum „energy saving office area of the month“ gekürt. ista Deutschland und ista International in Deutschland haben 2015 begonnen, ein Energiemanagementsystem nach der EN ISO 50001:2011 Norm einzuführen.

Neben der Erfüllung gesetzlicher Vorgaben wollen wir damit Energieverbräuche langfristig reduzieren und die Energieeffizienz in einem ständigen Verbesserungsprozess steigern. Besonders wichtig ist uns, alle Mitarbeiter in die Implementierung und Ausführung zu integrieren und zugleich feste Verantwortlichkeiten festzulegen.

Besonders wichtig ist es uns, alle Mitarbeiter in die Implementierung und Ausführung zu integrieren und zugleich feste Verantwortlichkeiten festzulegen.

Seit 2014 gilt für Mitarbeiter von ista weltweit eine neue Reiserichtlinie, die auf unser Ziel, Ressourcen einzusparen, einzahlt.



ENERGIEVERBRAUCH VON STROM UND WÄRME INNERHALB DER ORGANISATION ✓

Energieverbrauch	2015 Gigajoule	2014 Gigajoule
Stromverbrauch	22.659	23.115
Heizenergie gesamt	27.173	22.054*
- davon Erdgas	17.182	14.482*
- davon Heizöl	126	211*
- davon Fernwärme	9.865	7.361*

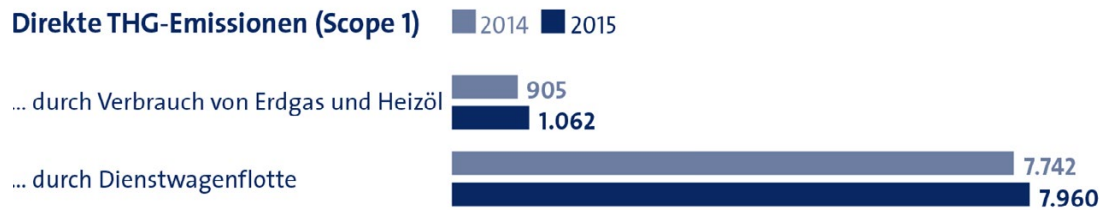
*Abweichende Werte im Vergleich zum Vorjahr aufgrund aktueller Informationen.

ENERGIEVERBRAUCH VON FAHRZEUGEN INNERHALB DER ORGANISATION ✓

Energieverbrauch	2015			2014		
	Liter	Gigajoule	Prozent (von GJ)	Liter	Gigajoule	Prozent (von GJ)
Kraftstoff Dienstwagenflotte	2.537.824	90.878	-	2.468.699	88.393	-
- davon Diesel	2.371.942	85.304	94 %	2.303.173	82.831	94 %
- davon Benzin	165.882	5.574	6 %	165.526	5.562	6 %
Kraftstoff Mietfahrzeuge	181.863	6.455	-	69.447	2.491	-
- davon Diesel	145.810	5.244	81 %	66.508	2.392	96 %
- davon Benzin	36.053	1.211	19 %	2.939	99	4 %
Kraftstoff Privatfahrzeuge	117.447	4.146	-	106.093	3.735	-
- davon Diesel	84.582	3.042	73 %	75.326	2.709	73 %
- davon Benzin	32.864	1.104	27 %	29.706	998	27 %
- davon Autogas (LPG)	-	-	-	1.061	28	0,7 %

*Da der Verbrauch von LPG in den vergangenen Jahren lediglich als Schätzgröße ausgewiesen wurde, haben wir uns in diesem Jahr entschieden, diesen in den Kennzahlen nicht mehr aufzuführen.

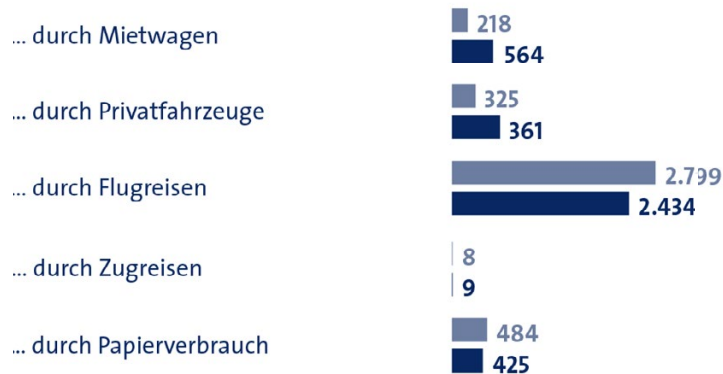
GESAMTE DIREKTE UND INDIREKTE TREIBHAUSGASEMISSIONEN ✓
(TONNEN CO₂-ÄQUIVALENTE)



Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2) ■ 2014 ■ 2015



Weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3) ■ 2014 ■ 2015



ABSOLUTE VERÄNDERUNGEN GEGENÜBER 2014 ✓

THG-Emissionen in t CO ₂ -Äquivalente	
Heizenergie	+362 ↑
Dienstwagen	+218 ↑
Strom	-180 ↓
Transport	+18 ↑
Papierverbrauch	-59 ↓



EMISSIONEN REDUZIEREN

Die direkten und indirekten CO₂-Emissionen, verursacht durch Heizenergie- und Stromverbrauch sowie Geschäftsreiseverkehr und Papierverbrauch, sind 2015 absolut minimal gestiegen. Pro Kopf konnten wir sie hingegen leicht senken. Die 15.973 Tonnen setzen sich zum größten Teil aus Emissionen von Dienstwagenflotte (7.960 Tonnen), Flugreisen (2.434 Tonnen) und Stromverbrauch (2.350 Tonnen) zusammen. CO₂-Einsparungen erzielten wir beim Stromverbrauch (180 Tonnen) und beim Papierverbrauch (59 Tonnen). Auch nahmen unsere Mitarbeiter 2015 seltener das Flugzeug (365 Tonnen).

UMWELTBEWUSST UNTERWEGS SEIN

Obgleich geschäftsbedingt der absolute Verbrauch an Diesel und Benzin anstieg, konnten wir 2015 den durchschnittlichen Verbrauch auf 6,13 l pro 100 km senken. Im Jahr 2014 lag der Verbrauch noch bei 6,6 l. An verschiedenen ista Standorten weltweit vermindern Carsharing-Initiativen vermeidbare Pkw-Fahrten, darunter die Vereinigten Arabischen Emirate und Österreich. Auch im Head Office in Essen haben wir 2015 eine Carsharing-App eingeführt. Zudem etablierten wir ein Video Conferencing System, um Dienstreisen zu verringern und so Kosten und CO₂ zu sparen. Hybrid- und Elektrofahrzeuge setzen wir in Belgien, Spanien und in Norwegen ein.

Seit 2014 gilt für Mitarbeiter von ista weltweit eine neue Reiserichtlinie, die auf unser Ziel, Ressourcen einzusparen, einzahlt. Neben betrieblicher Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit sind ökologische Aspekte stets zu prüfen und einzuhalten. Konkret bedeutet das beispielsweise, dass Reisen mit der Bahn Flugreisen vorzuziehen sind. Dienstreisen mit der Deutschen Bahn im Fernverkehr sind für ista als Unternehmenskunde CO₂-neutral. Mitarbeiter sollen darüber hinaus vor der Buchung einer Reise prüfen, ob die Kommunikation via moderner Technologien wie Internettelefonie ein Treffen ersetzen kann. ista Mitarbeiter waren 2015 weltweit rund 56 Mio. km mit dem Pkw, der Bahn und dem Flugzeug geschäftlich unterwegs. Fahrten mit Dienst-, Miet- und Privatwagen machten mit 45,9 Mio. km (rund 83 %) den größten Anteil der Strecke aus. Flugkilometer konnten wir um 13 % reduzieren. Unser Kerngeschäft erfordert Fahrten mit dem Auto zum Mieter. Durch digitale Fernablese können wir diese bereits jetzt reduzieren, jedoch nicht völlig vermeiden.

AUF RECYCLINGPAPIER UMGESTIEGEN

Unser Papierverbrauch sank 2015 auf 441 Tonnen – im Jahr 2014 waren es noch 467 Tonnen. Zugleich steigerten wir den Anteil an Recyclingpapier von 13 auf 55 %. In Deutschland stellten wir 2015 unseren gesamten Druckprozess auf zertifiziertes Steinbeis Innojet Papier um und erreichten bereits eine Recyclingquote von über 90 %. Der Vorteil: Für das Recycling von Altpapier wird etwa dreimal weniger Wasser und Energie benötigt als für die Produktion von Frischfaserpapier, ohne dass dafür neue Bäume gefällt werden müssen. Unternehmensweit ist der Papierverbrauch

für Produktionspapier mit 263 Tonnen am höchsten. 2015 druckten wir in Deutschland, der Schweiz und Luxemburg Abrechnungen bereits mit dem neuen Recyclingpapier.

Maßnahmen zum Papiersparen und zur Steigerung der Recyclingquote ergreifen auch andere Ländergesellschaften. Diese reichen von neuen, ressourcenschonenderen Druckern in Dänemark und den Niederlanden bis zum „papierlosen Büro“ in den Vereinigten Arabischen Emiraten, Norwegen und China.

EINGESETZTES PAPIER NACH GEWICHT

– ANTEIL VON RECYCLING-MATERIAL AM GESAMTMATERIALEINSATZ

Papierverbrauch	2015		2014	
	Kilogramm (gesamt)	Prozent	Kilogramm (gesamt)	Prozent
Gesamt	440.640	–	466.573	–
Druck- und Kopierpapier	97.995	–	136.972	–
- davon Recycling	24.483	25 %	60.313	44 %
Produktionspapier	263.404	–	240.005	–
- davon Recycling	196.118	74 %	434	0,2 %
Anteil Recyclingpapier an Druck- und Kopierpapier sowie Produktionspapier	220.601	61 %	60.747	16 %
Notizblöcke	3.965	–	2.908	–
- davon Recycling	2	0 %	101	4 %
Umschläge	33.150	–	40.213	–
- davon Recycling	21.170	64 %	1.407	4 %
Marketingmaterialien	42.125	–	46.476	–
- davon Recycling	12	0 %	32	0,1 %
Recyclingpapier gesamt	241.785	55 %	62.287	13 %





GESAMTWASSERENTNAHME NACH QUELLEN ✓

WASSERRESSOURCEN SCHONEN

Der Wasserverbrauch sank von 43.487 m³ im Jahr 2014 auf 33.748 m³. Die starke Reduktion ist auf eine bessere Datengrundlage zurückzuführen. Zum Beispiel konnten Märkte, in denen in 2014 noch keine Daten über den Wasserverbrauch vorlagen, im Berichtszeitraum für einige ihrer Standorte Wasserverbräuche erfassen und somit vermehrt länderspezifische Durchschnittswerte berechnet werden. Dies führte dazu, dass die Genauigkeit bei Schätzungen erhöht werden konnte. Bei den Verbrauchswerten handelt es sich teilweise um geschätzte Hochrechnungen, basierend auf Vorjahres- und Durchschnittswerten. Das liegt zum einen an der zeitlich versetzten Rechnungstellung des jeweiligen Versorgers, zum anderen an nicht verbrauchsorientierten Tarifen. Wasser verwenden wir bei ista für sanitäre Zwecke und als Trinkwasser. Dieses bezogen wir 2015 ausschließlich aus kommunaler Wasserversorgung.

2014



2015




- Entnommene Menge Wasser
- davon Brunnenwasser



VOLLER ENERGIE

MITARBEITER



Unser Erfolg ist maßgeblich mit der Motivation und dem Engagement der Menschen bei ista verbunden. Wir möchten die am besten zu uns passenden Köpfe gewinnen und binden – überzeugen können wir durch eine Wertekultur, die auf Offenheit, Ehrlichkeit und gegenseitigem Respekt fußt.

ALS TOP-ARBEITGEBER PUNKTEN

Unsere Position als Top-Arbeitgeber sichern wir durch ein vielfältiges Angebot an Aus- und Weiterbildung, Gesundheitsmaßnahmen, Familienangeboten, Chancengleichheit und eine nachhaltige Ausrichtung, an der Mitarbeiter aktiv mitwirken können. Nicht umsonst würdigte das Top Employers Certificate 2016 erneut unsere Leistung als attraktiver Arbeitgeber. Ausgezeichnet wurden neben ista Deutschland auch unsere Ländergesellschaften in Österreich, Frankreich, Polen und der Schweiz.

Doch darauf alleine verlassen wir uns nicht. Intern messen wir alle zwei Jahre die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter. In der Mitarbeiterbefragung „People Survey ista“ können Mitarbeiter und Führungskräfte anonym ista als Unternehmen, Führung, Zusammenarbeit und Arbeitsgestaltung beurteilen. [Zum Ergebnis von 2014, siehe Nachhaltigkeitsbericht 2014, S. 42.](#)

STABILE ARBEITSVERHÄLTNISS BIETEN

2015 arbeiteten weltweit 5.488 Mitarbeiter bei ista. Die große Mehrheit davon – 79 % – in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis. Deutschland ist mit 1.402 Mitarbeitern und 120 Auszubildenden das mitarbeiterstärkste Land, hier befindet sich auch der Sitz unserer Zentrale.



5.488

Mitarbeiter 2015

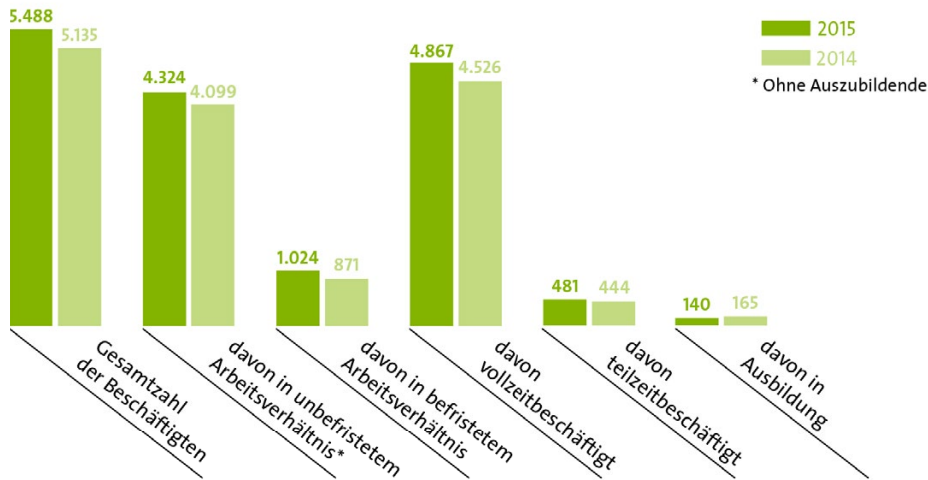


79%

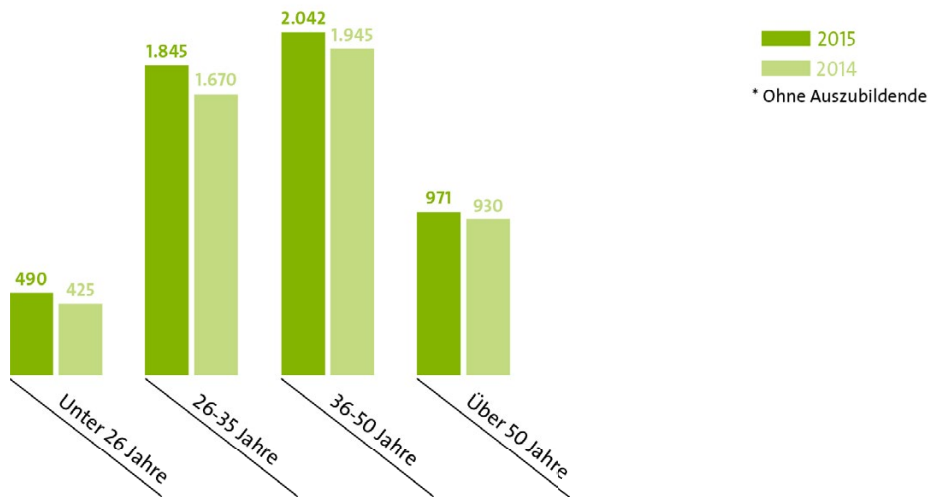
der Mitarbeiter
unbefristet angestellt

Der offene, direkte und konstruktive Austausch mit unseren Mitarbeitern ist uns wichtig.

**GESAMTZAHL DER BESCHÄFTIGTEN
NACH ARBEITSVERTRAG UND BESCHÄFTIGUNGSART**



ALTERSSTRUKTUR DER BESCHÄFTIGTEN*



BELEGSCHAFT NACH REGION UND GESCHLECHT*

Region	2015			2014		
	Weiblich	Männlich	Gesamt	Weiblich	Männlich	Gesamt
Zentraleuropa (ohne D)	85	110	195	78	101	179
ista Deutschland	739	663	1.402	688	621	1.309
ista Frankreich	214	424	638	224	445	669
Nordeuropa	111	126	237	107	124	231
West-/Ost-/Südeuropa (ohne F)	411	811	1.222	384	721	1.105
Emerging Markets	64	129	193	64	129	193
ista International	125	264	389	120	249	369
ista Shared Services	829	243	1.072	704	211	915

* Ohne Auszubildende

FLUKTUATION NACH KÜNDIGUNGSGRUND UND RATE DER NEUEINSTELLUNGEN

	2015	2014
Kündigung durch Mitarbeiter	320	257
Kündigung durch ista	304	231
Ende Befristung, Rente, saisonbedingte Kündigungen, o.ä.	270	332
Fluktuation gesamt	894	802
Neueinstellungen	1.082	961
Rate (in %)*	17,3 %	16,7 %

*Gesamtzahl der Abgänge geteilt durch (Gesamtbelegschaft abzgl. Gesamtzahl der Neueinstellungen zzgl. Gesamtzahl der Abgänge)

LOYALITÄT ZÄHLT

Lange Beschäftigungsverhältnisse zeugen von einer hohen Mitarbeiterzufriedenheit. In Deutschland liegt die durchschnittliche Dauer der Betriebszugehörigkeit bei 12,2 Jahren, ähnlich beispielsweise in der französischen Tochtergesellschaft mit 12,3 Jahren.

ENTWICKLUNG FÖRDERN

Es ist unser Anspruch, mit innovativen Produkten und Dienstleistungen unsere Position als einer der weltweit führenden Energiedienstleister zu sichern – dies kann uns nur gelingen, wenn wir unsere Mitarbeiter durch Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen optimal auf die damit verbundenen Herausforderungen vorbereiten. 2015 nahmen ista Mitarbeiter durchschnittlich 28 Stunden an Weiterbildungsmaßnahmen teil. [Zu unseren Maßnahmen, siehe Nachhaltigkeitsbericht 2014, S. 41.](#)

Im Hinblick auf Entwicklungen wie den demografischen Wandel und dem damit verbundenen Fachkräftemangel ist die Bindung junger Menschen an das Unternehmen besonders wichtig. Im Berichtszeitraum begannen deutschlandweit 42 neue Nachwuchskräfte. Dafür wurde das Azubi-Basiccamp neu konzipiert. Auszubildende, die neu bei ista beginnen, erhalten an vier Seminartagen Einblicke in das Unternehmen und werden hinreichend auf ihren Start in das Berufsleben vorbereitet. Zudem bieten wir Praktika für Studenten aus dem In- und Ausland an, um uns auch über die Grenzen hinweg als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. In diesem Rahmen unterstützt ista in Deutschland das Programm „Ruhr-Fellowship“ des Initiativkreises Ruhr.

Um bereits Schülern berufliche Orientierungshilfe und einen Einblick in unser Unternehmen zu geben, nahmen wir 2015 erneut an der Gesprächsreihe [„Dialog mit der Jugend“](#) teil – eine Initiative, die Schüler mit Vorständen großer Firmen in einer Gesprächsrunde zusammenbringt.

FEEDBACK GEBEN

Der offene, direkte und konstruktive Austausch mit unseren Mitarbeitern findet im Rahmen unserer jährlichen Mitarbeiter- und Zielvereinbarungsgespräche statt. Sie dienen als Gelegenheit für eine qualifizierte Rückmeldung zu Leistungen und ermöglichen die Entwicklung zukünftiger Ziele. 2015 erzielten wir erneut einen hohen Abdeckungsgrad dieser Gespräche.

VERNETZT ARBEITEN

Mit Blick auf das erwartete Wachstum in Europa aber auch in den Emerging Markets sind wir auf den Austausch von Erfahrungen angewiesen. Vor diesem Hintergrund haben wir im Berichtszeitraum eine neue Unternehmensrichtlinie für Auslandsentsendungen verabschiedet. Ziel der neuen Global Mobility Policy ist es, bestehende Expertisen auch in internationalen Märkten einzubringen. Zugleich schafft sie eine Grundlage dafür, kurzfristig Bedarfslücken in einem Land zu schließen.

GEMEINSAM ENGAGIEREN

Werteorientiertes Handeln bestimmt unser Miteinander. Im Berichtszeitraum war es unser Ziel, [die Shared Values](#) von ista auch langfristig fest in der Unternehmenskultur zu verankern. Fünf Mitarbeiter aus verschiedenen Ländern wurden somit zu Wertebotschaftern gekürt und teilen ihre Erfahrung mit den Shared Values per Video mit ihren Kollegen.

Mit unserem Corporate Volunteering Programm „grow – great respect for our world“ ermöglichen wir unseren Mitarbeitern weltweit, selbst einen positiven Beitrag für Umwelt und Gesellschaft zu leisten. Im Vordergrund stehen die [Corporate Volunteering Days](#) – Aktionstage, an denen Mitarbeiter freigestellt werden, um freiwillig gemeinnützigen Tätigkeiten nachzugehen.

*Werteorientiertes Handeln
bestimmt unser Miteinander.
Unser Ziel: die Shared Values von
ista auch langfristig fest in der
Unternehmenskultur zu verankern.*

GESUND BLEIBEN

Die betriebliche Gesundheitsförderung nimmt einen hohen Stellenwert bei ista ein – denn unser gemeinsamer Erfolg ist eng mit der Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter verknüpft. Im Berichtszeitraum fand eine Gesundheitswoche am ServiceCenter Leipzig statt – unter anderem mit Ernährungsberatung und Rücken Coaching. Zudem konnten unsere Mitarbeiter kostenlose Tests zur Darmkrebsvorsorge und Gripeschutzimpfungen nutzen. Darüber hinaus haben wir Seminare zum Thema „Gesund führen“ mit Führungskräften der gesamten deutschen Organisation durchgeführt. Mitarbeiter konnten an Seminaren zur Stressbewältigung teilnehmen. Neu eingeführt haben wir eine präventive Maßnahme im Bereich der psychischen Gesundheit: den sogenannten „Voice Check“. Mithilfe automatisierter Telefoninterviews werden Belastungshinweise in der gesprochenen Sprache analysiert. Bei Bedarf folgen individuell zusammengestellte kostenlose Unterstützungsangebote. [Weitere Gesundheitsmaßnahmen, siehe Nachhaltigkeitsbericht 2014, S. 43.](#)

2015 fehlten unsere Mitarbeiter durchschnittlich 7,9 Tage, 2010 waren es noch durchschnittlich 8,4 Tage. Im Vergleich zum Vorjahr (3,2 %) ist die Krankenquote mit 3,5 % nahezu gleich geblieben. Im Berichtszeitraum kam es in Deutschland zu zwölf Unfällen, 2014 waren es noch 19.



KRANKENQUOTE NACH REGION

Region	2015	2014*
ista Gruppe	3,5%	3,2%
ista International	3,6%	2,7%
Zentraleuropa (ohne D)	2,5%	2,6%
West-, Ost- und Südeuropa (ohne F)	1,5%	1,7%
Nordeuropa	3,5%	2,1%
Schwellenländer	0,7%	0,9%
ista Deutschland	4,6%	4,1%
ista Frankreich	5,2%	5,1%
ista Shared Services (Polen & Rumänien)	3,9%	3,4%

* Aufgrund von Nachmeldungen wurden eine Datenkorrektur der Krankenquoten der Regionen Zentraleuropa (ohne D), West-, Ost- und Südeuropa (ohne F) sowie der ista Shared Services (Polen & Rumänien) für das Jahr 2014 durchgeführt.

FAIRNESS GARANTIEREN

Bei ista können Mitarbeiter unabhängig von Geschlecht, Alter, Religion, sexueller Identität, Herkunft oder Behinderung ihren Beruf in einem diskriminierungsfreien Umfeld nachgehen und erhalten die gleichen Chancen. Dazu gehört auch, dass Frauen für gleichwertige Arbeit die gleiche Vergütung erhalten wie ihre männlichen Kollegen.

Uns ist es wichtig, Positionen ausgewogen mit Frauen und Männern zu besetzen. Mit einem Anteil von 48 % war 2015 fast jeder zweite Mitarbeiter weiblich, während 29 % unserer Führungspositionen von Frauen gehalten wurden. ista Deutschland verpflichtet sich freiwillig, den Frauenanteil an Führungspositionen auf der ersten und zweiten Ebene unterhalb der Geschäftsführung in den nächsten Jahren bewusst zu erhöhen. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter durch vielfältige Angebote, Arbeit und Privatleben in Einklang zu bringen – das gilt für weibliche und männliche Mitarbeiter gleichermaßen. [Zu unseren Maßnahmen, siehe Nachhaltigkeitsbericht 2014, S. 40.](#)

ARBEITNEHMERRECHTE ANERKENNEN

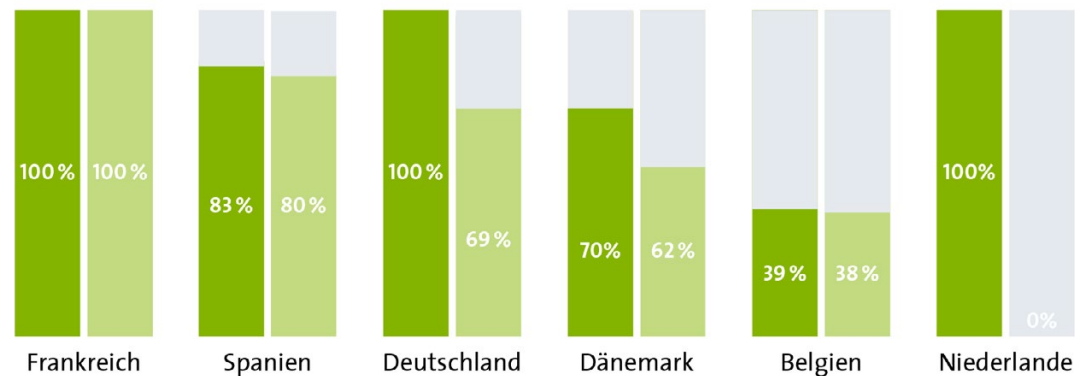
ista erkennt das Recht der Arbeitnehmer an, Gewerkschaften zu bilden, ihnen beizutreten oder Kollektivverhandlungen zu führen. Die Interessen unserer Mitarbeiter werden in vielen Ländern von Betriebsräten vertreten. Derzeit erheben wir für fünf der 24 Länder, in denen wir aktiv sind, den Prozentsatz von Mitarbeitern, die durch Kollektivvereinbarungen abgedeckt sind.



Fehltag durchschnittlich im Jahr 2015 (8,4 Fehltag 2010)

ANTEIL MITARBEITER UNTER KOLLEKTIVVEREINBARUNGEN

2015 Anteil der Mitarbeiter, die durch Kollektivvereinbarungen abgedeckt sind
2014



GEMEINSAME POTENZIALE HEBEN

DIALOG

Mit Kunden, Politik und Gesellschaft stehen wir im ständigen Austausch – denn nur so können wir ihre Erwartungen erfüllen und gemeinsame Ziele erreichen. Unser Anspruch: Im Dialog den bestmöglichen Ansatz zur Einsparung von Ressourcen und Kosten finden.



KUNDENBEDÜRFNISSE VERSTEHEN

Nur wenn wir die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden kennen und verstehen, können wir Lösungen entwickeln, die ihnen einen signifikanten Mehrwert liefern – sowohl in puncto Kosten als auch in Bezug auf Ressourcenschonung. Stets mit dem Ziel, eine nachhaltige Verbesserung des Energiehaushaltes zu erreichen.

Austausch suchen wir besonders über den Außendienst bei unseren Kunden vor Ort. Aber auch auf Messen, Kongressen oder Fachtagungen sind wir präsent und treten in den aktiven Dialog mit Kunden und Stakeholdern. Außerdem stehen wir unseren Kunden und ihren Mietern für spezifische Fragen oder Anregungen jederzeit über unsere Kundenbetreuung zur Verfügung. Besonders aufschlussreich, um Kunden- und Mieterbedürfnisse besser zu verstehen, sind Pilotprojekte, die wir größtenteils im deutschen Markt durchführen. So dient das Modellprojekt [„Bewusst heizen, Kosten sparen“](#) unter anderem dazu, die Vorteile der monatlichen Verbrauchsinformation zu verbreiten und mögliche Hemmnisse bei der Anwendung des Energiedatenmanagements zu identifizieren.



ZUFRIEDENHEIT MESSEN

Einmal im Jahr führen wir eine internationale Kundebefragung durch, um systematisch Feedback von unseren Kunden zu erhalten. Dadurch erfahren wir aus erster Hand, wie wir unsere Prozesse, Produkte und Services weiter optimieren können. Im Jahr 2015 haben wir 2.739 Kunden in insgesamt elf Ländern auf diese Weise befragt. Ziel ist es auf der einen Seite, strategische Handlungsempfehlungen zur Verbesserung unserer Produkte und Services zu erhalten. Auf der anderen Seite können wir durch die Befragung den Customer Retention Index (CRI) bilden. Dies ist eine Kennzahl, die anhand von fünf übergeordneten Fragen Auskunft über die Stärke der aktiven und passiven Kundenbindung gibt und es ermöglicht, die diesjährigen Ergebnisse mit Vorjahreswerten zu vergleichen. So sind Veränderungen auf einen Blick sichtbar.

In den meisten Ländern erreichten wir insgesamt hohe Kundenzufriedenheitswerte – auf einer Zehnerskala lagen sie zwischen 6,0 und 8,2. Insbesondere in den Bereichen Ablesung und Abrechnung ist das Feedback bereits seit Jahren konstant positiv, was uns in unserer kundenorientierten Ausrichtung bestärkt.



DATEN SCHÜTZEN

Als Dienstleistungsunternehmen speichern wir naturgemäß Daten von Kunden und Mietern. Diese beziehen sich sowohl auf personenbezogene Informationen wie Adressen als auch auf individuelle Energieverbräuche. Datenschutz nimmt bei uns deshalb einen hohen Stellenwert ein. [Zum Schutz von Kundendaten, siehe Nachhaltigkeitsbericht 2014, S. 21.](#)

TRANSFORMATION UNTERSTÜTZEN

Neben unseren Kunden sind es besonders Politik und Gesellschaft, die von uns Lösungen für nachhaltigen Ressourcenschutz erwarten. Geprägt von Fairness, Offenheit und Respekt stehen wir auch mit ihnen im ständigen Dialog und unterstützen sie dabei, Ziele für den Klimaschutz, für mehr Transparenz und für sozialverträgliches Wohnen umzusetzen.

Die Steigerung der Energieeffizienz ist deshalb eine zentrale Aufgabe für uns. Mit der verbrauchsgerechten Erfassung und Abrechnung von Energie und Wasser bieten wir eine niedriginvestive Lösung zur Energieeinsparung in Mehrfamilienhäusern und [zunehmend auch in gewerblichen Immobilien](#). In Bezug auf die Strategien der Europäischen Kommission zur Umsetzung der Energiewende, beispielsweise die Heating and Cooling Strategy, setzen wir uns für einen ganzheitlichen Ansatz ein, der das Verbraucherverhalten der Konsumenten als wichtigen Baustein einbezieht. ista positioniert sich auch auf Veranstaltungen mit Fokus auf Energieeffizienz und Klimaschutz. Im Jahr 2015 stellten wir auf der [Klima-Expo COP21](#) in Paris unsere Produkte und Dienstleistungen bei Kunden, Politik und Gesellschaft vor.

Im Jahr 2015 haben wir 2.739 Kunden in insgesamt elf Ländern auf diese Weise befragt. Ziel ist es, strategische Handlungsempfehlungen zur Verbesserung unserer Produkte und Services zu erhalten.



TRANSPARENT SEIN

Unsere Public-Affairs-Aktivitäten sind strengsten Transparenz- und Compliance-Regeln unterworfen. ista unterstützt das Projekt des „gläsernen Abgeordneten“ und ist im Transparenzregister der Europäischen Kommission eingetragen. Politische Spenden tätigen wir grundsätzlich nicht.



VEREINT ARBEITEN

Wir engagieren uns darüber hinaus aktiv in der Verbandsarbeit, um einen Interessenaustausch mit Stakeholdern der Branche und insbesondere auch auf politischer Ebene zu initiieren. Dabei ist uns wichtig, relevante Themen mit Gleichgesinnten kritisch zu erörtern, verschiedene Perspektiven kennenzulernen und Sachverhalte aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu beleuchten.

So nehmen wir beispielsweise in der [E.V.V.E.](#), der europaweit agierenden Interessenvereinigung der Branche, eine sehr aktive Rolle wahr. In Deutschland ist ista außerdem Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft Heiz- & Wasserkostenverteilung e.V. [\(ARGE\)](#) und engagiert sich aktiv im Rahmen des Initiativkreises Energieeffizienz des Bundesverbandes der deutschen Industrie e.V. [\(BDI\)](#) sowie innerhalb der Deutschen Unternehmensinitiative Energieeffizienz [\(DENEFF\)](#). Auf internationaler Ebene pflegen wir den Dialog mit wohnungswirtschaftlichen Verbänden und arbeiten in verschiedenen nationalen Interessengemeinschaften und Gremien mit.



BEITRAG LEISTEN

Einen Beitrag für Umwelt und Gesellschaft leisten wir auch über unser Kerngeschäft hinaus. Wir unterstützen Initiativen und Organisationen, die mit unseren Werten und Unternehmenszielen übereinstimmen. Durch unser Engagement im [Initiativkreis Ruhr](#) fördern wir zahlreiche Projekte am Stammsitz des Unternehmens. Damit verleihen wir dem Strukturwandel in der Region rund um Essen wichtige Impulse und fördern ihr wirtschaftliches und ökologisches Image nachhaltig. Als Mitglied im deutschen Netzwerk engagierter Unternehmen und gemeinnütziger Mittlerorganisationen [\(UP\)](#) sowie im Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. [\(B.A.U.M.\)](#) machen wir uns darüber hinaus für die Umwelt stark.



GRI G4 INHALTSINDEX



Die Erstellung des ista Nachhaltigkeitsberichts 2015 erfolgte in Übereinstimmung mit den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) und erfüllt die Option „In-Übereinstimmung“-Kern. Es wurden die aktuell gültigen G4-Richtlinien angewendet.

GRI-Indikator	Seite	Externe Prüfung	UNGC
ALLGEMEINE STANDARDANGABEN			
Strategie und Analyse			
G4-1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	4	Nein	1–10
Organisationsprofil			
G4-3 Name des Unternehmens	ista International GmbH	Nein	
G4-4 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	5, 6, 21, 22	Nein	
G4-5 Hauptsitz des Unternehmens	Essen, Deutschland	Nein	
G4-6 Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt	6	Nein	
G4-7 Rechtsform und Eigentümerstruktur	7	Nein	
G4-8 Wesentliche Märkte	6	Nein	
G4-9 Größe des Unternehmens	7	Nein	
G4-10 Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnissen, Geschlecht und Regionen	7, 31, 32	Nein	6
G4-11 Anteil Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen	34	Nein	1, 3
G4-12 Beschreibung der Lieferkette	15	Nein	
G4-13 Signifikante Änderungen im Berichtszeitraum	Keine	Nein	
G4-14 Umsetzung des Vorsorgeprinzips	4, 22, 24	Nein	7
G4-15 Unterstützung externer Initiativen	4, 8, 13	Nein	1–10
G4-16 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	37	Nein	
Ermittelte wesentliche Grenzen und Aspekte			
G4-17 Liste der konsolidierten Unternehmen	2, 7	Nein	
G4-18 Vorgehensweise zur Auswahl der Berichtsinhalte	17, 18	Nein	
G4-19 Sämtliche wesentliche Aspekte	19	Nein	
G4-20 Wesentliche Aspekte innerhalb des Unternehmens	19	Nein	
G4-21 Wesentliche Aspekte außerhalb des Unternehmens	19	Nein	
G4-22 Neudarstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten	Keine	Nein	
G4-23 Wichtige Änderungen des Berichtsumfangs und der Grenzen von Aspekten	19	Nein	

GRI-Indikator	Seite	Externe Prüfung	UNGC
Einbindung von Stakeholdern			
G4-24 Einbezogene Stakeholdergruppen	15, 16, 17	Nein	1–10
G4-25 Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	15, 17	Nein	
G4-26 Ansatz für den Stakeholderdialog und Häufigkeit	15, 16, 17	Nein	
G4-27 Zentrale Anliegen der Stakeholder und Stellungnahme	15, 16, 17, 18	Nein	1–10
Berichtsprofil			
G4-28 Berichtszeitraum	2	Nein	
G4-29 Datum des letzten Berichts	Juni 2015	Nein	
G4-30 Berichtszyklus	Jährlich	Nein	
G4-31 Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	42	Nein	
G4-32 Option der Übereinstimmung mit GRI und gewählter Index	2	Nein	
G4-33 Externe Prüfung des Berichts	2	–	
Unternehmensführung			
G4-34 Führungsstruktur inklusive Komitees des höchsten Kontrollorgans	7, 15	Nein	1–10
Ethik und Integrität			
G4-56 Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards	13	Nein	1–10
SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN			
Ökonomie			
Aspekt: Wirtschaftliche Leistung – Managementansatz	11	Nein	
EC-2 Finanzielle Folgen, Risiken und Chancen des Klimawandels	11 <i>Eine Quantifizierung der finanziellen Folgen des Klimawandels und des Umgangs mit Chancen oder Risiken wurde nicht vorgenommen.</i>	Nein	7
Ökologie			
Aspekt: Materialien – Managementansatz	24, 27	Nein	7, 8
G4-EN1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	27 <i>Materialien beziehen sich auf Verwaltungsstandorte. Papier ist hier das wichtigste eingesetzte Material.</i>	Ja, für den Papierverbrauch Link	7, 8
G4-EN2 Anteil Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz	27 <i>Für die Materialien unter G4-EN1</i>	Ja, für den Papierverbrauch Link	7, 8
Aspekt: Energie – Managementansatz	24	Nein	7, 8
G4-EN3 Energieverbrauch innerhalb des Unternehmens	24, 25	Ja, für Strom, Wärme und Fahrzeuge Link	7, 8
G4-EN5 Energieintensität	24	Ja Link	8
Aspekt: Wasser – Managementansatz	24	Nein	7, 8
G4-EN8 Gesamtwasserentnahme nach Quellen	28	Ja Link	7, 8
Aspekt: Emissionen – Managementansatz	24, 27	Nein	7, 8

GRI-Indikator	Seite	Externe Prüfung	UNGC
G4-EN15 Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	26 <i>Biogene Emissionen sind für ista nicht wesentlich.</i>	Ja, für Erdgas, Heizöl und Dienstwagenflotte ↗ Link	7, 8
G4-EN16 Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen (Scope 2)	26	Ja, für Stromverbrauch, Fernwärme und -kälte ↗ Link	7, 8
G4-EN17 Weitere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)	26 <i>Biogene Emissionen sind für ista nicht wesentlich.</i>	Ja, für Mietwagen, Privatfahrzeuge, Flugreisen, Zugreisen und Papierverbrauch ↗ Link	7, 8
G4-EN19 Reduktion der Treibhausgasemissionen	26	Nein	8
Aspekt: Produkte und Dienstleistungen – Managementansatz	21, 22	Nein	7–9
G4-EN27 Verringerung der Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	22 <i>Keine Quantifizierung der Maßnahmen</i>	Nein	7–9
Aspekt: Transport – Managementansatz	24, 27	Nein	8
G4-EN30 Wesentliche Umweltauswirkungen durch Transporte	25, 26, 27	Nein	8
Arbeitsumfeld und Arbeitsbedingungen			
Aspekt: Beschäftigung – Managementansatz	10, 11, 30, 32	Nein	6
G4-LA1 Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation	32 <i>Neueinstellungen und Personalfluktuation nicht aufgeschlüsselt nach Altersgruppe, Geschlecht und Region; keine Prozentangaben</i>	Nein	6
Aspekt: Aus- und Weiterbildung – Managementansatz	30, 32	Nein	
G4-LA9 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung	32 <i>Nicht aufgeschlüsselt nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie</i>	Nein	
G4-LA10 Programme zum dauerhaften Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit	32 <i>ista bietet keine Übergangshilfsprogramme an.</i>	Nein	
G4-LA11 Anteil der Mitarbeiter mit regelmäßiger Leistungsbeurteilung und Karriereplanung	33 <i>Prozentsatz wurde nicht erfasst.</i>	Nein	
Aspekt Vielfalt und Chancengleichheit – Managementansatz	30, 34	Nein	6
G4-LA12 Zusammensetzung der Kontrollorgane und der Mitarbeiter nach Diversitätsaspekten	34 <i>Keine Aufschlüsselung nach Altersgruppen der Führungskräfte und Minderheiten; keine Prozentangaben</i>	Nein	6
Aspekt: Gleicher Lohn für Frauen und Männer – Managementansatz	30, 34	Nein	1, 6
G4-LA13 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen gegenüber Männern	34 <i>Verhältnis nicht bestimmt, da geschlechtsunabhängige Vergütung</i>	Nein	1, 6
Menschenrechte			
Aspekt: Gleichbehandlung – Managementansatz	30, 34	Nein	1, 2, 6
G4-HR3 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	Keine bekannten Vorfälle	Nein	1, 2, 6
Aspekt: Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivvereinbarung – Managementansatz	34	Nein	1–3
G4-HR4 Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen Vereinigungsfreiheit verletzt oder gefährdet ist, und ergriffene Maßnahmen	<i>Kein Fälle von Verstößen; keine Beschreibung von Maßnahmen</i>	Nein	1–3

GRI-Indikator	Seite	Externe Prüfung	UNGC
Aspekt: Kinderarbeit – Managementansatz	13, 15	Nein	1, 2, 4
G4-HR5 Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Kinderarbeit und ergriffene Maßnahmen	<i>Keine Geschäftsstandorte mit erheblichen Risiko Keine Beschreibung von Maßnahmen</i>	Nein	1, 2, 4
Aspekt: Zwangs- und Pflichtarbeit – Managementansatz	13, 15	Nein	1, 2, 5
G4-HR6 Geschäftsstandorte und Lieferanten mit erheblichem Risiko von Zwangsarbeit und ergriffene Maßnahmen	<i>Keine Geschäftsstandorte mit erheblichen Risiko Keine Beschreibung von Maßnahmen</i>	Nein	1, 2, 5
Gesellschaft			
Aspekt: Korruptionsbekämpfung – Managementansatz	13	Nein	10
G4-SO4 Informationen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	13 <i>Keine Prozentangaben; keine weitere Aufschlüsselung nach Region, Geschäftspartnern, Mitgliedern des Kontrollorgans und Mitarbeitern</i>	Nein	10
Aspekt: Politik – Managementansatz	36, 37	Nein	1-10
G4-SO6 Gesamtwert politischer Spenden	37	Nein	10
Produktverantwortung			
Aspekt: Kundengesundheit und -sicherheit – Managementansatz	22	Nein	
G4-PR2 Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und freiwilligen Verhaltensregeln bez. Gesundheit und Sicherheit der Produkte und Dienstleistungen	Keine Verstöße	Nein	
Aspekt: Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen – Managementansatz	36	Nein	
G4-PR4 Verstöße gegen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln bez. Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	Keine Verstöße	Nein	
G4-PR5 Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit	36	Nein	
Aspekt: Schutz der Privatsphäre des Kunden – Managementansatz	36	Nein	
G4-PR8 Berechtigte Datenschutzbeschwerden	Keine Beschwerden	Nein	



**VERANTWORTLICH**

Dr. Mirko-Alexander Kahre
Telefon +49 (0) 201 459-3281
Mirko-Alexander.Kahre@ista.com

ANSPRECHPARTNER

Maike Böcker
Telefon +49 201 459-5668
Maike.Boecker@ista.com

IMPRESSUM**Herausgeber**

ista International GmbH
Grugaplatz 2, 45131 Essen
Telefon +49 201 459-7160
sustainability@ista.com
www.ista.de

Redaktion

Janna Carina Bühlhoff
akzente kommunikation und beratung gmbh,
München

Gestaltung

loveto GmbH,
Agentur für Markenentwicklung und Design, Berlin
grasundsterne GmbH,
Agentur für Content Marketing, München

Fotografie

Mike Henning

Bildnachweis

grasundsterne GmbH
Getty Images