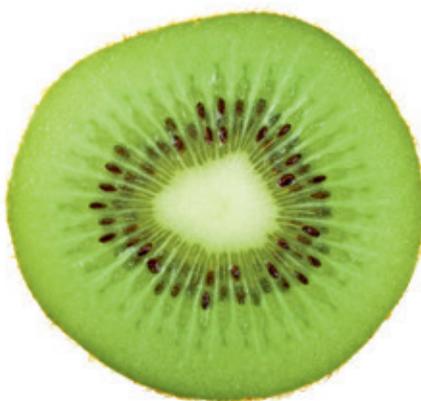


FRANKE GRUPPE NACHHALTIGKEITS- BERICHT 2016



MAKE IT WONDERFUL

FRANKE

EAT ME!



FÜR UNS BEDEUTET NACHHALTIGKEIT, DASS SIE SELBST UNSEREN NACHHALTIGKEITSBERICHT ESSEN KÖNNTEN.



Der Bericht, den Sie in den Händen halten, ist nach Cradle to Cradle™ zertifiziert. Das bedeutet, dass wir beim Druck ausschliesslich Substanzen verwenden, die vollständig in den biologischen Kreislauf zurückgeführt werden können. Somit ist auch der Verzehr dieses Berichts für den Menschen unbedenklich, was wir anhand der verschiedenen Esswaren im Report veranschaulicht haben.



INHALT

Franke Gruppe Nachhaltigkeitsbericht 2016

4	Vorwort des CEO
6	Gruppenprofil
8	Franke setzt auf Nachhaltigkeit
11	Nachhaltigkeitsmanagement
15	Ökologie
17	Energieeffizienz in der Produktion
18	Wasser, Abwasser
18	Materialeffizienz in der Produktion
19	Ressourceneffizienz der Produkte
23	Soziale Verantwortung
26	Führungskräfteentwicklung
28	Arbeitssicherheit und Gesundheit
28	Menschenrechte
31	Ökonomie
33	Profitabilität
34	Geschäftliche Integrität
35	Produktverantwortung
37	Zuverlässigkeit und Langlebigkeit der Produkte
38	Produktsicherheit
38	Produktinnovation
39	Anhang
41	Berichtsparameter
43	GRI-Inhaltsindex
46	Ansprechpartner

VORWORT DES CEO



Liebe Leserinnen und Leser

Warum liegt mir das Thema Nachhaltigkeit persönlich am Herzen? Nachhaltigkeit ist letztlich der Kern unseres Markenversprechens «Make It Wonderful» wie auch unseres fünften Franke-Werts «be accountable». Dieser verkörpert den Gedanken der Corporate Sustainability – der Nachhaltigkeit im Unternehmen. Beide erlauben uns, mit unseren Kunden und allen anderen Stakeholdern in einen effektiven Dialog zu treten und sie mit nachhaltigen und innovativen Produkten und Services zu begeistern.

Darüber hinaus muss es unser Anspruch sein, beim Thema Nachhaltigkeit am Ball zu bleiben, weil der ethische Umgang mit Menschen und Ressourcen unser höchster Anspruch ist und bleibt. Ich bin sehr stolz auf unseren Fortschritt und den Beitrag, den jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter von Franke hierzu jeden Tag beisteuern.

Letztlich sind es die im vorliegenden Bericht dargestellten Kernthemen, die unsere Fortschritte in den einzelnen Nachhaltigkeitsdisziplinen mess- und vergleichbar machen. Es sind die Faktoren, auf die wir uns im Dialog mit unseren Stakeholdern berufen können – und auf die wir auch behaftet werden können und auch sollen.

Um unseren umfassenden Massnahmen etwa im Bereich der sozialen Verantwortung Rechnung zu tragen,

weisen wir dort deshalb neben Kennzahlen zu Arbeits-sicherheit und Gesundheit neu auch die Fortschritte in der Entwicklung unserer Führungskräfte aus. Franke ist davon überzeugt, dass engagierte Mitarbeitende der Schlüssel zum Erfolg sind. Denn unsere rund 8500 Mitarbeitenden sind es, die unsere Strategie und unsere Marke in konkrete Verhaltensweisen und Handlungen umsetzen.

Der Beitrag der Führungskräfte ist diesbezüglich elementar: Die Erhöhung des Engagements ist nicht allein Sache von Senior Leadership und Human Resources auf Gruppen- beziehungsweise Divisionsebene. Die Führungskräfte aller Stufen müssen das Mitarbeiterengagement fördern. Es braucht einen transparenten Dialog zwischen Führungskraft und Mitarbeitenden. Nur wer klar und offen kommuniziert, Feedback gibt und auch Erfolge feiert, kreiert eine Basis für Weiterentwicklung.

Der Beitrag der Führungskräfte ist elementar

Aus all diesen Gründen legen wir Wert auf die Meinung unserer Mitarbeitenden zum Status quo. Wir möchten wissen, womit sie zufrieden sind und in welchen Bereichen sich Franke noch verbessern kann. Die Franke-Mitarbeitenden sollen so aktiv an der Weiterentwicklung des Unternehmens teilnehmen. Franke hat deshalb 2016 zum ersten Mal eine Mitarbeiterengagement-Umfrage durchgeführt. Sie misst das Engagement der Mitarbeitenden und dessen Treiber. Das Franke Management Board und alle Führungsverantwortlichen weltweit arbeiten nun mit vollem Einsatz daran, aufgrund der Umfrageergebnisse Verbesserungsmaßnahmen zu entwickeln. In Team-Dialogen ordnen Führungskraft und Mitarbeitende die Umfrageergebnisse ein und definieren daraus Verbesserungsmaßnahmen.

Auf Gruppen- und Divisionsebene möchten wir uns weiter unter anderem im Bereich «Learning and Development» steigern. Deshalb wird Franke ein Anerkennungs-

programm einführen: Mehr Feedback und Wertschätzung ist der Nährboden für eine Kultur der Anerkennung. Ziehen alle an einem Strang – Management, Führungspersonen und Mitarbeitende –, werden wir mit Sicherheit noch bessere Resultate in der nächsten Mitarbeiterengagement-Umfrage 2018 verzeichnen.

Die zweite grosse Neuerung des vorliegenden Berichts betrifft den Bereich der Produktverantwortung. Diesen haben wir gestärkt mit den Kernthemen Zuverlässigkeit und Langlebigkeit, Innovation und Produktsicherheit. Denn unsere Produkte haben bekanntlich einen wesentlichen Einfluss auf Mensch und Umwelt.

Durch die Umsetzung unserer Strategie One Franke – die für mehr Kundenerlebnis und Zusammenarbeit zwischen Divisionen und Ländern innerhalb von Franke steht – haben wir viel erreicht. Auch 2016 konnten wir unsere Strategie bezüglich Kooperation, Innovation, neuen Produkten und Effizienzsteigerung erfolgreich weiter umsetzen. Unsere Geschäftsbereiche arbeiten enger zusammen, konnten ihre hohen Leistungen weiter vorantreiben und ihre Marktpräsenz weiter stärken, setzten unsere Ressourcen besser ein, optimierten die Arbeitsabläufe und verbesserten so die Gewinnmargen.

Wir setzten unsere Ressourcen besser ein

Weitere kleinere Neuerungen im vorliegenden Bericht sind auf der einen Seite im Bereich der Umweltauswirkungen zu finden. Dort weisen wir neben der Energieeffizienz in der Produktion neu auch den Ressourcenaufwand aus – nach Abfall und eingesetzten Materialien getrennt. Und wo im Bereich der Produktverantwortung auf der anderen Seite bisher die Energieeffizienz unserer Produkte das relevante Nachhaltigkeitsmerkmal darstellte, steht nun die Zuverlässigkeit im Zentrum – selbstverständlich auch dort im Sinn von langlebiger Qualität und Kundenfokussierung.

Neben unseren Werten bildet auch die lokale Verankerung die Grundlage für gleichbleibende Qualität. Franke versteht sich als global tätiges Unternehmen, das an seinen rund 40 Produktionsstandorten regional verankert ist. Dazu zum Abschluss eine kleine Anekdote: Als ich 2012 zur Franke Gruppe wechselte, haben mich meine Ex-Kollegen gefragt, ob ich meinen Wohnsitz nach Deutschland verlegen werde. Sie dachten, Franke sei ein deutsches Unternehmen. Genauso glauben die Amerikaner, dass Franke ein dynamisches US-Unternehmen sei, da wir in Nashville grosse Produktionsstandorte haben.

Unsere Geschäftsbereiche arbeiteten enger zusammen

Diese lokale Verankerung, verbunden mit den angesprochenen Schweizer Werten wie Nachhaltigkeit und Qualität, sind es wohl, die die Franke Gruppe so einzigartig machen.

Nun wünsche ich Ihnen eine interessante Lektüre und danke Ihnen für Ihr Interesse an unserer Reise mit dem Ziel «Make It Wonderful».

Freundliche Grüsse

Alexander Zschokke
CEO Franke Gruppe

GRUPPENPROFIL

Zur Franke Gruppe gehören die Divisionen Kitchen Systems, Foodservice Systems, Water Systems und Coffee Systems. Die Gruppe beschäftigt rund 8500 Menschen weltweit und hat 2016 einen konsolidierten Nettoumsatz von gut 2 Milliarden Franken generiert.

Divisionen



Franke Kitchen Systems ist der weltweit führende Anbieter von intelligenten Küchensystemen. Mit unserer Zuverlässigkeit und Expertise bauen wir lohnende, langfristige Partnerschaften. Wir helfen unseren Partnern, ihr Geschäft zu verbessern und vereinfachen das Leben ihrer Kunden, indem wir die Küchenarbeit zum Vergnügen machen.



Franke Foodservice Systems ist ein führender Lieferant von Kücheneinrichtung, -ausrüstung und -zubehör für Restaurantbetreiber. Einerseits rüstet die Division als Komplettanbieter den Küchensbereich von Schnellrestaurantketten aus. Andererseits vertreibt sie als Erstausrüster ihre Einrichtungs-elemente über Distributoren an Foodservice-Betreiber.



Franke Water Systems ist ein weltweit führender Anbieter intelligenter Wasserbewirtschaftungssysteme für öffentliche und halböffentliche Waschräume. Unter den Marken Franke und KWC bieten wir Armaturen-lösungen für Wohnküchen und Badezimmer. Der Fokus liegt auf Innovation, exklusivem Design und höchstem Qualitätsstandard.



Franke Coffee Systems ist ein weltweit führender Anbieter von intelligenten Kaffeesystemen. Wir liefern innovative und massgeschneiderte Lösungen, die erfolgreiche Dienstleistungskonzepte und die hohe Kunst der Kaffeezubereitung ermöglichen. Unsere Expertise und Leidenschaft sind die Basis für das Servicekonzept unserer Kunden und den gemeinsamen Erfolg.

Kennzahlen

Im Vergleich zu 2015, beruhend auf den berichteten Werten ab Seite 17.

-22,8 %

CO₂-Emissionen
absolut

-8,7 %

Wasserverbrauch
absolut

-5,9 %

Abwasser absolut

-9,9 %

Abfall absolut

-24,5 %

Ausfallrate (LDR)



Nettoumsätze

NACH DIVISION



IN MIO. CHF

Franke Kitchen Systems	976
Franke Foodservice Systems	628
Franke Water Systems	231
Franke Coffee Systems	222
Andere Aktivitäten	24

NACH REGION



IN %

Europa	60,2
Nord-/Südamerika	27,1
Asien/Ozeanien	8,5
Afrika/Naher Osten	4,2

Mitarbeitende nach Region



IN %

Europa	60
Nord-/Südamerika	16
Asien/Ozeanien	17
Afrika/Naher Osten	7

Standorte weltweit

Die Franke Gruppe hat Produktionsgesellschaften und/oder eigene Vertretungen in 38 Ländern. Der Hauptsitz ist in Aarburg, Schweiz.

Europa (22 Länder)

Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Grossbritannien, Italien, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Russland, Schweden, Schweiz, Slowakei, Spanien, Tschechische Republik, Türkei, Ukraine

Nord- und Südamerika (5 Länder)

Argentinien, Brasilien, Kanada, Mexiko, USA

Asien/Ozeanien (7 Länder)

China/Hongkong, Indien, Japan, Kasachstan, Philippinen, Singapur, Thailand

Afrika/Naher Osten (4 Länder)

Ägypten, Marokko, Südafrika, Vereinigte Arabische Emirate

Organisation

Verwaltungsrat

Thomas A. Erb, Chairman
Michael Pieper, Vice Chairman
Dr. Andreas Hauswirth
Christian Mäder
Dr. Michael Soormann

Geschäftsleitung

Alexander Zschokke, President/CEO

Gruppenfunktionen

Finance **Jürg Fischer**
Human Resources **Beat Sigris**
Operations **Lukas Burkhardt**
Information Services **Markus Bierl**
Legal & Compliance **Martin Wyser**

Divisionen

Franke Kitchen Systems
Lars Völkel
Franke Foodservice Systems
Thomas Campion
Franke Water Systems
Roger Basler
Franke Coffee Systems
Thomas P. Meier

Marken

Franke bkon Carron Dominox
Dart Valley Systems Eisinger
Easi Serv Eurodomo Faber
FIFO Futurum Kindred KWC
Mamoli Mepam Newair Nokite
Roblin S2K Sertek Spar

FRANKE SETZT AUF NACHHALTIGKEIT

Als weltweit führender Anbieter von Küchen, Waschräumen und Gastronomie-lösungen sind wir uns unserer Verantwortung, zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen, bewusst – und setzen uns aktiv damit auseinander.

Unseren Kunden versprechen wir vor allem eines: We «Make It Wonderful». Unsere Produkte und Services wunderbar zu machen, heisst aber auch Verantwortung zu übernehmen – entsprechend unserem Unternehmenswert «Verantwortung übernehmen». In diesem Sinn nehmen wir unsere Aufgabe wahr und setzen unsere Schwerpunkte dort, wo wir grosse Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft identifizieren konnten.

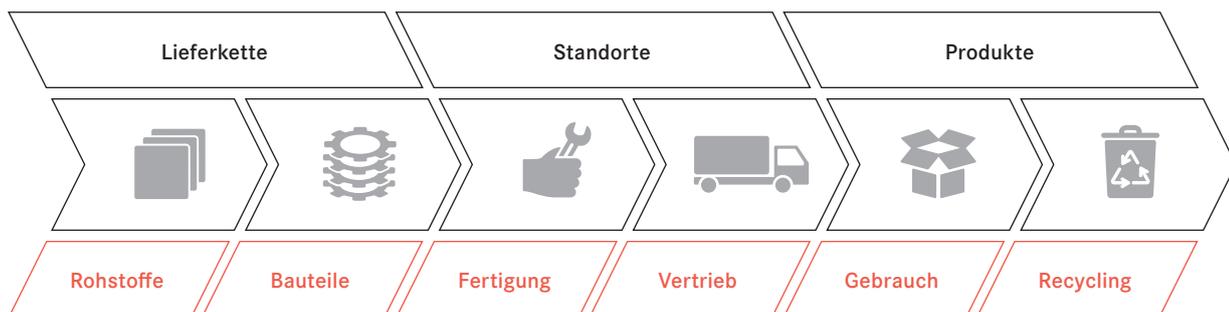
Unsere Produkte wirken sich auf lebensnotwendige Bereiche des Alltags aus

Franke bewegt sich mit seinen Produkten und Lösungen in vier Geschäftsfeldern (siehe Grafik rechts). Diese sind einerseits aufgeteilt in die beiden Bereiche Küchen- & Sanitärsysteme und Wassermanagement & Hygiene

und andererseits in den gewerblichen und privaten Bereich. Im gewerblichen Bereich dreht sich alles um die Ausstattung von Küchen für die professionelle Systemgastronomie und von halb- und öffentlichen Waschräumen mit integrierten Systemen sowie um die Kaffeezubereitung ausser Haus. Im privaten Bereich geht es um die Ausstattung von Hauskitchen mit integrierten Küchensystemen für die Speisenzubereitung und das Kochen sowie privater Badezimmer mit Armaturensystemen und Zubehörteilen. All diese Geschäftsfelder haben eines gemeinsam: Sie sind ressourcenintensiv und haben einen wesentlichen Einfluss auf die Umwelt. Denn Nahrungszubereitung und Wohnen sind neben Mobilität die wichtigsten Sparten des menschlichen Ressourcenverbrauchs.

Der Ressourcenverbrauch an unseren Standorten und die Auswirkungen auf den Klimawandel sind für uns zentrale Themen. Aber auch bei unseren Produkten ist Nachhaltigkeit relevant. Im Allgemeinen geht im Haushalt ein Grossteil des Energie- und Ressourcenverbrauchs auf das Konto von Küchen und Bädern und somit auf den Einsatz von Produkten unserer Marke.

DIE FRANKE-WERTSCHÖPFUNGSKETTE



UNSERE STRATEGISCHEN FELDER

	Gewerblicher Bereich	Privater Bereich
Küchen-und Sanitärsysteme	<p>Restaurant</p>  <p>VERMIETER GESCHÄFTSINHABER</p> <p>Franke Foodservice Systems Franke Coffee Systems</p>	<p>Küche</p>  <p>HAUSBESITZER VERMIETER</p> <p>Franke Kitchen Systems</p>
Wasser-management und Hygiene	<p>Halböffentlicher Waschraum</p>  <p>VERMIETER GESCHÄFTSINHABER</p> <p>Franke Water Systems</p>	<p>Bad</p>  <p>HAUSBESITZER VERMIETER</p> <p>Franke Water Systems (TCC)</p>

Als produzierendes Unternehmen haben wir aber auch eine Verantwortung nach innen, nämlich unseren Mitarbeitenden sowie dem Eigentümer gegenüber, denn diese machen unseren Erfolg erst möglich. Wir beeinflussen Mensch und Umwelt über unsere gesamte Wertschöpfungskette (siehe Grafik links) und den Produktlebenszyklus hinweg. Angefangen beim Abbau und der Herstellung von Rohstoffen über deren Transport und Logistik, die unzähligen Zulieferer von Halbfabrikaten und Bauteilen für unsere Produkte, die Fertigung und den Vertrieb bis hin zum eigentlichen Gebrauch und der Entsorgung beziehungsweise dem Recycling sind Menschen involviert und werden Ressourcen benötigt.

Darüber hinaus sind die Einflüsse bei vor- und nachgelagerten Prozessen wie der Instandhaltung bis hin zum Küchenzubehör und letztlich zur Art der verwendeten Lebensmittel oder zu ihrer Zubereitungsart spürbar. So zählen wir bei Franke auch Themen wie Gesundheit und Sicherheit zu unserem Verantwortungsbereich. Dazu gehören die Gesundheit unserer Mitarbeitenden einschliesslich ihrer Work-Life-Balance sowie die Sicherheit

unserer Produkte während der gesamten Nutzungsdauer. Denn unsere Produkte haben einen Einfluss auf die Zubereitung von Lebensmitteln (z. B. Backöfen und Kochfelder), sowie die Sauberkeit des Wassers (z. B. Armaturen und Filter) oder die Luft (z. B. Dunstabzugssysteme).

Verantwortung als global tätiger Erstausrüster

Die Gastronomie ist beispielsweise ein gewichtiger Ressourcenkonsument. Neben Kunden wie etwa Restaurantketten, Baumärkten oder Küchen- und Badezimmeranbietern setzen aber auch andere Grosskunden auf unsere Produkte: Als global tätiger Erstausrüster sind wir Partner von Weltfirmen – und können mit unserem Tun deren Ressourceneffizienz entsprechend positiv beeinflussen.

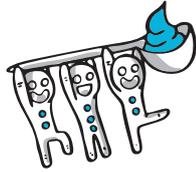
Langlebigkeit unserer Produkte

Auf Nahrungszubereitung, Sanitäts- und Hygienetechnik sowie Wohnen lässt sich nicht verzichten – diese Bereiche sind für alle Menschen gleichermaßen elementar und gar lebensnotwendig. Entsprechend gross ist der Einfluss von Franke auf Gesellschaft und Umwelt und entsprechend gross ist das Potenzial, Gutes zu tun.

DIE FÜNF FRANKE-WERTE



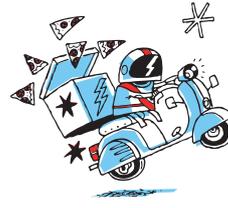
MITARBEITENDE
FÖRDERN



TEAMORIENTIERT
ARBEITEN



UNTERNEHMERISCH
HANDELN



LÖSUNGEN LIEFERN



VERANTWORTUNG
ÜBERNEHMEN

Die alltägliche Nutzung und der damit einhergehende Ressourcenaufwand sind bei Franke-Produkten beträchtlich. Dem gegenüber steht allerdings der vergleichsweise lange Gebrauch unserer Produkte – und dies schlägt sich positiv auf die Energie- und Rohstoffbilanz während des gesamten Produktlebenszyklus nieder. Ein Grossteil unserer Produkte ist auf langjährigen Einsatz, Zuverlässigkeit und Reparierbarkeit ausgelegt: Beispielsweise sind die Lebensdauerwerte einer privaten Küche in der Schweiz mit 20 bis 25 Jahren beziffert. Bäder, Duschen und Toiletten müssen auf 30 Jahre Haltbarkeit ausgelegt sein. Das zeigt: Verglichen mit anderen Bereichen der Konsumgüterindustrie (z. B. Haushaltswaren, Kosmetik, Elektronik usw.) hat die Küchen- und Sanitärtechnik lange Lebensdauerzyklen.

Unseren Kindern und Enkeln zuliebe

Auch über unsere Produkte hinaus verfolgen wir eine langfristige Perspektive: die dauerhafte Umsetzung unserer Strategie ist uns ein zentrales Anliegen. Dies belegt zum Beispiel die Tatsache, dass es in der gesamten über 100-jährigen Geschichte von Franke lediglich fünf CEOs gegeben hat. Das Franke-Management sowie der Eigentümer bauen auf Langfristigkeit und sind sich ihrer Verantwortung gegenüber Umwelt, Gesellschaft und Ökonomie bewusst. «Nachhaltigkeit bedeutet für mich Fairness gegenüber zukünftigen Generationen», sagt Michael Pieper, der Eigentümer von Franke und der ge-

samten Artemis Group. «Bei allem, was wir tun, sollten wir also in der Lage sein, unseren Kindern und Enkeln mit einem reinen Gewissen in die Augen sehen zu können. Nachhaltiges Handeln ist somit ein Muss.»

Wir beeinflussen Mensch und Umwelt über unsere Wertschöpfungskette

Nachhaltigkeit ist uns wichtig und wir konnten in den letzten Jahren in diesem Bereich schon vieles erreichen. Insbesondere die Langlebigkeit unserer Produkte macht uns stolz. Doch wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und ruhen uns auf dem Erreichten nicht aus. Im Gegenteil: Wir verpflichten uns, unser Tun zugunsten unserer zahlreichen Stakeholder und der Umwelt ständig weiter zu optimieren, unsere Effizienz zu steigern und ständig neue, vorausschauende Lösungen zu finden.

Kirill Bourovoi

Manager Group Sustainability
Group Head of Learning & Development

NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

Die bestehenden Führungsstrukturen von Franke stellen sicher, dass Franke aus Governance-Sicht optimal aufgestellt und frei von Interessenkonflikten ist. Neben der Qualifikation des Verwaltungsrats im Hinblick auf Nachhaltigkeit sollen auch die tangierten internen Richtlinien ausgewiesen sowie ein Überblick über die wichtigsten Stakeholder gegeben werden.

Führungsstruktur, dem Verwaltungsrat unterstellte Ausschüsse

Die Franke Gruppe verfügt über eine dreizügige Führungsstruktur:

Management Board Artemis Holding AG (Artemis Group)
4 Mitglieder

Verwaltungsrat Franke Holding AG (Franke Gruppe)
5 Mitglieder (4 davon Mitglieder der Konzernleitung der Artemis Group)

Management Board Franke Holding AG (Franke Gruppe)
10 Mitglieder

Für jedes Organ sind Zweck, Aufgaben und Verantwortungsbereiche in der Geschäftsordnung und in der Aufgabenbeschreibung eindeutig definiert und festgelegt. Die beiden Verwaltungsräte sind für die strategische Ausrichtung der Artemis Group und der Franke Gruppe zuständig und haben in Übereinstimmung mit dem Schweizerischen Obligationenrecht verschiedene unveräusserliche und nicht abtretbare Verpflichtungen.

Der Verwaltungsrat der Artemis Holding AG besteht aus sieben Mitgliedern. Der Verwaltungsrat hat drei ständige Ausschüsse: einen Prüfungsausschuss, einen Ausschuss für Informationssicherheit und einen Personalausschuss. Der Verwaltungsrat und die ständigen Ausschüsse traten 2016 regelmässig zusammen. Die

Konzernleitung der Artemis Group besteht aus vier Mitgliedern. Nähere Angaben zur Führungsstruktur der Artemis Group finden Sie hier:

► www.artemis-holding.com ► [About us](#)

Der Verwaltungsrat der Franke Holding AG besteht aus fünf Mitgliedern. Der Verwaltungsrat hat keine Ausschüsse. Die Konzernleitung der Franke Gruppe besteht aus zehn Mitgliedern. Nähere Angaben zur Führungsstruktur der Franke Gruppe finden Sie hier:

► www.franke.com ► [About us](#) ► [Group Structure](#)

Trennung des Verwaltungsratspräsidenten von der Geschäftsführung

Thomas A. Erb, Präsident des Verwaltungsrats der Artemis Holding AG und Franke Holding AG, ist weder Mitglied der Konzernleitung der Artemis Group noch der Franke Gruppe. Vier von fünf Mitgliedern des Verwaltungsrats der Franke Holding AG waren Mitglieder der Konzernleitung Artemis.

Unabhängige Mitglieder des Verwaltungsrats

Kein Mitglied des Verwaltungsrats der Artemis Holding AG und seiner Ausschüsse ist an der operativen Geschäftsführung beteiligt. Vier der fünf Mitglieder des Verwaltungsrats der Franke Holding AG erfüllen in der Artemis Group geschäftsführende Positionen.

Mechanismen für Inhaber von Anteilen und für Mitarbeitende, um Empfehlungen an den Verwaltungsrat zu adressieren

Michael Pieper, Inhaber und Präsident/CEO der Artemis Group, steht in einem regelmässigen Dialog mit dem Verwaltungsrat der Artemis Holding AG und ist Vizevorsitzender des Verwaltungsrats der Franke Holding AG.

Es sind keine Arbeitnehmervertreter im Verwaltungsrat vertreten. Die Arbeitnehmervertreter der europäischen Gesellschaften treffen regelmässig im Franke Forum (Europäischer Betriebsrat) mit einem Mitglied der Konzernleitung der Franke Gruppe zusammen. Bestimmte Anliegen können dem Verwaltungsrat auf diesem Weg zugetragen werden.

Zusammenhang zwischen der Bezahlung und der Leistung des Unternehmens

Die Vergütung der Verwaltungsratsmitglieder ist unabhängig von der Konzernleistung.

Die Mitglieder der Konzernleitung der Franke Gruppe erhalten, ebenso wie andere Mitarbeitende, Anreize durch eine Kombination aus persönlichen und finanziellen Zielen. Abhängig von der Funktion können persönliche Ziele mit der gesellschaftlichen/sozialen und ökologischen Leistung verknüpft sein.

Mechanismen, mit deren Hilfe der Verwaltungsrat Interessenkonflikte vermeidet

Wie Interessenkonflikte der Verwaltungsratsmitglieder vermieden werden, ist in der Geschäftsordnung festgelegt. Verwaltungsratsmitglieder dürfen sich nicht an Angelegenheiten beteiligen, die ihre persönlichen Interessen oder die Interessen eines verbundenen Unternehmens oder einer nahestehenden Person betreffen.

Qualifizierung des Verwaltungsrats im Hinblick auf Nachhaltigkeit

Es gibt keine formellen Verfahren zur Feststellung der Qualifizierung der Mitglieder des Verwaltungsrats in gesellschaftlichen/sozialen und ökologischen Fragen. Zwei Mitglieder des Verwaltungsrats der Artemis Holding AG verfügen über erhebliche Erfahrung im strategischen und operativen Nachhaltigkeitsmanagement.

Allgemeine Prinzipien und Verhaltenskodex

Verschiedene Nachhaltigkeitsthemen sind Gegenstand von Richtlinien. Eine Reihe von internen Leitlinien befassen sich mit Fragen der Nachhaltigkeit und Geschäftsethik:

- Verhaltenskodex: Rechtsvorschriften, Arbeitssicherheit, grundlegende Arbeitsstandards gegen Kinderarbeit, Zwangsarbeit und Diskriminierung, sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz, Korruptionsbekämpfung, Geschenke und Einladungen, Diebstahl, Betrug und Unehrlichkeit sowie Offenlegung von Informationen. Der Verhaltenskodex wurde aktualisiert, und die neue Version wurde allen Mitarbeitenden vorgelegt. Der Kodex gilt weltweit und ist im Intranet in zwölf Sprachen verfügbar. Darüber hinaus wurde für alle Mitarbeitenden eine Integrity Line eingeführt, an die Mitarbeitende sich bei Bedenken in Bezug auf die Integrität als letzte Instanz vertraulich und anonym wenden können.

- Verhaltenskodex für Lieferanten: Mindestanforderungen an Arbeitspraktiken, Umweltschutz und geschäftliche Integrität, die von allen Lieferanten einzuhalten sind. Der Lieferantenkodex wurde von der Konzernleitung der Franke Gruppe ebenfalls verabschiedet.
- Konzernrichtlinie: Chancengleichheit und Vielfalt, Mitarbeiterbeziehungen, persönliche Sicherheit und Notfallplanung, Dienstreisen, Informationssicherheit.
- Nachhaltigkeitsprinzipien: Rahmenwerk für die Verbesserung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistung der Franke Gruppe.
- Prinzipien des UN Global Compact in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitspraktik, Umwelt und Korruptionsbekämpfung.

Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung durch den Verwaltungsrat

Der Finanz- und Prüfungsausschuss (Finance & Audit Committee) des Verwaltungsrats der Artemis Holding AG erörtert Risiken und Chancen, die für die Franke Gruppe relevant sind, im Rahmen der Genehmigung des jährlichen Risikoberichts.

Evaluierung der Nachhaltigkeitsleistung des Verwaltungsrats

Es existiert kein formelles Verfahren zur Bewertung der Leistung des Verwaltungsrats aus einer holistischen Nachhaltigkeitsperspektive.

Vorsorgeansatz

Das Vorsorgeprinzip spielt für die Franke Gruppe als Produktions- und Vertriebsunternehmen eine wichtige Rolle. Auch in den Managementsystemen (Qualität, Umwelt, Arbeitssicherheit), die an den verschiedenen Standorten implementiert werden, kommt das Vorsorgeprinzip zum Ausdruck. Im operativen Bereich wird das Vorsorgeprinzip durch die Verfolgung präventiver Ansätze in den Bereichen Umweltschutz, Arbeitssicherheit und Qualitätssicherung implementiert. Die Franke Gruppe verfügt über ein umfassendes System für die Kontrolle und das Management sämtlicher mit der Geschäftstätigkeit verbundener Risiken. Gemäss ISO 31000 bildet das Konzernrisikomanagement die Schnittstelle zwischen allen Managementsystemen. Alle Franke-Unternehmen haben eine jährliche Risikoanalyse durchzuführen, in der zentrale Risiken identifiziert werden. Zudem müssen alle Gesellschaften über eine klar definierte Krisenplanung sowie einen Notfallmanagementplan verfügen, durch die eine schnelle und kompetente Reaktion im Notfall gewährleistet ist. Darüber hinaus werden unsere Mitarbeitenden auf Dienstreisen durch das Direkthilfesystem eines externen Spezialisten in Krisensituationen unterstützt.

Externe Vereinbarungen und Initiativen

Seit Januar 2011 ist die Franke Gruppe ein aktives Mitglied von UN Global Compact. Ausserdem beteiligen wir

uns an den Aktivitäten des lokalen Global-Compact-Netzwerks in der Schweiz.

► www.unglobalcompact.org

Durch freiwillige Anwendung der Leitlinie der Global-Reporting-Initiative für die Nachhaltigkeitsberichterstattung (neuer GRI Standard) wollen wir einen Beitrag zu Transparenz und Vergleichbarkeit in der Nachhaltigkeitsberichterstattung leisten.

Mitgliedschaft in Verbänden und Organisationen

Die Franke Gruppe und ihre Tochterunternehmen sind in einer ganzen Reihe von Branchenverbänden und

Initiativen in verschiedenen Ländern aktiv. Viele dieser Organisationen befassen sich mit Nachhaltigkeitsthemen, indem sie zum Beispiel Best-Practice-Standards definieren oder Produktkennzeichnungen entwickeln.

Zu ihnen gehören unter anderem:

- U.S. Green Building Council (USGBC), eine Organisation, die sich für eine nachhaltige Zukunft durch kosteneffiziente und energiesparende Gebäude einsetzt. USGBC verantwortet den LEED-Gebäudestandard.

► www.usgbc.org

WICHTIGSTE STAKEHOLDER 2016



- CECED (Europäischer Verband der Hausgerätehersteller), der die Hausgerätebranche in Europa vertritt.
- öbu, die Schweizerische Vereinigung und Denkfabrik für ökologisch bewusste Unternehmensführung.

Eine Liste der wichtigsten Mitgliedschaften finden Sie hier:

► www.franke.com ► [Über uns](#) ► [Nachhaltigkeit](#) ► [Bekenntnis](#)

Relevante Stakeholdergruppen

Die Franke Gruppe hält die folgenden Stakeholdergruppen für relevant:

- Kunden und Konsumenten
- Mitarbeitende
- Lieferanten und Geschäftspartner
- Lokale Gemeinschaften, Medien, Behörden, Aufsichtsorgane
- Potenzielle künftige Mitarbeitende
- Eigentümer

Grundlage für die Auswahl der Stakeholder

Die Franke Gruppe ist sich bewusst, dass ihr Unternehmen mit verschiedenen Stakeholdergruppen interagiert. Die oben genannten Stakeholder wurden als bedeutsam für einen systematischen Stakeholderdialog ausgewählt, weil sie mindestens eines der beiden folgenden Kriterien erfüllen: Die Stakeholdergruppe übt einen starken Einfluss auf die ökonomische, ökologische oder gesellschaftlich/soziale Leistung von Franke aus und/oder die Stakeholdergruppe wird von der ökonomischen, ökologischen oder gesellschaftlich/sozialen Leistung von Franke stark beeinflusst.

Ansätze für die Stakeholderbeteiligung

Der Dialog mit externen Stakeholdern ist aktuell in hohem Mass dezentralisiert. Für die Zukunft planen wir eine Formalisierung der Interaktion mit den Vertretern relevanter Stakeholdergruppen. Die neu errichtete zentrale Einkaufsabteilung ist auch verantwortlich für die Koordination und die Standardisierung des Lieferantenmanagements.

Reaktion auf zentrale Themen und Interessen der Stakeholder

Nachhaltigkeitsthemen rücken zunehmend und immer häufiger in den Mittelpunkt der Gespräche sowohl mit internen als auch externen Stakeholdern. Dabei werden insbesondere folgende zentrale Themen und Interessen angesprochen:

- Anleitung, wie Produkte der Franke Gruppe die Einhaltung von Gebäudestandards unterstützen: Wir wenden für einige unserer Produkte die Kriterien der Gebäudestandards LEED und Minergie an, um herauszufinden, welche unserer Produkte eine Einhaltung dieser Standards am besten unterstützen.
- Erreichen von Spitzenleistungen und Erfüllung sozialer und ökologischer Standards durch das systematische Management von operativer Sicherheit, Zuverlässigkeit, Effizienz und Gesamtkostenreduzierungen durch das konzernweite «Operational Excellence»-Programm. 2013 wurde die Funktion Zentraleinkauf zur besseren Koordination und Standardisierung des Lieferantenmanagements eingerichtet. Wie bereits 2015 trug das «Operational Excellence»-Programm auch 2016 zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Gruppe im Bereich der Kosten bei. Die Grossinitiativen im Workstream «Footprint-Optimierung» beinhalteten unter anderem auch die Verlagerung bestimmter Produktionsschritte für Spülen an kostengünstige Standorte innerhalb der Gruppe.

Wesentliche Themen

Folgende wesentliche Themen werden in den nachfolgenden Kapiteln behandelt:

- Energieeffizienz in der Produktion
- Materialeffizienz in der Produktion
- Wasser, Abwasser
- Ressourceneffizienz der Produkte
- Führungskräfteentwicklung
- Arbeitssicherheit und Gesundheit
- Profitabilität
- Zuverlässigkeit und Langlebigkeit der Produkte
- Produktsicherheit
- Produktinnovation

Rechtsform, Unternehmensgrösse und Märkte

Die Franke Gruppe (Franke Holding AG) ist eine Aktiengesellschaft nach Schweizer Recht und befindet sich zu 100 Prozent im Besitz der Artemis Holding AG (Artemis Group).

2016 erzielte die Franke Gruppe einen Umsatz von 2036,6 Millionen Franken mit 40 Tochtergesellschaften und 8576 Mitarbeitenden (Vollzeitstellen). Die Bilanzsumme belief sich Ende 2016 auf 1941,3 Millionen Franken. Die Produkte der Franke Gruppe werden an verschiedene Geschäftskunden wie Restaurantketten, Grosshändler, Küchenstudios und Bauunternehmen in über 100 Ländern vertrieben.

ÖKOLOGIE



Kein Produkt lässt sich herstellen, ohne dass man dabei Ressourcen verbraucht oder Abfall produziert. Die Nutzung endlicher Ressourcen als auch die dadurch bedingten Emissionen wirken sich auf das Ökosystem der Erde, insbesondere den Klimawandel, sowie auf die Versorgung zukünftiger Generationen aus.

Seit der Gründung von Franke vor über 100 Jahren sind, bedingt durch neue Gesetze, Stakeholderinteressen oder aus Effizienzgründen, zahlreiche Umweltschutzinitiativen ins Leben gerufen worden. Die Umweltauswirkungen der Aktivitäten der Franke Gruppe fallen entlang der gesamten Wertschöpfungskette an.

Um unsere Ressourcen zu bündeln, konzentrieren wir uns auf diejenigen Segmente der Wertschöpfungskette, auf die wir den meisten Einfluss nehmen können und bei denen die grössten Auswirkungen anfallen. Wir achten bei der Produktentwicklung und Innovation auf Ressourceneffizienz (mit einem Fokus auf Rohstoffe, Energie, Wasser und Abfall) und wir investieren in umweltfreundliche Produktionsverfahren. Langfristig beabsichtigen wir ausserdem, unseren ökologischen Fussabdruck im Logistik- und Transportbereich zu reduzieren.

Franke setzt sich dafür ein, die ökologischen Auswirkungen des Alltagsbetriebs kontinuierlich zu reduzieren, soweit dies wirtschaftlich machbar ist und umweltfreundliche Technologien zur Verfügung stehen. Eine Reihe von Massnahmen sorgt dafür, dass die Auswirkungen unserer Tätigkeit auf die Umwelt verringert werden:

- Alle Produktionsgesellschaften müssen Umweltmanagementsysteme gemäss ISO 14001 umsetzen und sich entsprechend zertifizieren lassen. Bis Ende 2016 waren von 39 Produktionsgesellschaften 33 nach ISO 14001 zertifiziert.

RISIKEN UND CHANCEN DES KLIMAWANDELS

Der Klimawandel erfordert eine effiziente Nutzung von Energie und Wasser. Mit der Notwendigkeit, diese Ressourcen in Zukunft klüger einzusetzen, wird die Nachfrage nach Produkten zunehmen, die im Lauf ihrer Nutzungsdauer weniger Energie und/oder Wasser verbrauchen. Wir bei Franke haben uns zum Ziel gesetzt, dass unsere innovativen Produkte den Anforderungen unserer Kunden in dieser Hinsicht gerecht werden.

Basierend auf der jährlichen Risikoanalyse glauben wir, dass die Franke Gruppe klimawandelbedingten Risiken (wie z. B. Elementarschäden an Produktionsstätten oder Transporteinrichtungen) nur in moderatem Mass ausgesetzt ist. Aktuell existieren derzeit keine besonderen CO₂-Reglemente wie zum Beispiel Emissionshöchstgrenzen, die wir einzuhalten haben. Franke ist sich jedoch bewusst, dass steigende Energiepreise sich direkt auf die Produktionskosten auswirken. Deshalb beabsichtigt Franke, den Energieverbrauch künftig noch weiter zu reduzieren.

- Alle Unternehmen von Franke tauschen bewährte Verfahren untereinander aus, um aus Beispielen zu lernen, die gute Ergebnisse erzielten (wie z. B. die Weiterverwendung der Abwärme von Pressen und aus Serverräumen, oder die Werkstoffsubstitution in Produktionsprozessen).
- Sowohl die Verfügbarkeit als auch die Qualität der Umweltdaten haben sich seit der ersten Konsolidierung auf Konzernebene im Jahr 2011 verbessert. Das Monitoring der Umweltdaten ermöglicht eine kontinuierliche Fortschrittsüberprüfung und die Festlegung weiterer Verbesserungsmassnahmen im Lauf der Zeit.
- Des Weiteren müssen bei allen Tätigkeiten von Franke selbstverständlich die Umweltgesetze und Vorschriften als Mindeststandard eingehalten werden.



ENERGIEEFFIZIENZ IN DER PRODUKTION

2016 setzte Franke zur Reduktion der Umweltauswirkungen in der Produktion Massnahmen in den folgenden Bereichen um:

- Nachhaltige Gebäude, beispielsweise Installation einer der schweizweit grössten Fotovoltaikanlagen mit einer Leistung von 420 kWp und einer Modulfläche von 2588 m² am Hauptsitz in Aarburg, die den schweizerischen Strommix um nahezu 190 Tonnen CO₂-Emissionen pro Jahr entlastet.
- Verbesserte Beleuchtung in Gebäuden durch Verwendung von Energiesparlampen (z. B. LED), Trennsysteme, Bewegungssensoren und Tageslichtdimmer.
- Commitment zum LEAN-Management in allen 39 Produktionsstätten von Franke: Vermeidung von jeglichen Ressourcen inklusive Energie, Rohstoffe und Abfall.
- Modernisierung, Abbau oder Verkleinerung von Maschinenanlagen wie Pressen, Pumpen und Kompressoren.
- Prozessoptimierungen wie geringere Temperaturen im Spülverfahren.

Ein systematisches Energiemanagement wurde an verschiedenen Standorten von Franke weiter ausgebaut. Software für die Überwachung des Energieverbrauchs online und in Echtzeit und die Installation zusätzlicher Messpunkte sorgen für transparente Energieströme und ermöglichen schliesslich die Festlegung weiterer Optimierungsmassnahmen.

Direkter Energieverbrauch

Die Franke Gruppe setzt im Allgemeinen extern zugekaufte Energie ein. Primärenergieträger (Scope 1) sind Heizöl extra leicht, Erdgas sowie Treibstoffe (Diesel und Benzin). Der Erdgasverbrauch im Jahr 2016 reduzierte sich um 19,4 Prozent auf 4 662 160 m³ gegenüber 5 783 236 m³ im Vorjahr. Der Verbrauch von Heizöl extra leicht sank um 19,6 Prozent auf 454 594 Liter im Jahr 2016 gegenüber 565 553 Litern im Jahr 2015.

Im Jahr 2016 verbrauchten Fahrzeuge im Besitz von Franke 255 730 Liter Benzin und 1,85 Millionen Liter Diesel. Das entspricht einem Rückgang von 84,2 Prozent des verbrauchten Benzins und einer Zunahme von 6,5 Prozent Diesel seit 2015. Ein Vorjahresvergleich ist allerdings nur begrenzt möglich, da die Service Solution Group mit ihren vielen Servicefahrzeugen inzwischen nicht mehr zur Franke Gruppe gehört.

Der direkte Energieverbrauch im Jahr 2016 betrug total – inklusive Treibstoffe – 631 662 GJ (gegenüber 765 970 GJ 2015). Der direkte Energieverbrauch im Verhältnis zum Nettoumsatz (GJ pro Million Franken) betrug 2016 insgesamt 19,2 Prozent weniger als 2015.

Indirekter Energieverbrauch

Strom ist die wichtigste Form indirekter Energie (Scope 2), die von der Franke Gruppe verbraucht wird. Drei Standorte in Europa setzen ausserdem Fernwärme ein. Der Stromverbrauch reduzierte sich um 11,9 Prozent auf 103 605 MWh (gegenüber 117 600 MWh im Jahr 2015). Der Stromverbrauch im Verhältnis zum Nettoumsatz (MWh pro Million Franken) lag 2016 um 13,7 Prozent niedriger als 2015.

Treibhausgasemissionen

Absolut gesehen haben die Treibhausgasemissionen (Scope 1 und Scope 2) um 22,8 Prozent abgenommen (64 231 Tonnen 2016 gegenüber 83 207 Tonnen 2015). Im Verhältnis zum Nettoumsatz (Tonnen CO₂ pro Million Schweizer Franken) sanken die Treibhausgasemissionen 2016 um einen Viertel im Vergleich zu 2015. Mit 48 253 Tonnen (rund drei Viertel der gesamten Treibhausgasemissionen) bildete 2016 der Stromverbrauch bei Weitem die bedeutendste CO₂-Quelle.

Reduzierung von Treibhausgasemissionen

Zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen verfolgen wir einen doppelten Ansatz:

1. Energiesparmassnahmen und Energieeffizienz erhöhen.
2. Wechsel zu erneuerbaren oder kohlenstoffarmen Energiequellen: Der Gebäudestandard der Franke Gruppe fördert den Einsatz von erneuerbaren Energien, Wärmepumpen, rückgewonnener Wärme aus Produktionsprozessen und Fernwärme, je nach Verfügbarkeit.



WASSER, ABWASSER

Wasserverbrauch

Die Franke Gruppe setzt hauptsächlich Wasser aus dem öffentlichen Leitungssystem und Brunnenwasser ein. Wir haben geschlossene Wasserkreisläufe am Grossteil der weltweiten Produktionsstätten. Der Wasserverbrauch sank 2016 um 8,7 Prozent auf 470 852 m³ gegenüber 515 509 m³ im Jahr 2015. Der Wasserverbrauch im Verhältnis zum Nettoumsatz (m³ pro Million Franken) lag 2016 mit 231 um 10,5 Prozent niedriger als 2015 mit 258.

Wasserquellen, die wesentlich von der Entnahme von Wasser betroffen sind

Der Wasserverbrauch unserer Produktionsstätten stellt gemäss der Definition in der GRI-Leitlinie keine wesentliche Belastung für Wasserquellen dar.

Abwassereinleitung insgesamt

2016 wurden 408 540 m³ Abwasser beziehungsweise 5,9 Prozent weniger als die 434 151 m³ im Jahr 2015 in die Kanalisation eingeleitet. Die Menge an Abwasser im Verhältnis zum Nettoumsatz (m³ pro Million Franken) lag 2016 mit 201 um 7,8 Prozent niedriger als 2015 mit 218. Eine kleine Menge Abwasser wurde durch externe Spezialunternehmen entsorgt. 2016 ereigneten sich keine ungeplanten Abwassereinleitungen bei der Franke Gruppe.



MATERIALEFFIZIENZ IN DER PRODUKTION

Die Franke Gruppe setzt eine grosse Zahl von Materialien unterschiedlicher Quantität und Qualität ein. Die wichtigsten Materialien, die wir in unserer Produktion verwenden, sind Metalle (hauptsächlich Edelstahl) und Kunststoffe sowie halbfertige und fertige Produkte. Mit der Erhebung der Materialdaten haben wir erst kürzlich begonnen, sodass wir dazu aktuell noch keine Vergleichswerte zu den Vorjahren liefern können.

Anteil von Recyclingrohstoffen am Gesamtrohstoffeinsatz

Chromnickelstahl, das den Hauptbestandteil vieler unserer Produkte bildet, wird zu etwa 80 Prozent aus Recyclingmaterial gewonnen. Karton, den wir für unsere Verpackungen verwenden, besteht überwiegend aus wiedergewonnenen Inhaltsstoffen (schätzungsweise 90 Prozent der gesamten eingesetzten Kartons). Wir schätzen den Anteil von Recyclingmaterial an den insgesamt eingesetzten Produktionsstoffen auf etwa 25 Prozent.

Gesamtgewicht des Abfalls

Im Jahr 2016 wurden 18 011 Tonnen ungefährlichen Abfalls einschliesslich Metallschrott und 2038 Tonnen gefährlicher Abfall generiert. Der Gesamtabfall im Verhältnis zum Nettoumsatz (Tonnen Abfall pro Million Schweizer Franken) lag 2016 mit 9,8 um 11,7 Prozent niedriger als 2015.



RESSOURCENEFFIZIENZ DER PRODUKTE

Der grösste Umweltbeitrag unserer Produkte besteht in ihrem sparsamen Energie- und (Warm-)Wasserverbrauch, durch den indirekt Energie und Wasser eingespart werden. Deshalb sind wir laufend daran, unsere Produkte ressourceneffizienter zu gestalten, wie die folgenden Beispiele zeigen:

- Mit dem Multifunktionsofen Touch FS 913 M haben wir 2016 den weltweit ersten Ofen mit der Energieeffizienzklasse A++ auf den Markt gebracht (siehe Artikel S. 37).

- Bei Franke Coffee Systems arbeiten wir seit 2016 an einem Innovationsprojekt für alternative Heizsysteme, um den Energieverbrauch erheblich zu reduzieren.
- Bei Franke Aquarotter haben wir die Beurteilung der Umweltrelevanz im Innovationsprozess verankert und bewerten systematisch die Umweltauswirkungen und -einwirkungen für sämtliche Entwicklungen und Modifikationen von Produkten.

Während nur wenige unserer Produkte spezifische Informationen zu den Nachhaltigkeitswirkungen enthalten müssen (z. B. Wasserhähne, Kochfelder und Öfen in der Europäischen Union), setzt Franke auf verschiedene Labels, die eine informierte Kaufentscheidung unserer Kunden vereinfachen.

Die Liste solcher Labels beinhaltet:

- EU Energielabel (Energieeffizienz für Dunstabzüge und Öfen)
- PEFC Chain of Custody (Herkunftsangabe Holz)
- Well, WRAS und EnergieSchweiz (Wassereffizienz von Hähnen und Duschköpfen)



FRANKES EINSATZ FÜR DIE UMWELT

Franke engagiert sich weltweit für wohltätige Zwecke. Auf den Philippinen pflanzt «Be there», eine Gruppe von Franke-Mitarbeitenden, Bäume.

Franke liegen Gesellschaft und Umwelt am Herzen. Deshalb engagiert sich Franke weltweit für wohltätige Zwecke. Ganz im Sinn des Franke-Werts «unternehmerisch handeln» hinterfragen wir Bestehendes und suchen nach Verbesserungsmöglichkeiten. Das Ziel: Jeden Tag Neues lernen und Dinge bewegen. Und Franke übernimmt Verantwortung. Denn «Make It Wonderful» geht über Küchensysteme und Kundenerlebnisse hinaus. Deshalb startete auf den Philippinen 2013 das Projekt «Bäume pflanzen und gedeihen lassen». Geleitet wird es von einer Gruppe Franke-Mitarbeitender, die sich «Be there» nennt.

«Be there» setzt sich für gemeinnützige Aktivitäten ein und macht Franke bei der lokalen Bevölkerung bekannt», erklärt Jhoy Paracueles, Executive Assistant & Administrator Franke Foodservice Systems Philippines. In Zusammenarbeit mit dem College of Forestry and Natural Resources of the University of the Philippines in Los Baños hatte Franke Foodservice Systems Philippines das Umweltprojekt lanciert.

Gemeinsam mit weiteren Freiwilligen von Franke pflanzte «Be there» im Jahr 2016 400 Bäume auf einer Fläche von einem halben Hektar in Puting Lupa, Calamba-Stadt, in der Nähe des Makiling-Naturschutzgebiets. Das College of Forestry and Natural Resources zertifizierte den Erfolg des Projekts. Dieses wird nun weiterverfolgt, bis die Bäume ausgewachsen sind. Dafür besuchen

die Mitarbeitenden und «Be there» zweimal pro Jahr die Bäume und kümmern sich um Unterhalt und Düngung. «Franke Foodservice Systems Philippines möchte mit dem Projekt einen Beitrag für die Umwelt leisten», so Paracueles. «Wir sind davon überzeugt, mit kleinen Taten dem Klimawandel – wenn auch nur etwas – entgegenwirken zu können und die Welt zu einem besseren Lebensraum zu machen.»



Die Franke Gruppe ist bestrebt, sich aktiv an höhere Kundenerwartungen, aufsichtsrechtliche Veränderungen, neu eingeführte Produktkennzeichnungen oder Gebäudestandards anzupassen. Gleichzeitig werden wir Umweltrisiken und Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen, wie den Material-, Energie- und Wasserverbrauch, sowie die Abfallerzeugung weiter reduzieren.

Wirkung unserer Massnahme im Bereich Ökologie

Durch die getroffenen Massnahmen im Bereich Produktion konnte folgende Reduktion der Umweltauswirkungen in der Produktion erreicht werden:

- Reduktion des Energieverbrauchs (GJ) um 17,5 Prozent und des relativen Energieverbrauchs (GJ/m CHF Umsatz) um 19,2 Prozent im Vergleich zu 2015.
- Reduktion der Treibhausgasemissionen (t CO₂) um 22,8 Prozent und der relativen Treibhausgasemissionen (t CO₂/m CHF Umsatz) um 26,7 Prozent im Vergleich zu 2015.

- Reduktion des Abfallvolumens (t) um 9,9 Prozent und des relativen Abfallvolumens (t/m CHF) um 11,7 Prozent im Vergleich zu 2015.
- Reduktion des Wasserverbrauchs (m³) um 5,9 Prozent und des relativen Wasserverbrauchs (m³/m CHF) um 7,8 Prozent im Vergleich zu 2015.

Die Verbesserungen in allen Bereichen werten wir als Indiz für die Wirksamkeit unserer Massnahmen im Bereich Produktion.

Ebenfalls konnten wir mit unseren Aktivitäten unsere Produkte ressourceneffizienter gestalten. Wir sind uns jedoch bewusst, dass wir in diesem Bereich noch viel Potenzial haben. Deshalb sind wir daran, genauere Daten über die Produktwirkungen sowie über die unzähligen Verbesserungsmassnahmen in den einzelnen Gesellschaften zu erheben, um zukünftig die Ressourceneffizienz unserer Produkte über die ganze Gruppe hinweg systematisch verbessern zu können.



SOLARSTROM FÜR FRANKE

Franke setzt auf nachhaltige Gebäude. So steht auf dem Franke-Areal in Aarburg, Schweiz, seit 2016 eines der grössten gebäudeintegrierten Solarkraftwerke der Schweiz.

Franke setzt sich dafür ein, dass die Auswirkungen seiner Tätigkeit auf die Umwelt verringert werden. So investiert das Unternehmen beispielsweise in nachhaltige Gebäude: Die Fotovoltaikanlage auf dem Dach der Werkhalle H von Franke in Aarburg zählt zu den grössten gebäudeintegrierten Solarkraftwerken der Schweiz. Auf der benachbarten Parzelle plant die Artemis Immobilien AG eine ökologische Mustersiedlung, die mit Solarstrom versorgt werden soll. Die Franke Schweiz AG hat für diese erforderliche Leistung auf ihrem angrenzenden Betriebsgelände die Dachflächen der Werk-

hallen für den Bau der Fotovoltaikanlagen zur Verfügung gestellt. Die erste Anlage auf der Werkhalle H wurde nach einer zweimonatigen Bauzeit im Dezember 2016 in Betrieb genommen. Bis zum Bezug der Wohnüberbauung 2018 nutzt Franke den Solarstrom.

Wegen der anstehenden Dachsanierung der Werkhalle H konnte die Fotovoltaikanlage architektonisch filigran sowie technisch und wirtschaftlich gewinnbringend in das Dach integriert werden. So dienen die 1334 Solarmodule als Dachhaut und die Fläche von 2588 m² wird als Generatorfeld des Solarkraftwerks genutzt. Wegen der geringen Neigung der Dächer wurde auch die Nordseite mit Modulen belegt. Gemäss den Ertragssimulationen erreichen die nordseitigen Module 83 Prozent der Energie der südorientierten Mo-

dule. Die leistungsstarken Module von 315 Watt Peak liefern zusammen 380 000 kWh Strom und entlasten den schweizerischen Strommix um nahezu 190 Tonnen CO₂-Emissionen pro Jahr.

Zusammen mit der Schnitzelverbrennungsanlage, die Franke auch in Aarburg betreibt, und dem Einkauf von Strom aus Wasserkraft, ist Franke am Standort in Aarburg CO₂-neutral.



ENERGIEVERBRAUCH (ABSOLUT)

	EINHEIT	2016	DIFF. 2015/2016	2015	2014
Elektrizität	MWh	103 605	-11,9%	117 600	109 680
Heizöl extra leicht	Liter	454 594	-19,6%	565 553	702 263
Erdgas	m ³	4 662 160	-19,4%	5 783 236	5 696 956
Zwischensumme ohne Treibstoffe	GJ	557 685	-14,5%	652 541	625 787
Benzin	Liter	255 730	-84,2%	1 619 272	1 922 323
Diesel	Liter	1 852 987	6,5%	1 740 100	1 755 251
Total	GJ	631 662	-17,5%	765 970	749 415

- Beschränkt mit Vorjahreszahlen vergleichbar, da Service Solution Group mit ihren zahlreichen Servicefahrzeugen nicht mehr zur Franke Gruppe gehört (Benzin).
- Nach Schliessung Standort Hard weniger Erdgas; nach Umstellung Areal Aarburg auf Holzschnitzelheizung kein Erdgas mehr.
- Die Werte aus dem Jahr 2015 wurden nachträglich korrigiert.

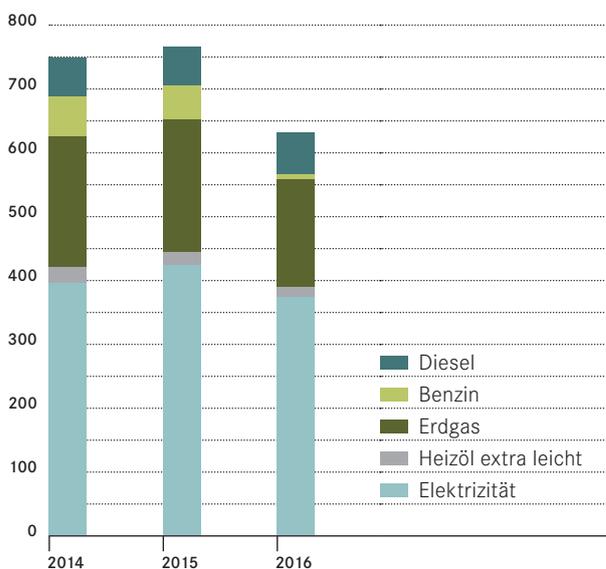
ENERGIEVERBRAUCH (IM VERHÄLTNISS ZUM NETTOUMSATZ)

	EINHEIT	2016	DIFF. 2015/2016	2015	2014
Elektrizität	MWh/Mio. CHF	50,9	-13,7%	58,9	51,4
Heizöl extra leicht	Liter/Mio. CHF	223,2	-21,2%	283,3	329,1
Erdgas	m ³ /Mio. CHF	2288,7	-21,0%	2897,4	2669,9
Treibstoffe	Liter/Mio. CHF	1035,2	-38,5%	1683,1	1723,5
Total	GJ/Mio. CHF	310	-19,2%	384	351

- Beschränkt mit Vorjahreszahlen vergleichbar, da Service Solution Group mit ihren zahlreichen Servicefahrzeugen nicht mehr zur Franke Gruppe gehört (Benzin).
- Die Werte aus dem Jahr 2015 wurden nachträglich korrigiert.

ENERGIEVERBRAUCH (ABSOLUT)

IN GIGAJOULE (GJ)



Die Werte aus dem Jahr 2015 wurden nachträglich korrigiert.

CO₂-EMISSIONEN

	EINHEIT	2016	DIFF. 2015/2016	2015	2014
Scope 1 (aus Brenn- und Treibstoffen)	Tonnen (t)	15 978	-25,4%	21 408	22 345
Scope 2 (aus Strom und Fernwärme)	Tonnen (t)	48 253	-21,9%	61 800	47 330
Absolute CO₂-Emissionen	Tonnen (t)	64 231	-22,8%	83 207	69 675
Relative CO₂-Emissionen	t/Mio. CHF	32	-26,7%	44	33

WASSER UND ABWASSER

	EINHEIT	2016	DIFF. 2015/2016	2015	2014
Wasserverbrauch	m ³	470 852	-8,7%	515 509	532 442
Relativer Wasserverbrauch	m³/Mio. CHF	231	-10,5%	258	250
Abwasser	m ³	408 540	-5,9%	434 151	491 126
Relatives Abwasser	m³/Mio. CHF	201	-7,8%	218	230

ABFALL

	EINHEIT	2016	DIFF. 2015/2016	2015	2014
Ungefährlicher Abfall	Tonnen (t)	18 011	-7,0%	19 357	25 613
Gefährlicher Abfall	Tonnen (t)	2 038	-29,7%	2 900	1 701
Abfall gesamt	Tonnen (t)	20 049	-9,9%	22 257	27 314
Relativer Abfall	t/Mio. CHF	9,8	-11,7%	11,2	12,8

UMWELTMANAGEMENTSYSTEME

	EINHEIT	2016	DIFF. 2015/2016	2015	2014
Nach ISO 14001 zertifizierte Produktionsgesellschaften	Unternehmen	33	10,3%	29	25

VERWENDETE MATERIALIEN NACH GEWICHT 2016

MATERIALIEN	IN TONNEN (t)	ERFASSUNGSMETHODE
Edelstahl	31 948,70	Berechnung (Beschaffungsdaten)
Kohlenstoffstahl und verzinkter Stahl	25 308,70	Berechnung (Beschaffungsdaten)
MMA (Methylmethacrylat), hauptsächlich für Acryl eingesetzt	1 811	Berechnung (Beschaffungsdaten)
Quarz	6 105	Berechnung (Beschaffungsdaten)
SMC (Sheet Moulded Compound), hauptsächlich in faserverstärkten Kunststoffen eingesetzt	1 638	Berechnung (Beschaffungsdaten)
Plastik	2 200	Berechnung (Beschaffungsdaten)
Messing	2 630	Schätzung basierend auf Beschaffungsdaten und durch Dritte angelieferte Komponenten
Glas	2 000	Schätzung basierend auf durch Dritte angelieferte Komponenten

SOZIALE VERANTWORTUNG



Mit rund 8500 Mitarbeitenden in 40 Tochtergesellschaften in 66 Ländern auf fünf Kontinenten nimmt unsere Belegschaft in Bezug auf Nachhaltigkeit einen besonderen Stellenwert ein. Gesunde, motivierte und gut ausgebildete Mitarbeitende sind der Schlüssel zu unserem Erfolg.

Unsere Mitarbeitenden sind unser höchstes Gut. Wir unterstützen sie deshalb dabei, gesund zu bleiben und ihre Kompetenzen kontinuierlich weiterzuentwickeln. Nicht nur vermeiden wir damit Unfälle am Arbeitsplatz, sondern tragen auch insgesamt zur Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden bei. Unter sozialer Verantwortung verstehen wir allerdings auch unsere Verpflichtung, die international geltenden Menschenrechte an unseren Standorten und in unserer Lieferkette zu respektieren.

Mit der Unterzeichnung des Global Compact 2011 haben wir uns verpflichtet, «die international anerkannten Menschenrechte zu fördern und zu wahren» (Prinzip 1) und zu «gewährleisten, dass wir uns nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen» (Prinzip 2).

Die Verantwortung für die Arbeitspraktiken bei der Franke Gruppe trägt der Chief Human Resources Officer, der direkt dem CEO der Franke Gruppe unterstellt ist. Ausserdem überwacht der HR-Ausschuss des Verwaltungsrats personalbezogene Aktivitäten.

Die Verantwortung für die Sensibilisierung und die interne Überwachung von Menschenrechtsaspekten (wie Diskriminierung, Chancengleichheit und Vielfalt, Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen) liegt bei Corporate Compliance und Human Resources für sämtliche Standorte der Franke Gruppe. Die Einkaufsfunktionen integrieren kontinuierliche Anforderungen, dass Menschenrechte und grundlegende Beschäftigungsstandards in der Lieferkette eingehalten werden müssen.



MITARBEITENDE NACH REGION

IN %	
60	Europa
16	Nord-/Südamerika
17	Asien/Ozeanien
7	Afrika/Naher Osten



MITARBEITENDE NACH DIVISION

IN %	
56	Franke Kitchen Systems
19	Franke Foodservice Systems
15	Franke Water Systems
5	Franke Coffee Systems
5	Gruppenfunktionen

Wir bemühen uns, unser Geschäft unter Einhaltung hoher ethischer und moralischer Standards zu führen. Unser Verhaltenskodex und interne Richtlinien legen unsere Geschäftsprinzipien fest und gelten als massgebliche Quelle für Vorschriften zu verschiedenen Themen im Bereich Arbeitssicherheit. Sie regeln aber auch den Umgang mit (sexueller) Belästigung am Arbeitsplatz, Diskriminierung, Chancengleichheit und Vielfalt, Mitarbeiterbeziehungen sowie Einhaltung grundlegender Beschäftigungsstandards.

Die Franke-Werte «Mitarbeitende fördern», «Teamorientiert arbeiten», «Unternehmerisch handeln», «Lösungen

BELEGSCHAFT

IN VOLLZEITSTELLEN	2016	2015	% VOM TOTAL 2016	DIFFERENZ
Europa	5138	5189	60%	-1,0%
Davon Schweiz	1083	1078	13%	0,4%
Nord-/Südamerika	1332	1312	16%	1,5%
Asien/Ozeanien	1484	1507	17%	-1,5%
Afrika/Naher Osten	622	707	7%	-12%
Total	8576	8658	100%	-1,0%
Fest angestellte Mitarbeitende	7687	7741	90%	-0,7%
Temporärangestellte	694	708	8%	-2,0%
Lernende	195	209	2%	-7,0%
Total	8576	8658	100%	-1,0%

liefern» und «Verantwortung übernehmen» werden durch das Verhalten jedes Mitarbeitenden gelebt. Auch von unseren Führungskräften erwarten wir, dass sie Worten Taten folgen lassen und ein Umfeld schaffen, in dem unsere Mitarbeitenden motiviert werden, ihr Bestes zu geben und zur Entwicklung neuer Ideen beitragen können.

Gesamtbelegschaft

2016 beschäftigte die Franke Gruppe weltweit durchschnittlich 8576 Vollzeitkräfte (VZÄ) und damit 1,8 Prozent weniger als 2015. Der Abbau von VZÄ ist hauptsächlich auf die Umstrukturierungen im Mittleren Osten, in Deutschland, der Schweiz und Südafrika zurückzuführen.

Mitarbeiterfluktuation

Die prozentuale Mitarbeiterfluktuation (bei den fest angestellten Mitarbeitenden) im Jahr 2016 betrug 9 Prozent (gegenüber 11 Prozent 2015). Aus den folgenden Zahlen gehen die Anzahl der ausgeschiedenen fest angestellten Mitarbeitenden im Jahr 2016 und die Mitarbeiterfluktuation nach Regionen hervor.



FÜHRUNGSKRÄFTEENTWICKLUNG

Die verschiedenen Funktionsbereiche von Human Resources (HR) bei Franke unterstützen den gesamten Beschäftigungszyklus eines Mitarbeitenden, vom Recruiting über Leistung und Weiterentwicklung bis zur Nachfolgeplanung. Unsere Mitarbeitenden werden geschult und weiterentwickelt und Beförderungen finden häufig innerhalb des Unternehmens statt. Konkret haben wir uns zum Ziel gesetzt, eine interne Beförderungsquote von 70 Prozent zu erreichen.

Die Franke Academy ist der wichtigste Antriebsfaktor für die Personalentwicklung bei Franke. Hierbei handelt es sich um eine moderne Schulungsplattform, die sich auf drei Kernbereiche konzentriert: Führungskompetenz, Wissen und Verhalten. Sie unterstützt alle Mitarbeitenden und Führungskräfte dabei, sich die nötigen Werkzeuge und das gezielte Wissen zu verschaffen, das sie benötigen, um hochleistungsfähige Teams zu bilden. Die Mitarbeitenden von Franke werden bei der Erreichung ihrer persönlichen und beruflichen Ziele durch regelmä-



FRANKE FÖRDERT TALENTE

Mit einem integrierten Ansatz, dem Talent & Succession Review-Prozess und dem One Franke Talent Program (OFTP) fördert Franke Talente.

Franke hat 2016 im Talent Management einen grossen Schritt gemacht. Zum einen haben wir die moderne HR-Talent-Management-Lösung «Successfactors» eingeführt. Damit lassen sich Prozesse wie Zielvereinbarung, Mitarbeiterentwicklung oder Nachfolgeplanung steuern. Zum anderen setzen wir seit letztem Jahr auch mit dem divisions- und funktionsübergreifenden Talent & Succession Review-Prozess auf die One-Franke-Strategie. Dabei werden die aktuelle Leistung des Beurteilten bewertet, das Entwicklungspotenzial besprochen und danach potenzielle Nachfolger für eine Stelle festgehalten. 2016 wurde in allen Divisionen

und Gruppenfunktionen eine Testphase des Prozesses durchgeführt. «Dank des neuen Prozesses werden interne Talente gezielter gefördert, was individuelle Karriereperspektiven bietet und damit Talente ans Unternehmen bindet», sagt Christoph Unterbrink, Head of HR für Franke Kitchen Systems und Operations und Leiter Global Network of Excellence für den Bereich Identify & Develop. Ausserdem würden vakante Stellen transparenter. «Das hilft uns, den Weggang von Talenten zu reduzieren, für die im aktuellen Arbeitsumfeld keine Stelle frei ist, die aber andernorts in der Franke Gruppe gebraucht würden.»

Noch einen Schritt weiter geht das One Franke Talent Program (OFTP) für talentierte, karriereorientierte Mitarbeitende. Es basiert auf der Idee des Action Learning: Dabei

entwickeln die Kandidaten ihre Kompetenzen an einem realen, individuellen Projekt weiter. 16 Mitarbeitende haben das 2016 begonnene Programm absolviert. Sie haben drei Module durchlaufen und im Februar 2017 mit einer Präsentation vor dem Management Board abgeschlossen. Alle sind überzeugt, dass sie dank des OFTP als Führungsperson erfolgreicher geworden sind und fühlen sich dank des OFTP Franke stärker verbunden.



sige Rückmeldungen, Lernprogramme und Entwicklungsmöglichkeiten unterstützt. 2016 wurde der im Vorjahr gestartete Prozess zur Zielvereinbarung bei 1050 Office-Mitarbeitenden durchgeführt, der sich auf persönliche sowie finanzielle Ziele stützt.

2016 wurde zusätzlich ein neuer HR-Prozess zur Talentförderung und Nachfolgeplanung (TMSP) eingeführt. Dabei werden Mitarbeitende systematisch beurteilt, Talente identifiziert und potenzielle Folgetätigkeiten visiert.

Programme für das Wissensmanagement und für lebenslanges Lernen

Ideen bilden das Fundament des Unternehmens Franke. Bei Franke werden Ideen von Beginn weg gefördert, damit sie sich zu innovativen Produkten und Dienstleistungen weiterentwickeln können, die den Alltag laut unserem Markenversprechen zu etwas Besonderem werden lassen – «Make It Wonderful». Dabei ist die Förderung unserer Mitarbeitenden ein wesentlicher Treiber für den Erfolg.

2015 wurde ein neuer Prozess zur Kompetenzbeurteilung eingeführt, der eng mit den Franke-Werten verbunden ist und offene Kommunikation sowie bilaterale Rückmeldungen fördert. Persönliches Engagement wird durch eine leistungsbezogene Vergütung und das Angebot einer Karriere in einem internationalen Umfeld gewürdigt.

Das One Franke Talent Program (OFTP) soll talentierten, ambitionierten Mitarbeitenden die Möglichkeit bieten, ihre Kompetenzen an einem realen Projekt weiterzuentwickeln sowie den Austausch untereinander und mit dem Senior Management zu fördern.

Mitarbeitende erhalten Leistungsbeurteilungen und Unterstützung bei der Entwicklungsplanung

Die Franke Gruppe unterstützt die persönliche und berufliche Weiterentwicklung ihrer Mitarbeitenden. Der Dialog zwischen Mitarbeitenden und Führungskräften ist ausdrücklich erwünscht und bietet Möglichkeiten für gegenseitige Rückmeldungen. Unsere globalen HR-Tools unterstützen uns dabei, die gesamte Anstellungszeit unserer Mitarbeitenden optimal zu gestalten.

Die Resultate regelmässiger Meetings zwischen Mitarbeitenden und ihren Vorgesetzten – wie etwa im Rahmen der persönlichen Zielvereinbarung (Management Incentive Plan) oder der Kompetenzeinschätzung (Competency Appraisal) können dabei systematisch aufgezeichnet werden.

Darüber hinaus wurde 2016 ein Prozess zur Talentförderung und Nachfolgeplanung (Talent Management and Succession Planning) initiiert. Die Identifikationen unserer internen Talente und möglicher Nachfolger von Schlüsselpositionen erlaubt uns, unseren Mitarbeitenden Karriereperspektiven zu vermitteln und die Rate interner Beförderungen zu steigern.

Durch die vielseitigen Entwicklungsprogramme streben wir danach, das volle Potenzial unserer Fach- und Führungskräfte zu entfalten. Die gestarteten Initiativen unter dem Dach der Franke Academy sind langfristige Entwicklungsprojekte. Den Erfolg der Führungskräfteentwicklung beabsichtigen wir mithilfe der weltweiten Mitarbeiterengagement-Umfrage zu verfolgen, die wir 2016 zum ersten Mal durchgeführt haben.

DIVERSITÄT: WEIBLICHE MITARBEITENDE IM VORJAHRESVERGLEICH

IN VOLLZEITÄQUIVALENTEN (VZÄ)	2016	% VOM TOTAL 2016	% VOM TOTAL 2015
Management Board Franke Gruppe	0	0%	0%
Senior Management	2	3%	1%
Mitarbeitende (überwiegend Büromitarbeitende)	1244	38%	31%
Total Büromitarbeitende	1558	35%	31%

VOLLZEITSTELLEN MIT ZIELVEREINBARUNG (MIT MANAGEMENT INCENTIVE PLAN)

IN % VOM TOTAL	WEIBLICH	MÄNNLICH	SUMME
Management Board Franke Gruppe	0	0,1	0,1
Senior Management	0,03	0,8	0,8
Weitere Mitarbeitende mit MIP	4,0	9,4	13,3
Weitere Mitarbeitende ohne MIP	21,4	64,3	85,8
Total	25,4	74,6	100



ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT

Franke misst dem Arbeits- und Gesundheitsschutz grosse Bedeutung bei. Die Konzernleitung der Franke Gruppe strebt an, dass alle Produktionsgesellschaften ein Managementsystem für Arbeits- und Gesundheitsschutz einführen und zertifizieren (OHSAS 18001). Bis Ende 2016 waren von 39 Produktionsgesellschaften 28 nach OHSAS 18001 zertifiziert. Zudem haben wir weitere Anstrengungen unternommen, um die Datenerhebung zu zentralisieren und noch enger zu überprüfen.

Unfälle, Verletzungen, Todesfälle

Die Ausfallrate (Lost Day Rate, LDR = Ausfalltage je 100 Mitarbeitende) im Jahr 2016 betrug 120, gegenüber 159 im Jahr 2015. Die LDR ergibt sich aus der Anzahl der Ausfalltage aufgrund von Arbeitsunfällen oder arbeitsbedingten Erkrankungen (9134 Ausfalltage in 2016) geteilt durch die Anzahl der Arbeitsstunden (15,2 Millionen Stunden im Jahr 2016), multipliziert mit 200 000 (50 Arbeitswochen mit je 40 Stunden pro 100 Mitarbeitende). Die konzernweite Abwesenheitsrate im Jahr 2016 betrug 2,8 Prozent und war damit gleich hoch wie im Vorjahr. Im Jahr 2016 wurden keine Unfälle mit Todesfolge erfasst (ebenso wie bereits in den Vorjahren). Durch die Zentralisierung der Datenerhebung haben wir eine noch zeitgenauere Auswertungsmöglichkeit der Arbeitssicherheits- und Gesundheitsdaten. Dadurch werden wir künftig die Möglichkeit haben, die Daten auf Gruppenebene zu vergleichen, um gezielte Massnahmen zur Minimierung der Arbeits- und Gesundheitsrisiken ergreifen zu können.



MENSCHENRECHTE

Die Franke Gruppe verpflichtet sich in ihrem Verhaltenskodex, alle anwendbaren Gesetze und Vorschriften zu achten und einzuhalten und internationale Menschen-

rechte sowie auch grundlegende Arbeitsbestimmungen wie die Erklärung über die Grundprinzipien und Rechte am Arbeitsplatz der Internationalen Arbeitsorganisation zu unterstützen. Der Lieferantenkodex der Franke Gruppe fordert zudem, dass alle Lieferanten und ihre jeweiligen Lieferketten die Anforderungen an Arbeitspraktiken, Umweltschutz und geschäftliche Integrität einhalten.

Menschenrechtsaspekte in Investitionsvereinbarungen

Es gibt keine wesentlichen Investitionsvereinbarungen oder Verträge, in denen Menschenrechtsklauseln enthalten sind oder die einer Untersuchung im Hinblick auf Menschenrechte unterzogen wurden.

Mitarbeiterschulungen

2016 wurden mindestens sechs Schulungen zum Thema Compliance (inklusive Menschenrechte) für Mitarbeitende durchgeführt. Alle Mitarbeitenden von Franke weltweit haben Zugriff auf den Verhaltenskodex, der in zwölf Sprachen zur Verfügung steht. Der Verhaltenskodex wurde allen Mitarbeitenden vorgelegt.

Fälle von Diskriminierung

Der Verhaltenskodex der Franke Gruppe verbietet grundsätzlich die Diskriminierung aufgrund des Geschlechts, des Alters, der Hautfarbe, Nationalität, der ethnischen Zugehörigkeit, Religion, Behinderung oder anderer gesetzlich geschützter Merkmale einer Person. Aufgrund von Sicherheitsvorschriften können jedoch bestimmte Arbeitsaufgaben auf spezifische Personen beschränkt sein.

Garantie der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlungen

In ihrem Verhaltenskodex verpflichtet sich die Franke Gruppe, die Rechte ihrer Mitarbeitenden auf Vereinigungsfreiheit und auf Kollektivverhandlungen innerhalb der Grenzen lokaler Gesetze zu respektieren. Der Kodex für Lieferanten fordert zudem, dass alle Lieferanten und ihre jeweiligen Lieferketten das Recht der Arbeitnehmer

ARBEITSSCHUTZ

	2016	DIFFERENZ 2016/2015	2015	2014
Ausfalltage durch Arbeitsunfälle oder arbeitsbedingte Erkrankungen	9134	-20%	11 941	12 859
Lost Day Rate (LDR)*	120	-24,5%	159	174
Anzahl der Personenschäden	200	-1%	202	NA
Tödliche Unfälle	0	0%	0	0
Nach OHSAS 18001 zertifizierte Produktionsgesellschaften	28	3,7%	27	20

* Lost Day Rate (LDR) = Anzahl der Ausfalltage aufgrund von Arbeitsunfällen oder arbeitsbedingten Erkrankungen geteilt durch die Anzahl der Arbeitsstunden, multipliziert mit 200 000 (50 Arbeitswochen mit je 40 Stunden pro 100 Mitarbeitende). Durch die Anwendung dieses Faktors wird erreicht, dass die resultierende Rate sich auf die Anzahl der Mitarbeitenden und nicht auf die Anzahl der Stunden bezieht.

VOLLZEITSTELLEN NACH ANSTELLUNGSVERTRAG NACH REGION, 2016

IN VOLLZEITSTELLEN	FESTANGESTELLTE	TEMPORÄRE
Europa	4533	463
Davon Schweiz	970	27
Nord-/Südamerika	1199	113
Asien/Ozeanien	1361	93
Afrika/Naher Osten	594	25
Total	7687	694

respektieren, sich frei zu vereinigen und kollektiv zu verhandeln, ohne Einschränkung oder Konsequenzen.

Risiko von Kinderarbeit und Zwangsarbeit sowie ergriffene Massnahmen

Im Verhaltenskodex verpflichtet sich die Franke Gruppe, die grundlegenden arbeitsrechtlichen Vorschriften zu respektieren. Sowohl Kinderarbeit als auch Zwangsarbeit werden nicht geduldet. Der Kodex für Lieferanten der Franke Gruppe erfordert, dass alle Lieferanten und

deren Zulieferer Zwangsarbeit, Schuldarbeit, Gefangenearbeit, Militär- oder Pflichtarbeit sowie jede Form des Menschenhandels ablehnen.

Vergütung und Lohnnebenleistungen

Die Franke Gruppe gewährt im Allgemeinen die gleichen Lohnnebenleistungen für Vollzeit- und Teilzeitmitarbeitende. Mitarbeitende mit Zeitarbeitsverträgen erhalten nicht immer die gleichen Lohnnebenleistungen wie fest angestellte Mitarbeitende. Die Lohnnebenleistungen der Franke Gruppe für ihre Mitarbeitenden basieren auf länderspezifischen Standards.

Mitarbeitende unter Kollektivvereinbarungen

Unseren Schätzungen nach ist derzeit etwa die Hälfte der gesamten Belegschaft in Kollektivvereinbarungen (wie Gesamtarbeitsverträgen, Tarifverträgen) erfasst. In Österreich, Frankreich, Deutschland, Italien und der Schweiz sind über 90 Prozent der Mitarbeitenden durch einen Gesamtarbeitsvertrag oder Tarifvereinbarungen gebunden. Es bestehen keine Tarifvereinbarungen mit Mitarbeitenden in den USA und China (19 Prozent der Gesamtbelegschaft).



DAS WOHL DER MITARBEITENDEN AN ERSTER STELLE

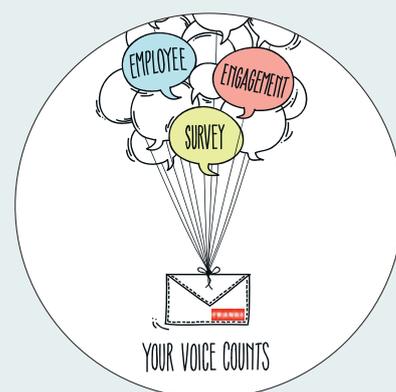
Zufriedene Mitarbeitende sind Frankes grösstes Kapital. Deshalb hat das Unternehmen 2016 erstmals seine Mitarbeitenden weltweit gefragt, was sie verbessern würden.

Franke legt auf die Meinung seiner Mitarbeitenden grossen Wert. Das Unternehmen möchte verstehen, was die Mitarbeitenden bewegt und beschäftigt. Deshalb hat Franke 2016 die erste Mitarbeiterengagement-Umfrage durchgeführt. Das Ziel: Verbesserungspotenzial erkennen. Die Umfrage misst das Mitarbeiterengagement und die darunterliegenden Faktoren. Auf Basis der Resultate verbessert Franke die Voraussetzungen für noch mehr Engagement unter den Mitarbeitenden. Studien identifizieren hierzu folgende Treiber: eine einwandfreie Unternehmensreputation, vielversprechende

Zukunftsperspektiven, vorbildliche Führungspersonen, solide Unternehmenspraktiken, persönliche Wertschätzung und faires Gehalt sowie ein attraktives Unternehmensumfeld.

Aufgrund der Umfrageergebnisse möchte sich Franke in mehreren Bereichen verbessern – so zum Beispiel im Bereich persönliche Entwicklungsperspektiven. Die Mitarbeitenden sollen ihre Entwicklungsmöglichkeiten kennen. Franke fördert dafür noch mehr die Transparenz zwischen Vorgesetzten, Mitarbeitenden und Human Resources. Ein weiteres Thema ist persönliche Anerkennung. Ein offenes und ehrliches Feedback soll stärker in den Arbeitsalltag eingebaut werden. Denn es zeigt sich, dass Firmen mit hohem Mitarbeiterengagement erfolgreicher sind. Sie erwirtschaften höhere Gewinne und steigern ihre Leistungs-

fähigkeit, die Kundenzufriedenheit und die Mitarbeiterbindung. Dank der Umfrage hat Franke ein Navigationsinstrument, um die richtigen Weichen auf dem Weg zu noch mehr Engagement zu stellen. Schliesslich ist das Wohl der Mitarbeitenden Frankes grösstes Kapital. Franke ist davon überzeugt, dass Engagement ein Business-Thema ist. Deshalb haben der CEO und das Management Board die Umfrage von Anfang an unterstützt.



MITARBEITERFLUKTUATION: AUSTRETENDE FESTANGESTELLTE

IN VOLLZEITSTELLEN	2016	FLUKTUATIONS- RATE 2016	2015	FLUKTUATIONS- RATE 2015
Europa	402	9%	360	8%
Nord-/Südamerika	48	4%	69	6%
Asien/Ozeanien	214	16%	303	20%
Afrika/Naher Osten	57	10%	118	19%
Total	721	9%	850	11%

Definition: Die Fluktuationsrate berechnet sich wie folgt: Alle Vollzeitäquivalente, die das Unternehmen in den vorangehenden 12 Monaten im Zug natürlicher Fluktuation (Kündigungen, Pensionierungen usw.) verlassen haben.

ÖKONOMIE



Eine gesunde Profitabilität und die finanzielle Stabilität sind feste Grundpfeiler unseres unternehmerischen Handelns. Die Konzernleitung sowie der Eigentümer sind an einer langfristigen Entwicklung der Franke Gruppe interessiert.

Als Teil einer globalen Wertschöpfungskette wirkt sich unsere Leistung nicht nur auf das eigene Unternehmen aus, sondern ist auch ein zentrales Element für den Erfolg unserer zahlreichen langfristigen Lieferanten und Partner. Des Weiteren setzen wir bei Franke auf hohe ethische Standards in der Ausübung unserer Geschäfte; Integrität und Compliance sind deshalb zentral. Die wirtschaftliche Leistung, Marktpräsenz und indirekte wirtschaftliche Auswirkungen sind bei der Franke Gruppe unter der strategischen Aufsicht des Verwaltungsrats und des operativen Managements der Franke Gruppe – der Konzernleitung. Die Compliance-Aktivitäten werden von der Konzernleitung der Franke Gruppe direkt überwacht. Franke führt im Rahmen des internen Risikomanagements ein permanentes Monitoring durch, um geschäftsrelevante Risiken frühzeitig zu erkennen.



PROFITABILITÄT

Unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Leistung, Marktsituation und anderer Faktoren werden die Strategien bei der Franke Gruppe und deren Divisionen regelmässig geprüft und bei Bedarf angepasst. Für die Erhaltung der Profitabilität haben wir eine zeitnahe Überprüfung sowie eine langfristige Planung implementiert.

Zur zeitnahen Überprüfung haben wir einen monatlichen Kursprüfungszyklus im Management eingeführt. Dabei werden die monatlichen Ergebnisse auf Divisionsebene konsolidiert und überprüft, um bei Anzeichen einer



PRÄVENTION, ERKENNUNG UND STEUERUNG

Compliance ist für nachhaltigen Erfolg unentbehrlich. Deshalb hat Franke die Compliance-Aktivitäten erweitert und ein Compliance Management System eingeführt.

Compliance umfasst die Einhaltung gesetzlicher und interner Bestimmungen. Eine Firma kann nur nachhaltig Erfolg haben, wenn sie sich regelkonform verhält. Denn inkorrektes Verhalten führt zu Imageschäden, Bussen und Auftragsverlusten. Wir stärken deshalb das Verständnis unserer Mitarbeitenden für die Gesetzestreue bezüglich Korruption, Kartellrecht, Produktauflagen, gewerblicher Schutzrechte Dritter, Datenschutz und Handelsrestriktionen.

Wir haben unseren Code of Conduct 2013 weltweit eingeführt. Sowohl das Franke Management Board als auch das Audit-Komitee der Artemis

Holding überwachen die Compliance. 2016 führte Franke ein Compliance Management System mit den Pfeilern Prävention, Erkennung und Steuerung ein.

Vorbeugen durch Training ist der erste Pfeiler «Prävention» der neuen Compliance-Kultur. 2016 wurden Schulungen und E-Learning-Kurse für Compliance-Risiken zur Sensibilisierung erarbeitet. Für Kartellrechtsverstöße und Korruption entwickelten wir ferner vertiefte Programme für Führungspersonen. Daneben gibt es Kontrollen und neue lokale Anlaufstellen. Um Verstöße rechtzeitig zu erkennen, sieht Franke auch eine Meldepflicht vor: Wesentliches Fehlverhalten muss gemeldet werden. So können Mitarbeitende bei Verdacht auf schwerwiegende Verletzungen des Franke Code of Conduct, geltender Gesetze oder heikler ethischer

Belange Meldung erstatten. Dafür stehen ihnen die Integrity Line SpeakUp@Franke, der direkte Vorgesetzte, Fachstellen oder der lokale Compliance Officer zur Verfügung – «Erkennung», der zweite Pfeiler. Der dritte Pfeiler, die «Steuerung», fokussiert auf Verbesserungsmaßnahmen, Überprüfungen und Sanktionen. Die Compliance-Kultur soll den Mitarbeitenden ihre Arbeit erleichtern – indem sie wissen, was sie dürfen und was nicht.



Kursabweichung von den Jahreszielen rechtzeitig Steuerungsmaßnahmen einleiten zu können.

Mittel- bis langfristig haben wir einen jährlichen, internen Planungs- und Budgetierungsprozess, der jeweils die drei Folgejahre berücksichtigt. In unserer Geschäftsstrategie 2020 haben wir uns eine Zielprofitabilität von 12 Prozent EBIT gesetzt. Dies möchten wir mit organischem Wachstum, Akquisitionen sowie Effizienzsteigerungen in allen Funktionen erreichen.

Die Franke Gruppe verzeichnete im Berichtsjahr ein erfreuliches Jahresergebnis. Sie erzielte 2016 einen konsolidierten Nettoumsatz von CHF 2,0 Milliarden gegenüber CHF 1,9 Milliarden im Jahr 2015 und verzeichnete damit einen Umsatzanstieg von 8,5 Prozent. 2016 konnte Franke das bereinigte operative Ergebnis (EBIT) vor Restrukturierung um 40,6 Prozent auf CHF 156,8 Millionen steigern. Das organische Wachstum belief sich auf CHF 199,6 Millionen beziehungsweise 10,6 Prozent. Im Vergleich zum Markt konnten wir uns überdurchschnittlich entwickeln und haben die eigenen Ziele übertroffen.



GESCHÄFTLICHE INTEGRITÄT

Der Franke-Verhaltenskodex wurde zuletzt 2013 aktualisiert. Alle Mitarbeitenden von Franke verpflichten sich dazu, im Kontakt mit Kunden, Kollegen, Geschäftspartnern, Mitbewerbern, Aufsichtsbehörden und den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, höchste ethische Standards für professionelles und persönliches Verhalten zu erfüllen. Die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften wird durch den Group Compliance Officer der Franke Gruppe zusätzlich gefördert, der ein Mitglied der Abteilung Group Legal & Compliance ist und seinen Sitz in der Schweiz hat. Die Compliance-Prozesse an den einzelnen Standorten werden von der Abteilung für interne Revision (Internal Audit) durchgeführt. Darüber hinaus kann die 2013 eingeführte Integrity Line SpeakUp@Franke von allen Mitarbeitenden bei Bedenken

KENNZAHLEN

IN MIO. CHF	2016	2015 ¹	DIFF.
Nettoumsatz	2036,6	1877,2	8,5%
Organisches Wachstum ²	10,6%	1,0%	9,6%
EBIT	156,8	99,8	40,6%
Investitionen	183,0	63,1	190,1%
Durchschnittliche Mitarbeiterzahl	8576	8736	-1,8%

¹ Franke Gruppe angepasst ohne Blefa

² Abweichung in Prozentpunkten

in Bezug auf die Integrität vertraulich und anonym genutzt werden. Bei Fehlverhalten werden Korrekturmaßnahmen ergriffen. Die Integrity Line wird in 26 Sprachen angeboten und leistet einen wichtigen Beitrag zur Aufrechterhaltung hoher Compliance-Standards.

Analyse der Geschäftseinheiten wegen Korruptionsrisiken

2016 führte die Abteilung Internal Audit acht Überprüfungen vor Ort durch (gegenüber acht Überprüfungen im Jahr 2015). Korruptionsrisiken bildeten jedoch keinen besonderen Schwerpunkt der Prüfungen.

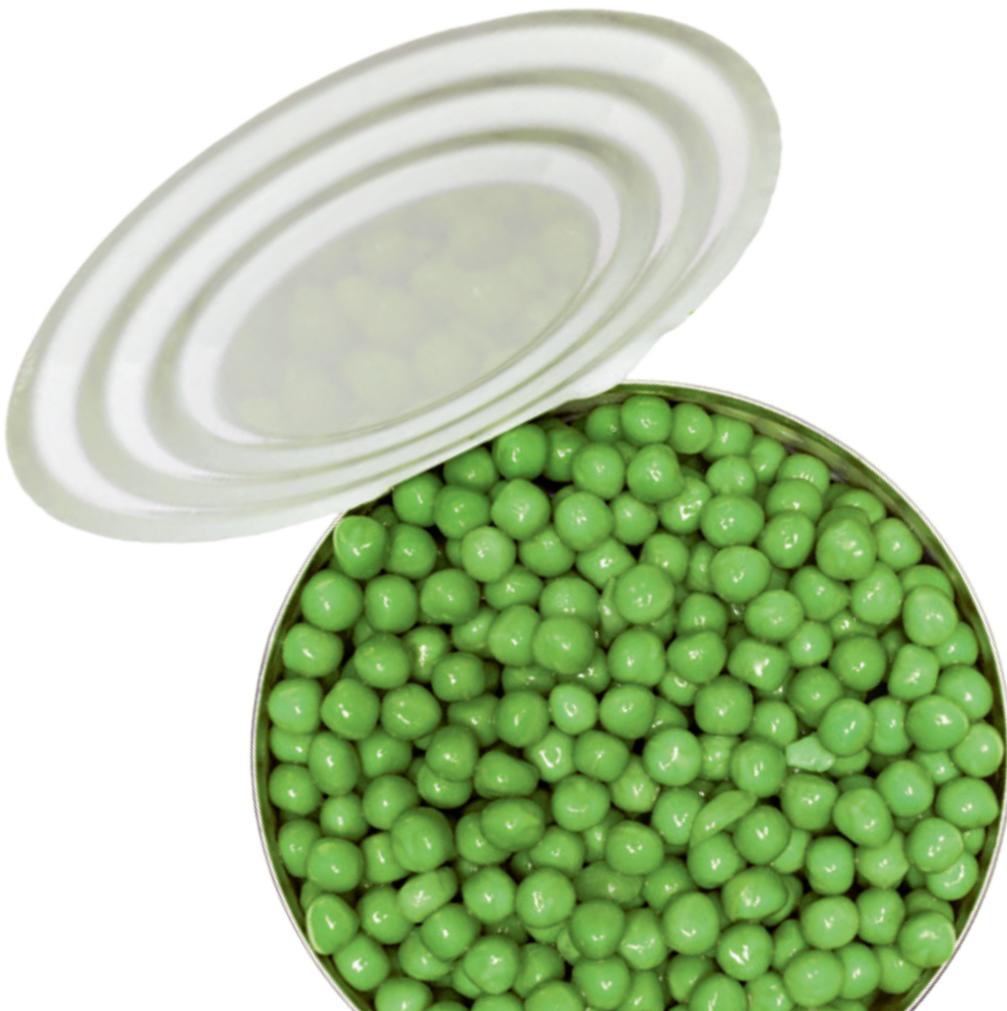
Schulung in Antikorruptionspolitik

2016 wurde das Trainingskonzept für Mitarbeitende zu Compliance (inklusive Antikorruptionspolitik und -verfahren) aufgebaut und sechs Schulungen wurden durchgeführt. Die Mitarbeitenden wurden durch interne Publikationen wie dem Mitarbeitermagazin «oneFranke» und via Intranet darüber informiert. Alle Mitarbeitenden von Franke weltweit haben Zugriff auf den Verhaltenskodex, der in zwölf Sprachen zur Verfügung steht. Zudem haben wir 2016 die Kommunikation über die Integrity Line SpeakUp@Franke zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden erneuert.

Politische Positionen und Einflussausübung

Die Franke Gruppe gibt keine politischen Stellungnahmen ab und beteiligt sich nicht an politischer Lobbyarbeit.

PRODUKT- VERANTWORTUNG



Es sind unsere Produkte und Dienstleistungen, für die uns die Kunden bezahlen. Deshalb stellen wir uns der ständigen Herausforderung, dass unsere Produkte und Dienstleistungen einen Mehrwert für unsere Kunden ausweisen.

Die Zuverlässigkeit und Langlebigkeit unserer Produkte bieten Chancen für einen schonenden Umgang mit endlichen Ressourcen und stützen unsere Wahrnehmung als Qualitätsanbieter im Markt. Unsere führende Marktposition können wir nur durch ständige Innovation und die Einhaltung höchster Qualitäts- und Sicherheitsstandards behaupten. Letztere sind die Grundvoraussetzungen für eine sichere Nutzung unserer Produkte. Die grössten Auswirkungen der Produktverantwortung kommen folglich in der Nutzungsphase beim Kunden zum Tragen. Technische Anforderungen zur Produktsicherheit, aber auch die Themen Innovation sowie Zuverlässigkeit und Langlebigkeit wirken indirekt auch auf die vorgelagerten Stufen. Insbesondere die Langlebigkeit der Produkte liefert einen wichtigen Beitrag zur Ressourcenschonung. Bei Franke ist die Produktverantwortung in verschiede-

nen Abteilungen angesiedelt: Produktentwicklung, Qualität, Marketing, Risikomanagement und Recht. Ende 2016 hatten 38 von 39 Produktionsstätten ein zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001 implementiert. Unsere Qualitätsmanagementsysteme helfen, die Einhaltung von verbindlichen technischen und weiteren Standards zu sichern. Zudem führen sie zu einem ständigen Verbesserungsprozess.



ZUVERLÄSSIGKEIT UND LANGLEBIGKEIT DER PRODUKTE

Wir setzen bei unseren Produkten auf Zuverlässigkeit und Langlebigkeit. Dadurch stellen wir einerseits die hohen



ENERGIE SPAREN MIT A++

Franke stattet seine Produkte mit der modernsten Technik aus. Bestes Beispiel: der Frames by Franke Multifunktionsofen der Energieeffizienzklasse A++.

Franke übernimmt nicht nur in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft Verantwortung. Das Unternehmen nimmt sich selbst auch in der Produkteentwicklung in die Pflicht. Das Ziel: die Fertigung von energieeffizienten Produkten, die im Betrieb die Umwelt so weit wie möglich schonen. Deshalb strebt Franke danach, seine Produkte mit dem neusten Stand der Technik auszustatten. So belegt eine Studie des anerkannten italienischen Testinstituts AE die Energieeffizienz des Frames by Franke Multifunktionsofens Touch FS 913 M. Das Institut bestätigt mit seinem Test die von Franke in den eigenen

Laboratorien durchgeführten Energieeffizienzprüfungen.

Der Frames by Franke Multifunktionsofen ist somit der erste Standardofen der Energieeffizienzklasse A++. Das heisst: Das Gerät gehört zur zweithöchsten Energieeffizienzklasse und ist damit äusserst verbrauchsarm. Der Energieverbrauch des Ofens liegt gemäss Energieetikette in der konventionellen Funktionsart, das heisst Ober- und Unterhitze, bei 1,12 kWh pro Backgang und in der Funktionsart Umluft bei 0,53 kWh pro Backgang. Diese Werte geben die Anzahl nötiger kWh an, damit das Backgut die erforderliche Kerntemperatur erreicht.

Zudem verfügt der Ofen über zwei besonders energieschonende Betriebsarten: Schongaren und Heiss-

luft verbrauchen weniger Strom als die anderen Garfunktionen und sind daher besonders umweltfreundlich.

Der Ofen von Frames by Franke ist ein Produkt der nächsten Generation: Dank der Energieeffizienzklasse A++ wird nicht nur der Energieverbrauch reduziert, langfristig spart der Nutzer auch Energiekosten.



Anforderungen unserer Kunden an die Qualität sicher und können andererseits einen Beitrag zur Schonung von Ressourcen leisten. Mit unseren Produkten bewegen wir uns in qualitativ hochwertigen Segmenten. Deshalb haben wir in der Produktentwicklung und der Produktion verschiedenste Massnahmen zur Qualitätssicherung implementiert. Unter anderem führen wir Fehlermöglichkeits- und Einflussanalysen (FMEA) durch, um Fehler zu vermeiden und die technische Zuverlässigkeit unserer Produkte zu erhöhen. Seit 2016 findet zudem ein regelmässiger Austausch zwischen Produktions- und Qualitätsmanagern auf globaler Ebene statt, um die Prozesse zu vereinheitlichen und gegenseitig von den jeweiligen Erfahrungen zu lernen. Produkte, die unseren internen Prüfungen nicht standhalten, kommen in einen Überarbeitungsprozess oder werden bei grösseren Mängeln zerlegt, um die Rohstoffe wo möglich wiederzuverwerten. Mit der systematischen Erhebung der Ausschusssraten können wir zudem die Prozessqualität überprüfen.

Die Zuverlässigkeit und insbesondere Langlebigkeit unserer Produkte zeigen sich durch den jahrelangen Einsatz bei unseren Kunden. Viele unserer Produkte sind über zwei Jahrzehnte im Einsatz. Damit wir dies auch ausserhalb unserer Fabriktore nachverfolgen können, haben wir im letzten Jahr damit begonnen, systematische Kennzahlen über Montagedefekte und Servicefälle zu erheben. Mit diesen Kennzahlen erhoffen wir uns bessere Einsicht in die effektive Lebensdauer unserer Produkte. Daraus wollen wir entsprechende Weiterentwicklungsmassnahmen für unsere Produkte und Produktionsprozesse ableiten. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, diese Kennzahlen als Indikator für die Zuverlässigkeit und Langlebigkeit in die Nachhaltigkeitsberichterstattung aufzunehmen.



PRODUKTSICHERHEIT

Beinahe alle unsere Produkte stehen entweder in Zusammenhang mit der Zubereitung von Nahrungsmitteln oder der Benutzung von Wasser. Daher müssen sie eine Vielzahl von technischen und lebensmittelsicherheits-spezifischen Vorschriften erfüllen. Franke folgt dabei dem Vorsorgeprinzip als Teil des Qualitätsmanagements, um sicherzustellen, dass Anforderungen an Gesundheit und Sicherheit von allen Produkten erfüllt werden. Folglich stellen wir hohe Ansprüche in der Zu- und Aufbereitung von Nahrungsmitteln oder Wasser.

Wie auch bei Zuverlässigkeit und Langlebigkeit setzen wir hier auf zertifizierte Qualitätsmanagementsysteme in unseren Produktionsstätten. Allumfassende Daten zu Vorfällen in Bezug auf Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen für die komplette Franke Gruppe bestehen derzeit noch nicht. In unserer grössten Division Kitchen Systems

haben wir während der Berichtsperiode 2016 vier Kunden-vorfälle betreffend Sicherheit verzeichnen können. Bei den entsprechenden Produkten wurden Gegenmassnahmen ergriffen. Wir halten an unseren hohen Standards an Gesundheit und Sicherheit unserer Produkte fest. Entlang des Vorsorgeprinzips werden wir künftig unsere Neuentwicklungen und Produktpassungen auf die Auswirkung auf Gesundheit und Sicherheit prüfen. Mit der Zentralisierung des Qualitätsmanagements haben wir zudem den Grundstein gelegt, um gruppenübergreifend den Wissenstransfer sicherzustellen und Daten für das Controlling in diesem Bereich noch systematischer zu sammeln und auszuwerten.



PRODUKTINNOVATION

Für Franke ist Innovation eine der wichtigsten Voraussetzungen für den künftigen Erfolg. Treibende Kraft der Innovationsaktivitäten ist das Innovation, Marketing und Design Board (IMD), das sich viermal jährlich trifft. Das IMD steuert und entscheidet über Innovationsprojekte und stellt ein Netzwerk von Frankeinternen und -externen Personen für die Umsetzung dieser Projekte her. So führen wir im Rahmen des IMD beispielsweise sogenannte Innovation Days durch und beziehen Akteure aus anderen Bereichen wie Hochschulen oder Start-ups mit ein, um die Innovationskultur zu fördern. Unser standardisierter Innovationsprozess hilft uns dabei, neue Ideen rasch in Innovationsprojekte umzuwandeln und zu fördern.

Neben der Produktinnovation ist aber auch die Prozess- oder Produktionsinnovation ein wichtiger Eckpfeiler unseres Erfolgs. Dabei fördern wir insbesondere Effizienzsteigerung, um Kosten zu sparen und den Ressourcenverbrauch zu minimieren. Robotisierung und LEAN-Management sind dabei zentrale Themenfelder unserer Innovationsaktivitäten. Unser Innovationsstreben zeigt Erfolg. Drei Produkte von Franke wurden 2016 mit dem begehrten «iF Design Award» prämiert. Ende 2016 hatten wir zudem 60 Innovationsprojekte in der Entwicklung in unterschiedlichen Maturitätsstufen, verteilt über sämtliche Tätigkeitsbereiche unserer Gruppe.

Praktiken im Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit

Die Divisionen und Firmen der Franke Gruppe erheben die Kundenzufriedenheit auf unterschiedliche Weise. Die Erhebung und Sicherstellung sind Teil des Qualitätsmanagements und folgen klar definierten Vorgängen. Während einige Firmen der Gruppe die Kundenbefragungen eigenständig durchführen, setzen andere auf standardisierte Umfragen von Drittanbietern. Für die Fragestellungen, die dabei am schwächsten abschneiden, werden routinemässig Pläne entwickelt, um die Leistung zu verbessern.

ANHANG



BERICHTSPARAMETER

Berichtszeitraum

Dieser Bericht umfasst das Geschäftsjahr 2016 (1. Januar bis 31. Dezember 2016). Informationen aus früheren Jahren wurden dort mit aufgenommen, wo es erforderlich schien, um dem Leser ein vollständiges Bild vom Nachhaltigkeitsansatz und von der Leistung von Franke in diesem Bereich zu vermitteln. Stammen Informationen nicht aus dem Jahr 2016, weisen wir klar darauf hin.

Datum des letzten Berichts

Im August 2016 publizierte die Franke Gruppe den Nachhaltigkeitsbericht 2015. Die Berichte aus früheren Jahren finden Sie hier:

► www.franke.com ► [Über uns](#) ► [Nachhaltigkeit](#)

Berichtszyklus

Die Franke Gruppe publiziert jedes Jahr einen Nachhaltigkeitsbericht. Der nächste Bericht wird spätestens im August 2018 veröffentlicht.

Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts

Bei der Festlegung des Berichtsinhalts und zur Definition der Prioritäten für Franke wurden die GRI-Standards Option Kern befolgt. Die Grundlage unseres Nachhaltigkeitsberichts bildet eine Wesentlichkeitsanalyse zur Identifizierung der Aspekte, die für unsere Stakeholder von Bedeutung sind und auf die Franke die grössten Auswirkungen hat. Die relevanten Stakeholder und ihre wichtigsten Interessen sind auf Seite 13 beschrieben.

Franke führte in Vorbereitung dieses Nachhaltigkeitsberichts und im Hinblick auf die Umstellung auf die neu eingeführten GRI-Standards eine zweite Wesentlichkeitsanalyse durch. Die bisherigen Themen wurden auf ihre Vollständigkeit hin geprüft und in der Folge in einem Kreis von internen Experten auf ihre Relevanz für die Franke-Stakeholder und auf ihre massgeblichen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen hin qualitativ beurteilt. Um den Einbezug der Stakeholder und den Nachhaltigkeitskontext stärker zu berücksichtigen, plant Franke, eine Validierung der wesentlichen Themen und ihrer Grenzen im Hinblick auf die folgenden Nachhaltigkeitsberichte durchzuführen.

Die nachstehend aufgeführten Nachhaltigkeitsthemen bilden in unserem Nachhaltigkeitsbericht 2016 besondere Schwerpunkte:

- Produktion: Energieeffizienz, Ressourceneffizienz, Wasser- und Abwassermanagement
- Arbeitnehmer: Führungsentwicklung, Arbeitssicherheit
- Produkte: Ressourceneffizienz, Langlebigkeit und Zuverlässigkeit, Produktsicherheit, Produktinnovation
- Profitabilität

Weitere Themen, die als wichtig für Franke und für unsere Stakeholder angesehen werden: Kundenservice, Sales Excellence, Risikomanagement, Personalentwicklung und Mitarbeiterbeteiligung, Lieferkettenmanagement sowie die zehn Prinzipien des UN Global Compact, auf die in diesem Bericht ebenfalls kurz eingegangen wird.

Berichtsgrenzen, Joint Ventures, Tochterunternehmen, ausgelagerte Tätigkeiten usw.

Dieser Bericht bezieht sich auf die gesamte Franke Gruppe. Wenn nur ein Teil des Unternehmens gemeint ist (als Beispiel oder aufgrund der Datenlage), weisen wir darauf klar hin. Dieser Bericht erstreckt sich nicht auf ausgelagerte Tätigkeiten. Obwohl Franke Beverage Systems rechtlich immer noch zur Franke Gruppe gehört, ist die Gesellschaft in der Kalkulation der Franke Gruppe nicht mehr berücksichtigt und hat seit Januar 2016 eine neue Berichtslinie zur Artemis Group.

Darüber hinaus gab es folgende beiden Änderungen im Zusammenhang mit Joint Ventures, Tochterunternehmen oder ausgelagerten Tätigkeiten im Berichtszeitraum: Einerseits beteiligte sich Franke im April 2016 mit 25 Prozent an der Duravit AG, Deutschland. Im Mai 2016 erwarb die Franke Gruppe andererseits einen 55-prozentigen Anteil am Mailänder Traditionsunternehmen für Armaturen Mamoli Robinetteria S.p.A.

Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen der Daten

Bei Franke werden nicht-finanzielle Daten schon seit vielen Jahren gemessen. Eine Konsolidierung der nicht-finanziellen Daten gemäss den GRI-Indikatoren auf Konzernebene wurde jedoch erstmals 2011 durchgeführt.

Die Finanz-, Personal- und Umweltdaten (Energie, Treibhausgasemissionen, Wasser, Material und Abfallerzeugung) für diesen Bericht wurden dem COGNOS-System entnommen. Die Daten zum Arbeits- und Gesundheitsschutz wurden mithilfe eines konzernweiten Reporting-Tools erfasst. Bestimmte Personaldaten, die etwa 40 Prozent der Belegschaft umfassen (hauptsächlich Bürokräfte), wurden aus dem HR-Tool entnommen.

Die Umweltdaten und die Daten zum Arbeits- und Gesundheitsschutz wurden für das Geschäftsjahr 2016 von allen Produktions-, Service- und Vertriebsgesellschaften gemeldet. Die Daten zu Wasser und Abwasser wurden anhand der Rechnungen der kommunalen Wasserversorgung oder anderer Versorger erhoben.

Die direkten Treibhausgasemissionen aus fossilen Brennstoffen (Heizöl, Erdgas, Diesel und Benzin; Scope 1 des GHG-Protokolls) basieren auf den Emissionsfaktoren des Schweizer Bundesamts für Umwelt. Die Treibhaus-

gasemissionen für Strom- und Fernwärme (Scope 2) wurden auf der Grundlage der von den Unternehmen angegebenen Emissionsfaktoren ermittelt.

Die Umweltdaten und Daten zum Arbeits- und Gesundheitsschutz wurden im Verhältnis ermittelt, indem die Gesamtwerte durch den Nettoumsatz in Schweizer Franken geteilt wurden.

Auswirkung der Neudarstellung von Informationen aus alten Berichten

Es gibt keine Neudarstellungen.

GRI-Referenz

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards erstellt: Kern-Option.

Externe Bestätigung für den Bericht

Für diesen Bericht wurde keine externe Bestätigung eingeholt.

GRI-INHALTSINDEX

GRI-STANDARD	ANGABE	SEITE	AUSLASSUNG UND BEMERKUNG	
ALLGEMEINE ANGABEN				
GRI 102: Allgemeine Angaben (2016)	Organisationsprofil			
	102-1	Name der Organisation	6	
	102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	6 – 7	
	102-3	Hauptsitz	7	
	102-4	Länder mit Geschäftstätigkeiten	7	
	102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	14	
	102-6	Märkte	6 – 7	
	102-7	Grösse der Organisation	6	
	102-8	Zusammensetzung der Belegschaft	25 – 30	1
	102-9	Beschreibung der Lieferkette	8	
	102-10	Signifikante Änderungen im Berichtszeitraum	41	
	102-11	Umsetzung des Vorsorgeprinzips	12	
	102-12	Externe Vereinbarungen und Initiativen	12 – 13	
102-13	Mitgliedschaften in Verbänden und Organisationen	13		
	Strategie			
	102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	4 – 5	
	Ethik und Integrität			
	102-16	Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards	12	
	Unternehmensführung			
	102-18	Führungsstruktur	11	
	Stakeholdereinbezug			
	102-40	Liste Stakeholdergruppen	13 – 14	
	102-41	Kollektivvereinbarungen	29	
	102-42	Identifikation und Auswahl von Stakeholdern	13 – 14	
	102-43	Ansatz für Stakeholdereinbezug	13 – 14	
	102-44	Zentrale Anliegen und Stellungnahme	14	
	Berichterstattungspraxis			
	102-45	Unternehmen im konsolidierten Jahresabschluss	41	
	102-46	Definition Berichtsinhalt und -grenzen	41	
	102-47	Liste der wesentlichen Themen	41	
	102-48	Auswirkungen von Neudarstellungen	42	
	102-49	Veränderungen im Berichtsumfang	41	
	102-50	Berichtszeitraum	41	
	102-51	Datum des letzten Berichts	41	
	102-52	Berichtszyklus	41	

GRI-STANDARD	ANGABE	SEITE	AUSLASSUNG UND BEMERKUNG
GRI 102: Allgemeine Angaben (2016)	102-53 Ansprechperson bei Fragen zum Bericht	46	
	102-54 Option der Übereinstimmung mit GRI	42	
	102-55 GRI-Index	43 – 45	
	102-56 Externe Prüfung	42	

SPEZIFISCHE ANGABEN

Energieeffizienz in der Produktion

GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	17	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	17 – 18	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	20	
GRI 302: Energie (2016)	302-3 Energieintensität	18, 21	
GRI 305: Emissionen (2016)	305-4 Intensität der THG-Emissionen	18, 22	

Wasser- und Abwassermanagement

GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	17, 18	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	17, 18	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	20	
GRI 303: Wasser (2016)	303-1 Gesamtwasserentnahme nach Quelle	18, 22	
GRI 306: Abwasser und Abfälle (2016)	306-1 Gesamtvolumen der Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort	18, 22	2

Materialeffizienz in der Produktion

GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	17, 18	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	17, 18 – 19	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	20	
GRI 301: Materialien (2016)	301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	22	3
GRI 306: Abwasser und Abfälle (2016)	306-2 Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	22	4

Ressourceneffiziente Produkte (Energie)

GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	17, 19	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	17, 19 – 20	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	20	
GRI 302: Energie (2016)	302-5 Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen		5

Führungskräfteentwicklung

GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	25	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	25 – 27	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	26 – 27	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung (2016)	404-3 Prozentsatz der Mitarbeitenden, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten, nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	27	

Arbeitssicherheit

GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1 Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	25, 28	
	103-2 Managementansatz und -instrumente	25, 28	
	103-3 Evaluation des Managementansatzes	28	
GRI 403: Arbeitssicherheit und -gesundheit (2016)	403-2 Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht	28	6

GRI-STANDARD	ANGABE	SEITE	AUSLASSUNG UND BEMERKUNG
Profitabilität			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	33
	103-2	Managementansatz und -instrumente	33 – 34
	103-3	Evaluation des Managementansatzes	34
Eigener Indikator	Operatives Ergebnis (EBIT)		34
Zuverlässigkeit und Langlebigkeit			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	37 – 38
	103-2	Managementansatz und -instrumente	37 – 38
	103-3	Evaluation des Managementansatzes	38
Eigener Indikator	Indikator ist aktuell im Aufbau		
Produktsicherheit			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	37, 38
	103-2	Managementansatz und -instrumente	37, 38
	103-3	Evaluation des Managementansatzes	38
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit (2016)	416-2	Anzahl Vorfälle der Nichteinhaltung von Vorschriften und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit	38 7
Produktinnovation			
GRI 103: Managementansatz (2016)	103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und der Grenzen	37, 38
	103-2	Managementansatz und -instrumente	37, 38
	103-3	Evaluation des Managementansatzes	38
Eigener Indikator	Anzahl Innovationsprojekte		38

Auslassungen und Bemerkungen

- | | |
|--|--|
| <p>1 Aufgrund der aktuellen Systemlandschaft können einige Aufschlüsselungen noch nicht vorgenommen werden. Wir arbeiten daran, entsprechende Erhebungen aufzubauen, mit dem Ziel 2019 darüber berichten zu können.</p> <p>2 Die Daten für eine Aufschlüsselung nach Einleitungsort und Wasserqualität sind noch nicht vorhanden. Wir arbeiten daran, entsprechende Erhebungen aufzubauen, mit dem Ziel 2019 darüber berichten zu können.</p> <p>3 Enthalten sind die wichtigsten Produktionsmaterialien, welche alle aus nicht erneuerbaren Quellen stammen.</p> <p>4 Die Daten für eine Aufschlüsselung nach Entsorgungsmethode sind noch nicht vorhanden. Wir arbeiten daran, entsprechende Erhebungen aufzubauen, mit dem Ziel 2019 darüber berichten zu können.</p> | <p>5 Die Daten für die Beurteilung der Senkung des Energiebedarfs unserer Produkte sind noch nicht vorhanden. Wir arbeiten daran, entsprechende Erhebungen aufzubauen, mit dem Ziel 2020 darüber berichten zu können.</p> <p>6 Die Information zur Art der Verletzungen sowie die Daten für die Berechnung der Berufskrankheitsrate und die Aufschlüsselung nach Geschlecht und Region sind noch nicht vorhanden. Wir arbeiten daran, entsprechende Erhebungen aufzubauen, mit dem Ziel 2019 darüber berichten zu können.</p> <p>7 Die berichteten Fälle entsprechen alle dem Kriterium iii gemäss dem GRI Standard.</p> |
|--|--|

ANSPRECHPARTNER

Mit allgemeinen Fragen zum Thema Nachhaltigkeit bei der Franke Gruppe wenden Sie sich bitte an:

Bruno Triet

Head of Risk, Sustainability & Real Estate Management

► bruno.triet@franke.com

Kirill Bourovoy

Manager Group Sustainability

Group Head of Learning & Development

► kirill.bourovoy@franke.com



Herausgeber

Franke Holding AG
Franke-Strasse 2
4663 Aarburg
Schweiz

Redaktion

Nikolaj Fischer, Josephine Herzog (BSD Consulting)
Jessica Erb (Franke)
Ingrid Diener, Gérard Moinat, Lara Surber
(Swisscontent AG)

Bildquellen

istock/Debbi Smirnof (S. 23)
Balz Murer (S. 1, 2, 31)
plainpicture/Yvonne Röder (S. 35)
Shutterstock (Cover, S. 1, 2, 32)
Thinkstock (Cover, S. 15, 39)
Franke

Konzept und Umsetzung

Swisscontent AG, Zürich

Druck/Lithografie

Vögeli AG, Langnau i. E.
Digicom Digitale Medien AG, Effretikon/Zürich



Höchster Standard für Ökoeffektivität.
Cradle to Cradle Certified™-Druckprodukte
hergestellt durch die Vögeli AG.



Make
it
Wonderful

Franke Holding AG
Franke-Strasse 2
4663 Aarburg
Schweiz
www.franke.com

FRANKE

