

ethik

ETHIK UND WERTVORSTELLUNGEN

DIE WERTVORSTELLUNGEN VON SUEZ

ETHIK UND WERTVORSTELLUNGEN

UNSERE WERTE

Für weitere Informationen
bezüglich "Ethik und Wertvorstellungen"
wenden Sie sich bitte an:

ETHIQUE
16, rue de la Ville l'Evêque
75383 Paris Cedex 08 - France
Tél. : 33 (0)1 40 06 64 00
Fax : 33 (0)1 40 06 64 98
ethic@suez.com

DIE WERTVORSTELLUNGEN VON SUEZ

Von Gérard MESTRALLET
Vorstandsvorsitzender, SUEZ

ETHIK UND WERTVORSTELLUNGEN

Professionalität

Partnerschaft

Teamgeist

Schaffung von Werten

Umweltschutz

Ethik

Um weitere Exemplare von
"Ethik und Wertvorstellungen"
zu erhalten, wenden Sie sich bitte an:

DIRECTION
DES COMMUNICATIONS
16, rue de la Ville l'Evêque
75383 Paris Cedex 08 - France
directiondescommunications@suez.com



3. Auflage
gedruckt im Dezember 2001

ETHIK UND WERTVORSTELLUNGEN

DIE WERTVORSTELLUNGEN VON SUEZ

von Gérard MESTRALLET,
Vorstandsvorsitzender, SUEZ

WAS IST SUEZ HEUTE?

Eine internationale Dienstleistungsgruppe, die im Energiebereich zu den zehn führenden privatwirtschaftlichen Akteuren weltweit gehört, internationaler Marktführer bei den Dienstleistungen rund um das Wasser ist und auch bei der Entsorgung zu den weltweit führenden Unternehmen zählt. In diesen drei Geschäftsbereichen – Energie, Wasser und Entsorgung – bietet SUEZ globale und integrierte Lösungen für kommunale Kunden, Industrie- oder Privatkunden. Die Gruppe agiert verantwortungsvoll und engagiert sich außerdem für die nachhaltige Entwicklung. Durch die Art unserer Geschäftsbereiche befriedigen wir Grundbedürfnisse des Lebens. Diese Elemente bilden heute unsere Identität.

Ich bin der festen Überzeugung, dass Marktführerschaft ohne Wertvorstellungen und ohne gemeinsame Visionen nicht von langer Dauer ist, dass es keine Strategie ohne Identität geben kann und kein gutes Image ohne strenge ethische Maßstäbe. Dank unserer Wertvorstellungen und unserer ethischen Grundsätze konnten wir uns als echter "Global Player" durchsetzen.

Ein Unternehmen definiert sich nicht nur durch seine Geschäftsbereiche, seine Bilanzen oder seine zahlreichen Niederlassungen. SUEZ – das sind weltweit agierende Geschäftsbereiche, in erster Linie aber auch Mitarbeiterteams, Wertvorstellungen, eine Ethik und eine Vision.

Von Beginn an hatten die Wertvorstellungen für SUEZ eine große Bedeutung. Sie entstanden gleichzeitig mit der Gruppe, und zwar durch eine Befragung der 190.000 Mitarbeiter, mit dem Ziel diese Werte zu identifizieren. Sie stellen feste Orientierungspunkte dar, und jeder von uns kann sich darin wiederfinden. Ich bekenne mich persönlich und voller Überzeugung zu ihnen.

Diese Wertvorstellungen verbinden unsere Mitarbeiterteams auf der ganzen Welt. SUEZ entstand durch die Verbindung großer europäischer Unternehmen (SUEZ, Lyonnaise des Eaux, SGB, Tractebel), aber auch durch ein enormes internationales Wachstum außerhalb Belgiens und Frankreichs. Heute ist die Gruppe auf der ganzen Welt präsent und ein wirklich globales Unternehmen. In den Ländern, in denen wir agieren, erkennt sich in diesen Wertvorstellungen jeder wieder, unabhängig von den Geschäftsbereichen und den Aktivitäten.

- ● ● In einer sich immer schneller verändernden Welt, in der sich die allgemeinen Leitlinien immer mehr verwischen, sind wir mehr denn je auf Orientierungspunkte angewiesen, auf einfache, aber auch solide und integrative Konzepte.
- ● ● Eine Gruppe mit internationalen Aufgaben und Ambitionen, deren Geschäftsbereiche zu den großen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts zählen, muss dazu fähig sein, Wertvorstellungen und Funktionsweisen zu fördern, in denen sich jeder wiedererkennen kann, unabhängig von seinem Geschäftsbereich, seiner Kultur oder seinem Land.

Unsere sechs Wertvorstellungen:

- ● ● **Professionalität**
- ● ● **Partnerschaft**
- ● ● **Teamgeist**
- ● ● **Schaffung von Werten**
- ● ● **Umweltschutz**
- ● ● **Ethik**

Sie sind einfach, fast vertraut, und sie stehen seit jeher im Zentrum unserer Geschäftsbereiche. Unsere Wertvorstellungen sind in gewisser Hinsicht das gemeinsame Fundament der Unternehmen und der kulturellen Vielfalt, die SUEZ heute prägen.

PROFESSIONALITÄT

*Betonung der Professionalität,
um den Dienst am Kunden weltweit zu
verbessern*

PROFESSIONALITÄT

Professionalität wird von unseren Mitarbeitern in allen Ländern als erste Wertvorstellung genannt. Sie ist in gewisser Hinsicht der Leitwert der Gruppe, dem sich unsere Mitarbeiter besonders eng verbunden fühlen.

Unsere Geschäftsbereiche bieten eng vernetzte Dienstleistungen an. Dadurch entsteht die Kohärenz dieser Bereiche. Das Streben nach Qualität im Dienste des Kunden und die Lösung seiner Probleme stehen im Zentrum unserer Bemühungen und unserer Geschäftsbereiche.

Um in unseren Geschäftsbereichen Energie, Wasser und Entsorgung eine international führende Gruppe zu sein, genügt es nicht, einfach nur gut zu arbeiten; erforderlich sind vielmehr Spitzenleistungen, um unseren Kunden weltweit den besten Service, die innovativsten und die am besten auf ihre Bedürfnisse abgestimmten Lösungen zu bieten.

Improvisation ist hier fehl am Platz: Durch unsere Geschäftsbereiche und unsere Verträge binden wir uns häufig für 20 bis 30

Jahre. Wir müssen langfristig beste Leistungen erbringen. Das ist die Garantie für dauerhaften Fortbestand.

Ich denke, eine solche Einstellung ist von wesentlicher Bedeutung. Die Position des Marktführers ist in erster Linie eine Herausforderung, der wir uns jeden Tag neu stellen müssen, ohne jemals in unseren Bemühungen nachzulassen.

Professionalität erfordert Kompetenz, Erfahrung und Genauigkeit sowie die Liebe zum Geschäft und zu gut gemachter Arbeit.

Professionalität erfordert jedoch ebenso vorausschauendes Denken und innovatives Handeln. Wir müssen immer an der Spitze stehen:

- ● ● indem wir es schaffen, große Wasser- oder Energieversorgungssysteme für ein Land oder eine ganze Ländergruppe zu entwerfen und diese Leistungen gleichzeitig der Bevölkerung in den ärmsten Stadtvierteln der Welt zur Verfügung zu stellen, etwa in La Paz, Casablanca oder Manila;

- ● ● indem wir neue Geschäftsbereiche entwickeln (ich denke dabei an "Trading" im Energie- oder Entsorgungsbereich oder an den E-commerce);
- ● ● indem wir Alternativen zum herkömmlichen Geschäft entwerfen (ich denke dabei an Suez Industrial Solutions, wo Teams aus den Bereichen Wasser, Energie und Entsorgung die Zusammenarbeit lernen);
- ● ● indem wir es schaffen, komplexe Finanzstrukturen aufzubauen, um uns an Ausschreibungen in den Industriestaaten sowie in Ländern mit aufstrebenden Volkswirtschaften zu beteiligen.

Die Durchführung unseres traditionellen Festaktes zur Verleihung der Preise für Initiative und Innovation verdeutlicht den Willen der Gruppe, die Professionalität unaufhörlich weiterzuentwickeln.

PARTNERSCHAFT

*Streben nach vertrauensvoller und
dauerhafter Partnerschaft, um ausgeglichene
und transparente Beziehungen zwischen uns
und unseren Gesprächspartnern zu fördern*

PARTNERSCHAFT

Partnerschaft, das ist unabhängig von der Konjunktur unser langfristiges vertragliches Engagement, Loyalität, Verlässlichkeit und die Einhaltung unserer Zusagen ebenso wie Transparenz und Vertrauen gegenüber allen unseren Partnern, seien es die Partnerunternehmen vor Ort oder unsere Kunden (Gebietskörperschaften, öffentliche Anbieter oder Privatkunden).

Durch die Art unserer Geschäftsbereiche sind wir an einen öffentlichen Versorgungsauftrag gebunden und haben in diesem Zusammenhang eine Solidaritätspflicht. Diese Solidarität äußert sich in der Beschäftigung Jugendlicher, um deren Förderung sich unsere Gruppe bemüht, oder in der Unterstützung der Bevölkerung, wenn diese durch Naturkatastrophen heimgesucht wird. In jedem Geschäftsbereich haben sich daher Freiwillige zusammengefunden, um den benachteiligten Bevölkerungsgruppen in den Vororten der großen Städte oder den ärmsten Dörfern der aufstrebenden Volkswirtschaften zu helfen. Es handelt sich dabei um ehrenamtliche Mitarbeiter von

Aquassistance, Energie-Assistance, SITA-Développement usw. Von Armenien bis Afghanistan, von Marokko bis Brasilien sind Teams aktiv, um Hilfe zu leisten und Solidarität zu üben.

Seit über einem Jahrhundert sammelt SUEZ als Partner des Gemeinwesens, insbesondere im Rahmen von Partnerschaftsverträgen mit der öffentlichen Hand, beispiellos umfangreiche Erfahrungen. SUEZ vereinbarte mit lokalen Körperschaften langfristige Kooperationen für die Bedarfsdeckung der Bevölkerung in allen Geschäftsbereichen: Energie, Wasser und Entsorgung.

Zu unseren Partnern gehören auch die großen internationalen Institutionen oder Nichtregierungsorganisationen. Die bei Tractebel und Ondeo in den benachteiligten Stadtvierteln durchgeführten Arbeiten sind in dieser Hinsicht vorbildlich.

Zu unseren Partnern gehören auch unsere lokalen Geschäftspartner. Wir haben es mit langfristigen Investitionen zu tun, was in den Ländern, in denen wir tätig sind, häufig zur Gründung von lokalen Gesellschaften führt, in denen Partnerunternehmen und die Manager vor Ort zusammenarbeiten.

Globales Handeln erfordert in erster Linie Kundennähe und Solidarität.

Zu unseren Partnern gehören auch unsere Aktionäre, die, ob Großaktionär oder einer der 490.000 Einzelaktionäre, unsere Entwicklung begleiten und denen wir Finanzinformationen schuldig sind, die so vollständig wie möglich sein müssen.

Zu unseren Partnern gehören schließlich auch unsere Sozialpartner. Wir haben eine internationale Sozialcharta mit allen Beteiligten in diesem Bereich unterzeichnet, durch die wir uns zur Einhaltung klarer Regeln verpflichten, die den Erhalt der Arbeitsplätze, die Chancengleichheit und den Dialog mit den Sozialpartnern betreffen. Wir haben außerdem einen einzigartigen und ehrgeizigen Plan zur weltweiten Förderung der Arbeitnehmerbeteiligungen eingeführt.

TEAMGEIST

Teamgeist, um unternehmerisch tätig zu sein, innovativ zu handeln und Neues zu schaffen und so Solidarität und Synergien zu stärken

TEAMGEIST

Teamgeist ist eine Unternehmenskultur. Er ist für unsere Unternehmen und deren Führungskräfte selbstverständlich. Der Teamgeist prägt die Beziehungen innerhalb der Gruppe ganz wesentlich.

Teamgeist ist natürlich in erster Linie die gegenseitige Unterstützung. Allein kann man nichts erreichen. In schwierigen Momenten ist Solidarität innerhalb der Gruppe gefragt. Dazu gehört Großzügigkeit, aber auch die Weitergabe von Informationen und der Wissenstransfer. Dazu gehört Mobilität, die Bereitschaft, Veränderungen mitzutragen und Offenheit gegenüber anderen Menschen und Kulturen.

Teamgeist erfordert Phantasie und vor allem auch Enthusiasmus und Mut sowie den Willen zu gewinnen und Spaß an neuen Errungenschaften. Teamgeist ist positive Einstellung zum Wettbewerb, die immer einhergeht mit Sportsgeist.

Unsere Gruppe strebt schon seit jeher nach Größe. Sie hat den Wunsch, etwas zu leisten, etwas gemeinsam zu erreichen, und das bedeutet, das Team und das Unternehmen über individuelle und persönliche Interessen zu stellen.

SCHAFFUNG VON WERTEN

Ständiges Bemühen um die Schaffung von Werten, um die Rentabilität und die solide finanzielle Basis als Garanten für die Unabhängigkeit und den Fortbestand des Unternehmens zu stärken

SCHAFFUNG VON WERTEN

Ich möchte hervorheben, dass die Schaffung von Werten von den Mitarbeitern in den angelsächsischen Ländern immer spontan auf den ersten Platz gesetzt wird. Für sie ist die Schaffung von Werten die erste Pflicht eines Unternehmens.

Es führt kein Weg daran vorbei: die Sicherstellung unserer Rentabilität und unserer soliden finanziellen Basis stellt die Grundvoraussetzung dar, um die Unabhängigkeit und den Fortbestand des Unternehmens zu garantieren.

Von allen Aufgaben, die mein Amt mit sich bringt, halte ich eine für besonders wichtig: den Fortbestand des Unternehmens zu sichern.

Die Schaffung von Werten ist die Garantie für unseren Fortbestand in einer Welt, in der die durchschnittliche Lebensdauer eines Unternehmens bei nur zwölf Jahren liegt. Wir sollten uns bewusst machen, dass es nur wenige Unternehmen gibt, die wie wir auf zwei Jahrhunderte Firmengeschichte zurückblicken können. Die lange Tradition unseres Unternehmens bietet jedoch noch

keine Sicherheit und ist keine Garantie für die Ewigkeit, sondern vielmehr eine Herausforderung an die Flexibilität und die Fähigkeit, sich immer wieder in Frage zu stellen. Werte müssen ständig neu geschaffen werden. Dafür kämpfen wir jeden Tag.

Unsere Geschäftsbereiche haben heute eine internationale Größenordnung. Das bedeutet ganz konkret, dass sie nicht nur fachliche Kompetenz benötigen, sondern auch ein leistungsfähiges Finanzmanagement. Wir dürfen nicht vergessen, dass das Image des Unternehmens auch auf seinem Ruf in der Finanz- und Börsenwelt beruht. Rentabilität muss unverzichtbarer Teil unserer Unternehmenskultur sein.

Entwicklung und Rentabilität gehören zusammen. Sie bilden eine Einheit und keinen Widerspruch.

Zu den Leitlinien unseres Handelns gehören neben der internationalen Entwicklung und der Konzentration auf unser Kerngeschäft auch ehrgeizige finanzielle Ziele. Sie dienen als Orientierungspunkte für unsere Entwicklung. Sie sind keine Mode oder ein besonderer Stil der Unternehmensführung, sondern ein absolutes Muss.

UMWELTSCHUTZ

Umweltschutz, um die Lebensqualität nachhaltig zu verbessern

UMWELTSCHUTZ

Umweltschutz ist nach der Professionalität die an zweiter Stelle genannte Wertvorstellung.

SUEZ steht aufgrund seiner Geschäftsbereiche im Zentrum der Umwelt und der nachhaltigen Entwicklung. Es ist unsere Aufgabe, Lösungen zu entwickeln, anzubieten und umzusetzen, die die Umwelt schützen, die Umweltqualität verbessern, den Verbrauch natürlicher Ressourcen senken und die Sicherheit gewährleisten.

Durch die Versorgung der Menschen, darunter auch der besonders benachteiligten Bevölkerungsgruppen, mit lebensnotwendigen Versorgungsleistungen trägt SUEZ auch zum humanitären und wirtschaftlichen Fortschritt in Ländern mit aufstrebenden Volkswirtschaften bei.

Die Berücksichtigung der ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Dimension bildet die Grundlage unseres Vorhabens und unserer Ethik. Dies erklärt auch das Engagement an der Seite von Kofi Annan als Gründungsmitglied des "Global Compact" sowie die Beteiligung von SUEZ an Einrichtungen wie dem World

Business Council for Sustainable Development oder dem Verein Green Cross International.

Der Umweltschutz steht im Zentrum unserer Strategie und unserer Philosophie. Er begründet sowohl den gesellschaftlichen Nutzen der Gruppe als auch deren Kohärenz und stellt in gewissem Sinne den unsichtbaren aber stabilen Faden dar, der unsere Mitarbeiterteams miteinander verbindet.

Unsere Geschäftsbereiche sind von zentraler Bedeutung für die Befriedigung der Grundbedürfnisse der Menschen.

Jeder dritte Mensch hat keinen Zugang zu Elektrizität oder Trinkwasser und jeder zweite Mensch ist nicht an ein Abwassersystem angeschlossen. Diese Herausforderung müssen unsere Mitarbeiter annehmen. Im Jahr 2015 wird es rund 30 riesige Ballungsräume mit mehr als 10 Millionen Einwohnern geben. Das zeigt eindrucksvoll den immensen Bedarf an Infrastruktur, den es zu befriedigen gilt.

Jeder von uns muss sich dieses Engagement für den Umweltschutz zu eigen machen und es auf allen Ebenen bestmöglich vertreten. Der Einsatz für den Umweltschutz findet seinen Ausdruck vor allem in der Umweltcharta der Gruppe und prägt unsere Identität.

ETHIK

Forderung einer für alle gültigen Ethik, um diese Wertvorstellungen in gegenseitigem Respekt mit Leben zu füllen

ETHIK

Die Ethik ist eine übergeordnete Wertvorstellung, die auch für die fünf erstgenannten gilt. Sie ist offensichtlich, ja beinahe selbstverständlich. Ich bin jedoch der Ansicht, dass es notwendig war, die Ethik explizit in den Kanon unserer Wertvorstellungen aufzunehmen. Sie muss unser tägliches Handeln bestimmen, denn ihr kommt eine Schlüsselfunktion für unseren guten Ruf zu, der die Garantie für den Erfolg und den Fortbestand unseres Unternehmens ist.

In der Ethikcharta kommen diese Wertvorstellungen zum Ausdruck. Sie stellt sowohl eine gemeinsame Verpflichtung als auch einen Anspruch an jeden Einzelnen dar. Wir gehen diese Verpflichtung gegenüber unseren Kunden, unseren Aktionären, in erster Linie aber auch gegenüber uns selbst ein.

Unsere Gruppe hat eine internationale Ausrichtung. Das bedeutet, dass auch unser Image weltweit bekannt und dadurch umso verletzlicher ist. Die Globalisierung der Informationen und deren zeitnahe Verbreitung können einen über Jahre hinweg aufgebauten guten Ruf in kurzer Zeit zerstören.

Um unsere Ambitionen, Marktführer in den Kerngeschäftsbereichen zu bleiben, verwirklichen zu können, müssen wir also bei allen unseren Geschäftspartnern (Aktionären, Kunden, Mitarbeitern, öffentliche Hand, Zulieferer usw.) einen untadeligen Ruf genießen und dieser gute Ruf hängt in erster Linie vom Verhalten jedes Einzelnen von uns ab.

Ein schlechtes Image kann unserer Gruppe, mehr als eine finanzielle oder eine regionale politische Krise, ernsthaften Schaden zufügen. Aus diesem Grund hat SUEZ ein umfassendes System eingeführt, um die Risiken zu verringern und jedem Mitarbeiter die Eckpunkte in Erinnerung zu rufen, auf denen sowohl das Gesamtverhalten der Gruppe als auch das Verhalten jedes einzelnen Mitarbeiters basiert.

Wir müssen bei der Einhaltung unserer Wertvorstellungen kompromisslos sein. Jeder von Ihnen – jeder von uns – muss diese Wertvorstellungen repräsentieren und garantieren.

Unsere Wertvorstellungen und Chartas sind in gewisser Weise die Seele von SUEZ. Sie zu verbreiten, einzuhalten und umzusetzen heißt, unsere Gruppe mit Leben zu erfüllen. Sie ermöglichen uns, gemeinsam die gegenwärtigen und zukünftigen Herausforderungen anzunehmen.

Gérard MESTRALLET
Paris, den 17 Dezember 2001

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'G. Mestrallet', with a stylized flourish extending to the right.

