

Grossverbraucher setzen Akzente
30. November 2006

**Nachhaltiger Textilieneinkauf bei
der Schweizerischen Post**
Andy Fischer, Leiter Bekleidung

transparent

Grossverbraucher setzen Akzente

Die Schweizerische Post

Chart 1

Im Scheinwerferlicht



Nutzenüberlegungen

Juristischen Unternehmen

- Finanzen (ROI)
- Leistung (Effizienz)
- Image

Personen

- Komfort
- Ansehen
- Sicherheit
- Anlehnung
- Neuheiten
- Finanzen
- Macht

Grossverbraucher setzen Akzente

Die Schweizerische Post

Chart 3

Transparenz schaffen



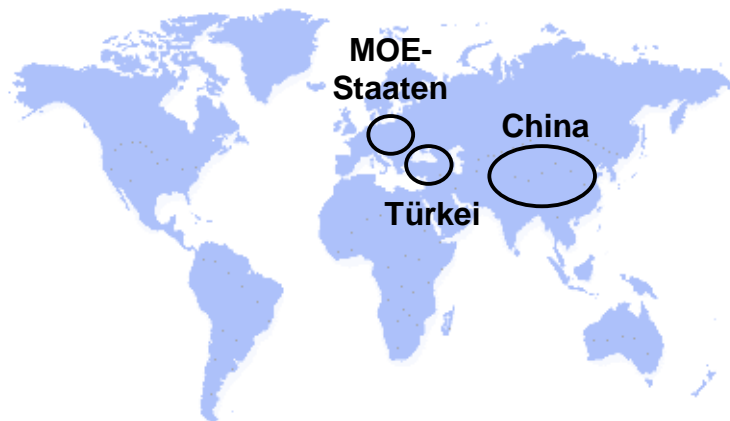
Begriffs- und Labeldschungel



Die Welt wird kleiner und transparenter



Beschaffungsmärkte



Grossverbraucher setzen Akzente

Die Schweizerische Post

Chart 7

Beschaffungsvolumen – Postbekleidung

Produktgruppe	Stück / Jahr	Ursprung
Bekleidung aus Wolle	15'500	Türkei, D (Rumänien, Bulgarien)
Wetterschutzkleider	21'000	Türkei
Hemden, Blusen	54'000	Slowakei, Türkei, China
Wirkwaren	55'000	Türkei, China
Strickwaren	11'000	Tschechien
Baumwollhosen	36'500	D (Rumänien), China
Berufskleider	9'000	Schweiz (Portugal)
Accessoires	23'000	Schweiz (Italien), China
Kopfbedeckungen	12'000	Österreich (Vietnam)
Handschuhe	3'000	Italien (Rumänien)
Gesamt	240'000	

Grossverbraucher setzen Akzente

Die Schweizerische Post

Chart 8

Beschaffungsprozess

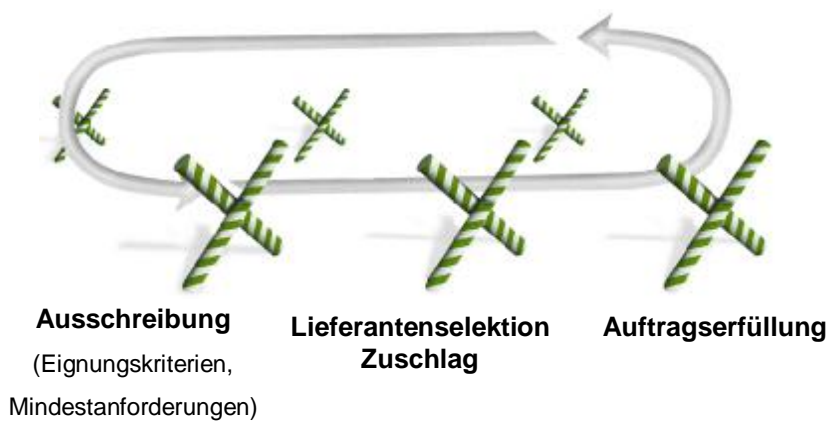
- Publikation der Ausschreibung
- Ausschreibungsdokumente / Ausführungsbestimmungen
 - Selbstdeklaration „Einhaltung des Sozial-/Ethikkodex“
- Lieferantenselektion
- Zuschlag, Ausarbeitung längerfristiger Rahmenverträge
- Auftragserfüllung (Prozess der Qualitätssicherung)
- Lieferanten-Audits, -Besuch
- (Erstellen eines CAP - corrective action plan)
- Kommunikation

Grossverbraucher setzen Akzente

Die Schweizerische Post

Chart 9

Hürden der Beschaffungsabwicklung



Grossverbraucher setzen Akzente

Die Schweizerische Post

Chart 10

Beschaffung heisst Partnerschaften eingehen



Inhalt der Selbstdeklaration

Menschenrechte	1. Einhaltung der Allg. Erklärung der Menschenrechte (UNO, 1948)
	2. Verhinderung von Diskriminierung
Arbeitsrechte	3. Recht und Freiheit auf Gründung von Interessensverbänden
	4. Eliminierung Gefängnis-, Zwangs- und Sklavenarbeit
	5. Verbot von Kinderarbeit
	6. Behandlung der MA mit Würde und Respekt
	7. Einhaltung der vereinbarten Löhne und Leistungen
	8. Massnahmen zur Sicherstellung der ASI und Gesundheit
	9. Einhaltung von Höchstarbeitszeiten, Ruhezeiten und Pausen
Umwelt	10. Wahrnehmung und Umsetzung der Umweltverantwortung
Anti-Korruption	11. Verhinderung von Korruption, Bestechung und Erpressung
Kommunikation	12. Pflicht die Belegschaft über den Kodex zu informieren

Anwendung der Selbstdeklaration

Produkt	Einkaufsvolumen in CHF	LCC / Entwicklungs-land / MOE-Staaten	West-EU-Staaten USA
Postspezifisch	< 50'000.--	- Selbstdeklaration	--
	> 50'000.-- < 250'000.--	- Selbstdeklaration - Audit bei Bedarf	- Selbstdeklaration
	> 250'000.--	- Selbstdeklaration und - Audit	- Selbstdeklaration - Audit bei Bedarf
Standardisiert	< 50'000.--	- Selbstdeklaration	--
	> 50'000.-- < 250'000.--	- Selbstdeklaration	--
	> 250'000.--	- Selbstdeklaration - Audit bei Bedarf	- Selbstdeklaration - Audit bei Bedarf

Grossverbraucher setzen Akzente

Die Schweizerische Post

Chart 13

Fazit

- Wir fördern die Nachhaltigkeit aktiv
- Wir kennen sämtliche Beteiligten am Produktionsprozess
- Wir veranlassen Audits bei den Produzenten
- Wir besichtigen die Produktionsstätten

à Die Umsetzung der Nachhaltigkeit in der textilen Beschaffung ist ein Entwicklungs- und Lernprozess!

Grossverbraucher setzen Akzente

Die Schweizerische Post

Chart 14

Für eine lebenswerte Zukunft

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

