

Fortschrittsmitteilung 2011 für den UN Global Compact

Menschenrechte	Systeme, Maßnahmen und Fortschritte
<p>Prinzip 1 Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte</p> <p>Prinzip 2 Keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> Die Beachtung der Menschenrechte sowie der fundamentalen Sozialstandards ist Bestandteil des für jeden Mitarbeiter verbindlichen Verhaltenskodex. Dieser wird an jeden Mitarbeiter kommuniziert und ist Teil des Schulungs- und Fortbildungsprogramms für alle Mitarbeiter. Bei Tchibo werden in Deutschland 100 % der Belegschaft in Arbeitsschutzausschüssen vertreten. In Österreich ist aufgrund der Standortbesetzung mit unter 100 Beschäftigten die Bildung eines Arbeitsschutzausschusses nicht erforderlich. In der Schweiz und in Tschechien besteht ebenfalls kein Arbeitsschutzausschuss. Gemäß der aktuellen Gesetzeslage ist ein Beauftragter für Arbeitssicherheit in Ungarn, Polen, der Türkei, der Slowakei und Rumänien benannt worden. In Russland werden die gesetzlichen Bestimmungen erfüllt. Seit 2006 ist der Social Code of Conduct (SCoC) Bestandteil jedes Lieferantenvertrages und für Gebrauchsartikelzulieferer verbindlich. Der SCoC basiert unter anderem auf den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und umfasst insgesamt zehn Prinzipien zur Sicherstellung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen. Die Umsetzung von Sozialstandards wird von Tchibo vor jeder Auftragsvergabe und nach Produktionsbeginn durch regelmäßige Audits überprüft. Um langfristige und nachhaltige Verbesserungen von Arbeitsbedingungen in Produktionsstätten zu erreichen, setzt Tchibo seit 2007 auf das Schulungsprogramm WE (Worldwide Enhancement of Social Quality). Das Programm bringt Manager und Beschäftigte an einen Tisch, um gemeinsam Lösungen für faire Arbeitsbedingungen zu erarbeiten. Bis Ende 2011 waren 115 der strategisch wichtigen Lieferanten eingebunden. Durch die Mitgliedschaft in verschiedenen Organisationen sowie durch Kooperationen arbeitet Tchibo auf die Etablierung sozialverträglicher Geschäftspraktiken hin. In folgenden Organisationen ist Tchibo Mitglied: Common Code for the Coffee Community, Cotton made in Africa der Aid by Trade Foundation, Ethical Trading Initiative, International Coffee Partners, MFA Forum Bangladesh Buyers Group, Runder Tisch Verhaltenskodizes, Social Accountability International (SAI). Mit folgenden Partnern kooperiert Tchibo: Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ Certified. Tchibo nimmt sich der Herausforderung der Zahlung von existenzsichernden Löhnen („living wages“) in der Lieferkette mit einem ganzheitlichen Ansatz an. Eine besondere Bedeutung kommt dabei der Zusammenarbeit mit anderen Stakeholdern zu. So hat sich Tchibo aktiv an der Planung einer Veranstaltung des Runden Tisches Verhaltenskodizes für das Frühjahr 2012 beteiligt, an dem unter anderem Vertreter der Kampagne Asia Floor Wage (AFW) teilgenommen haben. Gemeinsam wird an dem Ziel gearbeitet, eine internationale gesetzliche Harmonisierung unter gleichen Wettbewerbsbedingungen zu erreichen.
Arbeitsnormen	
<p>Prinzip 3 Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> In Deutschland erhalten Filialmitarbeiter (Verkäufer/innen und Leiter/innen) Leistungen nach dem für das jeweilige Bundesland geltenden Einzelhandels-tarifvertrag; alle anderen Mitarbeiter werden gemäß einem Tchibo-eigenen Vergütungssystem bezahlt. In Österreich fallen 100 Prozent der Mitarbeiter unter den gesetzlich vorgesehenen Kollektivvertrag für den Handel. Auch in der Tochtergesellschaft, die Tchibo in Rumänien vertritt, decken interne Regularien alle Mitarbeiter ab. In den anderen internationalen Tochtergesellschaften in der Schweiz, in Russland, Ungarn, Polen, in der Türkei, der Tschechischen Republik und der Slowakei fällt kein Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen im Sinne eines Tarifvertrags. Der Betriebsrat der Tchibo GmbH basiert auf den Vorgaben des Betriebsverfassungsgesetzes (BetrVG) sowie des Mitbestimmungsgesetzes und besteht aus 35 Mitgliedern, von denen sechs der Gewerkschaft ver.di angehören. Die Sicherstellung der Gewerkschaftsfreiheit der Beschäftigten sowie ihres Rechtes auf Tarifverhandlungen ist Bestandteil des für alle Gebrauchsartikellieferanten verbindlichen Social Code of Conduct.

Fortschrittsmitteilung 2011 für den UN Global Compact

Arbeitsnormen (Fortsetzung)

Systeme, Maßnahmen und Fortschritte

Prinzip 4
Abschaffung jeder Art von Zwangsarbeit

Prinzip 5
Abschaffung von Kinderarbeit

- Die Beachtung der Menschenrechte sowie der fundamentalen Sozialstandards ist Bestandteil des für jeden Mitarbeiter verbindlichen Verhaltenskodex. Dieser wird an jeden Mitarbeiter kommuniziert und ist Teil des Schulungs- und Fortbildungsprogramms für alle Mitarbeiter.
- Das Verbot von Zwangs- und Kinderarbeit ist Bestandteil des für alle Gebrauchsartikellieferanten verbindlichen Social Code of Conduct. Die Umsetzung von Sozialstandards wird von Tchibo vor jeder Auftragsvergabe und nach Produktionsbeginn durch regelmäßige Audits überprüft.
- Zusammen mit Partnern wie beispielsweise der Rainforest Alliance, Fairtrade, UTZ Certified und den hinter dem Bio-Siegel stehenden Organisationen setzt sich Tchibo in der Kaffeelieferkette international für einen sozial- und umweltverträglichen Kaffeeanbau ein.
- 2011 hat Tchibo in Guatemala zusammen mit einer örtlichen Nichtregierungsorganisation ein Pilotprojekt gestartet, das Wanderarbeitern während der Erntezeit auf den Kaffeefarmen Bildungs- und Betreuungsangebote für ihre Kinder bietet. Tchibo arbeitet an einer Weiterführung und Ausdehnung des Projekts.

Prinzip 6
Keine Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung

- Der für alle Tchibo Mitarbeiter verbindliche Verhaltenskodex legt fest, dass niemand wegen seiner Rasse, Hautfarbe, Nationalität, Abstammung, seines Geschlechts, Glaubens oder seiner Weltanschauung, seiner politischen Einstellung, seines Alters, seiner körperlichen Konstitution, seiner sexuellen Orientierung, seines Aussehens oder sonstiger persönlicher Eigenschaften diskriminiert werden darf, das heißt ohne sachlichen Grund benachteiligt werden darf.
- 2011 hatten in Österreich 100 % (bis Stichtag 30.11.2011) und in der Schweiz 50 % des nationalen Topmanagementteams die jeweilige nationale Staatsbürgerschaft. In Ungarn lag dieser Anteil des Topmanagements bei 86 %. In der Türkei, Polen, Rumänien und der Slowakei besaßen 100 % des Topmanagements die jeweilige nationale Staatsbürgerschaft. In Tschechien lag der Anteil bei 50 Prozent des Topmanagements mit tschechischer Staatsbürgerschaft, in Russland bei 84 % des nationalen Topmanagementteams.
- Im Geschäftsjahr 2011 hat es keine Vorfälle von Diskriminierung gegeben.

Umweltschutz

Prinzip 7
Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen

Prinzip 8
Förderung von Initiativen für ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt

Prinzip 9
Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien

- Der Anteil von nachhaltigem Kaffee am Tchibo Gesamtsortiment wurde 2011 von etwa zehn auf rund 13 % gesteigert (nach Standards wie 4C, Fairtrade, Rainforest Alliance Certified™, Bio oder UTZ Certified).
- 2011 wurde das Klimaprojekt Climate Change Adaptation and Mitigation in the Kenyan Coffee Sector erfolgreich abgeschlossen. Als ein wichtiges Ergebnis wurde der 4C-Basisstandard um eine freiwillige Klimakomponente (Climate Code) ergänzt.
- In Brancheninitiativen wie der SAI Platform, dem IDH Coffee Program oder der „Coffee & Climate“-Initiative machte sich Tchibo 2011 für die Unterstützung von Kaffeebauern stark, um klimarelevante Gase zu reduzieren.
- Im Geschäftsjahr 2011 hatte nachhaltig angebaute Baumwolle aus dem Projekt Cotton made in Africa und Organic Cotton (zertifiziert nach dem OE 100 Standard von Textile Exchange) einen Anteil von rund fünf Prozent an unserem gesamten Baumwollsortiment.
- 2011 haben alle Vollholzprodukte dem mit der Umweltstiftung WWF entwickelten Standard Forest Tracing System entsprochen. Damit ist sichergestellt, dass kein Holz aus sogenannten Raubbaugebieten sowie keine geschützten Holzarten verwendet wurden. 2011 wurden außerdem 39 FSC® (Forest Stewardship Council)-zertifizierte Artikel angeboten – zehn mehr als 2010. Seit 2011 ist Tchibo Mitglied im Global Forest & Trade Network (GFTN) des WWF.
- 2011 hat Tchibo die transportbedingten CO₂-Emissionen auf vergleichbarer Basis um zirka 30 % gegenüber dem Referenzjahr 2006 reduziert.

Fortschrittsmitteilung 2011 für den UN Global Compact

Umweltschutz (Fortsetzung)

Systeme, Maßnahmen und Fortschritte

- Die Umstellung des Außendienstfuhrparks wurde im Jahr 2011 erfolgreich abgeschlossen. Der durchschnittliche CO₂-Wert der Flotte konnte auf zirka 127 g/km gesenkt werden.
- Zur ökologischen Optimierung sonstiger Produkte und Prozesse wurde 2011 im Rahmen des ganzheitlichen Konzepts UmweltPlus ein umfassendes System mit Anforderungsprofilen verabschiedet. Im nächsten Schritt werden die UmweltPlus-Vorgaben im Jahr 2012 vollständig in die Tchibo Qualitätsanforderungen integriert.

Korruptionsbekämpfung

Prinzip 10
Gegen alle Arten der Korruption einschließlich Erpressung und Bestechung eintreten

- Im Rahmen der Risikobewertung durch die Konzernrevision der maxingvest ag werden alle Geschäftseinheiten kontinuierlich auf Korruptionsrisiken hin untersucht.
- Das Verbot von Korruption und Vorteilsgewährung ist Bestandteil unseres für jeden Mitarbeiter verbindlichen Verhaltenskodex. Er wird an jeden Mitarbeiter kommuniziert und ist Teil des Schulungs- und Fortbildungsprogramms für alle Mitarbeiter. Seit 2010 können sich Mitarbeiter bei Zweifeln an der rechtlichen, ethischen oder moralischen Konformität des eigenen oder fremden Verhaltens im Geschäftsverkehr anonym über eine Hinweisgeber-Hotline melden. Über diese Hotline erreichen die gemeldeten Verstöße den Ombudsrat.
- Im Geschäftsjahr 2011 wurden der Ombudsstelle keine Korruptionsfälle gemeldet.

Ausführliche Informationen zu einzelnen Aspekten finden Sie auch in den Kapiteln „Verantwortung in der Lieferkette Kaffee“, „Verantwortung in der Lieferkette Gebrauchsartikel“, „Umweltschutz bei Tchibo“ sowie „Gesellschaftliches Engagement“.