



econsense
Forum Nachhaltige Entwicklung
der Deutschen Wirtschaft

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



PRAXISTAGE FÜR MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN

Lieferketten verantwortlich gestalten
Über Nachhaltigkeit berichten

30. September 2016, BMW Werk Leipzig

Veranstaltungspartner



Workshop C

Umsetzung von Nachhaltigkeitsanforderungen sowie internationalen Arbeits- und Sozialstandards durch den Einkauf

Isabel L. Ebert

Business & Human Rights
Resource Centre

Detlef Knaack

fairgourmet

Julia Zeisner-Mahal

Deutsche Post DHL Group

Moderation: Maria Blume, econsense & Moritz Blanke, UPJ

Soziale Nachhaltigkeitsanforderungen entlang der Lieferkette

Praxistag für mittelständische Unternehmen

„Lieferketten verantwortlich gestalten – Über Nachhaltigkeit berichten“

Isabel Ebert, Mail: ebert@business-humanrights.org
Leipzig, 30. September 2016



**Business & Human Rights
Resource Centre**

Über das Resource Centre

- Gründung 2002 in London, Büros in London und New York
- Website in acht Sprachen: Englisch, Arabisch, Chinesisch/Mandarin, Deutsch, Französisch, Portugiesisch, Russisch, und Spanisch
- Regionale Researcher: Brasilien, Kolumbien, Hongkong, Indien, Kenia, Japan, Jordanien, Myanmar, Mexico, Senegal, Südafrika, Großbritannien und Nordirland, Ukraine, USA



**Business & Human Rights
Resource Centre**

Arbeitsschwerpunkte

- Company Action Platform mit Beteiligung deutscher DAX-Unternehmen
- Fortschritt zu United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs 2011)
- Tracking der Unternehmenspolitik zu Menschenrechten von über 6000 Firmen in mehr als 180 Ländern
- “Company Response Mechanism”: Antwortrate weltweit 72%, Deutschland 88%
- Informations-Schnittstelle für Neuigkeiten, Guidance, Best Practices, Leitlinien & Unterschiedliche Newsletterformate



**Business & Human Rights
Resource Centre**

Was beinhaltet soziale Nachhaltigkeit?

- Transparente Arbeitsverträge
- Arbeitsschutz am Arbeitsplatz
- Lohn: Regelmäßige Lohnzahlung, keine Lohneinbehaltung; Mindestlohn bzw. Living Wage
- Diskriminierungsschutz am Arbeitsplatz
- Urlaubsanspruch & Vergütung von krankheitsbedingten Arbeitsausfällen
- Gewährung der „Freizügigkeit“, keine Pässeinbehaltung



Weshalb ist soziale Nachhaltigkeit wichtig?

- Ethisch-moralische Dimension
- Prävention bzw. Abmilderung von menschenrechtlichen Risiken
- CSR-Berichtspflicht laut EU-Verordnung: Umsetzung in Deutschland
- Benchmarking & Rankings z.B. Corporate Human Rights Benchmark & KnowTheChain
- Anfragen von Daten zu soz. Nachhaltigkeit von Investoren & Geschäftspartnern



Wie kann man soziale Nachhaltigkeit umsetzen?

- Menschenrechts-Policy
- Fragen zu Management & Governance zum Thema Menschenrechte
- Stakeholder-Engagement
- Beschwerdemechanismen für Mitarbeiter und Dritte/Externe
- Human Rights Impact Assessment



Was machen deutsche Unternehmen bereits?

- 2/3 der DAX30 in Company Action Platform des BHRRC
- Adidas z.B. erstes Unternehmen mit Beschwerdemechanismen nach UNGPs
- Allianz mit ESG Framework
- Daimler Human Rights Impact Assessment
- Brancheninitiativen: Roundtable Human Rights in Tourism, Textilbündnis, Chemie hoch drei
- Angebote des dt. Global Compact Netzwerks



Welche Ansätze gibt es für den Mittelstand?

- Brancheninitiativen zur gemeinsamen Kostendeckung
- Unterstützungsangebote der Handelskammern z.B. Business Trainings für dt. Zulieferer in Südafrika & Indien im Herbst 2016
- Peer-to-peer learning
- Spezifische Beratungsangebot für KMUs
- Sustainability Rating Agenturen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



**Business & Human Rights
Resource Centre**

Nachhaltigkeit ist Zukunft.

Ökologisches Wirtschaften in der Gastronomie



*Unser Engagement
für Ihren Erfolg.*

Fairkaufen, Fairspeisen, Fairbessern



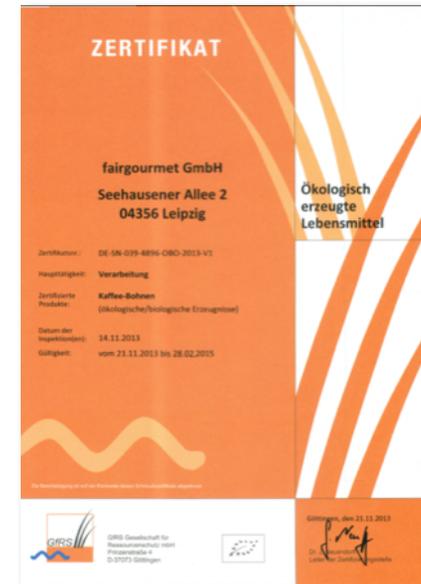
Unser Anspruch

- Bei der Zubereitung unserer hochwertigen Speisen und Produkte achten wir darauf, dass die Zutaten möglichst:
 - aus der Region kommen
 - saisonal sind
 - aus biologischem Anbau stammen
 - fair gehandelt wurden



Bio und Fairtrade

- Seit 2013 Bio-Zertifizierung für Filterkaffee und Kaffeebohnen
- Kaffeebohnen stammen aus fairem Handel
- Verwendung biologisch angebauten und fair gehandelten Bananen und Reis



- Verwendung von biologisch angebauten und fair gehandeltem Tee

lacon INSTITUT 

Dem Unternehmen auszustellende Bescheinigung gemäß Artikel 29 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 834/2007

1. Nummer der Bescheinigung: 29018#DE-NI-003-62344-BCD#2014#43461	
2. Name und Anschrift des Unternehmens: J. T. Ronnefeldt KG Jan-Weber-Str. 2 27726 Worpswede	3. Name, Anschrift und Codenummer der Kontrollstelle: LACON GmbH Moltkestraße 4 77654 Offenburg
Haupttätigkeit: Verarbeiter, Einführer	DE-ÖKO-003
4. Erzeugnisgruppen/Tätigkeit: <u>Verarbeitete Erzeugnisse</u> Tee, teeähnliche Produkte (auch aromatisiert)	5. definiert als ökologische Erzeugnisse
6. Gültigkeitsdauer: Verarbeitete Erzeugnisse von 15.12.2014 bis 31.12.2015	7. Datum der Kontrolle: 12.11.2014
8. Diese Bescheinigung wurde auf Basis von Artikel 29 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 834/2007 und der Verordnung (EG) Nr. 889/2008 ausgestellt. Der angegebene Unternehmer hat seine Tätigkeiten der Kontrolle unterstellt und erfüllt die Anforderungen der beiden vorgenannten Verordnungen.	

Offenburg, den 15. Dezember 2014


Susanne Lehmann




Deutsche
Akreditierungsstelle
D-ZE-14009-01-00



- Bio- und Fairtrade-Limonade



- Einführung von Bio-Apfelsaft



- Verkauf von Fairtrade-Eis



Regionalität

- Verstärkter Einkauf von regionalen Lebensmitteln
 - Brot und Brötchen von Leipziger Bäckerei
 - Fleisch von Fleischerei aus dem Erzgebirge
 - Obst und Gemüse aus dem Umland von Leipzig



- Umstellung auf regionales Weinangebot
 - bevorzugt Weinanbaugebiete aus Deutschland



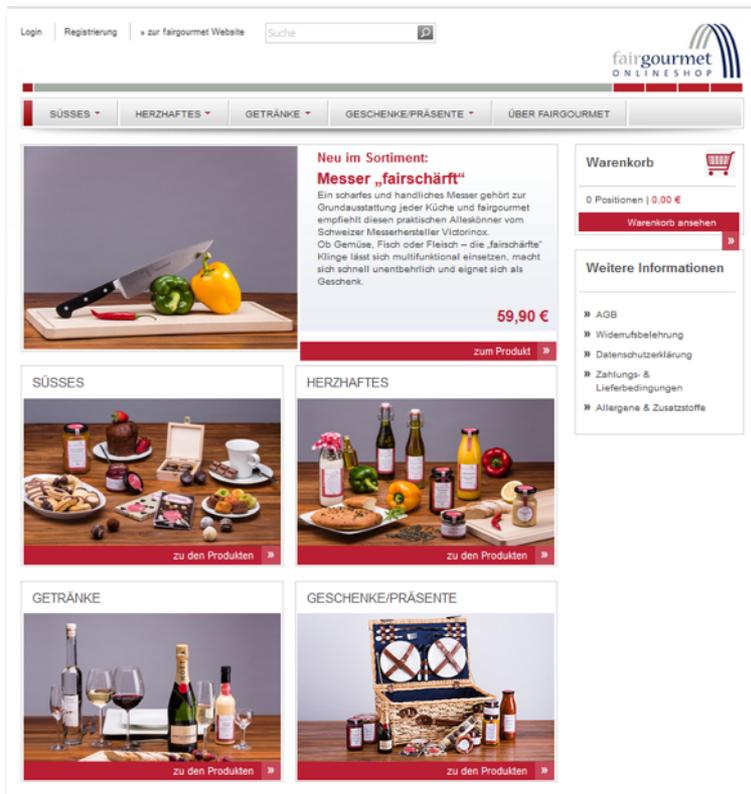
- Einführung regionaler Sektmarken: Rotkäppchen & Schloss Wackerbarth



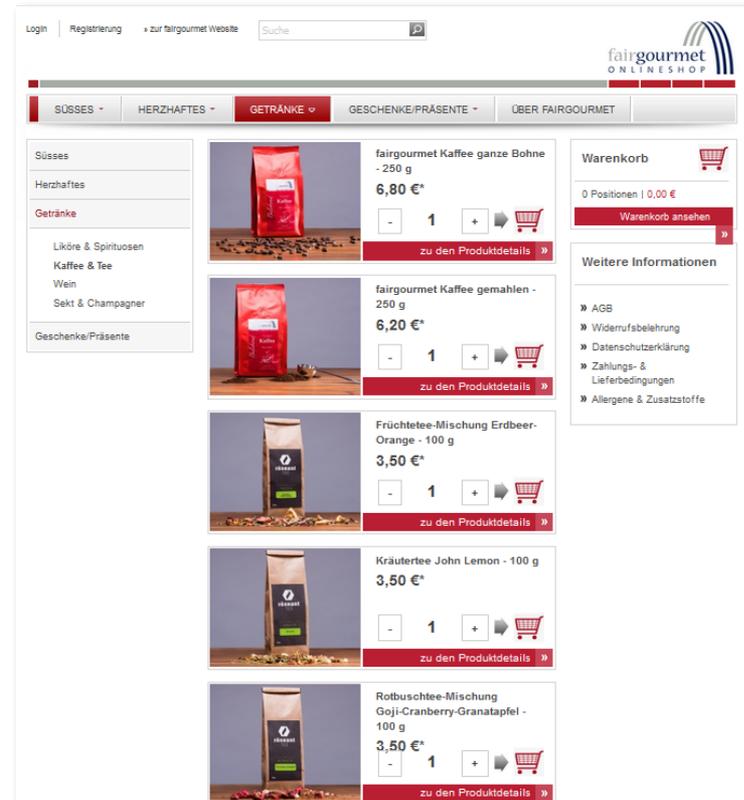
- Gemeinsame Projekte mit regionalen Herstellern
 - Sachsenobst Fruchtaufstrich



- Seit März 2015 Bündelung von regionalen Produkten auf einer Online-Plattform



The screenshot shows the homepage of the fairgourmet online shop. At the top, there is a navigation bar with categories: SÜSSES, HERZHAFTES, GETRÄNKE, GESCHENKE/PRÄSENTE, and ÜBER FAIRGOURMET. A search bar is located in the top right. The main content area features a featured product, 'Messer „fairschärf“', with a price of 59,90 €. Below this, there are four product category tiles: SÜSSES, HERZHAFTES, GETRÄNKE, and GESCHENKE/PRÄSENTE, each with a 'zu den Produkten' link. On the right side, there is a 'Warenkorb' (shopping cart) section showing 0 items for 0,00 €, and a 'Weitere Informationen' section with links to AGB, Widerrufsbelehrung, Datenschutzerklärung, Zahlungs- & Lieferbedingungen, and Allergene & Zusatzstoffe.



The screenshot shows a product page on the fairgourmet online shop. The navigation bar is the same as the homepage. The main content area displays a list of products under the 'GETRÄNKE' category. The products listed are:

- fairgourmet Kaffee ganze Bohne - 250 g, 6,80 €
- fairgourmet Kaffee gemahlen - 250 g, 6,20 €
- Früchtetee-Mischung Erdbeer-Orange - 100 g, 3,50 €
- Kräutertee John Lemon - 100 g, 3,50 €
- Rotbuschtee-Mischung Goji-Cranberry-Granatapfel - 100 g, 3,50 €

 Each product has a quantity selector (set to 1) and a 'zu den Produktdetails' link. On the right side, there is a 'Warenkorb' section showing 0 items for 0,00 €, and a 'Weitere Informationen' section with links to AGB, Widerrufsbelehrung, Datenschutzerklärung, Zahlungs- & Lieferbedingungen, and Allergene & Zusatzstoffe.





Nachhaltigkeit

- Einsatz von Mehrweggeschirr bei Mitarbeiterversorgung und Caterings
- Umstellung des Einweggeschirrs auf ein biologisch abbaubares Material

Der Umwelt zuliebe – dieses Behälter ist vollständig kompostierbar.

Frische. Geschmack. Genuss!



- Umstellung von Einweg-Aluminium-Platten im Standservice auf Mehrweg-Platten
- Verzicht auf den Einsatz von Alufolie in der Küche



- Verzicht auf den Einsatz von Aluminium Kaffeekapseln
- Abschalten der Kühllhäuser während veranstaltungsfreier Zeit
- **Wunsch:** Reduzierung von Einwegkaffebechern auf ein Minimum (pro Stunde werden in Deutschland 300.000 Kaffebecher weggeschmissen – Gesamtverbrauch in Deutschland 2,8 Milliarden)



Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit



*Unser Engagement
für Ihren Erfolg.*

CSR PRAXISTAGE FÜR DEN MITTELSTAND

Umsetzung von Nachhaltigkeitsanforderungen im Einkauf

CSR Praxistage für den Mittelstand, Juli a Zeisner-Mahal , Global Sourcing Goods & Services
Leipzig, 30. September 2016

Deutsche Post DHL
Group

Wer wir sind – ein globales Unternehmen mit einem einzigartigen Portfolio

Größtes Postunternehmen Europas



Partner für E-Commerce und
Pionier in der sicheren, digitalen
Kommunikation



Nr. 1 im internationalen Expressversand



Führend im Speditionsgeschäft



Nr. 1 in der Kontraktlogistik



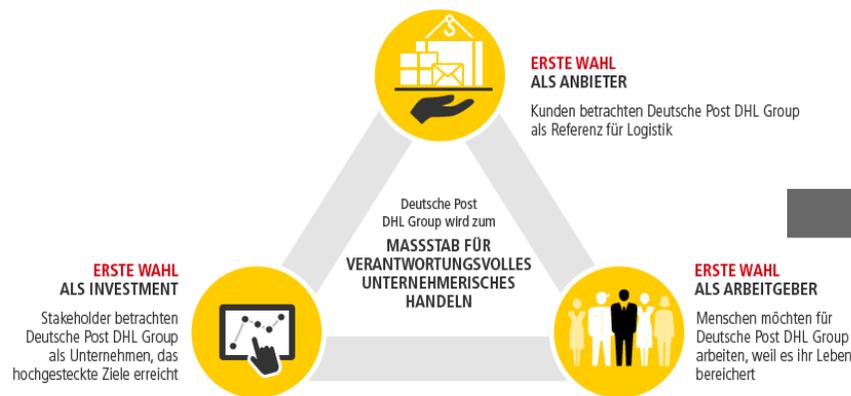
Deutsche Post DHL
Group

Organisationsstruktur



Unsere CR-Prioritäten

Wesentliche CR-Themen für unseren Konzern identifizieren wir mit Hilfe unserer Materialitätsanalyse und unseres internen Validierungsprozesses.



DPDHL Group wird zum Maßstab für unternehmerische Verantwortung

Priorisierte Themen

Verantwortung: Governance

- 1) Compliance
- 2) Standards in der Lieferkette (Lieferanten und Subunternehmer)
- 3) Datenschutz und -sicherheit

Verantwortung: Mitarbeiter

- 4) Mitarbeiterengagement
- 5) Lernen und Entwicklung
- 6) Gesundheitsmanagement und Arbeitsschutz

Verantwortung: Umwelt

- 7) Energieeffizienz und Klimawandel
- 8) Luftverschmutzung und Lärm

Responsible Business Practice: Was verantwortungsvolle Geschäftspraxis für uns bedeutet

Wir minimieren die Risiken und maximieren die Chancen für den Konzern und unsere Kunden durch eine verantwortungsvolle Geschäftspraxis

☑ Wie wir verantwortungsvoll handeln

- Einhaltung geltender Gesetze, ethischer Normen und internationaler Standards bei allem, was wir tun, und Vermittlung der gleichen Erwartungshaltung gegenüber unseren Lieferanten
- Verbesserung unserer Leistungen im Hinblick auf bestimmte Themen der unternehmerischen Verantwortung, um die Lücke gegenüber den Erwartungen unserer Stakeholder zu schließen



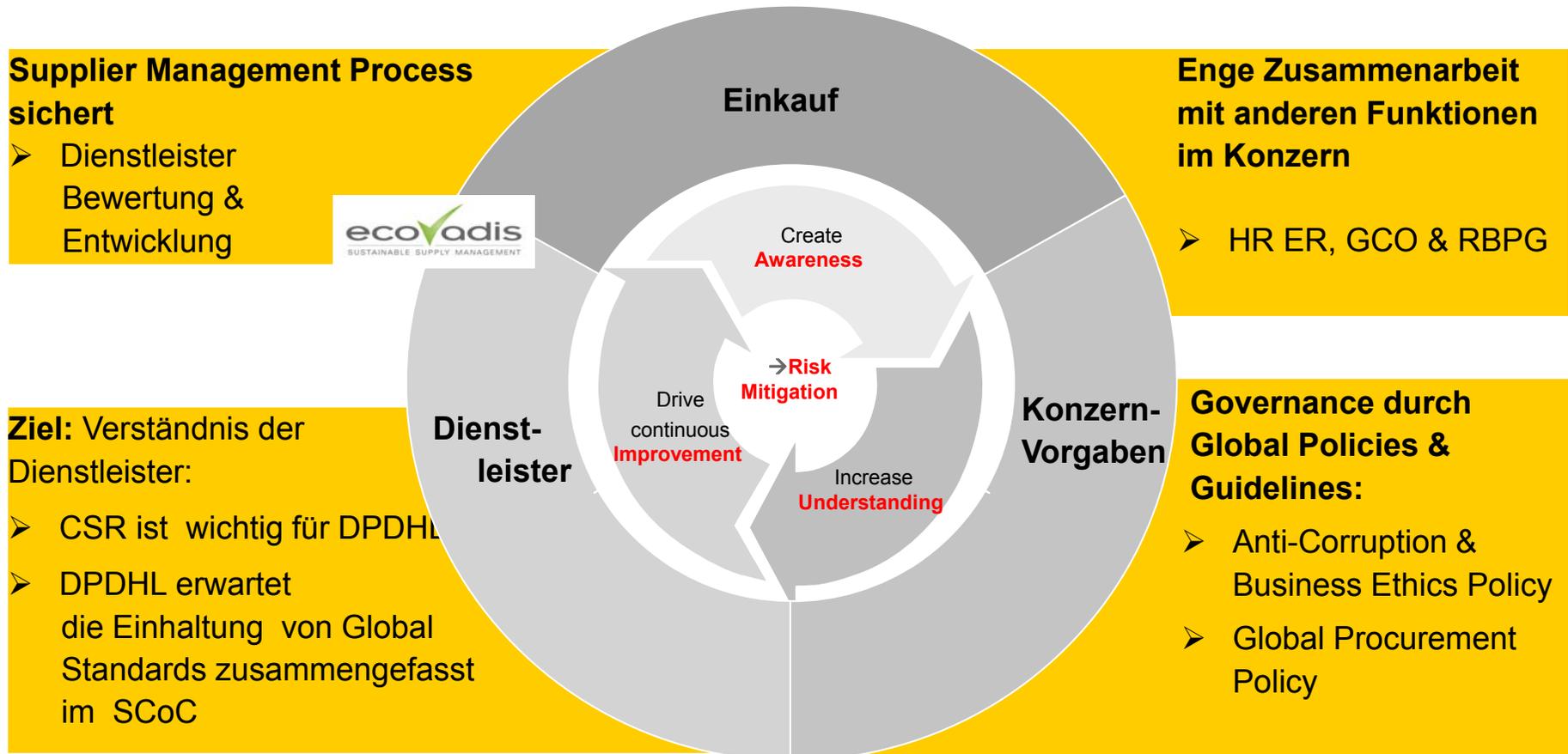
☑ Wie wir verantwortungsvolle Geschäftspraktiken durchsetzen



Unser **Netzwerk** für verantwortungsvolle Geschäftspraxis:

- besteht aus Experten aller CR-relevanten Fach- und Unternehmensbereiche von DPDHL Group
- identifiziert, priorisiert und handhabt die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen des Konzerns systematisch durch einen kontinuierlichen Dialog mit unseren Stakeholdern
- koordiniert und überwacht Maßnahmen und treibt Verbesserungen voran

Nachhaltigkeit ist gemeinsame Verantwortung



Nachhaltigkeit in der Lieferantenbeziehung

...startet bereits bei der Auswahl der Lieferanten



1) RFx: Request for Information/Proposal, 2) DDQ: Due Diligence Questionnaire Process incl. denied party check 3) CSR: Corporate Social Responsibility