

PUMAVision

Stefan Seidel & Karol Trejo

Wir bei PUMA glauben, dass unsere Position als führendes Sportlifestyle-Unternehmen uns die Gelegenheit und die Verantwortung gibt, einen Beitrag für eine bessere Welt für die kommenden Generationen zu leisten. Eine bessere Welt ist in unserer Vision – der PUMAVision – eine sichere, friedlichere und kreativere Welt als die, die wir heute kennen. Vor diesem Hintergrund haben wir Unternehmensprinzipien definiert und vier Grundsätze identifiziert, die uns bei unserer weiteren Entwicklung anleiten. Diese Grundsätze, die uns helfen sollen, die PUMAVision zu befolgen, sind die „4Keys“. Sie sorgen dafür, dass wir hinterfragen, ob wir bei allem, was wir tun, fair, ehrlich, positiv und kreativ vorgehen. Wir glauben, wenn wir treu zu unseren Werten stehen, die Leidenschaft und das Talent unserer Mitarbeiter anregen, nachhaltig und innovativ bei unserer Arbeit vorgehen und unser Bestes tun, um fair, ehrlich, positiv und kreativ zu sein, lassen wir die Vision von einer besseren Welt jeden Tag ein wenig mehr Wirklichkeit werden.



(Nachhaltigkeitsbericht PUMAVision¹)

Durch die Programme puma.safe (mit dem Schwerpunkt auf ökologischen und sozialen Fragen), puma.peace (Unterstützung für den Frieden weltweit) und puma.creative (Unterstützung von Künstlern und kreativen Organisationen), wird unsere Vision Realität. Unter dem puma.safe-Programm führen wir unsere langjährige Arbeit im Bereich Umwelt und Soziales zusam-

¹ <http://safe.puma.com/us/en/2009/08/puma-releases-2007-2008-sustainability-report/>

men und kombinieren sie mit neuen Initiativen, die uns umweltfreundlichere, sicherere und nachhaltigere Produktionssysteme und -Praktiken bringen können.

Unsere puma.safe-Strategie berücksichtigt das Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit. Hierbei umfasst der Begriff der Nachhaltigkeit drei Elemente, die bei PUMA gleichwertig berücksichtigt werden: der ökologische Bereich (Klimaschutz / Umweltschutz), die ökonomische Nachhaltigkeit (Ressourcenschutz und langfristiger finanzieller Unternehmenserfolg) sowie die soziale Nachhaltigkeit (Verantwortung) gegenüber direkten und indirekten Mitarbeitern, Kunden sowie der Gesellschaft.

Wir arbeiten an innovativen Lösungen für jeden Aspekt der Produktion unserer Sportlifestyle-Produkte. Ausgehend von Design und Entwicklung über die Beschaffung der Rohstoffe bis hin zur Fertigung und Entsorgung suchen wir nach nachhaltigeren Alternativen.

Ein Beispiel ist die „Cotton Made in Africa“-Kampagne, die hervorragende Ergebnisse für Kleinbauern in Afrika gebracht hat, oder auch die Entwicklung von biologisch abbaubaren Verpackungen und Tragetaschen, die konventionelle Kunststoffe ersetzen.



Lebenszyklus für PUMA Produkte

PUMA schreibt Fair groß

In Zusammenarbeit mit der Bayerischen Staatsregierung, dem Internationalen Katholischen Missionswerk missio und Mission EineWelt, dem Missionszentrum der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern, entwickelte PUMA 2008 zum ersten Mal Fußbälle, die das Fairtrade-Label tragen. Für die Kampagne „Club der guten Hoffnung“, die mit Hilfe von Fußballturnieren in Bayern und Südafrika gegen Jugendkriminalität in Südafrika kämpft, lieferte PUMA 5000-Fußbälle mit der Fairtrade-Zertifizierung. Zu diesem Zweck wurde unser langfristiger Fußball-Lieferant Ali Trading in Pakistan auf die Einhaltung der Fairtrade-Standards geprüft und von der unabhängigen Zertifizierungs-Organisation FLO-CERT extern zertifiziert.



PUMA Fairtrade-Fußball²

Für jeden Fairtrade-Fußball erhält die Fabrik Ali Trading eine Prämie von 10 Prozent des Einkaufspreises eines Balles. Diese Prämie muss das Unternehmen in soziale oder ökologische Entwicklungsprojekte investieren. Das Management und die Beschäftigten der Fabrik stimmen gemeinsam demokratisch darüber ab, in welche Projekte investiert wird.

Mittlerweile gibt es den PUMA Fairtrade-Fußball auch im PUMA Online Store sowie bei Otto und ausgewählten Eine-Welt-Läden zu kaufen.

² <http://safe.puma.com/us/en/2008/11/puma-produces-fair-trade-football/>

Das Thema akzeptable Arbeitsbedingungen geht bei PUMA über den Fairtrade-Fußball hinaus und wird für alle Hersteller weltweit zur Bedingung für eine Lieferbeziehung zu PUMA. Im Rahmen der Initiative puma.safe führt PUMA seit über zehn Jahren Sozialaudits bei allen seinen Lieferanten durch, um die Implementierung des PUMA Verhaltenskodex zu gewährleisten.



Von links nach rechts:
 Dr. Alexander Fonari (Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.), William Hughes (Impahla Clothing), Bianca Rech (Fußball-Nationalmannschaft), Stefan Seidel (puma.safe)

Dadurch werden die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation wie z.B. das Recht auf Vereinigungsfreiheit, das Verbot von Kinderarbeit sowie die Zahlung von gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlöhnen regelmäßig überprüft. Im Rahmen der Audits überwacht das puma.safe-Team auch maximale Arbeitszeit und Überstunden, Personalakten und Arbeitsverträge, Arbeitssicherheitsstandards sowie Umweltkriterien wie die angemessene Entsorgung der Abfälle oder Abwässer.

Durch die Mitgliedschaft PUMAs in der Fair Labor Association wird das interne Kontrollsystem puma.safe einer externen Kontrolle unterzogen. Die FLA berichtet auf ihrer Website regelmäßig über den Fortschritt ihrer Mitglieder im Bereich Sozialstandards und veröffentlicht auch eigene Audit-Berichte von PUMA-Zulieferern. Bei der Lektüre dieser Berichte wird deutlich, dass noch nicht alle Standards komplett implementiert sind und in manchen Ländern auch systematische Probleme existieren. Beispielsweise ist das Recht auf Vereinigungsfreiheit in China und Vietnam gesetzlich immer noch stark eingeschränkt. Trotzdem zeigt der Ansatz einer kontinuierlichen Verbesserung auf Fabrikebene durch regelmäßige Audits und Korrekturpläne Wirkung, vor allem wenn dieser mit Trainings- und Schulungs-

maßnahmen (Capacity Building) und strategischen Lieferbeziehungen einhergeht.

Strategische Partnerschaften in der Lieferkette am Beispiel von Impahla Clothing, Südafrika

PUMAs Engagement für die Verbesserung der Bedingungen am Arbeitsplatz beschränkt sich jedoch nicht auf regelmäßige Prüfungsbesuche. Vielmehr ist im Rahmen der wechselseitigen Beziehungen von Hersteller und Marke eine partnerschaftliche Beziehung das Ziel, bei der jede Seite gleichermaßen profitieren soll. Dies beinhaltet für die Herstellerseite neben PUMA initiierten Trainingsmaßnahmen auch stabile Aufträge und technische Unterstützung. PUMA profitiert durch einen verlässlichen Partner, der die Einhaltung von Qualitäts- Sozial- und Umweltstandards garantiert.

Ein Beispiel für so eine strategische Partnerschaft ist der Hersteller Impahla Clothing in Kapstadt, Südafrika. Seit der Übernahme des Herstellers durch das jetzige Management um William Hughes im Jahr 2004 beliefert der Hersteller von Textilien PUMA für den südafrikanischen Markt. Dabei konnte Impahla durch gute Leistungen in den Bereichen puma.safe, aber auch Qualität und Lieferbedingungen seinen Anteil an PUMA Orders auf mittlerweile nahezu 100% kontinuierlich steigern. Im Rahmen eines PUMA Trainingsprojektes mit der Global Reporting Initiative (GRI) und der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) konnte die Firma 2008 erstmals einen eigenen Nachhaltigkeitsbericht erstellen, der im gleichen Jahr sofort mit einem Preis der südafrikanischen Wirtschaftsprüfergesellschaft (ACCA) ausgezeichnet wurde. Derart ermutigt, hat Impahla 2009 mit einem zweiten Bericht nachgelegt und wurde der erste klimaneutrale Bekleidungs-Hersteller auf dem afrikanischen Kontinent.



Impahla Clothing, Kapstadt, Südafrika

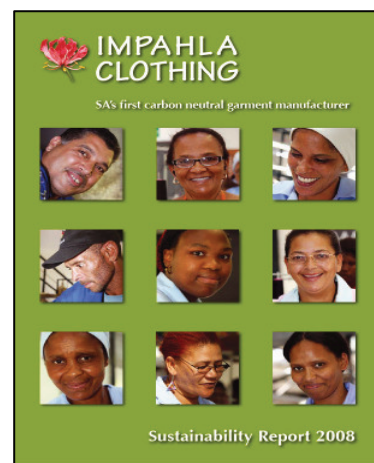
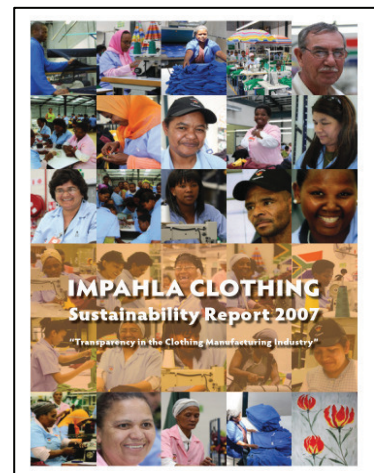
Mittlerweile folgen PUMA Lieferanten in Bangladesch, China, Indien, Pakistan, Portugal und der Türkei dem Beispiel von Impahla und erstellen im Rahmen der GRI Initiative Global Action Network for Transparency in the Supply Chain (GANTSCh) eigene Nachhaltigkeitsberichte. Die ersten Berichte dieser zweiten Generation sollen pünktlich zur Fußball WM 2010 in Südafrika fertig werden. Bis dahin hat William Hughes längst seinen dritten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht und kann sich in aller Ruhe ein WM-Spiel in seiner Heimatstadt Kapstadt ansehen. Mit etwas Glück sieht er dabei auch ein in seiner Fabrik gefertigtes Produkt, das beispielsweise von Spielern und Fans der Elfenbeinküste, Kamerun und Ghana getragen wird.

William Hughes, Impahla Clothing:

"Implementation of puma.safe has laid a solid foundation for Impahla Clothing, and the standards thereof are engrained in the day to day running of the Company.

This foundation has been built on by Impahla Clothing being part of the GRI Project "Transparency in the Supply Chain", which taught us to write our own Sustainability Report³. We have since produced two Award winning reports and are currently writing our third. The reports have been excellent in bringing to the fore continual improvement issues, one such being our Carbon Footprint. In 2009, Impahla Clothing became the first Carbon Neutral Clothing Manufacturer in South Africa.

puma.safe has been at the forefront of assisting Impahla Clothing to become a better manufacturer. This was recognised by PUMA in awarding Impahla Clothing, Strategic Partner status. This is indeed a great honour for Impahla Clothing and a first for the African continent."



³ <http://safe.puma.com/us/en/2009/05/puma-kicks-off-project-with-gri-to-enhance-sustainability-in-it-supply-chain/>