



**Bekleidungsbeschaffung**  
Bericht 2012

**DIE POST** 

# Inhaltsverzeichnis

<b>Rückblick und Ausblick</b>	2	<b>Interview</b>	8
<b>Training</b>	3	mit Marion Jülke und Secil Helg	
<b>Code of Labour Practices der Fair Wear Foundation</b>	4	<b>Aktive Kommunikation schafft Transparenz</b>	10
<b>Auditprogramm</b>	6	<b>Eine ausgezeichnete Zusammenarbeit</b>	11
		<b>Die Post trägt gesellschaftliche Verantwortung</b>	12

## IMPRESSUM

### Herausgeberin und Kontaktstelle

Die Schweizerische Post  
Kommunikation  
Viktoriastrasse 21  
Postfach  
3030 Bern  
Schweiz

Telefon +41 58 338 11 11  
Medienkontakt +41 58 338 13 07  
www.post.ch

### Konzeption und Projektmanagement

Nathalie Hürlimann, David Aemmer, Kommunikation, Nachhaltigkeit, Post, Bern  
Markus Tschannen, Katharina Krause, Klarkom AG, Bern

### Text

Kommunikation und Konzerneinkauf Post, Bern  
Katharina Krause, Susanne Gmür, Markus Tschannen  
Klarkom AG, Bern

### Gestaltung und Satz

Cornelia Bremer, phorbis Communications AG, Basel



Axel Butterweck



1\_ Erica van Doorn (Direktorin der Fair Wear Foundation) und Axel Butterweck (Leiter Konzerneinkauf der Schweizerischen Post) besiegeln den Vertrag mit einem Handschlag.

## EDITORIAL

### Sehr geehrte Damen und Herren

300 000 Kleidungsstücke kauft die Schweizerische Post jedes Jahr für 38 000 Mitarbeitende ein, vorwiegend in Osteuropa und Asien. Bereits seit 2006 schreibt unser Sozial- und Ethikkodex Mindestanforderungen zum Schutz von Mensch und Umwelt für unsere Lieferanten vor.

Doch in der Textilindustrie ist es schwierig, zu kontrollieren, ob die Standards wirklich eingehalten werden: Lange Lieferketten mit vielen Unterlieferanten und regional unterschiedliche Gesetze zum Schutz der Arbeiterinnen und Arbeiter verlangen nach professionellen und unabhängigen Partnern vor Ort. Um sozialverträgliche Produktionsbedingungen sicherzustellen,

ist die Post als erstes Schweizer Grossunternehmen am 13. Juni 2012 der weltweit tätigen Fair Wear Foundation beigetreten. Für unser Engagement mit der Fair Wear Foundation hat die Post den Schweizer Ethikpreis 2012 gewonnen. Uns freut dieser Preis insbesondere deshalb, weil er unsere Bemühungen honoriert, nicht erst auf äusseren Druck zu reagieren, sondern aus Überzeugung und mit Vorbildfunktion für faire Produktionsbedingungen einzustehen.

Die Schweizerische Post will ihren Auftrag nachhaltig erfüllen und setzt deshalb auf eine angemessene Balance zwischen ökologischem Handeln, gesellschaftlicher Verantwortung und wirtschaftlichem Erfolg. Das gilt nicht nur für unsere Tätigkeiten innerhalb der Schweiz, sondern auch bei der Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen aus dem Ausland.

In Ihren Händen halten Sie den Bericht Bekleidungsbeschaffung zum ersten Jahr der Mitgliedschaft bei der Fair Wear Foundation. Erfahren Sie, wie die Post Bekleidung beschafft und zusammen mit der Fair Wear Foundation und Better Work Lieferantenbetriebe kontrolliert und bei Bedarf Verbesserungsmaßnahmen einleitet. Mit diesem Bericht möchten wir Transparenz schaffen: Über die Kleiderbeschaffung und die Bedingungen vor Ort in den Fabriken. Marion Jülke und Secil Helg, unsere Verantwortlichen für die Kleiderbeschaffung der Post, erzählen auf den Seiten 8 und 9 von ihrer Arbeit: Sie erhalten Einblick in Begleitmassnahmen zur eigentlichen Beschaffung sowie in das weitere gesellschaftliche Engagement der Post.

Ich wünsche Ihnen interessante Erkenntnisse bei der Lektüre dieses Berichts. Schliesslich geht es bei der Kleiderproduktion um ein Thema, bei dem Transparenz noch längst keine Selbstverständlichkeit ist.

**Axel Butterweck**  
Leiter Konzerneinkauf

„ — Sozialverträglich produzierte Kleider für die Mitarbeitenden der Post sind für uns von hoher Priorität. Wir wollen nicht erst auf äusseren Druck reagieren, sondern mit gutem Beispiel vorangehen.“



### Die Fair Wear Foundation

Die weltweit tätige Fair Wear Foundation setzt sich für eine nachhaltige Bekleidungsproduktion ein. Im Multi-Stakeholder-Ansatz bringt sie Industrieverbände, Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen (NGO) als gleichberechtigte Partner zusammen, um Mindeststandards für die Angestellten durchzusetzen und Transparenz in der Bekleidungsindustrie zu fördern.

Lokale Organisationen spielen dabei eine besonders wichtige Rolle. Nebenamtliche Auditoren sind meist ortsansässige Fachexperten wie beispielsweise Ärzte und Juristen, die ausgebildet werden, um für die Fair Wear Foundation Produktionsbetriebe zu kontrollieren.

## Rückblick und Ausblick

Die Mitgliedschaft bei der Fair Wear Foundation führte im ersten Jahr zu einer professionellen Überprüfung der Lieferantenbetriebe in Osteuropa und Asien. Auch 2013 wird die Schweizerische Post ihre gesellschaftliche Verantwortung über die Schweizer Grenzen hinaus wahrnehmen.

2012

- Die Post informierte ihre Mitarbeitenden und Bekleidungslieferanten über die Mitgliedschaft bei der Fair Wear Foundation und publizierte die Mitteilung auf der Website [www.post.ch](http://www.post.ch).
- Für den Beitritt zur Fair Wear Foundation erhielt die Post den Schweizer Ethikpreis 2012. → [Seite 11](#)
- Alle Hersteller wurden über den Beitritt zur Fair Wear Foundation und die damit verbundenen neuen Arbeitsrichtlinien des «Code of Labour Practices» → [Seite 4](#) informiert.
- Die Post stellte der Fair Wear Foundation alle Berichte der bisherigen Betriebsprüfungen zur Verfügung und setzte damit Prioritäten für die neuen Fair-Wear-Foundation-Audits.
- Statt der vier geplanten Audits führten verschiedene Organisationen 2012 13 Audits durch: Eine Prüfung erfolgte durch Better Work, zwei durch den unabhängigen Qualitätsprüfer ULSTR, drei durch die Post und sieben durch die Fair Wear Foundation. Das Kaufvolumen bei den 13 geprüften Firmen betrug innerhalb des ersten Mitgliedschaftsjahres mehr als 80 Prozent des gesamten Einkaufsvolumens für Bekleidung.
- Ziel für 2013 ist es, die Richtlinien und Methoden der Fair Wear Foundation weiter zu implementieren und Korrekturmassnahmen umzusetzen, die während der Audits mit Lieferbetrieben vereinbart wurden.
- Zehn bereits geprüfte Produzenten wird die Post im Jahr 2013 nochmals kontrollieren lassen, um festzustellen, ob sie die zugesicherten Verbesserungen umgesetzt haben.

2014

## Training

Um das Verantwortungsbewusstsein bei allen Beteiligten zu stärken, setzt die Post auf Weiterbildung und Training.

### Massnahmen Produzenten

Die Post informierte das Management in den Fabriken schriftlich über den Beitritt der Post zur Fair Wear Foundation. Aufgrund der Audit-ergebnisse erstellt die Post Massnahmenpläne (Corrective Action Plans) nach den Bedürfnissen der einzelnen Lieferanten: Für 2013 sind Trainings beispielsweise zur Prozessverbesserung in der Produktion oder zu Corporate Social Responsibility geplant. Diese Trainings werden von der Fair Wear Foundation durchgeführt und von der Post finanziert. Die Auditoren von Better Work führen regelmässig Gespräche über die Erwartungen an Produktqualität, Kundenzufriedenheit und die Einhaltung der Menschenrechte.

Die Mitarbeitenden in den Produktionsstätten erfahren über einen Aushang in ihrer Landessprache am Informationsbrett über die Mitgliedschaft der Post zur Fair Wear Foundation. Sie werden mit den ausgehängten Arbeitsrichtlinien über ihre Rechte in Kenntnis gesetzt. Die Produzenten informieren Mitarbeitende, die weder lesen noch schreiben können, mündlich. Zusätzlich finden die Mitarbeitenden auf dem Aushang einen Kontakt der Fair Wear Foundation, an den sie sich im Falle einer Beschwerde wenden können.

Better Work hat für die Mitarbeitenden Zeichentrickfilme produzieren lassen, mit denen ihnen die Themen Arbeitsplatzsicherheit und Unfallverhütung auf unterhaltsame Art nähergebracht werden.

### Interne Massnahmen Post

Zwei Mitarbeiterinnen des Konzerneinkaufs sind verantwortlich für den Einkauf der gesamten Postbekleidung und für das Projekt Fair Wear Foundation. Die beiden Verantwortlichen haben langjährige Erfahrungen mit internen und externen Audits. Beide Mitarbeiterinnen bilden sich laufend mit Fachliteratur und beim Austausch mit Spezialisten weiter.

«Mit Planet Post lanciert die Post ein konzernweites Sensibilisierungsprogramm zum Thema Nachhaltigkeit. Dabei wird die faire Beschaffung ein zentrales Thema sein», sagt Nathalie Hürlimann, Projektleiterin Nachhaltigkeit. Die Post plant verschiedene Publikationen in den internen Postmedien sowie ein Schulungsmodul, dessen Inhalte von der Fair Wear Foundation zur Verfügung gestellt werden.



1 – Die Post organisiert Schulungen auch zum Thema faire Bekleidungsbeschaffung.

2 – Secil Helg führt für die Post Audits durch und berät die Firmen vor Ort. © Philipp Zinniker

## Code of Labour Practices der Fair Wear Foundation

Bereits 2006 hat die Post einen Sozial- und Ethikkodex für alle Lieferanten eingeführt. Für die Bekleidungsbeschaffung hält sich die Post an die Arbeitsrichtlinien der Fair Wear Foundation, auf denen auch die Produzentenaudits basieren. Dieser Kodex ist in der jeweiligen Landessprache in den Fabriken ausgehängt.

Die Fair Wear Foundation hat zum Ziel, die Arbeitsbedingungen in der Konfektionierung zu verbessern. Firmen, die Mitglied der Fair Wear Foundation sind, verpflichten sich, nur mit genähten Produkten zu handeln, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden. Die Fair Wear Foundation verlangt deshalb, dass die Betriebe den folgenden Verhaltenskodex einhalten:



### 1. Das Beschäftigungsverhältnis ist freiwillig

Es darf keine Zwangsarbeit geben.

### 2. Keine Diskriminierung bei der Beschäftigung

Der Arbeitgeber soll alle Angestellten gleich behandeln, unabhängig von Rasse, Hautfarbe, Geschlecht, Religion, politischer Anbindung, Gewerkschaftsmitgliedschaft, Nationalität, sozialer Herkunft, Schwächen oder Behinderungen.

### 3. Keine Ausbeutung von Kindern

Es darf keine Kinderarbeit geben. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer dürfen nicht eingestellt werden, bis sie aus dem schulpflichtigen Alter und mindestens 15 Jahre alt sind. Jugendliche zwischen 15 und 18 Jahren dürfen keine Arbeit verrichten, die ihre Gesundheit und Sicherheit gefährden kann. Sie dürfen zum Beispiel keine Nachtarbeit und keine überlangen Arbeitseinsätze leisten.

### 4. Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen

Die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer haben das Recht, als Gruppe mit ihrem Arbeitgeber zu verhandeln («Kollektivverhandlungen»). Der Arbeitgeber darf Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, die ihre Meinung und ihre Wünsche äussern, nicht bestrafen. Alle Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer haben das Recht, Gewerkschaften ihrer Wahl beizutreten oder zu gründen («Vereinigungsfreiheit»). Wenn das Recht der Vereinigungsfreiheit und der Kollektivverhandlungen gesetzlich beschränkt ist, darf

der Arbeitgeber andere Formen der Kollektivverhandlungen und der Arbeiterorganisation nicht behindern. Arbeitnehmervertreterinnen und -vertreter dürfen nicht diskriminiert werden und müssen Zugang zu allen Arbeitsplätzen haben, wenn es notwendig ist, um ihre Aufgabe erfüllen zu können.

### 5. Zahlung eines «existenzsichernden Erwerbseinkommens»

Die Löhne müssen zumindest dem gesetzlichen Minimum entsprechen (wenn dieses festgelegt wurde). Die Löhne für eine normale Arbeitswoche sollen stets ausreichen, um die Grundbedürfnisse der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und ihrer Familien zu befriedigen sowie darüber hinaus ein bestimmtes, frei verfügbares Einkommen zu erhalten. Lohnabzüge, die nicht von den Gesetzen des Landes vorgesehen sind, sind nicht erlaubt. Die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sollen über die Berechnung ihres Lohns informiert werden, einschliesslich der Lohnstarife, Zahlungsfristen und Lohnabzüge. Sie sollen eine Lohnabrechnung erhalten, die diese Angaben enthält.

### 6. Keine überlangen Arbeitseinsätze

Die Arbeitszeiten müssen den gesetzlichen Vorschriften entsprechen. Auf keinen Fall darf von den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer verlangt werden, dass sie regelmässig mehr als 48 Stunden pro Woche arbeiten. Innerhalb eines Zeitraums von 7 Tagen müssen sie mindestens einen Tag frei haben. Überstunden sollen freiwillig sein, und die Arbeitszeit inklusive der Überstunden darf nicht mehr als 60 Stunden

pro Woche betragen. Überstunden dürfen nicht regelmässig verlangt werden und müssen immer mit einer Mehrarbeitszulage zum Lohn kompensiert werden, in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorgaben.

### 7. Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz

Der Arbeitgeber muss für eine sichere und hygienische Arbeitsumgebung sorgen. Der Arbeitgeber soll Schutzausrüstungen zur Verfügung stellen, wenn es notwendig ist, und die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer schulen, wie diese zu benutzen sind. Der Arbeitgeber soll ausserdem Massnahmen ergreifen, um Unfälle zu vermeiden und Gesundheitsgefahren zu vermindern. Körperliche Misshandlung, deren Androhung, unübliche Strafen oder Disziplinar-massnahmen, sexuelle und andere Belästigungen sowie Einschüchterungen durch den Arbeitgeber sind streng verboten.

### 8. Rechtsverbindliches Beschäftigungsverhältnis

Jede und jeder Arbeitende soll einen schriftlichen Arbeitsvertrag bekommen und alle arbeits- und sozialrechtlichen Verpflichtungen gegenüber den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sollen übernommen werden.

→ [www.post.ch/ethikkodex](http://www.post.ch/ethikkodex)  
→ [www.post.ch/fairwear-code](http://www.post.ch/fairwear-code)



## Auditprogramm

Jährlich werden an 24 Fabrikstandorten 300 000 Kleidungsstücke in 80 verschiedenen Modellen produziert – eine Herausforderung nicht nur für die Beschaffung und Logistik, sondern auch für die Überwachung der Sozialstandards.

### Ziele übertroffen

Die Post hat sich verpflichtet, im ersten Jahr 40 Prozent ihrer Produzenten zu auditieren. 2012 führte die Post 13 Audits durch und übertrifft damit die Anforderung der Fair Wear Foundation bei Weitem, weil die auditierten Produzenten zusammen mehr als 80 Prozent des gesamten Bekleidungs- Einkaufsvolumens ausmachen.

### Alle Hersteller auditiert

Bereits vor dem Beitritt zur Fair Wear Foundation auditierte die Post alle Lieferanten in Risikoländern. Einige dieser Hersteller waren zudem bereits durch die Fair Wear Foundation geprüft. Statt der vier geplanten Audits für 2012, führte die Post 13 Audits durch. Sieben Prüfungen erfolgten durch die Fair Wear Foundation und drei durch die Post, die ebenfalls nach den Richtlinien der Fair Wear Foundation prüft. In allen Risikoländern, die nicht durch die Fair-Wear-Foundation-Audits abgedeckt werden können, wird die Einhaltung des Sozial- und Ethikkodex der Post durch Better Work (ILO) oder durch die Verifizierungsfirma Testing and Inspection AG (UL STR) geprüft.

### Klare Richtlinien bei Verstössen

Ist ein Fabrikant nicht gewillt, die Standards der Fair Wear Foundation zu akzeptieren, oder zeigt eine Betriebsprüfung grobe Verletzungen der Arbeitsrichtlinien, verzichtet die Post auf eine Zusammenarbeit. Bestehenden Lieferanten gewährt die Post jedoch eine Frist von einem Jahr, um die Arbeitsbedingungen zu verbessern.

### Resultate und Verbesserungsmassnahmen

Die Post stellte bei den durchgeführten Audits in sechs verschiedenen Ländern Nichteinhaltungen fest. In der Hälfte der Fälle wurde bereits ein Verbesserungsprozess gestartet. Da sich die Post noch im ersten Jahr des Beitritts zur Fair Wear Foundation befindet, konnten noch keine Verbesserungsprozesse abgeschlossen werden. Wird während eines Fair-Wear-Foundation-Audits eine Nichteinhaltung festgestellt, sucht die Post mit dem Hersteller nach möglichen Verbesserungsmassnahmen. Ziel ist es, diese innert sechs Monaten umzusetzen. Anschliessend prüft die Fair Wear Foundation in einem Kontrollaudit, ob sich die Situation verbessert hat.



### Beschaffungsstrategie

Beim Einkauf von Bekleidung geht es der Post darum, ihre Mitarbeitenden zweckmässig, ansprechend und einheitlich einzukleiden. Langfristige Beziehungen zu den Lieferanten sind wichtig, um Bekleidung sozialverträglich produzieren zu können.



### Kernwerte der Beschaffungsstrategie

Vertrauen: langfristige Beziehungen zu den Produzenten

Sozialverträglich: Zustimmung der Hersteller zum Sozial- und Ethikkodex der Post und zum «Code of Labour Practices» der Fair Wear Foundation

«Local to local sourcing»: Rohstoffe aus der Produktionsregion

Dual: pro Produktgruppe je ein Lieferant in Asien und in Europa

Wirtschaftlich: bestes Angebots-Qualitäts-Verhältnis

Lange Lebensdauer: hohe Qualität der Kleidungsstücke



### Beschwerdemanagement

Die Fair Wear Foundation hängt bei jedem Hersteller ihrer Mitglieder ihre Kontaktdaten inklusive Telefonnummer und E-Mail-Adresse für Beschwerden aus. Entsprechen die Arbeitsbedingungen nicht den Vorgaben der Fair Wear Foundation, können sich Angestellte, involvierte Dritte oder Nichtregierungsorganisationen (NGO) an diese unabhängige Instanz wenden. Sie leitet die Beschwerde anonymisiert an die Fair Wear Foundation weiter. Die Fair Wear Foundation prüft die Beschwerde und übermittelt sie an die Post, die wiederum Verbesserungsmassnahmen im betroffenen Produktionsbetrieb einleitet. Nach erfolgreicher Umsetzung der Verbesserungen wird der Beschwerdefall auf der Website [www.fairwear.org](http://www.fairwear.org) veröffentlicht. Der Hersteller wird dabei nicht genannt. Bislang gab es keine Beschwerden in den Fabriken, in denen die Post produziert.

### Beschwerdeablauf





Marion Jülke  
Projekteinkäuferin  
Bekleidung



## Fair und ökologisch produzieren, dafür setzen wir uns ein.

**INTERVIEW**  
Marion Jülke und  
Secil Helg  
© Philipp Zinniker

Im Konzerneinkauf der Post sind zwei Projekteinkäuferinnen für die Bekleidungsbeschaffung zuständig: Marion Jülke studierte Bekleidungstechnik und Wirtschaftsingenieurwesen und hat langjährige Erfahrung in der Bekleidungsbranche. Secil Helg ist Bekleidungstechnikerin mit einer Weiterbildung im Qualitätsmanagement und hat zwölf Jahre in Asien gearbeitet. 2013 beginnt sie eine Weiterbildung im Bereich Corporate Social Responsibility.

### Welches sind die grössten Herausforderungen bei der Bekleidungsbeschaffung?

MJ: Die Mitarbeitenden sollen ihre Kleider gerne tragen. Doch diese müssen nicht nur praktisch sein, sie müssen auch bei Wind und Wetter funktionieren und die Post einheitlich repräsentieren. Wir haben es mit sehr unterschiedlichen Körperformen und mit über 100 Nationalitäten zu tun, die alle eigene Vorlieben haben. Alle mit demselben Hosenmodell zufriedenzustellen, ist unsere grösste Herausforderung.

### Welche Hürden begegnen Ihnen bei den Produzenten vor Ort?

MJ: Die kulturellen Unterschiede. Wir müssen eine gemeinsame Sprache finden. Nicht Englisch oder Französisch, das wäre noch einfach. Nein, wir müssen ein gemeinsames Verständnis für die Produktion und unsere Qualitätsanforderungen entwickeln. Je weiter entfernt die Produktion ist, umso schwieriger wird es.

### Frau Helg, Sie haben lange im asiatischen Raum gearbeitet. Weshalb?

SH: Ich wollte wissen, was es heisst, dort zu arbeiten, so wenig zu verdienen und trotzdem zu überleben. Mein erster Lohn betrug damals 165 Franken und für die Miete musste ich 150 Franken zahlen. Überlebt habe ich nur dank Ersparnissen.

### Warum produziert die Post ihre Bekleidung nicht in der Schweiz?

SH: In den 90er-Jahren verlegte die schweizerische Bekleidungsindustrie ihre Produktionen ins Ausland. Heute gibt es in der Schweiz nur noch einige kleine Hersteller, die nicht genügend Kapazitäten für die hohen Stückzahlen der Post haben.

### Sie führen auch Tests durch. Was genau wird getestet?

SH: Bevor die Kleidung produziert wird, testen wir alle Stoffe, ausser diejenigen mit bluesign®-Zertifikat, jedes Jahr aufs Neue: Mit mechanischen und physikalischen Tests prüfen wir die Farbechtheit sowie die Reiss- und Abriebfestigkeit und mit Regentests die Wasserundurchlässigkeit. Mit Azo-Tests prüfen wir die Materialien auf Schadstoffe, damit sie keine Allergien auslösen. Diese Tests kosten die Post etwa 60 000 Franken pro Jahr.

### Warum ist die Post der Fair Wear Foundation beigetreten?

MJ: Es ist uns ein Anliegen, genau zu wissen wo und wie wir produzieren. Die Post hat selbst Audits durchgeführt und wollte diesen Prozess professionalisieren und legitimieren. Mit der Fair Wear Foundation haben wir eine unabhängige und glaubwürdige Partnerin gefunden.

### Wann ist eine Beschäftigung sozialverträglich?

SH: Wenn die Angestellten in den Fabriken unter menschenwürdigen Bedingungen arbeiten und ihre Grundrechte respektiert werden. Wichtig sind ein angemessener Lohn und eine Sozialversicherung. Arbeitende sollen mit ihrem Lohn in der Lage sein, für sich und ihre Familie drei Mahlzeiten zu finanzieren, die Kinder in die Schule zu schicken, sich angemessen zu kleiden und ein Dach über dem Kopf zu haben. Dieser existenzsichernde Lohn liegt in der Regel leider meist über dem gesetzlichen Mindestlohn.

### Wie steht es um Arbeitssicherheit? Lassen die Produzenten da mit sich reden?

SH: Das klappt meist gut – aber es wird auch

schnell wieder vergessen. Wir müssen immer wieder nachhaken. Denn sonst stehen die Stoffrollen doch wieder vor dem Notausgang und Schutzvorrichtungen an den Maschinen oder Feuerlöscher fehlen. Das tönt nach Kleinigkeiten, aber sollte es brennen, retten diese Vorschriften Leben.

### Beachtet die Post auch ökologische Kriterien beim Kleidereinkauf?

MJ: Der Sozial- und Ethikkodex der Post stellt Anforderungen an das Umweltmanagement des Lieferanten: Unter anderem sind die am Herstellungsort geltenden Umweltgesetze und -vorschriften einzuhalten. Seit 14 Jahren sind alle Stofflieferanten der Post nach Oeko-Tex® Standard 100 zertifiziert. Zusätzlich haben immer mehr Stoffhersteller das bluesign®-Zertifikat.

SH: Wir beschaffen seit vielen Jahren lokal. Das heisst, wir kaufen die Stoffe dort, wo sie auch weiterverarbeitet werden, und schicken sie nicht um die halbe Welt. Die maximale Entfernung beträgt 2000 Kilometer. Kommt der Stoff aus der Schweiz, wird er in Osteuropa verarbeitet. So verkürzen wir Lieferzeiten, verringern den administrativen Aufwand und schonen durch CO<sub>2</sub>-Reduktion das Klima.

### Ist auch der Klimaschutz ein Thema?

MJ: Wo immer möglich, achten wir auf den Klimaschutz. Für die Produktion eines T-Shirts aus 100 Prozent Baumwolle braucht es 15 000 Liter Wasser. Deshalb verwenden wir ressourcenschonende Materialzusammensetzungen.

SH: Wir achten auf Funktionalität und innovative, umweltschonende Materialien. Wir verwenden auch Stoffe, die aus rezyklierten PET-Flaschen produziert werden.



## Wir leisten mit unserer Arbeit auch Entwicklungshilfe.

Secil Helg  
Projekteinkäuferin Bekleidung

Hohe Qualitätsstandards bei der Post-Bekleidung



Fair Wear Foundation:  
Fair produzierte Kleidung



bluesign®:  
Hohe Umwelt-,  
Gesundheits- und  
Sicherheitsstandards



Oeko-Tex® Standard 100:  
Umfassende  
Schadstoffprüfungen

## Aktive Kommunikation schafft Transparenz

Mit der Kommunikation zur Fair Wear Foundation will die Post Transparenz schaffen und die Öffentlichkeit über ihr nachhaltiges Handeln informieren. Dies betrifft interne und externe Massnahmen.

Für die interne und externe Kommunikation der Mitgliedschaft bei der Fair Wear Foundation unterstützt die Abteilung Nachhaltigkeit, die in der Kommunikationsabteilung angesiedelt ist, die Abteilung Einkauf. Zwischen den Zuständigen im Einkauf und der Nachhaltigkeit finden regelmässig Informationsmeetings statt. Die internen und externen Kommunikationsmassnahmen werden von der Abteilung Nachhaltigkeit angeregt und gemäss dem internen Kommunikationsvorgehen der Post geplant und umgesetzt.

### Interne Kommunikationsmassnahmen

Das Management und die Mitarbeitenden wurden über den Beitritt zur Fair Wear Foundation und die Auszeichnung mit dem Ethikpreis mit je einer Mitteilung im Intranet informiert. Zwei Artikel in der Personalzeitung «Die Post» erläuterten die damit verbundenen Verpflichtungen der Post zu strengeren Kontrollen von Sozialstandards bei ihren Bekleidungslieferanten.

### Externe Kommunikationsmassnahmen

Kunden und Öffentlichkeit wurden durch folgende Massnahmen informiert:

- Artikel in der Kundenzeitung «magazin» im September 2012
- Medienmitteilung an die relevanten Schweizer Medien
- Positionspapier zur gesellschaftlichen Verantwortung auf der Website [www.post.ch](http://www.post.ch)
- Artikel im Geschäftsbericht 2012
- Fachvorträge zur Nachhaltigkeit der Post

### Ausblick

Sobald genügend Audits mit der Fair Wear Foundation durchgeführt sind, wird das Logo der Fair Wear Foundation auf den Anhängerschildern an der Kleidung angebracht. Zudem soll im Bekleidungsbestellschreiben an die Mitarbeitenden die Fair-Wear-Foundation-Mitgliedschaft erwähnt werden. Der nächste Bericht Bekleidungsbeschaffung 2013 wird weitere interne und externe Massnahmen aufzeigen.



1 - Die Personalzeitung «Die Post» wird monatlich in einer Auflage von 75 000 Exemplaren in drei Landessprachen gedruckt.

2 - In der Kundenzeitung «magazin» veröffentlicht die Post im September 2012 einen Artikel zu ihrem Beitritt zur Fair Wear Foundation.

## Eine ausgezeichnete Zusammenarbeit

Das Engagement der Post für fair produzierte Arbeitskleidung ist 2012 mit dem Schweizer Ethikpreis honoriert worden.

Um die Herstellungsbedingungen ihrer Kleidung besser kontrollieren zu können, hat die Post sich im Juni 2012 entschlossen, mit der weltweit tätigen, unabhängigen Zertifizierungsstelle Fair Wear Foundation zusammenzuarbeiten – als erstes öffentliches Grossunternehmen der Schweiz. Für diesen Entscheid hat die Post den Schweizer Ethikpreis 2012 erhalten.

Die Jury honoriert die Mitgliedschaft der Post bei der Fair Wear Foundation, weil sie sich damit noch stärker als bisher verpflichtet, ihre Bekleidungslieferanten zu kontrollieren und für eine nachhaltige Implementierung von sozial verantwortlichen Arbeitsbedingungen an den Produktionsstandorten in Osteuropa und Asien zu sorgen. Die achtköpfige Jury, bestehend aus Persönlichkeiten aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Nichtregierungsorganisationen begründete die Wahl aber auch damit, dass mit dem Projekt die Post ihr gesamtes Personal auf das Thema der Nachhaltigkeit aufmerksam macht – nicht nur die Mitarbeitenden, die Postbekleidung tragen.

Der Schweizer Ethikpreis wurde 2005 von der Fachhochschule für Ingenieurwesen und Management des Kantons Waadt in Yverdon-les-Bains lanciert. Mit dem Preis werden jährlich drei Unternehmen oder öffentliche Organisationen ausgezeichnet, die sich für Ethik, nachhaltige Entwicklung oder gesellschaftliche Verantwortung besonders eingesetzt haben. Er soll auch andere Unternehmen und Organisationen dazu bewegen, vermehrt in diese Bereiche zu investieren.



1 - Die drei Preisträger des Schweizer Ethikpreises 2012: Die Schweizerische Post, der Verein la libellule und das Unternehmen Ou bien?! (v.l.n.r.)  
© Daniel Hauri

2 - Der Ethikpreis der Schweizerischen Post  
© Philipp Zinniker

## Die Post trägt **gesellschaftliche Verantwortung**

Mit zahlreichen Massnahmen im In- und Ausland will die Post bei der gesellschaftlichen Verantwortung eine führende Rolle übernehmen.



### Management der Vielfalt

Mit ihrem Management der Vielfalt fördert die Post die Zusammenarbeit von Menschen aus den unterschiedlichen Sprachregionen und Kulturkreisen, die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit sowie die Integration von Menschen mit Behinderungen.

Der Konzerneinkauf verlangt von seinen Lieferanten die Einhaltung des Sozial- und Ethikodex und setzt sich so auch ausserhalb der eigenen Organisation für soziale und ökologische Standards ein. Lieferanten verpflichten sich damit beispielsweise, die Chancengleichheit zu fördern. Intern geht die Post mit gutem Beispiel voran: Die Konzernleitung hat die sieben Grundsätze der UNO zur Stärkung der Frauen in Unternehmen unterzeichnet. Dazu gehören die Etablierung einer gleichstellungsfreundlichen Führungskultur, die Förderung der Ausbildung und beruflichen Entwicklung von Frauen und die Respektierung ihrer Würde bei Marketingmassnahmen.

### Personalpolitik

Generell betreibt die Post eine fortschrittliche Personalpolitik, führt einen offenen Dialog mit ihren Sozialpartnern und bietet ihren Mitarbeitenden Möglichkeiten für eine flexible Pensionierung. Gleichzeitig setzt sie auf Berufsbildung, Weiterbildung und Nachwuchsförderung. Mit einem vielseitigen Lehrstellenangebot ermöglichte sie 2012 rund 750 Jugendlichen den Einstieg in die Berufswelt. Die Post bietet im ländlichen Raum und in den Berggebieten über 20 600 Arbeitsplätze an und nimmt so auch ihre regionalpolitische Verantwortung wahr.

### Klimaschutz

Als grösstes Transport- und Logistikunternehmen der Schweiz betreibt die Post ein energieintensives Geschäft. Deshalb verfolgt sie eine Nachhaltigkeitsstrategie mit Fokus Klimaschutz. Die Post reduziert ihren Energieverbrauch so weit wie möglich und verfolgt ein konkretes CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel: Bis Ende 2013 will sie ihren jährlichen CO<sub>2</sub>-Ausstoss um 15 000 Tonnen

reduzieren. Sie realisiert dazu unter anderem folgende Massnahmen:

- Schulung des Fahrpersonals in Eco-Drive-Fahrtechnik
- Ersatz von 7500 Benzinrollern durch Elektroroller bis 2016
- Förderung effizienter Haustechniksysteme und Neubauten im Minergiestandard
- maximale Auslastung der Transporte durch Optimierungsprogramme

Ihren Strom bezieht die Post zu 100 Prozent aus inländischen, erneuerbaren Energiequellen, und die 150 Gasfahrzeuge sind ausschliesslich mit Biogas unterwegs. Seit April 2012 kompensiert die Post die CO<sub>2</sub>-Emissionen des gesamten inländischen Briefverkehrs und unterstützt dadurch Klimaschutzprojekte.

### PARTNERSCHAFTEN

Die Post ist weltweit mit Partnern vernetzt, die sich für Nachhaltigkeit in Sachen Umwelt, Klima, Wirtschaft und Gesellschaft engagieren. Sie beteiligt sich an Initiativen und arbeitet mit gemeinnützigen Organisationen, Stiftungen und Vereinen zusammen.



Die Post führt ihr 2009 lanciertes Engagement in der WWF Climate Group seit Januar 2013 bei den WWF Climate Savers fort und verpflichtet sich, substantiell zum Klimaschutz beizutragen. Im Einklang mit ihrer Nachhaltigkeitsstrategie mit Fokus Klimaschutz bietet die Post klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen an, fördert den Einsatz von Fahrzeugen mit alternativen Antriebstechnologien und setzt weitere Massnahmen zur Reduktion der Treibhausgasemissionen um.



Die Post beteiligt sich an den Initiativen von PostEurop und der International Post Corporation (IPC). Gemeinsam werden internationale Standards für die Branche festgelegt, um den CO<sub>2</sub>-Ausstoss postalischer Dienstleistungen zu verringern. Bis 2020 möchte die internationale Postbranche ihren CO<sub>2</sub>-Ausstoss um mindestens 20 Prozent gegenüber 2008 reduzieren.



PostAuto hat die UITP-Nachhaltigkeitscharta unterzeichnet, die folgende Ziele umfasst: Reduktion von Umweltbelastung und CO<sub>2</sub>-Ausstoss, Umsetzung sozialer Gerechtigkeit und Förderung ökonomisch nachhaltiger Transportsysteme.



Die Post fördert Postorganisationen in Entwicklungsländern direkt oder in enger Zusammenarbeit mit dem Weltpostverein.



Die Post unterstützt die Stiftungen Pro Patria und Pro Juventute bei der Gestaltung und dem Verkauf ihrer Briefmarken. Die Zuschläge setzt Pro Patria vor allem für Kulturprojekte ein. Pro Juventute engagiert sich für die Bedürfnisse und Rechte von Kindern und Jugendlichen in der Schweiz.



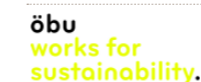
Die Personalrestaurants der Post schenken ausschliesslich Kaffee mit dem Fairtrade-Max-Havelaar-Label aus und führen weitere Fairtrade-zertifizierte Produkte. Dank Fairtrade Max Havelaar können die Kleinbauern ihren Kaffee zu gerechten Bedingungen verkaufen und dadurch ihre Lebensbedingungen aus eigener Kraft verbessern.



Als Mitglied beim Verein für umweltgerechte Energie (VUE) unterstützt die Post die Förderung neuer erneuerbarer Energien und ökologischer Energieprodukte.



Green Freight Europe ist eine freiwillige unabhängige Initiative mit dem Ziel, klimafreundlichere Leistungen im europäischen Strassentransport zu erreichen. Dank erhöhter Transparenz beim Reporting von Treibhausgasemissionen können Verbesserungspotenziale identifiziert werden.



Mit der Mitgliedschaft im Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften (öbu) beteiligt sich die Post an einem Thinktank, in dem Umwelt-, Sozial- und Managementthemen diskutiert werden. Die öbu realisiert Projekte in Wirtschaft und Politik und fördert den Erfahrungsaustausch zwischen den Mitgliedern.



Die Post unterstützt die Koordination verschiedener Aktivitäten des Kongresses des Schweizer Forums Elektromobilität, die zu einer effizienten, nutzerfreundlichen und umweltgerechten Elektrifizierung des Strassenverkehrs in der Schweiz führen sollen.



Herausgeberin  
Die Schweizerische Post  
Viktoriastrasse 21  
Postfach  
3030 Bern  
Schweiz

[post@nachhaltigkeit.ch](mailto:post@nachhaltigkeit.ch)

[www.post.ch](http://www.post.ch)

**DIE POST** 