

# Geschäftspartner

Für die Bereitstellung von nachhaltigen Sortimenten setzen wir auch auf unsere Geschäftspartner. Ökobilanzen zeigen Verbesserungspotenziale auf. International anerkannte soziale und ökologische Standards ermöglichen eine effiziente Umsetzung. Dabei gehen wir risikobasiert und schrittweise vor.

## ANFORDERUNGEN AN DIE BESCHAFFUNG

### **Ökologische und soziale Labels mit hohen Ansprüchen**

Der weltweite Handel ermöglicht den Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz ein breites Warenangebot zu günstigen Preisen. Mehr Beschaffungsmöglichkeiten und komplexer werdende Warenketten fordern Coop jedoch heraus. Ein hoher Einsatz ist nötig, um Transparenz und Rückverfolgbarkeit, hohe Qualität sowie ökologische und soziale Produktionsbedingungen sicherzustellen. Für das vielfältige Sortiment ihrer Eigenmarken übernimmt Coop eine besondere Verantwortung. An erster Stelle stehen die sozial und ökologisch profilierten Kompetenzmarken, die höchste Ansprüche an Ökologie und fairen Handel erfüllen. Ihr Umsatzanteil beträgt gut 12 %. Sie erreichen in einzelnen Produktbereichen sogar einen Anteil von über 90 %.

### **Kleinerer Fussabdruck dank biologischer Produkte und Coop Fonds für Nachhaltigkeit**

Der ökologische Fussabdruck unseres Konsumverhaltens ist in der Schweiz fast zweieinhalbmal so gross wie er sein sollte, damit auch die nachkommenden Generationen in einer intakten Umwelt leben können. Die Produktion von Nahrungsmitteln macht rund einen Drittel des gesamten ökologischen Fussabdrucks aus. Zu dessen Verringerung leistet Coop mit ihrem Engagement für die Förderung des biologischen Landbaus seit Beginn der 1990er Jahre einen sehr wichtigen Beitrag. Um den ökologischen Fussabdruck weiter zu verringern, unterstützt Coop über den Coop Fonds für Nachhaltigkeit unter anderem Forschungsprojekte am Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL). Die Forschungsergebnisse tragen konkret dazu bei, das Sortiment an biologischen Produkten in den Coop Verkaufsstellen zu erweitern. Die Ergebnisse der Studien werden auch von den Produzenten im Ausland

genutzt, was wiederum die weltweite Verbreitung nachhaltiger Produktionsmethoden ermöglicht.  
>> [www.fibl.org](http://www.fibl.org)

#### **Vorzeigeprojekt Naturaline:**

##### **Durch gemeinsames Engagement zum Ziel**

Um nachhaltige Produkte anbieten zu können, müssen zuerst die nötigen Produktionsketten geschaffen werden. Zum nachhaltigen Erfolg führen hier nur langfristige Anstrengungen vonseiten aller Beteiligten. Als Vorzeigeprojekt bei Coop gilt der Entstehungsprozess der biologischen, fair gehandelten Baumwolltextilien unter dem Label Coop Naturaline. Nach und nach konnte Coop mit ihrem Geschäftspartner Remei AG die Anbaubedingungen für die rund 10 300 Bio-Bauern und ihre Familien in Maikaal (Indien) und in Meatu (Tansania) verbessern. Im Jahr 2008 bot Coop erstmals 80 000 T-Shirts an, die CO<sub>2</sub>-neutral hergestellt wurden. Der CO<sub>2</sub>-Ausstoss in der gesamten Produktionskette wurde möglichst gering gehalten und kompensiert.

#### **Max Havelaar:**

##### **Einsatz für fairen Handel trägt Früchte**

Das Max Havelaar-Gütesiegel steht für fairen Handel. Im Zentrum stehen langfristige Handelsbeziehungen, kostendeckende festgelegte Mindestpreise für die Produzenten, Fairtrade-Prämien für die Verbesserung der Lebens- und Produktionsumstände und die Erfüllung strenger sozialer Standards. Die Stiftung überprüft regelmässig im internationalen Verbund die Einhaltung der Fairtrade-Standards entlang der gesamten Handelskette. Coop ist mit 135 Millionen Franken Umsatz mit Abstand die grösste Lizenznehmerin der Max Havelaar-Stiftung und gehört zu den führenden Vermarktern von Fairtrade-Produkten.

>> [www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch)

#### **Faire Beschaffung am Beispiel Ananas**

Das Beispiel der Ananas aus Ghana zeigt exemplarisch auf, wie wichtig fairer Handel für die Menschen in Entwicklungsländern ist. Insgesamt flossen dank der Verkäufe bei Coop seit Dezember 2002 bis Ende 2008 rund 190 000 US-Dollar für Fairtrade-Projekte nach Ghana. Für die gerechte Verteilung der Fairtrade-Gelder sorgt ein von den Arbeiterinnen und Arbeitern gewähltes Gremium. Im Vordergrund stehen medizinische Versorgung, Wasserprojekte und Bildung. Es entstanden ein Frischwasserbrunnen und WC-Anlagen mit fliessendem Wasser und Klärbecken. Dies ist für die Menschen im Kampf gegen drohende Krankheiten ein sehr grosser Fortschritt. Seit Coop Max Havelaar-Ananas aus dieser Gegend bezieht, hat das Leben für die Angestellten, ihre Familien und ihre Dörfer eine neue Qualität. Damit das so bleibt, ist es wichtig, dass sich die Konsumenten bewusst für Max Havelaar-Produkte entscheiden. Hier leistet Coop einen wichtigen Beitrag mit umfassenden Kommunikationsmassnahmen.

#### **Ökologische und soziale Mindestanforderungen auch im Standard-Eigenmarkensortiment**

Bereits 2002 hat Coop die Richtlinie für eine sozial-ethische und ökologische Beschaffung verabschiedet. Diese ist 2008 vor allem im Bereich ökologische Anforderungen präzisiert worden und gilt neu für die ganze Coop-Gruppe inklusive der internen Beschaffung und den Formaten Toptip und Interdiscount. Die Richtlinie ist Teil der Coop Qualitätsvereinbarung, die von allen Geschäftspartnern unterzeichnet werden muss. Neue Lieferanten aus Risikoländern müssen zusätzlich zwingend den Code of Conduct der «Business Social Compliance Initiative» unterzeichnen. Bestehende Lieferanten werden schrittweise und risikobasiert auditiert. Die Herausforderung besteht darin, trotz Preisdruck solide und langfristige Beziehungen mit den Geschäftspartnern zu entwickeln, denn die Um-

setzung von Standards sowie das Beheben der in den Audits festgestellten Mängel bedarf teilweise grosser Investitionen und zusätzlicher Kosten. Diese fallen beispielsweise für Lüftungen oder Ventilatoren, höhere Löhne bei Überstunden, adäquate Schlaf- und Aufenthaltsräume oder ein verbessertes Management an.

## UMSETZUNG VON STANDARDS

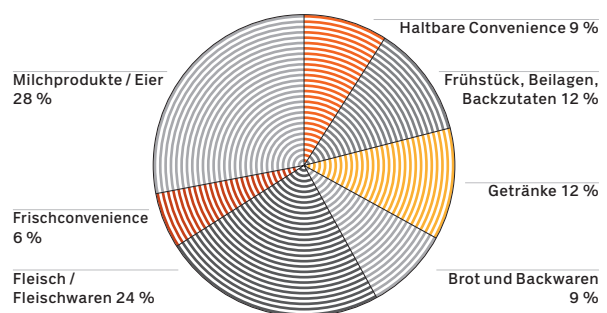
### Mehr Durchsetzungskraft dank Eurogroup und Coopernic

Coop engagiert sich bei der Erarbeitung von Nachhaltigkeitsstandards und setzt sich für deren glaubwürdige Umsetzung ein. Doch Coop ist im internationalen Vergleich ein relativ kleines Handelsunternehmen. Sie hat nur beschränkte Möglichkeiten, die Einhaltung der Richtlinien bei den Lieferanten einzufordern. Hier spielt die gemeinsame Beschaffung im Rahmen von Eurogroup oder Coopernic eine elementare Rolle. Gemeinsam mit Eurogroup, Coopernic und tooMax-x erzielte Coop einheitliche Standards, die bei kollektiven Beschaffungsprojekten konsequent eingefordert werden.

### Risikobasiert Schritt für Schritt vorwärts

Das Ziel der gemeinsamen Bemühungen ist klar: In allen Produktbereichen müssen die Lieferanten neben anderen hohen Ansprüchen auch anspruchsvollen sozialen und ökologischen Anforderungen gerecht werden. Um dieses Ziel zu erreichen, geht Coop risikobasiert, nach Prioritäten und Schritt für Schritt vor. Im Mittelpunkt stehen vor allem die Geschäftspartner in kritischen Ländern und Branchen. Die Umsetzung wird über unabhängige akkreditierte Audits überprüft. Werden Mängel festgestellt, müssen diese innerhalb von sechs bis zwölf Monaten behoben werden. Dabei dürfen Geschäftspartner auch auf die Unterstützung in Form von Trainings oder Beratung zählen. Dies gilt in

**Anteile Qualitätsaudits bei Produzenten**  
nach Produktgruppen  
Gesamtanzahl: 33



besonderem Masse für die Anbieter von ökologischen und sozialen Labels.

### BSCI: Gemeinsame Plattform für bessere Sozialstandards in China

Im Berichtsjahr haben die Medien vor allem im Vorfeld der Olympischen Spiele in China die Verletzung von Menschenrechten und die teilweise prekären Arbeitsbedingungen verurteilt. Um die Missstände wie diese beheben zu können, sind Audits unabdingbar. Es macht jedoch keinen Sinn, dass dieselben Produktionsstätten im Auftrag verschiedener Detailhändler mehrfach und nach meist nur geringfügig abweichenden Checklisten auditiert werden. So gründete die Foreign Trade Association FTA im Jahr 2003 die «Business Social Compliance Initiative» (BSCI) mit Sitz in Brüssel. BSCI ist eine europäische Plattform für die Verbesserung der Sozialstandards in allen risikobehafteten Lieferländern, der Coop 2005 beitrug. Seither ist BSCI stark gewachsen und umfasst aktuell über 256 Mitglieder

aus 18 Ländern. BSCI setzt auf einheitliche Kriterien und einheitliche Managementinstrumente. Mit Sensibilisierungsworkshops und einem Self-Assessment-Fragebogen werden die Produzenten auf die Audits vorbereitet. Ergeben sich beim Audit Mängel, wird ein Corrective Action Plan (CAP) erstellt, dessen Umsetzung innerhalb von drei bis zwölf Monaten erfolgen muss und in einem Kontrollaudit überprüft wird. Um die Umsetzung zu beschleunigen, werden Schulungen und Beratungen angeboten. In der Zeit von 2003 bis Ende 2008 legte BSCI 69 Audits und 16 Re-Audits in einer speziellen Datenbank ab. Grossen Wert legt BSCI auf den Dialog mit den Regierungen und Wirtschaftsverbänden in den Produktionsländern. So stützt sich das seit Januar 2008 gültige Arbeitsgesetz in China weitgehend auf die im Code of Conduct von BSCI festgelegten Standards ab. Der chinesische Textilverband engagiert sich stark für die Umsetzung von BSCI und eines analogen eigenen Standards. Der Verband ist überzeugt, dass die nötige Produktivitätssteigerung in China nur mit gut geschulten und motivierten Mitarbeitenden erreicht werden kann.

>> [www.bsci-eu.org](http://www.bsci-eu.org)

#### **Das Ziel Sozialstandard SA 8000**

BSCI stützt sich auf die Kernanforderungen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO. Ziel ist die schrittweise Verbesserung bis hin zu einer Zertifizierung nach dem anspruchsvollsten Sozialstandard SA 8000. Die für Coop Naturaline tätigen Textilbetriebe in Risikoländern sind SA 8000-zertifiziert. Innerhalb der Coop-Gruppe erfüllen bereits drei der insgesamt acht Coop Produktionsbetriebe diesen Sozialstandard. Coop arbeitet aktiv in verschiedenen BSCI-Arbeitsgruppen mit, gehört dem Supervisory Board an und setzt sich für eine Umsetzung von BSCI im Bereich der Primärproduktion ein. Zudem leitet Coop die nationale Kontaktgruppe der BSCI-Mitglieder. Diese pflegt den Dialog mit den in der Schweiz tätigen Menschen-

#### **Umsetzung der sozial-ethischen Beschaffung im Bereich Non Food gemäss BSCI Database, Stand Dezember**

	2007	2008
Nach BSCI auditierte Produktionsbetriebe	66	85
davon Produktionsbetriebe mit abgeschlossenem BSCI-Prozess	3	13
Lieferanten als BSCI-Mitglieder	5	17
Nach SA 8000 zertifizierte Produktionsbetriebe	13	13

rechtsorganisationen, prüft in Zusammenarbeit mit den Behörden die Möglichkeit gemeinsamer Trainingsaktivitäten in den Produktionsländern, organisiert Kurse für Einkäufer und Nachhaltigkeitsverantwortliche und kümmert sich um die Anwerbung von neuen Mitgliedern.

#### **Einkaufsbüro in Hongkong treibt Umsetzung voran**

Um näher an den Lieferanten zu sein, haben Coop und die Rewe Group im Rahmen von Eurogroup entschieden, im Einkaufsbüro in Hongkong eine Mitarbeiterin zu beschäftigen, die die Umsetzung der BSCI-Anforderungen direkt vor Ort vorantreibt. Dazu gehören Sensibilisierungsmassnahmen, Trainings- und Beratungsangebote, der regelmässige Kontakt mit den verantwortlichen Managern sowie die Überwachung der Verbesserungsmaßnahmen. Vor allem bei Produktgruppen wie Garten- oder Elektrogeräten, wo BSCI weniger bekannt ist als in der Textil- oder Spielzeugbranche, muss noch viel Überzeugungsarbeit geleistet werden. Nicht alles wird direkt oder über das Einkaufsbüro importiert. So bemüht sich Coop, auch die Importeure als BSCI-Mitglieder zu gewinnen und damit die Umsetzung des Code of Conduct in den jeweiligen Produktionsstätten voranzutreiben. Aktuell

sind bereits 17 Lieferanten von Coop BSCI-Mitglied. Sie berichten jährlich schriftlich über den Stand der Umsetzung.

## HERAUSFORDERUNGEN

### Verstärktes Engagement in Südspanien und Süditalien

Die Arbeitsbedingungen für die Produktion von Gemüse und Früchten in Regionen wie Südspanien oder Süditalien sind oft sehr schlecht. So werden verschiedene gesetzliche Auflagen nicht eingehalten wie beispielsweise die Bezahlung von Minimallöhnen und Überzeiten oder die Überweisung der Beiträge für die soziale Sicherheit. Diese Situation ergibt sich durch die legale und illegale Einwanderung von billigen Arbeitskräften aus Afrika und Osteuropa. Sie arbeiten oft nur während einiger Tage im Monat, sind kaum gewerkschaftlich organisiert und kennen ihre Rechte und die Sprache im Einwanderungsland nicht. Der intensive Anbau von Gemüse und Früchten ist zudem umweltbelastend. Sinkende Grundwasserspiegel, Berge von Plastikabfällen und der hohe Einsatz von Agrochemikalien sind die Kehrseite des intensiven Gemüseanbaus. Gesamthaft kristallisieren sich drei Problemkreise heraus: Sicherung der Produktequalität, Schonung der Ressourcen und fairer Umgang mit den Arbeitnehmern. Coop ist überzeugt, dass ein gutes und konsequent umgesetztes internes Managementsystem der Schlüssel zur Lösung dieser drei Probleme ist. Bei der Umsetzung kommt erschwerend hinzu, dass Coop in der Regel Verträge mit Abpackbetrieben und Genossenschaften eingeht, die ihrerseits wiederum von 100 und mehr kleinbetrieblichen Produzenten beliefert werden. Coop verlangt bei allen Produzenten von Früchten und Gemüse aus dem Ausland und neu auch aus dem Inland eine Zertifizierung nach dem Standard GlobalGAP beziehungsweise SwissGAP,

welcher die gute Agrarpraxis regelt.  
>> [www.globalgap.org](http://www.globalgap.org)

### Korrekte Arbeitsverträge, Arbeitszeiten und Sozialleistungen durch GRASP

Um den sozialen Kriterien grösseres Gewicht zu verleihen, entwickelte Coop zusammen mit der Deutschen Gesellschaft für Entwicklungszusammenarbeit GTZ und GlobalGAP ein freiwilliges Zusatzmodul zu GlobalGAP. Das sogenannte GRASP (GlobalGAP Risk Assessment for Social Practice) regelt Punkte wie korrekte schriftliche Arbeitsverträge sowie Arbeitszeiten und Sozialleistungen. Mit der regionalen Interpretation der Kriterienliste in einem Stakeholder-Dialog startete im Herbst 2008 eine wichtige Phase des GRASP-Projektes. Im Anschluss daran fand eine GRASP-Schulung der Produzenten in der Region Almeria statt, an der sich verschiedene europäische Detailhändler beteiligten. Die aktive Umsetzung auf den Landwirtschaftsbetrieben wurde nachfolgend durch externe Auditoren kontrolliert. Im Jahr 2009 ist die Umsetzung von GRASP in weiteren Produktionsregionen geplant.

### Ökologische, ökonomische und soziale Kaffeeproduktion

Auch im Kaffeesektor müssen Qualität und Nachhaltigkeit umfassend definiert werden. Aus diesem Grund verabschiedeten die grössten Verarbeiter und Händler von Kaffee unter der Leitung der Deutschen Gesellschaft zur technischen Zusammenarbeit GTZ Ende 2006 nach vierjährigem intensivem Dialog den «Common Code for the Coffee Community», kurz 4C. Er basiert auf der Festlegung gemeinsamer Kriterien und Kontrollpunkte für eine ökologische, soziale und ökonomisch nachhaltige Kaffeeproduktion. Der Schlüssel hierfür liegt einerseits in der Durchführung gezielter Schulungen zur Produktivitäts- und Qualitätsverbesserung, andererseits müssen sich die Kaffeebauern neu organisieren, um ihre Verhandlungsposition zu verbessern. Die Schulungen

bezahlen die Verarbeiter und Händler. Ausserdem verpflichten sie sich dazu, eine jährlich steigende Menge an 4C-Kaffee abzunehmen. Coop trat als erstes Detailhandelsunternehmen dieser Initiative bei und wird in den nächsten fünf Jahren ihr gesamtes Angebot an Eigenmarken entsprechend anpassen.

>> [www.4c-coffeeassociation.org](http://www.4c-coffeeassociation.org)

#### **Nachhaltiger Sojaanbau**

Der weltweite Fleischkonsum ist stark angestiegen. Deshalb hat sich auch der Anbau von Soja als Tierfutter in den letzten 20 Jahren mehr als verdoppelt. Brandrodungen und Abholzungen sind die Folge und zerstören in Südamerika jährlich 1,7 Millionen Hektar Land in der Savanne und den Tropenwäldern. Auch die Schweiz importiert für ihre Fleisch-, Eier- und Milchproduktion jährlich rund 250 000 Tonnen Sojaprodukte aus Südamerika. Die verhängnisvollen Folgen für den Regenwald und die Savannengebiete, die sich aus der Sojaproduktion ergeben, können nur durch international gültige Regelungen aufgehalten werden. In einer gemeinsamen Initiative entwickelten Coop und WWF Schweiz im Jahr 2004 die Basler Kriterien für einen verantwortungsvollen Sojaanbau. Seither importiert die Schweizer Futtermittelbranche zunehmend nachhaltig produzierte Soja. Auch im Roundtable on Responsible Soy (RTRS) engagiert sich Coop aktiv für die Schaffung von globalen Anforderungen nach dem Vorbild der Basler Kriterien. Eine international zusammengesetzte Fachgruppe erarbeitete 2008 die dafür notwendigen Kriterien sowie einen Code of Conduct für die Soja-Versorgungskette. Ziel ist es, die Kriterien und den Code of Conduct im Mai 2009 an der Generalversammlung des RTRS zu verabschieden.

>> [www.responsiblesoy.org](http://www.responsiblesoy.org)

#### **Eindeutige Kennzeichnung von Fairtrade- und Bio-Produkten**

«Trotz oder vielleicht gerade wegen der Finanzkrise sorgen die täglichen, alarmierenden Informationen über Klimaerwärmung, Schwund der Artenvielfalt, Armut, soziale Ungerechtigkeit und Nahrungsmittelskandale bei vielen Konsumenten für ein Umdenken. Fairtrade- und Bio-Produkte sind in ganz Europa Spitzenreiter bei der Umsatzentwicklung. Damit die Marktteilnehmer diese Produkte auch erkennen, ist deren Kennzeichnung oder ein eigenes Label vonnöten. Dank der Einführung solcher Kennzeichnungen ist es gelungen, in vielen Ländern und bei verschiedenen Produkten nachhaltig ausgerichtete Lieferketten aufzubauen und damit nachweislich einen Beitrag zu einer sozialen und ökologischen Entwicklung zu leisten. Damit können wichtige Anliegen, welche durch die öffentliche Entwicklungshilfe unterstützt werden, effektiv und effizient umgesetzt werden. Detailhändler wie Coop spielen eine zentrale Rolle bei der erfolgreichen Verwendung beziehungsweise Umsetzung von freiwilligen Nachhaltigkeitsstandards. Sie informieren die Konsumentinnen und Konsumenten darüber, sodass diese bei ihrem Kaufentscheid einen konkreten Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten können.»

*Hans-Peter Egler, Staatssekretariat für  
Wirtschaft, Ressortleiter Handelsförderung,  
Wirtschaftliche Entwicklung und Zusammen-  
arbeit*

## ORGANISATION

### **Neue Organisationsstruktur sorgt für Schlagkraft**

In der Beschaffung hängen Nachhaltigkeit und Qualitätssicherung sehr stark zusammen. Deshalb hat sich Coop im Jahr 2008 mit dem Organisationsbereich Qualität/Nachhaltigkeit neu organisiert. Wichtige Aufgaben dieses direkt dem Vorsitzenden der Geschäftsleitung unterstellten Organisationsbereichs sind die Analyse von Qualitäts- und Nachhaltigkeitsrisiken entlang der ganzen Produktionskette, die Definition und Förderung von Standards und Richtlinien, die Zertifizierung und Schulung der Produzenten bis hin zur Durchführung kombinierter Audits.

### **Coop stellt zusätzliche Anforderungen an Produktesicherheit**

Für Coop steht die Produktesicherheit im Zentrum der Qualitätssicherung. So stufen Spezialisten des Coop Qualitätscenters die Risiken bestimmter Produkte ein und definieren Sicherheitsanforderungen und -prüfvorgaben. Neue Lieferanten von kritischen Produktgruppen oder solche aus Risikoländern werden vor Vertragsabschluss hinsichtlich Qualität, Nachhaltigkeit und sozialen Aspekten auditiert. Diese Aufgabe nimmt unter anderem das gemeinsame Beschaffungsbüro von Coop, Rewe Group und Baumax, die Eurogroup Far East Ltd., wahr. Die Eurogroup mit Hauptsitz in Hongkong hat Niederlassungen in verschiedenen wichtigen Beschaffungsländern in Fernost. Sie verfügt über eine zentrale Qualitätssicherung, welche die von Coop definierten Vorgaben umsetzt. Die Lieferanten verpflichten sich dazu, Prüfzertifikate und Konformitätserklärungen gemäss den gesetzlichen Erfordernissen vorzulegen. Als letztes Glied in der Kette steht zudem noch die Wareneingangskontrolle durch das Coop-eigene Zentrallabor in den Verteilzentralen an.

### **Kombination von internem Qualitätsmanagement mit Audits in aller Welt**

Der Aspekt Nachhaltigkeit kann auch als Teil eines umfassenden Qualitätsverständnisses angesehen werden. Deshalb kombiniert Coop die Audits bei den Geschäftspartnern im In- und Ausland zunehmend und prüft zugleich die Einhaltung der Qualitätskriterien wie auch das Umweltmanagement oder die Einhaltung von Sozialstandards. Dabei stützt sich Coop wenn immer möglich auf international anerkannte Standards und externe Auditoren. Leider werden jedoch die Standards international nicht immer mit dem gleich strengen Massstab überprüft. Aus diesem Grund sind für Coop zusätzliche interne Audits bei Lieferanten besonders kritischer Produkte unverzichtbar. Während der Audits beim Hersteller vor Ort regt Coop die Unternehmen nicht nur zu Qualitätsverbesserungen an, sondern sensibilisiert diese auch für Umwelt- und Sozialanforderungen.