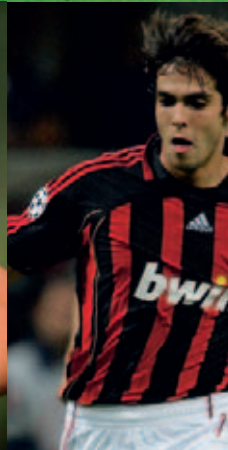




Die Integration unserer Sozial- und Umweltprogramme im Jahr 2006



Das neue Sozial- und Umweltprogramm des adidas Konzerns



Im Mittelpunkt unseres Unternehmens stehen unsere größten Geschäftsbereiche und bekanntesten Marken: adidas, Reebok und TaylorMade-adidas Golf. Jede dieser Marken spricht ihre Konsumenten auf einzigartige Weise an. Vereint werden sie durch den Sport. Sport ist die Seele des adidas Konzerns.

Der Sport lehrt uns, dass Talent allein nicht ausreicht. Sportler, die ihr volles Potenzial ausschöpfen wollen, arbeiten hart daran, ihr Können und ihre Technik weiterzuentwickeln. Sie beweisen Leidenschaft, Entschlossenheit und Antrieb.

Erfolgreiche Mannschaften kennen die Stärken und Schwächen ihrer einzelnen Mitglieder und lernen, wie sie ihre Ressourcen am effektivsten einsetzen können.

Die Lehren des Sports wenden wir auch auf unser Programm zur Unternehmensverantwortung an. Unser Ziel ist es, unsere Stellung als Branchenführer zu wahren und auszubauen, indem wir die herausragenden Aktivitäten und Ansätze von Reebok und adidas erfolgreich vereinen. Im Jahr 2006 haben wir unsere Ressourcen insbesondere darauf verwendet, unser Programm neu zu gestalten. Wir haben neue Arbeitsplatzstandards („Workplace Standards“) für Zulieferbetriebe entwickelt und unsere Techniken zur Überwachung ihrer Einhaltung verbessert.

Ich bin zuversichtlich, dass unsere neue Sozial- und Umweltstrategie die Auswirkungen unseres Unternehmens auf die Umwelt im Jahr 2007 weiter reduzieren und die Arbeitsbedingungen in einer komplexer gewordenen Beschaffungskette des adidas Konzerns verbessern wird.

Die in dieser Broschüre enthaltenen Fragen und Antworten geben einen detaillierten Überblick über die Zusammenführung der Sozial- und Umweltprogramme von adidas und Reebok. Wir werden weiterhin alles tun, um unser Ziel durch Entschlossenheit, Zielstrebigkeit und umfassende Transparenz zu erreichen. Sie können unseren Fortschritt auf unserer Internetseite unter www.adidas-Group.com/nachhaltigkeit verfolgen.

Herbert Hainer,
Vorstandsvorsitzender



Welche Auswirkungen hatte die Akquisition von Reebok auf die Haltung des adidas Konzerns zur Unternehmensverantwortung?

Unternehmensverantwortung ist fest in unseren Werten verankert: Leistung, Leidenschaft, Integrität und Vielfalt. Wir tragen Verantwortung für unsere betrieblichen Aktivitäten sowie für das Handeln unserer Zulieferer und bekennen uns zu transparenter Berichterstattung.

Die Vision des Konzerns hat sich durch die Akquisition von Reebok nicht geändert. Wir sind weiterhin entschlossen, die Arbeitsbedingungen in der Beschaffungskette zu verbessern, unsere Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren, die Gemeinden, in denen wir tätig sind, zu fördern und unseren Mitarbeitern einen sicheren, fairen und erfüllenden Arbeitsplatz zu bieten.

Sowohl Reebok als auch adidas nehmen mit ihren Programmen in der Sportartikelbranche eine Führungsposition ein. Dies verdanken wir neben unserer transparenten Berichterstattung auch Verifizierungen Dritter und der Akkreditierung durch die Fair Labor Association (FLA). Nach der Akquisition von Reebok haben wir damit begonnen, die besten Elemente beider Programme zu vereinen, um so die Führungsposition erhalten und ausbauen zu können. Wir haben unser Programm im Jahr 2006 daher durch neue Standards, Richtlinien und Prozesse umgestaltet.

Welche Herausforderungen und Prioritäten stehen im Mittelpunkt des neu gestalteten Sozial- und Umweltprogramms?

Die Beschaffung und der Einkauf von adidas Produkten wird größtenteils zentral organisiert, wohingegen bei Reebok die einzelnen Geschäftseinheiten für diesen Prozess verantwortlich sind. In vielen Fällen erfolgt die Produktbeschaffung bei Reebok über Agenten und Lizenznehmer. Aufgrund der unterschiedlichen Beschaffungsmodelle gab es in der Vergangenheit zwei unterschiedliche Methoden zur Standardüberwachung in Zulieferbetrieben, die verglichen und überarbeitet werden mussten, um ein bestmögliches einheitliches Vorgehen zu entwickeln.

Die größte Herausforderung bestand darin, sämtliche Standards, Richtlinien und Prozesse beider Marken zu analysieren. Anhand dieser Analyse wurde ein gemeinsames Sozial- und Umweltprogramm geschaffen, das die neue Größenordnung unseres Konzerns und die komplexere Beschaffungskette berücksichtigt.

Priorität hatte dabei die Entwicklung und Anwendung einheitlicher Überwachungsinstrumente, einheitlicher Beurteilungskriterien zur Standardeinhaltung sowie konsistenter Richtlinien zur Durchsetzung von Standards in der gesamten Beschaffungskette. Zudem musste die Basis für die Anwendung einer gemeinsamen zentralen Datenbank gelegt werden, in der sämtliche Ergebnisse und Daten unserer Aktivitäten gesammelt werden. Die Überprüfung der zusammengeführten Beschaffungskette zeigte, dass in einigen Produktionsstätten, von denen Agenten und Lizenznehmer Produkte bezogen, das Niveau der Standardeinhaltung geringer war als bei unseren größeren, direkter verwalteten Zulieferern wie etwa unseren Schuhfabriken, die für den internationalen Markt produzieren. Die Größe und Komplexität unserer Beschaffungskette ist eine Herausforderung. Aus diesem Grund prüfen und bewerten wir potenzielle neue Zulieferer, bevor wir eine Geschäftsbeziehung mit ihnen eingehen, und unterstützen Hauptzulieferer, die den Großteil unseres Beschaffungsvolumens herstellen. Zudem fördern wir weiterhin Initiativen, die es unseren Zulieferern ermöglichen, ein sozial- und umweltverträgliches Handeln in eigener Regie voranzutreiben.



Warum veröffentlicht der adidas Konzern für das Jahr 2006 keinen Sozial- und Umweltbericht?

Unsere Stakeholder haben berechtigtes Interesse an unseren Ergebnissen in den Bereichen Umwelt und Soziales. Unser Ziel ist es, diesem Interesse immer mit vollständigen und korrekten Informationen nachzukommen.

2006 haben wir neue Standards und Praktiken eingeführt, um zukünftig konsistente Daten für unsere Berichterstattung sammeln zu können. Dazu zählt auch die Verwendung eines Indikators zur Messung und Bewertung der Sozial- und Umweltleistung aller Fabriken.

Diese neuen Verfahren zur Datenerfassung, die die gesamte Beschaffungskette sowie andere Bereiche der Unternehmensverantwortung wie Umwelt und Personal abdecken, werden es uns erlauben, für das Jahr 2007 einen Bericht zu erstellen. Für 2006 liegen jedoch in diesem umfassenden Rahmen keine konsolidierten Daten vor.

Ein wichtiger Teil unserer Arbeit bestand zudem darin, jene Informationen, die für die gesamte Beschaffungskette relevant sind, zu identifizieren und diese dann in einer einzigen Datenbank zu sammeln – dem Fair Factories Clearinghouse (FFC). Hierbei handelt es sich um ein branchenweites System zur Datenverwaltung, an dessen Entwicklung Reebok maßgeblich beteiligt war.

Die Verwendung dieses Datensystems stellt in Zukunft eine höhere Transparenz sicher: So können die in der FFC-Datenbank enthaltenen Informationen über die Einhaltung von Standards beispielsweise mit anderen Unternehmen und Dritten ausgetauscht werden.

Im Laufe des Jahres 2007 werden wir Details über unser Programm und die Fortschritte unserer Initiativen zur Transparenz auf unserer Internetseite veröffentlichen: www.adidas-Group.com/nachhaltigkeit

Welche Fortschritte wurden durch die Integration der Sozial- und Umweltprogramme erzielt?

Wir engagieren uns nachhaltig für unsere Mitarbeiter, die Umwelt und die Gemeinden, in denen wir tätig sind. Unser Ziel bei der Zusammenführung der Sozialprogramme von adidas und Reebok war es, die besten Aspekte beider Programme zu vereinen, um unsere führende Position in der Sportartikelbranche zu wahren. Dazu haben wir ein gemeinsames Team geschaffen, das mittels eines einheitlichen Prozesses die Einhaltung unserer Standards sicherstellt.

Arbeitsgruppen wurden damit beauftragt, sämtliche Standards, Richtlinien und Prozesse kritisch zu analysieren und zu bewerten. Der Integrationsprozess ist noch nicht vollständig abgeschlossen. Wir konnten jedoch bereits drei wichtige Meilensteine erreichen. Zunächst haben wir neue konzernweite „Workplace Standards“ (Arbeitsplatzstandards) eingeführt, die die „adidas Standards of Engagement“ und die „Reebok Human Rights Production Standards“ ersetzen. Als nächstes haben wir einheitliche interne und externe Abläufe geschaffen, um Fabriken vor Aufnahme einer Geschäftsbeziehung bewerten und sie anschließend laufend auf mögliche Verstöße überwachen sowie die Ursachen für die Nichteinhaltung von Standards ermitteln zu können. Abschließend werden die Ergebnisse der Bewertungen in unserer zentralen Datenbank, dem Fair Factories Clearinghouse (FFC), gesammelt. Dies ermöglicht eine effizientere Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Unternehmensbereichen des adidas Konzerns.

Wir sind davon überzeugt, dass wir dadurch ein solideres und transparenteres Programm zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen geschaffen haben.



Wie hat die Integration von Reebok die Struktur der Beschaffungskette des adidas Konzerns beeinflusst?

Die Zusammenführung der Beschaffungsketten hatte keine Produktionsverlagerungen zur Folge. Der Großteil unserer Auftragsvergabe verteilt sich auch weiterhin auf unsere wichtigsten Beschaffungsländer China, Vietnam, Indonesien, Thailand, die Philippinen, Indien und die Türkei. Zusätzlich werden in einer Reihe anderer Länder kleinere Aufträge für lokale und regionale Märkte produziert.

Die bedeutendsten Strukturveränderungen wird die Konsolidierung der für Reebok Sportbekleidung verantwortlichen Agenten mit sich bringen. Im Zuge der Beschaffungsstrategie für den neuen adidas Konzern wurde entschieden, die Zahl der Aufträge bei den besten Herstellern zu bündeln. Diese Zulieferer sind strategische Geschäftspartner, die sich durch besonders hohe Produktionskapazität oder Spezialisierung in der Produktherstellung auszeichnen und mit denen wir schon langjährige Beziehungen unterhalten.

2007 und 2008 werden wir daher schrittweise unsere Beziehungen zu Agenten einschränken und stattdessen vermehrt mit Hauptzulieferern zusammenarbeiten.

Unabhängig von den Maßnahmen des adidas Konzerns stellten im Jahr 2006 drei bedeutende Schuhzulieferbetriebe von Reebok in Indonesien ihre Produktion ein. Die Stilllegungen resultieren aus internen Management- und Finanzproblemen der Zulieferer. Alle drei Fabriken stehen vor der Insolvenz. Um den Mitarbeitern dieser Betriebe zu helfen, hat der adidas Konzern ein medizinisches Hilfsprogramm ins Leben gerufen und andere Zulieferer in der Region ermutigt, die entlassenen Arbeitskräfte einzustellen.

Welche Schritte unternimmt der adidas Konzern, um die Auswirkungen auf die Arbeitskräfte für den Fall zu minimieren, dass eine Geschäftsbeziehung aufgekündigt wird?

Wann immer es möglich ist, setzen wir Zulieferer mindestens sechs Monate vor Kündigung der Geschäftsbeziehung über diesen Schritt in Kenntnis. So haben die Hersteller genügend Zeit, um Aufträge von anderen Kunden zu akquirieren und Entlassungen möglichst zu vermeiden.

Sollten Entlassungen absehbar sein, treten wir an andere Zulieferer in der Region heran, um sie zu bewegen, die Arbeitskräfte in ihren Betrieben einzustellen.

Um negative Auswirkungen auf die Arbeitskräfte weiter abzufedern, halten wir Zulieferbetriebe dazu an, einem unseren Wertvorstellungen entsprechenden Kündigungsprozess zu folgen. Dieser verpflichtet die Hersteller, die örtlichen Arbeitsgesetze einzuhalten, sämtliche Lohn- und Gehaltsforderungen zu begleichen und zu jeder Zeit offen mit den Arbeitskräften zu kommunizieren.



Was unternimmt der adidas Konzern, um in seiner Beschaffungskette faire Arbeitsbedingungen sicherzustellen?

Langfristig ist unsere Strategie darauf ausgerichtet, unseren Zulieferern ein sozial- und umweltverträgliches Handeln in eigener Regie zu ermöglichen. Damit dies gelingt, legen wir Standards für unsere Zulieferer fest. Gleichzeitig treten wir sowohl als Inspekture als auch Berater auf – wir prüfen, wie intensiv sich das Management für die Standardeinhaltung einsetzt und wie effektiv die hierfür erforderlichen Programme sind, und nehmen eine Beratungsfunktion wahr, indem wir unseren Zulieferern die nötige Hilfe und Unterstützung geben, um dauerhaften Erfolg sicherzustellen.

Es ist unser Ziel, dass unsere Zulieferer aus eigenem Antrieb und in eigener Regie Verbesserungen vorantreiben. Deshalb fördern wir effektive Managementsysteme in den Bereichen Personalwesen, Sicherheit, Gesundheitsschutz und Umwelt (SGU). Darüber hinaus haben wir eigene Instrumente zur Bewertung unserer Zulieferer in den folgenden Punkten entwickelt:

- Einführung von Personal- und SGU-Managementsystemen;
- Kommunikation zwischen Belegschaft und Management sowie Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Beziehungen;
- Schulungen zur Standardeinhaltung für Management und Belegschaft;
- Transparenz in der Kommunikation und Berichterstattung und
- Standardeinhaltung.

Das Ergebnis dieser Bewertung fließt in einen Leistungsindikator, der als Grundlage für die Maßnahmenpläne des entsprechenden Betriebs dient.

Darüber hinaus müssen potenzielle neue Zulieferer strenge Auflagen erfüllen. So stellen wir sicher, dass wir nicht mit Herstellern zusammenarbeiten, deren Arbeitsbedingungen unzureichend sind und die nicht in der Lage sind, inakzeptable Bedingungen zu verbessern.

Wenn ein Zulieferer Schwierigkeiten mit der Einhaltung unserer Standards hat, bemühen wir uns mit ihm gemeinsam um eine bessere Lösung. Bei schwerwiegenden und anhaltenden Verstößen sowie mangelndem Engagement des Managements kündigen wir in Abstimmung mit unserer Beschaffungsorganisation die Geschäftsbeziehung.

Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit zwischen der Sozial- und Umweltsabteilung (Social and Environmental Affairs, SEA) und der Beschaffungsabteilung (Global Sourcing)?

Die enge Zusammenarbeit mit den Geschäftseinheiten und der Beschaffungsabteilung des Konzerns ist eine wichtige Voraussetzung für die Verbesserung von Arbeitsbedingungen in unserer Beschaffungskette. In den vergangenen Jahren hat SEA Systeme und Prozesse entwickelt, die sicherstellen, dass unsere Beschaffungsabteilung die Einhaltung unserer Arbeitsplatzstandards in ihre Arbeitsabläufe einbezieht. Diesbezüglich wurde SEA durch die Integration von Reebok vor eine neue Herausforderung gestellt. Das Beschaffungsmodell von Reebok ist eher dezentral ausgerichtet, was ein noch größeres Maß an Zusammenarbeit und Kommunikation mit den Geschäftseinheiten erforderlich macht.

In vielen Beschaffungsregionen befinden sich die Mitarbeiter des SEA-Teams in örtlicher Nähe der Beschaffungsbüros, um eine bestmögliche Zusammenarbeit zu gewährleisten. Alle potenziellen neuen Zulieferer müssen sich zunächst einer Bewertung durch das SEA-Team unterziehen, und Aufträge können nur mit Genehmigung von SEA erteilt werden. Die Informationen, die das SEA-Team während der Überprüfung der Produktionsstätten sammelt, werden auch der Beschaffungsabteilung zur Verfügung gestellt, damit sie jederzeit über den Grad der Standardeinhaltung jedes einzelnen Zulieferers informiert ist.

Im Laufe des Jahres 2007 werden zunehmend mehr Informationen zur Standardeinhaltung im FFC-Datenmanagementsystem zur Verfügung stehen, was den Informationsfluss zwischen den einzelnen Abteilungen erleichtern wird. Wir erwarten, dass sich dadurch die Zusammenarbeit mit den einzelnen Geschäftseinheiten und den operativen Bereichen des Konzerns weiterhin verbessert und intensiviert.







Was unternimmt der adidas Konzern, um seine Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren? Welche Änderungen haben sich hier ergeben?

Der adidas Konzern hat als Unternehmen an Größe gewonnen. Daher fühlen wir uns noch mehr als früher verpflichtet, unsere Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren. Aus diesem Grund haben wir unsere bestehenden Richtlinien, Prozesse und Verfahren überarbeitet, um sicherzustellen, dass wir höchsten Umweltstandards genügen.

Unsere Ziele bleiben dabei unverändert: die Umweltauswirkungen in allen Phasen des Lebenszyklus unserer Produkte zu minimieren und die Umweltleistung unserer eigenen Standorte laufend zu verbessern.

Für unsere Hauptzulieferer ist die Einführung von Umweltmanagementsystemen inzwischen erforderlich, was sie dazu ermutigen soll, ihre Umweltleistungen in eigener Regie zu planen, zu verwalten und zu überprüfen. Wir haben unsere Methoden zur Erfassung des Rohstoffverbrauchs in unseren eigenen Betrieben und an unseren wichtigsten Standorten sowie die Berichterstattung darüber vereinheitlicht. Darüber hinaus haben wir ähnliche Umweltkennzahlensysteme in den Schuhfabriken unserer Zulieferer eingeführt. Diese Initiativen ermöglichen es uns, konzernübergreifend vorbildliche Maßnahmen zu identifizieren und zu vereinheitlichen – sowohl an unseren eigenen Standorten als auch in unserer Beschaffungskette.

Die Standards und Richtlinien hinsichtlich der Verwendung von gefährlichen Substanzen und der Produktsicherheit wurden überarbeitet und vereinheitlicht, um zu gewährleisten, dass alle Marken den gleichen hohen Standards entsprechen.

Darüber hinaus haben wir im Jahr 2006 große Fortschritte in der Anwendung des Konzepts der Integrierten Produktpolitik gemacht. Dieses Konzept dient als Richtlinie für die Integration von Umweltaspekten in allen Phasen des Produktlebenszyklus und dient außerdem als Entscheidungshilfe bezüglich Materialauswahl, Design und Entwicklung.

Dank des neuen integrierten Programms und den anderen im Jahr 2006 ergriffenen Maßnahmen sind wir zuversichtlich, dass der adidas Konzern auf dem besten Weg ist, seiner Verantwortung für eine nachhaltige Umwelt nachzukommen.

Wird es den Reebok Human Rights Award auch in Zukunft geben?

Im Jahr 2007 wird Reebok als Pilotprojekt das Reebok Human Rights Student Advocate Program (RHRSAP) einführen, die Weiterentwicklung des Reebok Human Rights Award-Programms. Im Rahmen des RHRSAP arbeiten Reebok-Mitarbeiter mit Schülern von High Schools in Boston (USA) zusammen. Gemeinsam entwickeln und implementieren sie eine Reihe von Veranstaltungen zur Unterstützung von Preisträgern des Reebok Human Rights Award. Das RHRSAP soll Schülern und Mitarbeitern die Gelegenheit geben, zu kompetenten Fürsprechern für die Menschenrechte und verantwortungsbewussten Mitgliedern der Gesellschaft zu werden.



Wie unterstützt der adidas Konzern die Gemeinden der Standorte, in denen er tätig ist?

Der adidas Konzern folgt einem dezentralisierten und markenorientierten Modell für sein Engagement in den Gemeinden. Wir sind davon überzeugt, dass unsere Mitarbeiter in den regionalen Tochtergesellschaften und den einzelnen Konzerneinheiten die Bedürfnisse und kulturellen Werte vor Ort am besten verstehen. Auf Konzernebene unterstützen wir auch weiterhin die Gemeinden, in denen unsere Zulieferer ansässig sind. Darüber hinaus unterstützen wir Organisationen, die eine nachhaltige Entwicklung in der Sportartikelbranche fördern.

Die Initiativen, die sich aus den individuellen Identitäten und Werten der einzelnen Marken ergeben, nehmen verschiedenste Formen an. Sie alle haben jedoch die Unterstützung von Kindern und jungen Erwachsenen zum Ziel und stellen dabei den Sport in den Mittelpunkt. Zu den wichtigsten Programmen unserer Marken zählen:

Adi Dassler Fund Der Verein unterstützt Organisationen, die Kinder mit Trainern zusammenbringen, die neben sportlichen auch menschliche Werte vermitteln. Diese Organisationen und ihre Programme nutzen den Sport, um Werte wie Selbstvertrauen, Respekt und Teamwork zu lehren. Diese helfen dabei, Hindernisse abzubauen und den Menschen ein gesünderes und glücklicheres Leben zu ermöglichen. Die Stiftung wird weltweit von der Marke adidas und ihren Angestellten unterstützt.

Reebok Human Rights Foundation Auch im Jahr 2007 werden die Reebok Human Rights Foundation und das Reebok Community Relations-Programm wieder finanziell Organisationen unterstützen, die sich am Hauptstandort der Marke Reebok in Canton (USA) sowie im Großraum Boston befinden. Dazu gehören die Vergabe von Stipendien und die Ausweitung bestehender strategischer Partnerschaften und Kooperationen mit Organisationen, die soziale und wirtschaftliche Gerechtigkeit fördern. Die Programme dieser Organisationen helfen Jugendlichen in der Großstadt und unterprivilegierten Minderheiten.

TaylorMade-Programm TaylorMade-adidas Golf unterstützt gemeinnützige Organisationen, in deren Mittelpunkt die Jugend, der Golfsport und unterprivilegierte Mitmenschen aller Altersklassen stehen. TaylorMade-adidas Golf unterstützt Sport- und Gemeindeveranstaltungen in der Nähe seiner Zentrale in Carlsbad (USA) ebenso wie gemeinnützige Organisationen in England, Korea und Japan.



Leistung. Leidenschaft. Integrität. Vielfalt.

Dies sind die Grundwerte des Sports. Sport ist die Seele des adidas Konzerns. Wir messen uns nicht nur selbst an diesen Werten, sondern auch unsere Geschäftspartner.

Im Einklang mit diesen Werten erwarten wir von unseren Partnern – gleich ob Auftragnehmer, Subunternehmer, Zulieferer oder andere –, dass sie sich bei der Ausübung ihrer Geschäftstätigkeit entsprechend den vorgenannten Werten fair, integer und verantwortungsbewusst verhalten.

Die Workplace Standards des adidas Konzerns sind für uns maßgeblich, wenn wir Geschäftspartner auswählen und vertraglich an uns binden, die in Übereinstimmung mit unseren Grundsätzen und Werten Arbeitsplatzstandards und Geschäftspraktiken befolgen. Als Leitprinzipien helfen sie uns aber auch, mögliche Probleme zu identifizieren und sie bereits in der Entstehungsphase gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern zu lösen. Wir erwarten von unseren Geschäftspartnern, dass sie Aktionspläne zur laufenden Verbesserung betrieblicher Arbeitsbedingungen entwickeln. Die Umsetzung dieser Pläne wird von den Geschäftspartnern selbst, unserem eigenen Team und externen, unabhängigen Teams überwacht.

Wir erwarten von unseren Geschäftspartnern, dass sie in ihren Produktionsstätten die folgenden Grundsätze und Verfahrensweisen umsetzen:

ALLGEMEINER GRUNDSATZ

Unsere Geschäftspartner haben ihre Geschäfte in völliger Übereinstimmung mit den jeweils maßgeblichen gesetzlichen Bestimmungen zu führen.

BESCHÄFTIGUNGSGRUNDSÄTZE

Zwangsarbeit

Geschäftspartner dürfen keine Zwangsarbeiter beschäftigen, weder in Form von Gefangenearbeit, Sklavenarbeit oder einer sonstigen Form von Zwangsarbeit. Kein Mitarbeiter darf mit Gewalt oder durch Einschüchterung gleich welcher Art zur Arbeit gezwungen werden. Dieses Verbot gilt auch für jedwede Arbeitsverpflichtung zur Sanktionierung von Meinungsfreiheit oder politischen Ansichten.

Kinderarbeit

Geschäftspartner dürfen keine Kinder unter 15 Jahren oder schulpflichtige Kinder in Ländern, in denen das schulpflichtige Alter über 15 Jahren liegt, beschäftigen.

Diskriminierung

Wir respektieren kulturelle Unterschiede. Geschäftspartner dürfen bei ihren Einstellungs- und Beschäftigungspraktiken niemanden diskriminieren. Entscheidungen über Anstellung, Lohn, Sozialleistungen, Fortbildungsmöglichkeiten, Arbeitszuteilung, Beförderung, Disziplinarmaßnahmen und Kündigungen dürfen einzig auf der Grundlage der Fähigkeiten der Mitarbeiter, bestimmte Tätigkeiten auszuführen, basieren. Diese Entscheidungen dürfen insbesondere nicht auf persönlichen Merkmalen oder Ansichten, auf Rasse, nationaler Abstammung, Geschlecht,

Religion, Alter, Behinderung, Familienstand, Mitgliedschaft in einer Organisation, sexuelle Orientierung oder politischer Überzeugung beruhen. Zusätzlich müssen unsere Geschäftspartner effektive Maßnahmen zum Schutz von Wanderarbeitern einführen, um diese vor jeglicher Art von Diskriminierung zu schützen und eine angemessene Unterstützung anbieten, die dem besonderen Status dieser Personen gerecht wird.

Löhne und Sozialleistungen

Geschäftspartner haben ihren Mitarbeitern den gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohn bzw. den in der Branche üblichen Lohn, falls dieser höher liegt, zu bezahlen. Sie haben den gesetzlich vorgeschriebenen Sozialleistungen Rechnung zu tragen. Mitarbeiter müssen für Überstunden zusätzlich zum normalen Lohn gesetzlich vorgeschriebene Zuschläge erhalten. In Ländern, in denen keine gesetzliche Regelung existiert, sind angemessene Zuschläge zu zahlen, die den normalen Stundenlohn übersteigen.

Grundlöhne müssen mindestens den Lebensunterhalt und darüber hinaus einige zusätzliche Ausgaben der Mitarbeiter sowie ein Mindestmaß an erspartem Vermögen ermöglichen. Wir suchen Geschäftspartner, die kontinuierlich den Lebensstandard ihrer Mitarbeiter durch das Lohngefüge, Sozialleistungen, Fürsorgeprogramme und andere Leistungen heben sowie insgesamt die Lebensqualität erhöhen.

Arbeitszeit

Die regelmäßige wöchentliche Arbeitszeit der Mitarbeiter darf, mit Ausnahme außergewöhnlicher Umstände, einschließlich Überstunden 60 Wochenstunden nicht übersteigen; gesetzliche Bestimmungen, die niedrigere Höchststunden vorsehen, gehen vor. Mitarbeiter müssen mindestens 24 zusammenhängende Stunden Freizeit pro Woche sowie bezahlten Jahresurlaub erhalten.

Koalitionsfreiheit und Tarifverhandlungen

Geschäftspartner haben das Recht jedes Mitarbeiters, Vereinigungen nach eigener Wahl beizutreten bzw. solche zu gründen sowie an Tarifverhandlungen teilzunehmen, anzuerkennen und zu respektieren. Die Geschäftspartner haben Mechanismen zu entwickeln und umzusetzen, mit denen Streitigkeiten innerhalb der Branche inklusive Beschwerden der Mitarbeiter aufgelöst und ein effektiver Informationsaustausch mit den Mitarbeitern und deren Vertretern sichergestellt werden.

Disziplinarmaßnahmen

Jeder Mitarbeiter muss mit Würde und Respekt behandelt werden. Kein Mitarbeiter darf körperlicher, sexueller, psychischer oder verbaler Belästigung, sonstigem Missbrauch oder Bußgeldern und anderen Strafen als Disziplinarmaßnahme ausgesetzt werden. Geschäftspartner müssen durch geeignete Anweisungen und Maßnahmen sicherstellen, dass Beschäftigte ohne Angst vor Repressionen oder dem Verlust des Arbeitsplatzes Bedenken über die Zustände am Arbeitsplatz direkt gegenüber der Fabrikleitung oder dem adidas Konzern äußern können.

GESUNDHEIT UND SICHERHEIT

Geschäftspartner haben für ein sicheres und die Gesundheit erhaltendes Arbeitsumfeld zu sorgen. Geeignete Vorsorgemaßnahmen gegen Arbeitsunfälle und Berufskrankheiten sind zu treffen. Dazu gehört auch Schutz vor Feuer, Unfällen und giftigen Substanzen. Beleuchtungs-, Belüftungs- und Heizungsanlagen müssen ausreichend vorhanden sein. Saubere und zahlenmäßig ausreichende sanitäre Einrichtungen müssen den Mitarbeitern jederzeit frei zugänglich sein. Die Fabriken müssen Sicherheits- und Gesundheitsbestimmungen erlassen und deutlich bekannt geben. Falls Unterkünfte für Mitarbeiter gestellt werden, gelten diese Anforderungen auch insoweit.

UMWELTBESTIMMUNGEN

Geschäftspartner haben die Bedingungen sämtlicher jeweils anwendbarer Umweltgesetze und -bestimmungen zu erfüllen. Unsere Geschäftspartner sollten sich um die ständige Verbesserung der Umweltbedingungen bemühen, unter denen sie selbst und ihre Zulieferer produzieren. Dies bedeutet: die Beachtung des Prinzips der Nachhaltigkeit bei betrieblichen Entscheidungen, der verantwortliche Umgang mit natürlichen Ressourcen, saubere Produktion, Verhinderung von Umweltverschmutzung und die Entwicklung und Verwendung von Materialien, Technologien und Produkten, die sich am Prinzip der Nachhaltigkeit orientieren.



Ziele für 2007

Im Jahr 2007 werden wir die vereinheitlichten Programme zum ersten Mal bei allen unseren Marken einsetzen. Die wichtigsten Ziele sind:

- Sicherstellung der konsistenten Einführung unserer neuen Programmstandards in der gesamten Beschaffungskette
- Finalisierung ergänzender Richtlinien und Materialien, sowie Ausarbeitung der Maßnahmen zur Schulung und Unterstützung unserer Zulieferer
- Finalisierung des konzernweiten Systems zur Datenverwaltung in Bezug auf die Standardeinhaltung, um eine Berichterstattung über unsere Sozial- und Umweltprogramme zu gewährleisten
- Erfüllung unserer Verpflichtungen als Mitglied der Fair Labor Association (FLA)
- Verstärkte Berücksichtigung des Leistungsindikators für die Standardeinhaltung bei Beschaffungsentscheidungen

Dieser Bericht wurde vom SEA-Team des adidas Konzerns erstellt.

Beratung, Redaktion und Konzept

Adam Garfunkel
adamgarfunkel@yahoo.co.uk
Corporate Edge
www.corporateedge.com

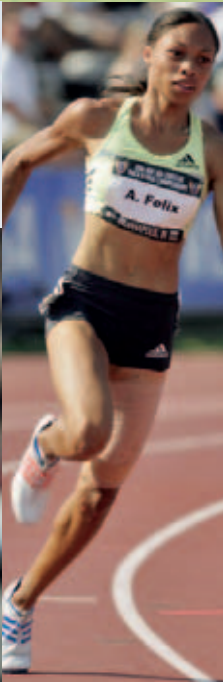
Druck
Cousin

Papier



Dieser Bericht wurde auf Take 2
Silk Papier gedruckt, das zu
75% aus Altpapierfasern besteht.
Die restlichen verwendeten

Holzfasern stammen aus
bewirtschafteten, von unabhängiger
Stelle nach den Regeln des Forest
Stewardship Council zertifizierten
Baumbeständen. Take 2 Silk Papier
wurde in Übereinstimmung mit den
Umwelt- und Qualitätskontrollstandards
ISO 9002 und ISO 14001 hergestellt.
SGS-COC-2101 • FSC TRADEMARK © 1996
FOREST STEWARDSHIP COUNCIL A.C.



Nähere Informationen erhalten Sie unter
www.adidas-Group.com/nachhaltigkeit