

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT



Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen

Nachhaltigkeit und Umweltschutz haben bei uns Tradition

UMWELTSCHUTZ UND DIE ACHTUNG SOZIALER RECHTE HABEN IM
VOLKSWAGEN KONZERN EINE LANGE TRADITION UND SIND GRUNDLAGE
LANGFRISTIGER UNTERNEHMENSPOLITIK.

Beide Dimensionen werden heutzutage unter dem Begriff der Nachhaltigen Entwicklung zusammengefasst und integrativ als eine zentrale Frage der Globalisierung unter Berücksichtigung ökonomischer Aspekte diskutiert. Im Rahmen der Lieferanten-Schulungen „Priorität A – Partner für Umwelt und Nachhaltigkeit“ kommuniziert Volkswagen mit seinen Geschäftspartnern bereits seit Mitte der 90er Jahre, um den Umweltschutz in der Wertschöpfungskette zu optimieren. Diese Kommunikation besteht aus mehreren Elementen: Sie enthält den Austausch der Umweltdaten, Zertifikate und Berichte, Seminare, Workshops, Symposien und die Umweltpreisverleihung für besonders umweltrelevante Innovationen an Produkten und Standorten. Aber auch Lösungswege für neue Aufgaben wie das Thema Nachhaltigkeit wurden unter Einbeziehung unserer Partner entwickelt. Zugleich werden Umweltaspekte wie Materialempfehlungen oder -verbote in die produktbezogenen Vorgaben für Bauteile und Module als Qualitätsstandards für alle Teile einbezogen. Darüber hinaus existieren weitere VW- und branchenspezifische Umweltnormen.

Nun geht Volkswagen mit der Einführung von weltweiten Umwelt- und Sozialstandards gemeinsam mit seinen Partnern einen weiteren Schritt in Richtung Nachhaltigkeit. Mit dem Konzept „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ hat sich der Konzern das Ziel gesetzt, den partnerschaftlichen Entwicklungsprozess auch auf produktions- und standortbezogene Umwelt- und Sozialstandards weiter zu entwickeln, denn ein umweltbewusster und sozial engagierter Lieferant ist ein auch ökonomisch überdurchschnittlich guter und zuverlässiger Partner. Methoden zur Früherkennung, Anforderungen zu umweltbezogenen und sozialen Standards sowie die Kommunikation mit den Lieferanten sind wichtige Elemente dieses Nachhaltigkeits-Konzeptes. Künftig wird verstärkt eine Mannschaftsleistung erwartet, bei der die Prinzipien der Nachhaltigkeit ausnahmslos von allen Beteiligten entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingehalten werden.

Die Produktionsprozesse und Arbeitsverhältnisse der Lieferanten von Volkswagen sollen sich an globalen Mindeststandards orientieren. Maßstab sind die Standards, die Volkswagen auch an seinen eigenen Standorten praktiziert. Volkswagen richtet seine Anforderungen an die Lieferanten der ersten Stufe, die First-Tier-Supplier, mit denen direkte vertragliche Beziehungen bestehen. Ein effizientes Nachhaltigkeitsmanagement innerhalb der Lieferantenbeziehungen eines Automobilherstellers wie Volkswagen setzt somit ergänzend voraus, dass die Anforderungen des OEM (Original Equipment Manufacturer) entlang der Lieferantenkette weitergegeben werden.

Diese Broschüre dient zur allgemeinen Information und stellt gleichzeitig eine Anleitung zum Handeln für unsere Geschäftspartner dar. Sie finden auf den folgenden Seiten ausführliche Erläuterungen zum konkreten Verständnis von Nachhaltigkeit der Volkswagen AG und zu den Aktivitäten des Konzerns für eine Nachhaltige Entwicklung im Rahmen der Lieferantenbeziehungen.

Mit freundlichen Grüßen


F.J. Garcia Sanz


G. Damme

Konzernportrait

DER VOLKSWAGEN KONZERN MIT SITZ IN WOLFSBURG IST EINER DER FÜHRENDEN AUTOMOBILHERSTELLER WELTWEIT UND DER GRÖSSTE AUTOMOBILPRODUZENT EUROPAS.

Die Volkswagen AG vereinigt acht Automobilmarken, 44 Produktionsstandorte in 19 Ländern, eine Vielzahl an Dienstleistungs- und Vertriebsgesellschaften sowie die Gesellschaften der Finanzsparte. Mit Sitz in Wolfsburg (Deutschland) ist der Volkswagen Konzern Europas größter Automobilproduzent und einer der führenden weltweit.

Rund um den Globus produzieren über 342.000 Beschäftigte an jedem Arbeitstag mehr als 21.500 Fahrzeuge oder bieten fahrzeugbezogene Dienstleistungen an. Die Produktionsstandorte befinden sich in den Regionen Europa, Asien, Afrika und Amerika.

Seit 2002 ist das Pkw-Geschäft des Konzerns in zwei Gruppen unterteilt: Die Markengruppe Volkswagen umfasst die Marken Volkswagen Pkw, Skoda, Bentley und Bugatti. Zur Markengruppe Audi gehören die Marken Audi, SEAT und Lamborghini. Jede Marke behält dabei ihren eigenständigen Charakter und operiert selbständig am Markt. Die Verantwortung für die Nutzfahrzeugprodukte des Konzerns trägt Volkswagen Nutzfahrzeuge, die Lastkraftwagen, Busse, Transporter und Reisemobile herstellt. Das Geschäftsfeld Financial Services bündelt neben Finanzierungs-, Versicherungs- und Leasingprodukten vielfältige Dienstleistungen rund um das Automobil.

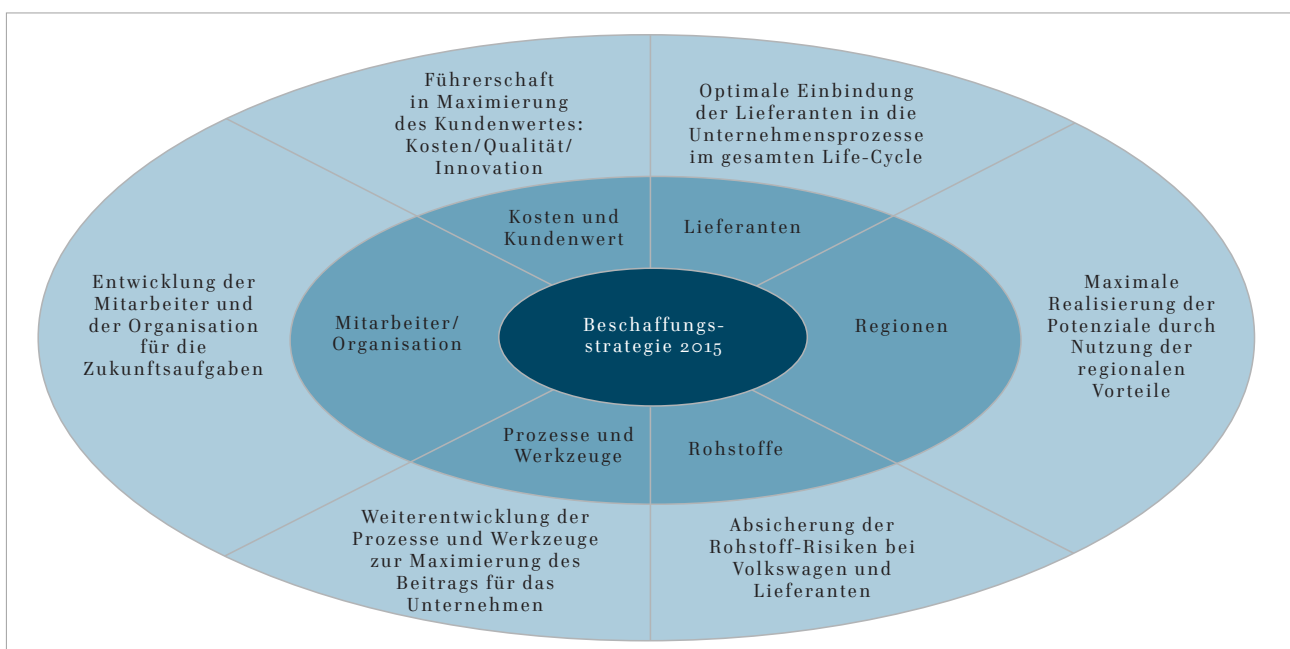


Beschaffungsmanagement des Volkswagen Konzerns

DAS BESCHAFFUNGSMANAGEMENT IST EIN WICHTIGER BESTANDTEIL DER UNTERNEHMENSTÄTIGKEIT MIT DEM ZIEL, EINE GRÖßTMÖGLICHE KUNDENZUFRIEDENHEIT IN QUALITÄT UND PREIS ZU ERREICHEN.

Das Konzernbeschaffungsvolumen beträgt insgesamt etwa 60 Milliarden Euro, was einer Zukaufquote von ungefähr 60% bis 70% entspricht. Das Ziel sind bestmögliche Ergebnisse für Volumenbündelung, Kosten, Qualität, Innovationen und Zuliefermanagement, um die Zufriedenheit des Kunden zu erreichen, der ein Produkt beziehungsweise Fahrzeug von Volkswagen kauft. Es geht um die Transparenz des Marktes, den weltweiten Zugang zu den neuesten Technologien am Markt, das Ermitteln der besten Lieferanten sowie die Nutzung des gebündelten Konzernbedarfs („Volumeneffekt“). Volumeneffekte sollen dabei durch die Marken- und Regionen übergreifende Beschaffung von Gleich- bzw. Synergieteilen oder Teilefamilien auf Basis von Modul- und Plattformstrategien erzielt werden.

Im Rahmen eines integrierten Supply Chain Managements („Value Net Management“) werden Lieferanten stärker in die Beschaffungsprozesse sowie den Zugang zu Innovationen einbezogen. Dafür arbeitet die Volkswagen AG in einigen Fällen durch Kooperationen eng mit ihren Lieferanten zusammen und versucht somit gleichzeitig, die eigene Innovationsstärke mit der der Lieferanten zu vereinen, um bestmögliche Ergebnisse am Markt erzielen zu können. Dazu wurde eine Vision für das Jahr 2015 entwickelt: „Together – best in class, in customer value and cost“, anhand welcher die Richtlinien, die wesentlichen Elemente und die Ziele für eine entsprechende Strategie der Volkswagen AG im Beschaffungsmanagement definiert werden. Diese Beschaffungsstrategie 2015 bildet die Grundlage für eine gemeinsame Entwicklung des Volkswagen Konzerns und seiner Lieferanten in Richtung Nachhaltigkeit.



Globalisierung – Verantwortung für Unternehmen

DER PROZESS DER GLOBALISIERUNG, DER SICH SEIT ANFANG DER 1990ER JAHRE IMMER MEHR BESCHLEUNIGT HAT, SCHLÄGT SICH IN VIELEN LEBENSBEREICHEN UND DAMIT GLEICHFALLS IN DER WIRTSCHAFT NIEDER.

Für den Volkswagen Konzern bedeutet Globalisierung mehr als eine Rahmenbedingung nachhaltigen Wirtschaftens: Globalisierung ist die internationale Vernetzung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aktivitäten von Unternehmen. Wir sind überzeugt, dass internationale Arbeitsteilung verbunden mit dem freien Zugang zu Märkten sowohl in Industrie- als auch in Schwellen- und Entwicklungsländern Wachstum und Wohlstand fördert. Eine verantwortungsbewusste Globalisierung, mit der Herausforderung, die umweltbezogenen und sozialen Leistungen des Konzerns in einem zunehmend globalen Umfeld zu sichern sowie durch innovative und anpassungsfähige Lösungen und Projekte fortzuentwickeln, stellt für uns einen Beitrag zum nachhaltigen Wirtschaften weltweit dar und sichert gleichzeitig unsere langfristige Wettbewerbsfähigkeit.

Gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, ist für Volkswagen sowohl eine freiwillige Verpflichtung und Vorbildfunktion für die nachhaltige Entwicklung in der Automobilindustrie als auch Quelle von Kompetenz und Faktor erfolgreichen unternehmerischen Handelns. Wenngleich der Kernbereich unserer Unternehmenstätigkeit weiterhin der ökonomische Wertschöpfungsprozess bleiben wird, ist es für die langfristige Erfolgssicherung von Volkswagen wichtig, im Einflussbereich des Unternehmens – das bedeutet auch innerhalb von Lieferantenbeziehungen – nachhaltiges Wirtschaften zu praktizieren. Der Volkswagen Konzern hat daher wie kein zweites Automobilunternehmen auf der Welt seine Internationalisierung unter Mitwirkung der einzelnen Regionen vor Ort schon früh vorangetrieben – ob in Lateinamerika, wo wir bereits seit 50 Jahren produzieren, in Südafrika, Asien oder Osteuropa.



Nachhaltige Entwicklung als gesellschaftliches Leitbild

NACHHALTIGKEIT IST EIN GESELLSCHAFTLICHER ENTWICKLUNGSPROZESS MIT DER ZIELRICHTUNG, DIE EIGENEN INTERESSEN NICHT MEHR NUR ISOLIERT, SONDERN VOR DEM HINTERGRUND ÖKONOMISCHER, ÖKOLOGISCHER UND SOZIALER ASPEKTE ZU BEWERTEN.

Bereits seit Anfang der 90er Jahre gewinnt das Leitbild einer globalen nachhaltigen Entwicklung für Unternehmen an Bedeutung. Nachhaltigkeit wird nach dem 1987 von der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung geprägten Begriff verstanden als „Wirtschaftsweise, welche die Bedürfnisse der gegenwärtigen Generation erfüllt, dabei aber gleichzeitig zukünftigen Generationen die (Lebens-)Grundlagen für die Erfüllung ihrer eigenen Bedürfnisse erhält“. Insbesondere von multinationalen Unternehmen wird erwartet, dass sie im Zusammenhang mit der Globalisierung eine aktive Gestaltungsrolle wahrnehmen.

Man unterscheidet dabei die drei Dimensionen: Ökologie, Ökonomie und Soziales. Diese umfassen die in der Abbildung dargestellten Inhalte von Nachhaltigkeit, zu denen auch Unternehmen als wesentliche Akteure einer Gesellschaft aktiv beitragen können. Ausgehend davon gehört Nachhaltigkeit zu den neuen politischen Herausforderungen unserer Zeit. Als ein Wechselspiel von Forderungen auf staatlicher Ebene, Marktanforderungen und Erwartungen gesellschaftlicher Anspruchsgruppen ergibt sich eine Kombination aus Eigenverantwortung, Richtlinien und Selbstverpflichtung sowie gesetzlicher Rahmenbedingungen als Leitplanken für die operative Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung auf gesellschaftlicher Ebene.

Dimension	Inhalt	Beitrag von Unternehmen
Ökonomisch	Zunahme sowie langfristige Sicherung des Wohlstandes; Entwicklung und Verstärkung intelligenter sowie weit-sichtiger Formen des Wirtschaftens	Schöpfer gesellschaftlichen Wohlstandes und Förderer technologischen Fortschritts
Ökologisch	Schutz und Sicherung der natürlichen Lebensgrundlagen, d.h. schonende Nutzung natürlicher Ressourcen	Effizienter Einsatz natürlicher Ressourcen und Schonung der Biosphäre
Sozial	Entwicklung zukunftssicherer Lebensstile und gerechter Verteilungssysteme, Festigung demokratischer Strukturen	Schaffung und Erhaltung von Arbeitsplätzen für soziale Sicherheit und Möglichkeit zur individuellen Entfaltung von Mitarbeitern

Nachhaltigkeit im Volkswagen Konzern

NACHHALTIGKEIT HAT IM VOLKSWAGEN KONZERN, BEI SEINEN MARKEN UND SEINEN GESELLSCHAFTEN EINE LANGE TRADITION, DIE IN DER ÖFFENTLICHKEIT ANERKANNT WIRD.

Das Nachhaltigkeitsleitbild, welches Volkswagen bereits 2002 anlässlich des Weltgipfels für nachhaltige Entwicklung in Südafrika formuliert hat, verknüpft unsere Tradition mit der Zukunft und gilt uns als Maßstab einer langfristig orientierten Unternehmenspolitik mit drei zentralen Elementen:

- dauerhafte Balance der ökonomischen, ökologischen und sozialen Systeme und das Streben nach einem langfristigen Ausgleich divergierender Interessen,
- Verantwortung für das eigene Handeln auf regionaler, nationaler und globaler Ebene,
- transparente Kommunikation und faire Kooperation.

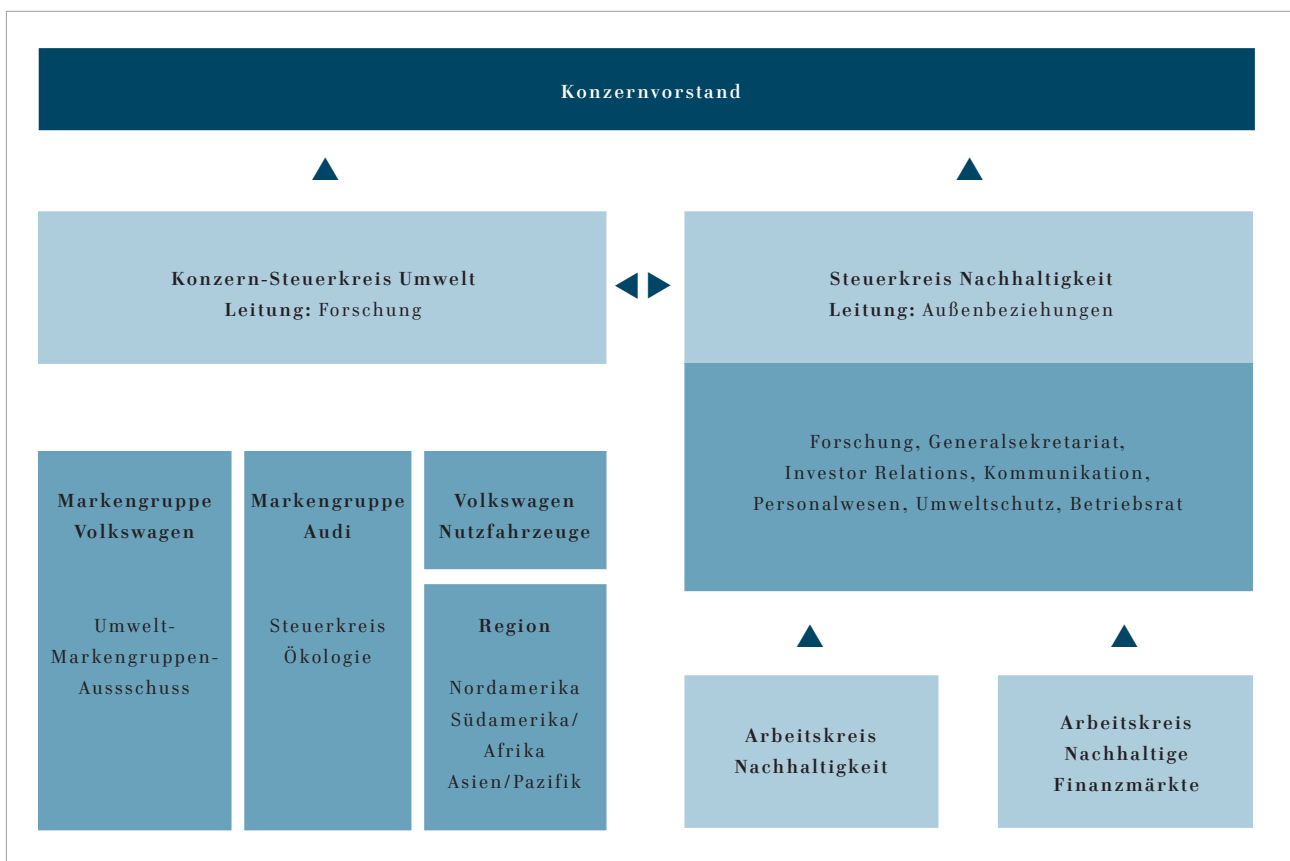
Nachhaltigkeitsleitbild von Volkswagen

- Für Volkswagen ist das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung der Maßstab einer langfristig orientierten Unternehmenspolitik, die sich nicht nur ökonomischen, sondern zugleich auch ökologischen und sozialen Herausforderungen stellt.
- Ökonomischer Erfolg, vorausschauender Umweltschutz und soziale Kompetenz sichern und steigern die globale Wettbewerbsfähigkeit des Volkswagen Konzerns.
- Der Volkswagen Konzern entwickelt, produziert und vermarktet weltweit Automobile und Dienstleistungen, um seinen Kunden mit attraktiven Lösungen Zugang zu individueller Mobilität zu verschaffen.
- Es ist das Ziel von Volkswagen, fortschrittliche Technologie unter Berücksichtigung umwelt-schonender und sozialverträglicher Aspekte weltweit verfügbar zu machen.
- Neben dem wirtschaftlichen Erfolg sind für Volkswagen die kontinuierliche Verbesserung der Umweltverträglichkeit seiner Produkte und die Verringerung des Verbrauchs natürlicher Ressourcen wichtige Ziele der Unternehmenspolitik.
- Volkswagen ist ein Unternehmen mit deutschen Wurzeln, europäischen Werten und globaler Verantwortung. Die Rechte, die persönliche Entwicklung, die soziale Absicherung und die wirtschaftliche Teilhabe der Mitarbeiter sind zentrale Bestandteile der Unternehmenspolitik von Volkswagen.
- Eine Kultur der Kooperation und Partnerschaft ist Basis der erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen der Unternehmensleitung und der Arbeitnehmervertretung, in Deutschland, in Europa und weltweit.
- Die Globalisierung ist für Volkswagen ein entscheidender Faktor zur Sicherung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftssicherung des Unternehmens. Die Globalisierung umwelt- und sozialverträglich zu gestalten, ist Aufgabe einer modernen und verantwortungsbewussten Unternehmenspolitik. Diese dient den langfristigen Interessen der Kunden, der Anteilseigner, der Mitarbeiter und der Partner von Volkswagen. Globalisierung darf nicht auf Ausbeutung beruhen.
- Volkswagen setzt sich auch gegenüber seinen Zulieferern für eine umwelt- und sozialverträgliche Wirtschaftsweise ein.
- Volkswagen versteht sich an allen Standorten als Partner von Gesellschaft und Politik.

Zur Unterstützung der Umsetzung dieses Leitbildes hat die Volkswagen AG für ihre umweltbezogenen und sozialen Aktivitäten spezifische Handlungsfelder identifiziert:

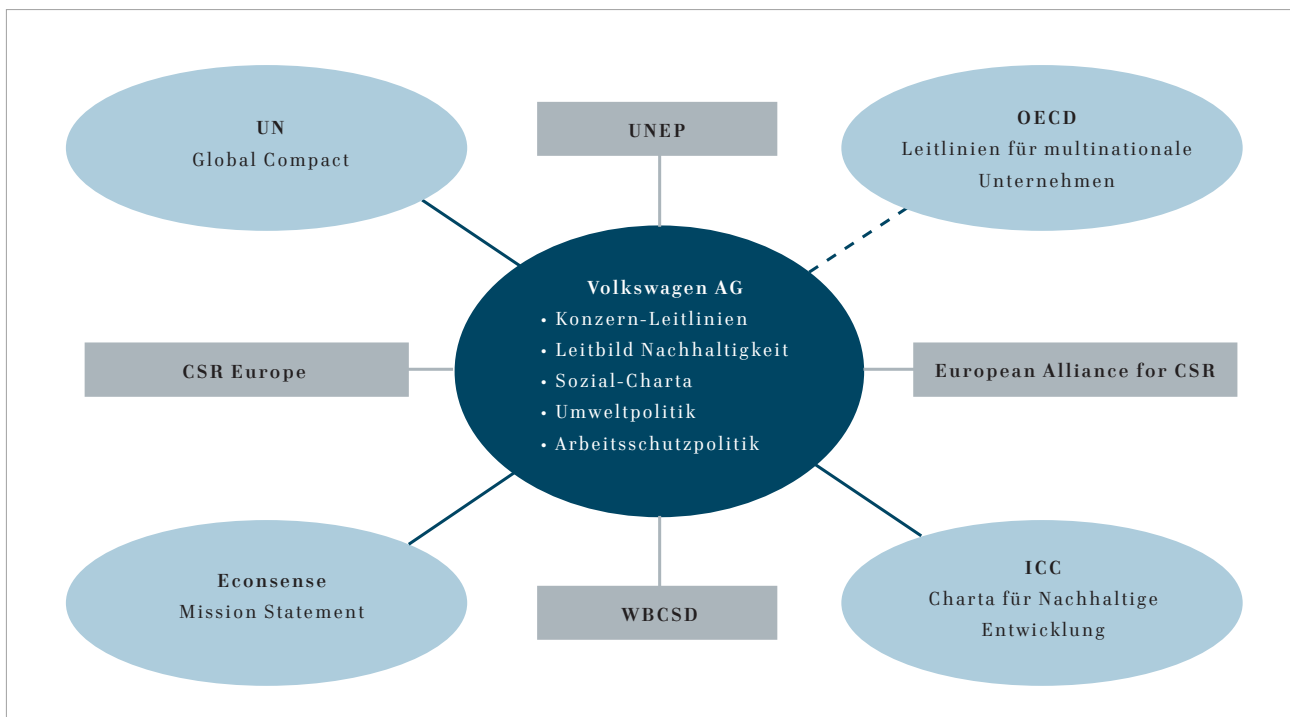
- Ressourcenschonung und optimierte Ressourcennutzung,
- Wasserwirtschaft,
- erneuerbare Energien,
- Bildung und Entwicklung sowie das
- Verhalten von Lieferanten.

Nachhaltigkeit gehört seit 2003 ebenfalls zu unseren Konzernwerten. Als einer von sieben Werten schreibt dieser konkret fest, dass wir „in unserem täglichen Handeln die beschlossenen, langfristigen Ziele des Unternehmens“ berücksichtigen, für den „langfristigen Erfolg in der Ausgewogenheit von ökonomischen, ökologischen und sozialen Zielen“ verantwortlich sind und die „Zukunftssicherung in allen Aspekten“ eine Kernaufgabe darstellt. Für die Umsetzung jener Aufgabe im Gesamtkonzern existiert folgende Nachhaltigkeitsorganisation:



Internationale Leitlinien, Codices und Initiativen haben eine starke Orientierungsfunktion für multinationale Unternehmen wie die Volkswagen AG. Deshalb unterstützt Volkswagen den UN Global Compact, der 1999 von UN-Generalsekretär Kofi Annan ins Leben gerufen wurde, um Menschenrechte, soziale Rechte, Umweltschutz und Antikorruption weltweit zu verbreiten (www.unglobalcompact.org). Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen (www.oecd.org) bilden zudem den Orientierungsrahmen für die globalen Aktivitäten des Volkswagen Konzerns. Bereits seit 1991 unterstützt Volkswagen zudem die Charta für eine langfristig tragfähige Entwicklung der Internationalen Handelskammer (www.icc.org).

Weiterhin engagiert sich Volkswagen in externen Nachhaltigkeitsforen als Gründungsmitglied im World Business Council for Sustainable Development (WBCSD, www.wbcsd.org) sowie auf europäischer Ebene im Rahmen der Initiative „Corporate Social Responsibility Europe“ (CSR, www.csreurope.org) und im offenen „Europäischen Bündnis für soziale Verantwortung der Unternehmen“ (http://ec.europa.eu/enterprise/csr/index_en.htm). Volkswagen ist darüber hinaus aktives Gründungsmitglied des Forums Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft ([econsense, www.econsense.de](http://www.econsense.de)) und Mitglied im Mobility Forum des Umweltprogramms der UN (UNEP, <http://www.unep.org/>). Daraus erwächst für uns die zentrale Herausforderung, umweltbezogene und soziale Aspekte auch in die Lieferantenbeziehungen zu integrieren.



Volkswagen Konzept – Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen

FÜR GLOBAL AGIERENDE UNTERNEHMEN IST NACHHALTIGE ENTWICKLUNG EIN ANSPRUCHSVOLLES ZIEL, DA SICH DIE WERTVORSTELLUNGEN UND ZIELE DER MENSCHEN VERSCHIEDENER KULTURKREISE UNTERSCHIEDEN.

Auf der Ebene von Produktstandards für Lieferanten werden bereits seit den 1990er Jahren zahlreiche Umweltaspekte wie Materialempfehlungen oder -verbote als Teil der Qualitätsstandards für Kaufteile umgesetzt. So ist z.B. der Bereich „Umweltschutz und Recycling“ Bestandteil der Qualitätsmanagementvereinbarung „Formel Q-konkret“. Darüber hinaus existieren weitere unternehmens- und branchenspezifische Umweltnormen und Vorgaben für Lieferanten wie die VW- und die Audi-Umweltpolitik, die Umweltziele der Technischen Entwicklungen oder die Umweltlastenhefte.

Ausgehend von diesen bestehenden Vorgaben wurde in einem ausführlichen Dialog mit Geschäftspartnern für den gesamten Volkswagen Konzern der Handlungsspielraum für die Einbeziehung von Nachhaltigkeit in das Beschaffungsmanagement auf Basis der Integration umweltbezogener und sozialer Produktionsstandards ermittelt. Ergebnis ist das Volkswagen Konzept „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“, das diesen Handlungsspielraum umfassend ausfüllt, um umweltbezogene und soziale Anforderungen stärker in die Lieferantenbeziehungen der Volkswagen AG einbinden zu können. Dieses Konzept setzt sich aus den nachfolgenden aufgeführten Bausteinen zusammen.



1. Lieferantenanforderungen Nachhaltigkeit

Für ein umfassendes Nachhaltigkeitsmanagement ist neben der produktbezogenen Ebene die Einbeziehung von produktions- bzw. standortbezogenen Vorgaben für Lieferanten von Bedeutung. Die Produktionsprozesse und Arbeitsverhältnisse des Lieferanten sollen sich, wie bei Volkswagen auch, an globalen Mindeststandards orientieren. Zusätzlich müssen Lieferanten sicherstellen, dass ihre eigenen Zulieferer geeignete Maßnahmen zum betrieblichen und produktbezogenen Umweltschutz und zu Sozialstandards gewährleisten können. Entsprechende Maßstäbe hat Volkswagen in seinen „Anforderungen des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit in den Beziehungen zu Geschäftspartnern“ festgelegt.

Diese Lieferantenanforderungen zur Nachhaltigkeit basieren inhaltlich auf den Volkswagen eigenen internen Leitlinien – der Umweltpolitik, den daraus abgeleiteten Umweltzielen

und Umweltvorgaben, der Arbeitsschutzpolitik sowie der Erklärung zu den sozialen Rechten und industriellen Beziehungen. Gleichzeitig orientieren sie sich an den externen internationalen Standards, zu denen sich Volkswagen als multinationaler Konzern bekannt hat.

Die Lieferantenanforderungen zur Nachhaltigkeit bieten aus unserer Sicht eine wichtige Basis für die Zusammenarbeit der Volkswagen AG mit seinen Lieferanten für eine gemeinsame Nachhaltige Entwicklung. In Form einer Deklaration müssen die in den Anforderungen genannten Umwelt- und Sozialaspekte vom Lieferanten verbindlich zur Kenntnis genommen werden. Der Lieferant hat zu spezifizieren, für welche Standorte seine Kenntnisnahme Gültigkeit besitzt. Zusätzlich zur Kenntnisnahme stellt der Lieferant sein Umweltmanagementzertifikat nach ISO 14001 oder dem europäischen Umwelt-Audit-System (EMAS) als Information zur Verfügung.

Lieferantenanforderungen zur Nachhaltigkeit

Umweltschutz

1. Schaffung und Anwendung von Umweltmanagementsystemen
2. Aktiver Umgang mit ökologischen Herausforderungen
3. Vermeidung von Umwelt- und Gesundheitsschäden/Produkte und Prozesse mit geringem Ressourcenverbrauch
4. Abfall und Recycling
5. Mitarbeiterschulung

Soziale Rechte

1. Vereinigungsfreiheit
2. Keine Diskriminierung
3. Freie Wahl der Beschäftigung
4. Keine Kinderarbeit
5. Vergütung
6. Arbeitszeit
7. Arbeits-/ Gesundheitsschutz

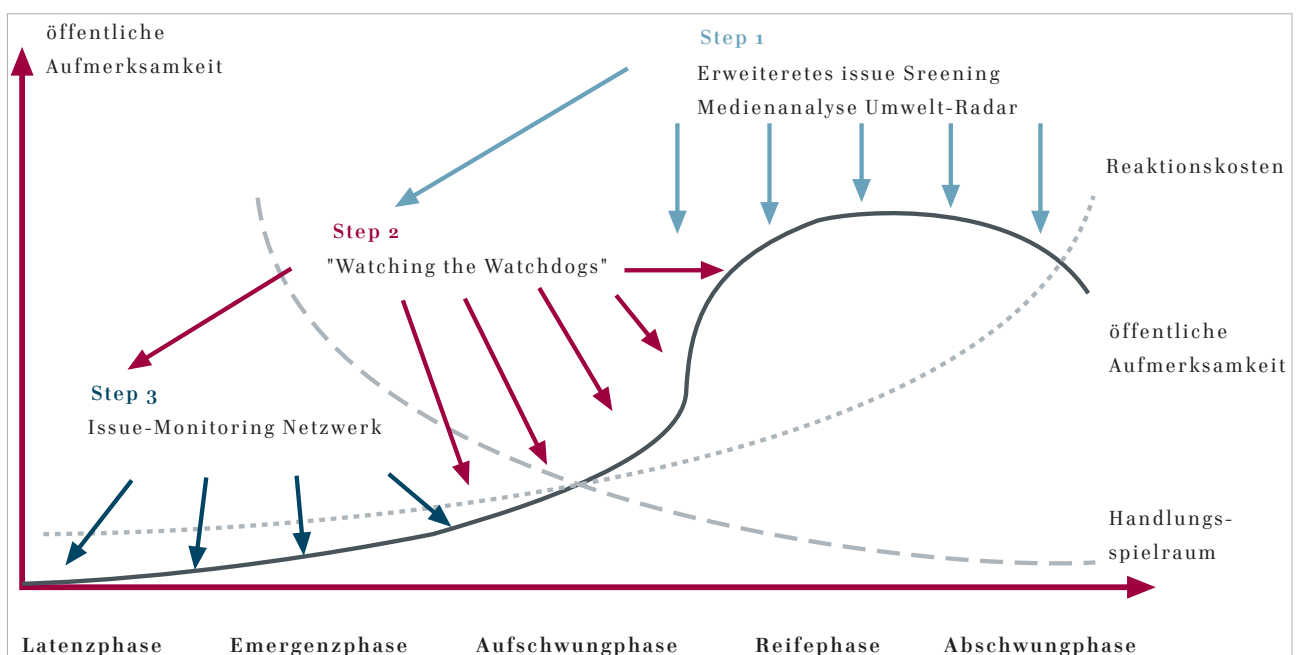
2. Früherkennung zur Risikominimierung

Ein zweiter Schritt ist der Aufbau eines internen sowie externen Systems zur Früherkennung von Risiken. Es dient der vorausschauenden Identifikation und Vermeidung von umweltbezogenen und sozialen Schwachstellen bei Lieferanten.

Volkswagen gewinnt entsprechende Informationen sowohl durch ein internationales Medien-Screening als auch durch die internen Fachbereiche, die im ständigen Kontakt mit den Lieferanten stehen.

3. Kontaktstelle für Nachhaltigkeit

Mit Hilfe einer Erläuterung in Form eines Fragebogens kann der Lieferant einen Selbstcheck durchführen, um so seinen derzeitigen Stand bezüglich der Einhaltung der Nachhaltigkeitsanforderungen zu ermitteln. Lieferanten, die erkennen, dass sie die Nachhaltigkeitsanforderungen der Volkswagen AG aktuell nicht erfüllen können, wird direkte Hilfe in Form fachlicher Unterstützung angeboten. Eine Kontaktstelle für Nachhaltigkeit (zu erreichen unter der Adresse: umweltdialog@vwgroupsupply.com) ist spezieller Ansprechpartner für Lieferanten und unterstützt diese gezielt bei der Umsetzung der Anforderungen bzw. der Lösung möglicher Probleme. Im Bedarfsfall steht ein Ad-hoc-Experten-Team der Fachbereiche Umweltschutz, Personalwesen, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Beschaffung sowie Qualitätssicherung zur Verfügung.



4. Monitoring und Lieferantenentwicklung

Das Monitoringkonzept für Umwelt- und Sozialstandards umfasst sowohl einen Plausibilitätscheck durch die Qualitätssicherung von Volkswagen als auch fallbezogene Stichproben beim Lieferanten vor Ort durch das Ad-hoc-Experten-Team. Für den Plausibilitätscheck wurden einzelne Fragen zu konkreten Umwelt- und Sozialaspekten in die regulären Qualitäts-Prozess-Audits integriert. Die fallbezogenen Stichproben erfolgen, sofern aus der Früherkennung oder anderen Informationsquellen Erkenntnisse über mögliche Probleme vorliegen. Lieferanten, welche die umweltbezogenen und sozialen Anforderungen nicht erfüllen können, sind dazu angehalten, einen eigenen Verbesserungs- und Entwicklungsprozess mit Nachweispflichten über die Schritte, den Zeitplan und die jeweiligen Ergebnisstände zu initiieren. Informationen über den Verbesserungsprozess oder aktuelle Entwicklungen sind vom Lieferanten selbstständig dem Auftraggeber zur Verfügung zu stellen.

5. Kommunikation über die B2B-Lieferantenplattform

Für eine angemessene Bereitstellung von Informationen zum Thema Nachhaltigkeit für unsere Lieferanten und Geschäftspartner kommuniziert die Volkswagen AG hauptsächlich über die B2B-Lieferantenplattform

„www.vwgroupsupply.com“. Dort finden Lieferanten sowohl im geschlossenen als auch teilweise im öffentlichen Bereich unter der Rubrik "Umwelt und Soziales" alle Anforderungen, die Volkswagen in Bezug auf seine Lieferantenbeziehungen stellt, eigene Vorgaben, die wir uns als multinationales Unternehmen gesetzt haben sowie ausführliche Informationen zu dem gemeinsamen Dialog, den wir mit Lieferanten im Bereich Nachhaltigkeit anstreben. Zusätzlich sind weiterführende interessante Informationen, wie z.B. der aktuelle Nachhaltigkeitsbericht des Volkswagen Konzerns, über dieses Kommunikationsmedium abrufbar.



6. Lieferantenprogramm Priorität A

Neben der konkreten fallbezogenen Information und Unterstützung sind allgemeine Schulungsangebote für Geschäftspartner ein wichtiges Instrument, die gemeinsame Zusammenarbeit zu vertiefen. Durch Veranstaltungen in der Reihe "Priorität A – Partner für Umwelt und Nachhaltigkeit" wird Lieferanten die Möglichkeit gegeben, sich im Rahmen von Workshops und Seminaren bezogen auf Nachhaltigkeitsthemen weiterzubilden. Seit 1997 bietet Volkswagen, organisiert durch die Volkswagen Coaching GmbH, diese Veranstaltungen für seine Geschäftspartner und weitere Interessierte an.

Im Rahmen der jährlichen Verleihung des Qualitätspreises an Lieferanten wird zudem eine Umweltauszeichnung an innovative und vorbildliche Lieferanten vergeben. Dadurch wollen wir die Kooperation mit und das Vertrauen zu unseren Lieferanten stärken. Die Beschaffung wird dabei unterstützt von weltweiten Experten im Konzern, die auch in der Lage sind, Hilfestellung für unsere Geschäftspartner direkt vor Ort durch prozessbezogene und inhaltliche Unterstützung bei Umwelt- und Sozialthemen zu leisten.

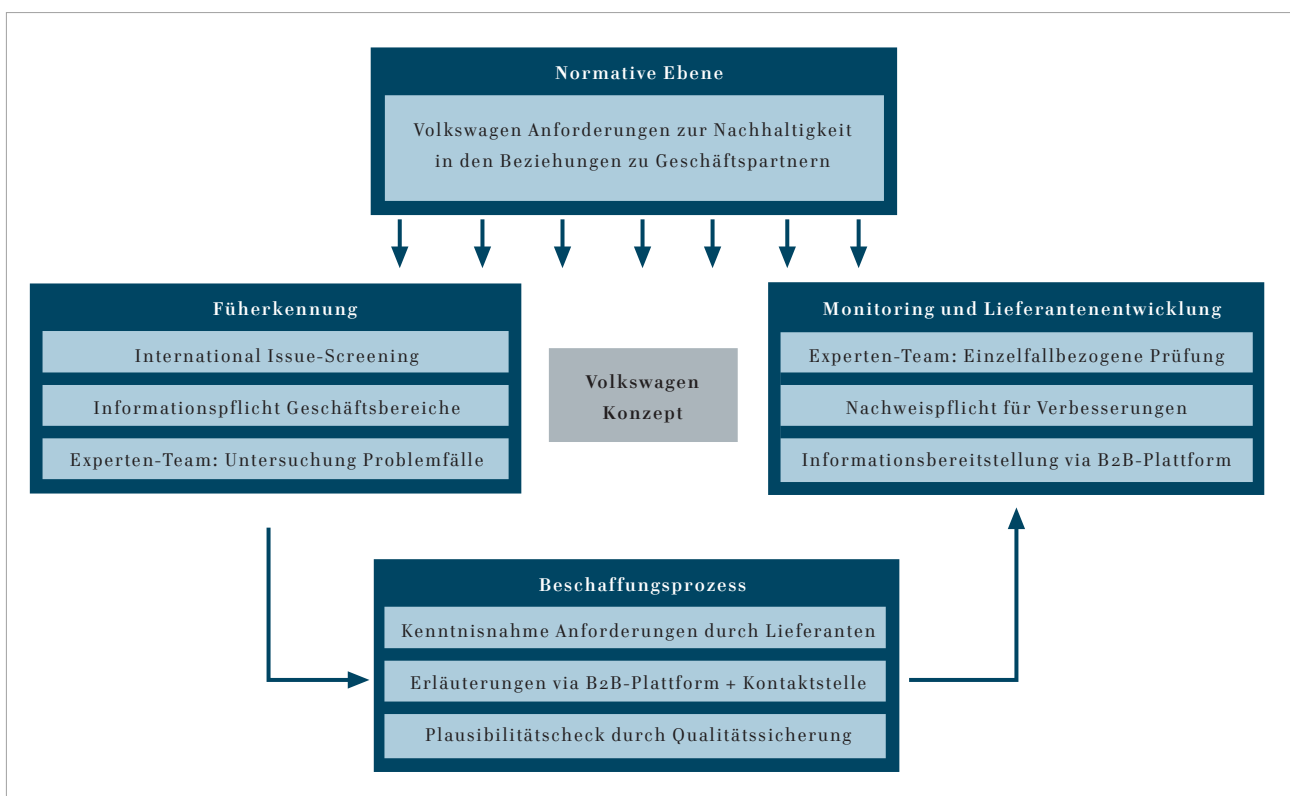


Zusammenfassung

DIE INTEGRATION VON NACHHALTIGKEIT IN DEN LIEFERANTENBEZIEHUNGEN IST FÜR VOLKSWAGEN EIN PARTNERSCHAFTLICHER ENTWICKLUNGSPROZESS IN RICHTUNG ZUKUNFTSFÄHIGKEIT.

Die Einbeziehung von Umwelt- und Sozialstandards in die Lieferantenbeziehungen ist eine zentrale Herausforderung für das Nachhaltigkeitsmanagement. Im Rahmen der Globalisierung von Unternehmen und Beschaffungsprozessen nimmt die Einführung von weltweiten produktionsbezogenen Umwelt- und Sozialstandards immer mehr an Bedeutung zu. Auch die Produktionsprozesse und Arbeitsverhältnisse der Lieferanten von Volkswagen sollen sich an diesen globalen Mindeststandards orientieren.

Aus diesem Grund hat die Volkswagen AG Instrumente der Früherkennung von Problemfeldern eingeführt, Anforderungen zu umweltbezogenen und sozialen Standards definiert sowie Prozesse zur Intensivierung der Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten und deren Unterstützung aufgebaut. Dadurch können mittel- bis langfristig zusätzliche Wettbewerbsvorteile innerhalb der Geschäftsbeziehungen entwickelt werden. Zugleich lassen sich aber auch wichtige Impulse für eine gemeinsame nachhaltige Entwicklung der Volkswagen AG und den Lieferanten weltweit ableiten.



Begriffsdefinitionen

<i>AG</i>	Aktiengesellschaft
<i>B2B</i>	Business-to-Business
<i>CSR</i>	Corporate Social Responsibility
<i>econsense</i>	Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft
<i>EMAS</i>	Eco Management and Audit Scheme
<i>ICC</i>	International Chamber of Commerce
<i>ISO</i>	International Organisation for Standardization
<i>OECD</i>	Organisation for Economic Co-operation and Development
<i>OEM</i>	Original Equipment Manufacturer
<i>UN</i>	United Nation
<i>UNEP</i>	United Nation Environmental Program
<i>WBCSD</i>	World Business Council for Sustainable Development

Weiterführende Informationen

Konzernportal Volkswagen AG

<http://www.volkswagen.de>

Konzernportal Nachhaltigkeit

<http://www.volkswagen-nachhaltigkeit.de>

Umweltportal Marke Volkswagen

<http://www.volkswagen-umwelt.de>

B2B-Lieferantenplattform

<http://www.vwgroupsupply.com>

Global Compact

Volkswagen AG (2002): Global Compact – Aufbruch. Zukunft. Verantwortung, Wolfsburg.

Nachhaltigkeitsbericht

Volkswagen AG (2005): Nachhaltigkeitsbericht 2005/2006 – Generationen bewegen, Wolfsburg.

Projekt „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“

Koplin, Julia (2006): Nachhaltigkeit im Beschaffungsmanagement – Ein Konzept zur Integration von Umwelt- und Sozialstandards, Wiesbaden.

© Volkswagen Aktiengesellschaft
Konzernforschung
Umweltstrategie und Kommunikation
Brieffach 011/1774
38436 Wolfsburg
umweltdialog@vwgroupsupply.com

Oktober 2006