

Nachhaltigkeitsbericht
perspective



Vorwort des Vorstandsvorsitzenden	4
Grundsätze	6
Umweltstandards	6
Sozialstandards	6
Unternehmensprofil	8
Marken- und Unternehmensstrategie	8
Produkte	9
Corporate Governance	9
Beschaffung	12
Finanzdaten	14
Unsere Prinzipien	16
Transparenz	17
Dialogbereitschaft	19
Sozialverantwortung	22
Nachhaltigkeit	24
Evaluation	28
Das S.A.F.E.-Konzept	32
S.A.F.E.-Struktur	32
Fokus und Einschränkungen	33
Auszeichnungen	34
Ziele	36
Soziales	36
Umwelt	37
Highlights 2002/ Einen Schritt weiter	38
Fazit und Ausblick	39
Inhaltsübersicht nach GRI	40

Mission

*PUMA ist bestrebt, den Grundsatz
der nachhaltigen Entwicklung in alle
unternehmerischen Aktivitäten zu integrieren.*

***Die größten Verlierer der sehr ungleichen Welt von heute sind nicht jene, die der
Globalisierung zu sehr ausgesetzt sind, sondern jene, die davon ausgeschlossen werden.***

Kofi Annan

Mit dem springendem PUMA führen wir als Markenzeichen ein Tier, das weltweit für den verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt wirbt. Es unterstreicht, dass produkt- und produktionsbezogener Umweltschutz sowie fairer Umgang mit Lieferanten und deren Mitarbeitern notwendig sind auf unserem Weg zur nachhaltigen Entwicklung.

PUMA hat das S.A.F.E.-Konzept entwickelt, um die ethische und ökologische Prinzipien fest in die Unternehmensstrategie zu verankern. S.A.F.E. steht dabei für „Social Accountability and Fundamental Environmental Standards“. Dieses Konzept stützt sich auf die fünf Säulen Transparenz, Dialogbereitschaft, Nachhaltigkeit, Sozialverständnis und Evaluation. Jeder Lieferant ist vertraglich verpflichtet, die in unserem S.A.F.E.-Handbuch festgelegten Umwelt- und Sozialstandards einzuhalten.

Das Jahr 2003 war für PUMA von herausragendem Erfolg für Marke und Unternehmen geprägt. Trotz eines schwierigen Marktumfelds konnte ein solides Finanzergebnis erwirtschaftet werden – die PUMA-Aktie erzielte im Geschäftsjahr 2002 eine Wertsteigerung von 91%. Parallel zu dieser Wertentwicklung führte unser S.A.F.E.-Team während der Berichtsperiode weltweit 381 Lieferantenaudits durch. Als Resultat dieser Audits mussten 33 Fabriken von PUMAs Lieferantenliste gestrichen werden. Diese Fabriken sind mehrmaligen Aufforderungen zur Implementierung von optimierten Umwelt- und Sozialstandards nicht nachgekommen. Die Beendigung der Geschäftsbeziehungen ist uns nicht leichtgefallen, aber war ein notwendiger Schritt, um die Glaubwürdigkeit unserer Sozial- und Umweltstandards zu untermauern.

Wir haben den Regenbogen als Symbol für diesen Report gewählt, weil er sich aus sieben individuellen Farben zusammensetzt. Diese Farben stehen für die verschiedensten Anstrengungen von PUMA im Bereich der nachhaltigen Entwicklung. Vereint man die einzelnen Farben des Regenbogens, führt dies zu weißem Licht, welches für das allgemeine Ziel von PUMA steht: Die Integration der Prinzipien der Nachhaltigkeit in all unsere unternehmerischen Aktivitäten. Das weiße Licht sollte außerdem als ein Zeichen der ständigen Weiterentwicklung angesehen werden, denn Fortschritt kann nur erreicht werden, wenn die sieben Farben von allen Beteiligten im richtigen Verhältnis gemischt werden.

Bei der Erstellung dieses Berichtes haben die „Sustainability Reporting Guidelines“ der Global Reporting Initiative (GRI) einen wertvollen Beitrag geleistet. Um Überschneidungen mit dem Geschäftsbericht zu vermeiden und zudem den Bericht knapp und präzise zu gestalten, haben wir uns auf die für PUMA relevanten Themen im Bereich Umwelt und Soziales konzentriert. Leser, die an zusätzlichen Informationen interessiert sind, möchten wir einladen, direkt mit uns in Kontakt zu treten. Dazu können Sie sich an die angegebenen Kontaktadressen wenden, den beigefügten Fragebogen nutzen oder über unsere Website www.puma.com Ihre Meinung äußern.

Innerhalb dieses Berichtes beschränken wir uns nicht nur auf Firmenstandorte von PUMA, sondern haben auch versucht, Daten von unseren Partnerbetrieben weltweit zu berücksichtigen. Der Berichtszeitraum erstreckt sich über die Periode Januar 2002 bis Juli 2003.

Wir freuen uns darüber, dass PUMAs erster Umwelt- und Sozialbericht „Einblicke“ (2002) großes Interesse hervorgerufen hat. Insbesondere möchten wir uns beim Verein „Deutsches Netzwerk für Wirtschaftsethik e.V.“ für den 2002 an PUMA verliehenen Preis für die Entwicklung und Implementierung des PUMA S.A.F.E. Konzepts bedanken. Die Auszeichnung zeigt, dass wir uns auf dem richtigen Weg befinden und der Integration der Nachhaltigkeit in unsere Geschäftsaktivitäten einen weiteren Schritt näher gekommen sind. Wir fassen diese Auszeichnung als Ansporn auf und werden unsere Bemühungen diesbezüglich weiter forcieren.

Wir sind davon überzeugt, dass der Erfolg von Marke und Unternehmen und die erhaltene Auszeichnung einander bedingen.



Jochen Zeitz

Umweltstandards

Wer Sport treibt, steht in direktem Kontakt zu seiner Umwelt. Umweltschutz genießt daher bei PUMA einen hohen Stellenwert. Unser Ziel ist es, die Produktion von umweltfreundlichen Sportartikeln gegenüber unseren Partnern nicht nur transparent darzustellen, sondern auch kontinuierlich zu verbessern. Wir sind uns unserer hohen ökologischen und sozialen Verantwortung gegenüber der Umwelt, den Lieferanten, den Herstellern, unseren Mitarbeitern und Kunden sowie insbesondere gegenüber kommenden Generationen bewusst.

Sozialstandards

Als weltweit tätiges Unternehmen ist sich PUMA auch seiner Verantwortung zur Schaffung von menschenwürdigen Arbeitsbedingungen für alle direkt und indirekt beschäftigten Mitarbeiter bewusst.

Die Achtung der Menschenrechte an den weltweiten Produktionsstandorten stellt für uns eine elementare Anforderung dar. Die Zusammenarbeit mit unseren Produzenten erfolgt auf partnerschaftlicher Basis und wird auch an die jeweiligen Beschäftigten weitergeben. Gemeinsame Ziele und Erfolge können nur auf einer Basis von Vertrauen und Verlässlichkeit erreicht werden. Sie können und dürfen nicht auf ausbeuterischen Aktivitäten wie zum Beispiel Kinderarbeit und erzwungenen Überstunden beruhen oder auf Grund von ungenügenden Standards im Bereich der Arbeitssicherheit erzielt werden.

Die wichtigsten sozialen Prinzipien hat PUMA in einem Verhaltenskodex festgeschrieben, der gleichzeitig auch als unser elementarstes Kontrollinstrument fungiert. Mittlerweile ist unser „Code of Conduct“ in 32 verschiedenen Sprachen verfügbar und hängt weltweit an allen Produktionsstandorten an sichtbarer Stelle aus.



PUMA AG

Würzburger Str. 13, D-91074 Herzogenaurach

CODE OF CONDUCT



Wir, die PUMA AG, erklären hiermit die strikte Befolgung der in den Menschenrechtsgesetzen festgelegten Richtlinien. Mit nachstehender Absichtserklärung verpflichten wir uns zur Einhaltung hoher ethischer Standards.

- Keine Beschäftigung von Arbeitnehmern, die jünger als 15 Jahre sind bzw. nicht unter dem Mindestalter, welches durch entsprechende gesetzliche Reglementierung festgelegt ist, oder die die Schulpflicht noch nicht beendet haben. Die entsprechend höherwertige Reglementierung der drei genannten Fälle hat Vorrang
- Die Einhaltung der entsprechenden gesetzlichen Bestimmungen im Hinblick auf den Umgang mit gesundheitsschädlichen Substanzen sowie der Arbeitsplatzsicherheitsbedingungen und die Einhaltung der Reglementierungen zum Schutz der Umwelt
- Eine Arbeitswoche von 6 Tagen mit normal 48 Stunden und maximaler Arbeitszeit von 60 Stunden. Ein Tag der 7 Tageweche ist frei. Überstunden werden entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen vergütet
- Eine gerechte Entlohnung sowie die Gewährung aller gesetzlich geregelten Vergünstigungen
- Respektierung der Gleichheit unabhängig von Rasse, der Religion, dem Alter, den sozialen Verhältnissen, der politischen Einstellung, dem Geschlecht oder der Position im Unternehmen
- Respektierung der Würde am Arbeitsplatz. Keine Belästigung, Beschimpfung und/oder körperliche Bestrafung
- Vereinigungsfreiheit sowie das Recht auf Mitgliedschaften in Gewerkschaften

Möchten Sie den detaillierten Inhalt der sozialen Standards erfahren, so steht Ihnen das Handbuch der produktbezogenen Umwelt- und Sozialstandards der PUMA AG gerne zur Verfügung. Fragen Sie diesbezüglich Ihren unmittelbaren Vorgesetzten.

Marken- und Unternehmensstrategie

Marke

Wir sind unserem langfristigen Ziel, zur begehrtesten Sportlifestylemarke zu werden, im Jahr 2002 einen deutlichen Schritt näher gekommen. Unser Fokus liegt darauf, die kreativen Einflüsse aus der Welt des Sports, des Lifestyles und der Mode zu kombinieren. Um unsere Markenstrategie umzusetzen, konzentrieren wir uns auf Markeneigenschaften wie Unverwechselbarkeit, Individualität, Spontaneität und Internationalität sowie PUMAs sportliches Erbe. Ein wichtiges Element unserer Markenstrategie ist die selektive Distribution, die dazu beitragen soll, die Begehrtheit der Marke zu steigern und in profitables Wachstum umzuwandeln. Diese Distributionspolitik gilt auch für unsere Lizenznehmer, die wir durch eine klare Markenführung, Markensteuerung und Kontrolle entsprechend unterstützen.

Unternehmen

Kernpunkt unserer Unternehmensstrategie ist die ständige Flexibilisierung und Straffung unserer Organisationsstruktur, um uns in einer immer dynamischeren und schnelllebigeren Branche behaupten zu können. Deshalb haben wir im Laufe der letzten Jahre unsere Struktur weiter dezentralisiert und darauf hingearbeitet, PUMA als erstes, echtes virtuelles Sportartikelunternehmen zu etablieren.

Eines unserer Ziele besteht darin, eine Führungsstruktur zu schaffen, die einerseits der zunehmenden Globalisierung Rechnung trägt, andererseits die Weiterentwicklung von Marke und Unternehmen vorantreibt. Diesem Ziel dient das neu berufene „Group Executive Committee“, ein funktionsübergreifendes Führungsteam, das sich aus dem Vorstand und vier „Global Functional Directors“ zusammensetzt. Damit sind im „Group Executive Committee“ alle Funktionen des Unternehmens repräsentiert, was eine effizientere Führung und Steuerung des Unternehmens ermöglicht. Die Struktur des neuen Ausschusses ist darauf ausgelegt, die Mitglieder zu ermächtigen und zu motivieren, auch außerhalb ihrer jeweiligen Verantwortungsbereiche proaktiv an der weiteren Entwicklung des Unternehmens mitzuwirken.

Neben den Vorstandsmitgliedern Jochen Zeit, Martin Gänsler und Ulrich Heyd gehören die neu ernannten „Global Functional Directors“ Antonio Bertone (Brand Management), Peter Mahrer (Central Europe und International Sales), Dieter Bock (Finance) und Klaus Bauer (Operations und Human Resources) zum „Group Executive Committee“.

Produkte

PUMA ist in vier verschiedenen Produktkategorien vertreten: Schuhe, Bekleidung, Accessoires und Lizenzprodukte.

Innerhalb der Phase III der Unternehmensentwicklung erwarten wir, dass sich die Bereiche Textilien und Schuhe als hauptsächliche Wachstumsträger herausbilden werden.

Mit der Implementierung neuer Technologien, Designs, Formen und Materialien versuchen wir, ein neues Produktangebot zu kreieren, das so einzigartig und unverwechselbar ist wie die Marke PUMA selbst.

In Übereinstimmung mit unserem langfristigen Ziel, 40 % des Umsatzes im Bereich Textilien zu erzielen, erwarten wir im Jahr 2003 im Textilbereich ein stärkeres Wachstum als im Schuhbereich.

PUMA hat in diesem Jahr zwei weitere Lizenzverträge im europäischen Markt angekündigt: Der Schiesser Lifestyle GmbH wurde die Lizenz für PUMA Bodywear erteilt und Le Bonita S.p.A erhielt die Lizenz für PUMA Swimwear.

Obwohl wir weiterhin gezielt neue Geschäftsfelder evaluieren, deckt PUMA gegenwärtig alle wesentlichen, bislang geplanten Lizenzsegmente ab. Daher konzentriert sich PUMA derzeit darauf, das internationale Lizenzgeschäft weiter zu festigen.

Unternehmensführung

Die PUMA AG ist ein börsennotiertes Unternehmen mit Hauptsitz in Herzogenaurach, Deutschland. Derzeit sind ungefähr 15,85 Millionen Aktien ausgegeben, die sich komplett im Streubesitz befinden.

Alle Aktionäre werden zu einer jährlichen Hauptversammlung eingeladen. Hier haben sie die Möglichkeit, ihre Meinung öffentlich zu äußern, Fragen an die Geschäftsführung zu richten und ihr Stimmrecht auszuüben.

PUMA folgt den Empfehlungen der "Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex", mit Ausnahme der auf unserer Homepage aufgeführten Abweichungen (<http://about.puma.de/>).

Der Aufsichtsrat der PUMA AG setzt sich aus neun Mitgliedern zusammen. Drei Mitglieder sind Arbeitnehmervertreter und stellen somit unabhängige, nicht-leitende Angestellte dar. Der Aufsichtsrat überwacht den Vorstand und ist für dessen Berufung oder Entlassung verantwortlich. Der Vorstand liefert wiederum dem Aufsichtsrat aktuelle Informationen zur Umsetzung von Marken- und Unternehmensstrategie sowie Unternehmenszielen.

Vorstand

Jochen Zeitz

Nürnberg, Deutschland

Vorsitzender des Vorstands der PUMA AG

(Marketing, Vertrieb, Finanzen, Verwaltung, Personal)

Mitgliedschaft in anderen Aufsichtsräten

und Kontrollgremien:

- Deutsche Bank AG

- Falke KG

- Harley Davidson Europe

Martin Gänslar

Gersthofen

Stellvertretender Vorsitzender des Vorstands

der PUMA AG (Forschung und Entwicklung,

Design, Einkauf, Umwelt und Soziales)

Ulrich Heyd

Nürnberg

Mitglied des Vorstands der PUMA AG

(Recht, gewerbliche Schutzrechte)

Aufsichtsrat

Werner Hofer (Vorsitzender)

Hamburg, Deutschland

Rechtsanwalt

Thore Ohlsson (stellvertretender Vorsitzender)

Falsterbo, Schweden

Präsident der Elimexo AB, Falsterbo/Schweden

James Douglas Packer

Bellevue Hill, Australien

Vorstandsvorsitzender der Publishing and

Broadcasting Limited,

Sydney/Australien

Arnon Milchan

Herzlia, Israel

Filmproduzent

David Matalon

Beverly Hills, USA

Präsident und Geschäftsführer der New Regency

Production Inc., Los Angeles/U.S.A.

Peter Chernin

Los Angeles, USA

Präsident und Geschäftsführer der News Corporation Ltd.,

New York, USA / Sydney, Australien

Katharina Wojaczek (Arbeitnehmervertreterin)

Aurachtal-Falkendorf, Deutschland

Betriebsratsvorsitzende

Erwin Hildel (Arbeitnehmervertreter)

Herzogenaurach, Deutschland

Abteilungsleiter Service & Auftragsabwicklung

Melanie Seiler (Arbeitnehmervertreterin)

Lonnerstadt, Deutschland

Sachbearbeiterin

Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiter sind der Schlüssel zum Erfolg. Die Zahl der Beschäftigten stieg von 2.012 im Jahr 2001 auf 2.387 Beschäftigte im Jahr 2002 an. Damit konnte eine Steigerung von 18,6% realisiert werden. Die Tatsache, dass im Juni 2003 bereits 2.815 Mitarbeiter beschäftigt wurden, illustriert den ungebrochenen Wachstumstrend der PUMA AG.

Personalverteilung nach Regionen:

Europa: 1757.7

Amerika: 552.5

Asien: 377.0

Afrika, Australien & Neuseeland: 128.0

(Quelle: PUMA Head Count Juni 2003)

PUMA unterhält ein eigenes Ausbildungsprogramm, welches im Juni 2003 15 Auszubildende und 30 Trainees umfasste. Die kulturelle Vielseitigkeit unserer Belegschaft schlägt sich auch in unserem Hauptsitz in Herzogenaurach nieder, wo Mitarbeiter 19 verschiedener Nationalitäten beschäftigt sind. Das Verhältnis Frauen/Männer an unserem deutschen Firmensitz beträgt 52% zu 48%. 14% unseres Managements sind Frauen. Ungefähr 7% unserer Belegschaft in Herzogenaurach arbeiten auf Teilzeit-Basis.

PUMA fördert die Weiterbildung und Investition in seine Mitarbeiter und bietet ihnen ein breit gefächertes Schulungsangebot an. Im deutschen Geschäftsbereich wurden beispielsweise im Jahr 2002 durchschnittlich €420 pro Mitarbeiter für Schulungen aufgewendet.

In verschiedenen Ländern (wie z.B. Deutschland, Österreich, Frankreich und UK) werden unsere Mitarbeiter durch Betriebsräte oder Arbeitnehmervertreter repräsentiert. Entsprechend der deutschen Gesetzgebung hat der Betriebsrat ein Recht auf Mitbestimmung und kann drei Mitglieder in den Aufsichtsrat entsenden.

Gesundheit & Arbeitssicherheit

Gemäß deutscher Gesetzgebung ist bei PUMA ein Ausschuss für Gesundheit und Arbeitssicherheit eingerichtet worden. Im Jahr 2002 gab es in Deutschland nur zwei Arbeitsunfälle, sechs Unfälle ereigneten sich auf dem Arbeitsweg und ein Unfall trat während des Betriebssports auf.

Die Einhaltung von Gesundheits- und Sicherheitsstandards bei PUMAs Lieferanten wird durch regelmäßige Audits, die das PUMA S.A.F.E.-Team durchführt, gewährleistet.

Anti-Korruptionspolitik

PUMA evaluiert derzeit die Notwendigkeit einer schriftlich fixierten Unternehmenspolitik zur Bekämpfung von Bestechung und Korruption.

Die Beschaffungsstruktur der PUMA AG



PUMA agiert als Holding für die eigenen Beschaffungsunternehmen World Cat Europe (Deutschland), World Cat Far East (Hong Kong) und World Cat America (USA). Darüber hinaus schließt die PUMA AG Lizenzverträge für ausgewählte Produktsegmente und Länder ab. Im Jahr 2002 wurde das schwedische Unternehmen Treton in die PUMA AG integriert.

Wie im Schaubild dargestellt, wurde die Beschaffung an die World Cat-Tochtergesellschaften übertragen. Dennoch platzieren Lizenznehmer ihre Aufträge auch direkt bei ausgewählten, auditierten und lizenzierten Lieferanten.

Die Produktion wurde an unabhängige Lieferanten ausgegliedert. Diese befinden sich hauptsächlich in Europa und in Fernost, aber auch in Nord- und Südamerika, Afrika und dem Mittleren Osten.

WELTWEIT:
381 Audits
(Januar 2002 bis Juli 2003)

Finanzdaten

	2002	2001	Abweichung
Anzahl der Mitarbeiter:	2387 (Dez. 2002)	2012 (Dez 2001)	+18.6%
Nettoumsatzerlöse:	909.8 M-€	598.1 M-€	+52.1%
Materialeinsatz:	-512.9 M-€	-347.5 M-€	+47.6%
Kapitalausstattung:			
Nettoverbindlichkeiten:	flüssige Mittel	8 M-€	
Eigenkapital:	252.2 M-€	176.7 M-€	+42.7%
Markenumsatz nach Regionen:			
Europa:	634.5 M-€	399.8 M-€	+58.7%
Amerika:	208.7 M-€	142.2 M-€	+46.8%
Asien:	47.4 M-€	45.3 M-€	+4.6%
Afrika/ Mittlerer Osten:	19.2 M-€	10.9 M-€	+76.1%
Markenumsatz nach Produktsegmenten:			
Schuhe:	613.0 M-€	384.1 M-€	+59.6%
Textilien:	238.4 M-€	169.5 M-€	+40.6%
Accessoires:	58.3 M-€	44.5 M-€	+31.0%
Erträge:			
Rohertrag:	396.9 M-€	250.6 M-€	+58.4%
Ergebnis vor Steuern:	124.4 M-€	57.4 M-€	+115.6%
Konzerngewinn:	84.9 M-€	39.7 M-€	+113.8%

	2002	2001	Abweichung
Bilanzgewinn:	126.5 M-€	86.9 M-€	+45.6%
Gewinn je Aktie:	5.44 €	2.58 €	+110.9%
Gewinn je Aktie, verwässert:	5.34 €	2.58 €	+107.0%
Ertragsteuern:			
Deutschland (Firmensitz)	20.7 M-€	4.0 M-€	
Andere Länder	23.8 M-€	3.6 M-€	
Latente Steuern	- 4.7 M-€	9.7 M-€	
Effektiver Steueraufwand	39.8 M-€	17.3 M-€	+130.1%
Personalaufwand:			
Löhne und Gehälter:	78.4 M-€	65.7 M-€	+19.3%
Soziale Abgaben:	12.1 M-€	8.9 M-€	+35.9%
Aufwendungen für Altersvorsorge:			
Andere Personalaufwendungen:	12.4 M-€	6.6 M-€	+87.8%
Personalaufwand (total):	102.9 M-€	81.2 M-€	+26.7%
Sonstige Zinsen und Dividenden:			
Zinsen und Aufwendungen für Bankverbindlichkeiten:	2.5 M-€	3.6 M-€	-30.6%
Dividende je Aktie:	0.55 €	0.30 €	+83.3%

„Die Spielregeln“

PUMA nimmt die S.A.F.E.-Standards sehr ernst.
Wir bekennen uns eindeutig zu nachhaltiger Entwicklung.



Transparenz

PUMAs Ziel ist es, seinen Kunden hochwertige Produkte anzubieten, welche keine den Menschen oder die Umwelt gefährdenden Schadstoffe beinhalten. Die Produkte werden vor der Produktionsaufnahme durch unabhängige Institute auf ihre Qualität und ökologische Verträglichkeit getestet. Mit Hilfe unserer produktionsbezogenen Umwelt- und Sozialstandards, sowie der Veröffentlichung von Nachhaltigkeitsberichten sorgen wir bei unseren Zulieferern, Produzenten und Kunden für die nötige Transparenz, die die Basis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit bildet.

**„Zu viel Lob führt oft ins Verderben,
Kritik dagegen zu positiven Veränderungen.“**

(Anonym)

Berichterstattung

Im Jahr 2002 haben wir erstmals unseren Umwelt- und Sozialbericht „Einblicke“ publiziert. Dieser Bericht war der erste Ansatz, die Aktivitäten bei PUMA transparenter zu gestalten.

Wir haben uns dafür entschieden, unsere Berichterstattung auf regelmäßiger Basis fortzuführen, da fortwährend neue soziale und umweltpolitische Aspekte zum bestehenden Anforderungskatalog hinzukommen.

Unser Ziel ist es dabei nicht nur, positive Beispiele und Erfahrungen zu veröffentlichen, sondern durchaus auch kritische Stimmen und konstruktive Kritik zuzulassen.

Wir befinden uns, wie viele andere Unternehmen auch, in einem andauernden Lernprozess. Innerhalb dieses Prozesses werden unsere Standards weiterentwickelt und in den Fabriken implementiert. Es würde ein falsches Bild entstehen, wenn wir nur positive Veränderungen und Aktionen publizieren würden. Basierend auf unserer Philosophie der Offenheit und Transparenz beabsichtigen wir vielmehr, von unseren Fortschritten ebenso wie von den Bereichen, in denen weitere Aktivitäten nötig sind, zu berichten.

Ein Beispiel für eine durchaus kritische Berichterstattung war der Vorfall bei einem ehemaligen PUMA-Lieferanten Matamoros Garments, Mexiko.

Bei Matamoros Garments, einem ehemaligen Textillieferanten von PUMAs Beschaffungsorganisation World Cat Amerika fand am 13. Januar 2003 ein Streik statt. In diesem Zusammenhang wurde PUMA mit dem Vorwurf konfrontiert, dass es bei Matamoros zu Verletzungen des PUMA- Verhaltenskodexes gekommen sei und Löhne nicht gezahlt worden wären.

Der Streik wurde vom „Centro Apoyo de Trabajador“ (CAT), einer Arbeitnehmerorganisation, welche sich für die Einrichtung unabhängiger Gewerkschaften einsetzt, unterstützt. CAT rief bekannte NGOs, wie z.B. die „United Students Against Sweatshops“ und die „Kampagne für Saubere Kleidung“ zur Unterstützung auf, welche eine Kampagne gegen PUMA über das Internet starteten. In der Folgezeit erreichten uns eine Vielzahl von Protestschreiben, Faxen und E-Mails. Unter anderem erhielten wir ein solches Protestschreiben, das von 17 Mitgliedern des US-Kongresses unterzeichnet war.

Transparenz

Das PUMA S.A.F.E.-Team führte eine detaillierte Untersuchung zur Klärung des Falles Matamoros durch. Das Ergebnis der Untersuchung stützte den Vorwurf über angebliche Verletzungen des PUMA- Verhaltenskodexes jedoch nicht, sondern wies auf einen Konflikt zwischen der in der Fabrik bereits existierenden Gewerkschaft (CTM) und der CAT hin, welche eine neue und unabhängige Gewerkschaft (Sitemag) gründen wollte. Des Weiteren stellte sich heraus, dass verspätete Lohnzahlungen eine Folge der instabilen Finanzlage von Matamoros Garments waren, welche durch den Konkurs eines Großkunden verursacht worden war.

PUMA gab die Ergebnisse der Untersuchung bekannt und stellte klar, dass es sich weder in die Auseinandersetzung der zwei Gewerkschaften einmischen werde, noch den wirtschaftlichen Fortbestand des Unternehmens Matamoros Garments garantieren könne.

PUMA trat in einen konstruktiven Dialog mit der Clean Clothes Campaign (CCC) und nahm an einem Treffen sowie einer von der CCC initiierten Pressekonferenz teil. Darüber hinaus konsultierte PUMA das Deutsche Netzwerk für Wirtschaftsethik, eine Organisation, die sich aus Akademikern und Vertretern aus dem Wirtschaftssektor zusammensetzt. Erst als die Anerkennung der neuen Gewerkschaft Sitemag offiziell von den zuständigen Arbeitsbehörden vor Ort abgelehnt worden war und die Fabrik wegen ihrer finanziellen Schwierigkeiten schließen musste, verlagerten die NGOs das Ziel ihrer Kampagnen weg von PUMA hin zu lokalen Arbeitsbehörden und politischen Entscheidungsträgern.

PUMA hat sich verpflichtet, die Geschäftsbeziehungen mit Matamoros Garments fortzusetzen, sobald das Unternehmen wieder saniert und voll geschäftsfähig ist.

Lieferanten

Die gleiche Transparenz, die wir unseren Stakeholdern bieten, erwarten wir auch von unseren weltweiten Geschäftspartnern. Wie im Kapitel Evaluation beschrieben, führt PUMA Lieferantenaudits bei allen direkten Zulieferern durch. In diesem Zusammenhang streben wir strategische Partnerschaften mit unseren Herstellern an, in welchen Offenheit und Transparenz wesentliche Bestandteile sind.

Produkte

Ein anderer Aspekt der Transparenz wird im Produktbereich verdeutlicht. Um zu gewährleisten, dass unsere Produkte ökologisch verträglich und frei von gesundheitsschädlichen Stoffen sind, werden sie durch unabhängige Institute eingehend getestet. Durchgeführt werden die Tests beispielsweise von Intertek Testing Services (Hongkong und Taiwan), Porst & Partner (Deutschland) und dem TÜV Rheinland-Brandenburg (Deutschland). Unsere Produktinformations- und Kennzeichnungsgrundsätze, die in den PUMA „Corporate Identity“-Richtlinien aufgeführt sind, gewährleisten die Einhaltung aller rechtlichen Aspekte der Produktkennzeichnung.

Kunden

PUMAs Politik im Hinblick auf Kundendatenschutz garantiert, dass keine Kundendaten ohne vorheriges Einverständnis des Kunden gesammelt, gespeichert, verwendet oder an Dritte weitergegeben werden.

PUMAs Hauptabsatzmarkt ist der Einzelhandel. In den meisten Fällen haben wir daher keinen direkten Kontakt zu unseren Kunden. In den Fällen, in denen unsere Produkte direkt in PUMA Concept Stores oder Outlets sowie am Telefon oder über das Internet verkauft werden, gilt unser Grundsatz, keine Daten an Dritte weiterzugeben. Alle Mitarbeiter in unseren Retail-, Internet- und Telefonverkaufsteams sind angewiesen, diesen Grundsatz unbedingt zu befolgen.

Dialogbereitschaft

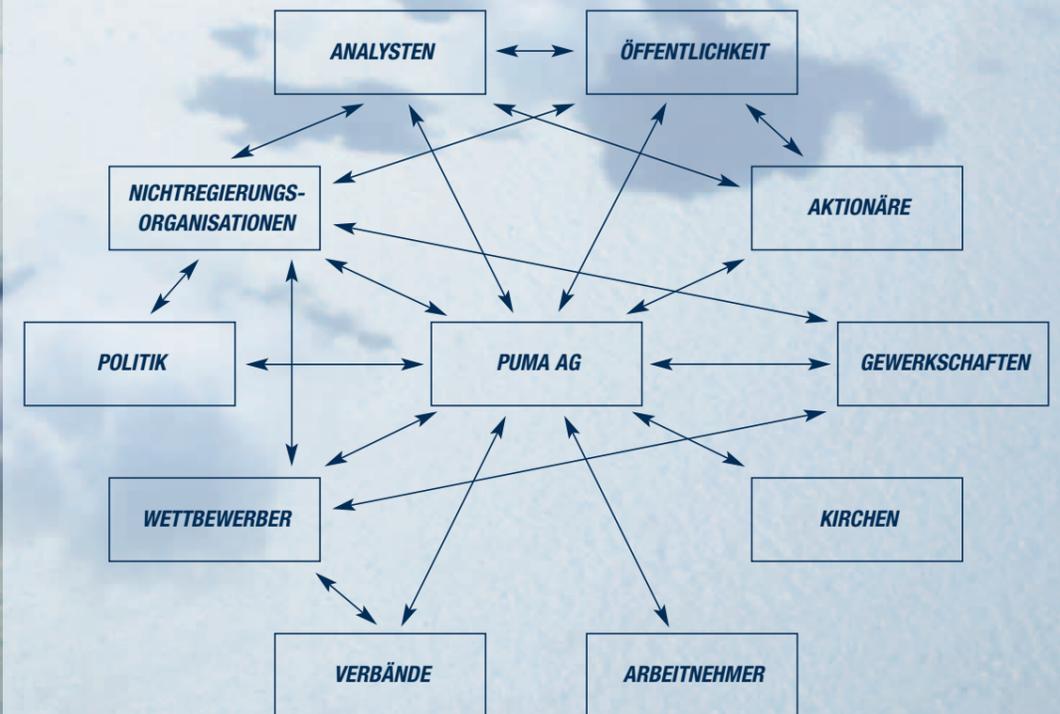
Fragen und Problemstellungen im Bereich Umwelt und Soziales lassen sich am besten im Team mittels eines konstruktiven Dialoges lösen. Unser Engagement soll nicht nur in einem permanenten Meinungs-austausch mit unseren Partnern stattfinden, sondern auch Interessengruppen, Aktionäre, Behörden, Universitäten, Industrieverbände und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) einschließen. Eine derartige Dialogbereitschaft ermöglicht es uns, einvernehmlich nach Lösungen zu suchen, welche für alle Betroffenen nützlich sind. Folglich führt uns dieser Dialog nicht nur zu mehr Nachhaltigkeit, sondern auch zu einer Verbesserung unserer Produkte.

„Der Weg zum Erfolg ist weit – wer diesem folgen möchte, sollte ihn bis zum Ende gehen.“

(Anonym)

Stakeholder

Als global ausgerichtete Marke und globales Unternehmen agiert PUMA in einem komplexen Unternehmensumfeld, das durch verschiedene Interessengruppen und Beteiligte geprägt wird. Unser Ziel ist es, einen permanenten Meinungs-austausch mit allen wesentlichen Akteuren zu gewährleisten. Dadurch wollen wir nicht nur die Meinung anderer einholen, sondern auch zukünftige Ziele und Schwerpunkte definieren.



Die Abbildung oben zeigt die vielfältigen Verbindungen zwischen PUMA und seinen Stakeholdern, sowie die Interaktionen zwischen den Gruppen.

Dialog- bereitschaft

Kontakte

Die meisten Gespräche führten wir im Jahr 2002 mit einer Vielzahl von Nichtregierungsorganisationen, wie zum Beispiel der deutschen Kampagne für Saubere Kleidung, dem Hongkong Christian Industrial Committee, Global Standards Vietnam und verschiedenen religiösen Gruppen.

Zusätzlich trafen wir uns mit verschiedenen Aktivisten, die in die Bereiche Globalisierung und Arbeitnehmerrechte involviert sind. Darüber hinaus übernahmen wir Referate auf Kongressen wie beispielsweise dem Kongress „Globalisierung“, organisiert durch die Petra Kelly Stiftung, und dem „Fit for Fair“-Kongress der Kampagne für Saubere Kleidung. Des Weiteren tauschten wir Erfahrungen bei Gruppentreffen der regionalen Agenda 21 aus und trafen uns ebenfalls mit Gewerkschaften und Frauenvertretern.

PUMA ist als aktives Mitglied der Steuerungsgruppe des Weltverbandes der Sportartikelindustrie (WFSG) in den Bereich Umwelt und Soziales eingebunden. Das Ziel dieser Arbeitsgruppe ist es, nachhaltige Lösungen für die Sportartikelindustrie und ihre Partner zu entwickeln. PUMA ist ebenso ein Mitglied der Außenhandelsvereinigung des deutschen Einzelhandels. Seit 2004 ist PUMA Mitglied der Fair Labor Association (FLA). Die Fair Labor Association ist eine Non-Profit Organisation, die Bemühungen von Industrie, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), Akademien und Universitäten zur Einhaltung internationaler Arbeitsstandards fördert und weltweit Arbeitsbedingungen verbessern möchte.

Wir arbeiten mit Analysten zusammen, die ökologische und soziale Leistungen der Unternehmen bewerten. Kürzlich wurden weltweit innerbetriebliche Schulungseinheiten bei PUMA und World Cat zur Verbesserung der internen Kommunikation im Hinblick auf unser S.A.F.E.-Konzept abgehalten.

Ansichten einer Mitarbeiterin

LIAO HONG YAN, weiblich, 20 Jahre alt, arbeitet in einer Fabrik in China an der Montage von Schuhen

„In den letzten Jahren hat sich das Verhalten unserer Vorgesetzten sehr verbessert. Sie beschuldigen oder bestrafen uns nicht, wenn wir etwas falsch oder zu langsam gemacht haben. Sie versuchen uns ferner zu vermitteln, wie wir unsere Arbeit richtig und schneller machen können. Wir werden belohnt, auch wenn wir nur einen unbedeutenden Erfolg erreichen. Im Jahr 2000 hat unsere Fabrik die großen Ventilatoren durch eine lokale Absaugung ersetzt. Des Weiteren wurden auf Wasser basierende Klebstoffe eingesetzt. Nun kann man riechen, dass die Luftqualität sehr gut ist, und trotzdem müssen die Arbeiter ständig eine Schutzmaske tragen.“

Ansichten eines Stakeholders

Prof. Dr. Andreas Scherer, Universität in Zürich

„PUMA übernimmt die Verantwortung für menschenwürdige Arbeitsbedingungen und die Einhaltung der Umwelt- und Sozialstandards in der kompletten Beschaffungskette des Unternehmens. Dies ist eine immense Aufgabe, wenn man bedenkt, dass PUMA seine Produkte und Materialien bei über 300 unabhängigen Lieferanten und Herstellern in mehr als 40 Ländern bezieht. PUMA ist seinen Partnern nicht nur durch einen eindeutig definierten Verhaltenskodex verpflichtet, sondern stets auch bemüht, diesen Kodex in die betrieblichen Abläufe zu implementieren. Mit Hilfe des S.A.F.E.-Auditierungsprozesses können der Status Quo sowie Schritte zur Verbesserung in allen Produktionsstätten überwacht werden. Außerdem hat es PUMA geschafft, eine Atmosphäre des gegenseitigen Vertrauens und der kooperativen Partnerschaft mit den Zulieferern, Herstellern, Mitarbeitern

und NGOs herzustellen. Dies stellt eine wichtige Bedingung für mehrschichtige Lernprozesse dar, welche für die zukünftige Verbesserung von Prozessen und Produkten notwendig sind. Nur wenn Bedenken ernst genommen werden und den Kommentaren verschiedener Stakeholder Gehör geschenkt wird, können konstruktive Lösungen zu den komplexen Problemen der Globalisierung bereitgestellt werden. PUMA kann als gutes Beispiel dafür angesehen werden, wie ein globales Unternehmen Partnerschaften bildet, um mit Geschäftspartnern, NGOs und Stakeholder-Gruppen weltweit zu einer nachhaltigen Verbesserung der Arbeits- und Umweltbedingungen beizutragen.“

Ergebnisse

Als Resultat der Dialoge mit den verschiedenen Interessenvertretern haben wir folgende weitere Maßnahmen definiert:

- *Intensivierung des Dialoges mit NGOs*
Unsere Erfahrung zeigt, dass unsere offene und aktive Herangehensweise von NGOs im Allgemeinen begrüßt wurde. Dennoch besteht Bedarf an weiteren regelmäßigen Treffen, um den ständigen Dialog aufrechtzuerhalten und nachhaltige und für beide Parteien akzeptable Lösungswege zu suchen.
- *Durchführung von externen Schulungen für Arbeiter durch NGOs*
Ein Kritikpunkt, der in Diskussionen mit unseren Stakeholdern immer wieder aufkam, war der Mangel an Unabhängigkeit innerhalb unseres Sozial- und Umweltmanagement-Systems. Daher haben wir uns entschieden, Schulungen im Bereich Gesundheit und Arbeitssicherheit für Mitarbeiter unserer Zulieferer von einer unabhängigen Organisation durchführen zu lassen. Zu einem späteren Zeitpunkt sind auch Schulungen zu Themen im Bereich Arbeitnehmerrechte geplant. Als ideale Partner haben wir uns in diesem Zusammenhang an das Hongkong Christian Industrial Committee, eine chinesische Nichtregierungsorganisation mit Verbindung zur Kampagne für Saubere Kleidung, und an die Global Standards Vietnam, eine unabhängige Organisation, die sich auf soziale Belange spezialisiert, gewandt. Im August 2003 wurden erste Schulungen für Arbeiter in China durchgeführt.
- *Start eines gemeinsamen Projektes mit der CCC*
Auf dem „Fit for Fair“-Kongress in Köln kündigte PUMA seine Bereitschaft zu einem gemeinsamen Projekt mit der Kampagne für Saubere Kleidung (CCC) an. Während erste Gespräche eine externe Überprüfung des PUMA S.A.F.E.-Auditsystems zum Inhalt hatten, hat die CCC ihre Aufmerksamkeit in letzter Zeit auf die Entlohnung der Arbeiter gerichtet. PUMA bleibt für Projekte in beiden Bereichen offen.
- *Runder Tisch „Verhaltenskodex“*
PUMA hat sich dazu entschlossen, sich an dem Runden Tisch „Verhaltenskodizes“, der vom deutschen Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) etabliert wurde, zu beteiligen. Das BMZ arbeitet hier in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH (GTZ). „Der Runde Tisch will Monitoring und Verifizierung von Verhaltenskodizes anhand konkreter Beispiele diskutieren und durch Erfahrungsaustausch wirksame Wege für die Implementierung und Überwachung aufzeigen.“ (Quelle:www.coc-runder-tisch.de)

Sozialverantwortung

Die Achtung der Menschenrechte ist wesentlicher Bestandteil der Sozialverantwortung. PUMA legt großen Wert darauf, dass an allen Produktionsstandorten weltweit die Vorgaben zur Produktion gesundheitlich unbedenklicher Waren sowie die international anerkannten Sozialstandards eingehalten werden. In enger Abstimmung mit seinen Herstellern strebt PUMA dabei die Schaffung eines sozialverantwortlichen Arbeitsplatzumfeldes an. Unsere Sozialstandards sind in einem Verhaltenskodex zusammengefasst, der unsere wichtigsten Grundsätze vereinigt und sich an die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) anlehnt.

„Jeder ist gegenüber jedem für alles verantwortlich.“

(Fjodor Dostojewski)

Sozialverantwortung bedeutet für PUMA, die volle Verantwortung für alle direkt und indirekt beschäftigten Mitarbeiter zu übernehmen. Im Detail bedeutet das:

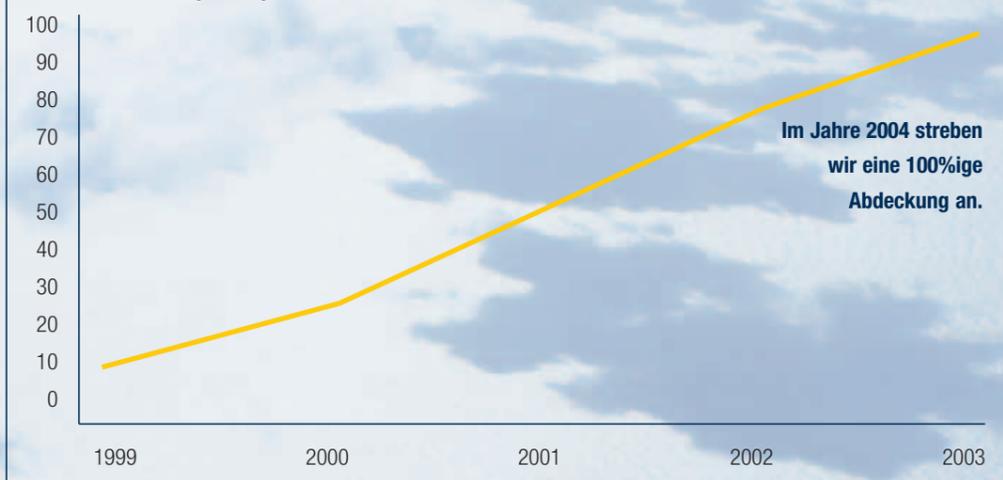
Für alle Mitarbeiter, die in die Produktion von PUMA-Produkten involviert sind, müssen alle relevanten Regeln, Vorschriften, Gesetze und Abkommen strikt eingehalten werden, z.B. die ILO-Kernabkommen 87 (Gewerkschaftsfreiheit), 98 (Recht auf Tarifverhandlung), 29 & 105 (Zwangsarbeit), 100 (Entlohnungsgleichheit), 111 (Diskriminierung) und 138 & 182 (Kinderarbeit).

Wir führen unsere Audits in Anlehnung an internationale Standards durch und orientieren uns unter anderem an den Richtlinien der ILO und dem international anerkannten SA 8000-Standard. Im Bereich der Gesundheits- und Arbeitssicherheit achtet PUMA auf die strikte Einhaltung der internationalen Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften.

Die Verantwortung von PUMA beschränkt sich nicht nur auf die Veröffentlichung eines Verhaltenskodexes oder auf jährliche Überprüfungen der Lieferanten durch unsere S.A.F.E.-Auditoren. Das S.A.F.E.-Team versteht sich vielmehr als Berater für unsere Zulieferer. Wir sind davon überzeugt, dass nur wenn alle Beteiligten partnerschaftlich zusammenarbeiten, eine „win-win-Situation“ für Unternehmen, Mitarbeiter und Marke entsteht. Dieser partnerschaftliche Ansatz bedeutet allerdings keineswegs, dass unsere strengen Umwelt- und Sozialstandards optional sind. Von unseren Zulieferbetrieben fordern wir kontinuierliche Verbesserungen und unterstützen sie aktiv bei der Implementierung fortschrittlicher Maßnahmen.

Im Jahr 2002 haben wir in Asien Schulungen für direkt beschäftigte Mitarbeiter sowie für das mittlere Management unserer Hersteller- und Materiallieferanten (ca. 150 Personen) organisiert. 2003 wurden solche Schulungen ebenfalls in Europa und Amerika durchgeführt (siehe Schaubild auf der nächsten Seite).

Anstieg der Schulungen für PUMA-/World Cat-Personal und das Management der Hersteller (in %)



Seit 2003 werden Schulungen für Arbeiter neben dem S.A.F.E.-Team auch von NGOs vorgenommen.

Um eine nachhaltige Implementierung unserer Grundsätze sowie eine Intensivierung der Kommunikation der weltweit ansässigen Hersteller mit unserem S.A.F.E.-Team zu ermöglichen, regen wir bei unseren Partnern an, eigene S.A.F.E.-Beauftragte innerhalb der Fabriken zu benennen. Eine weitere Funktion dieser internen S.A.F.E.-Experten ist die positive Beeinflussung des lokalen Umwelt- und Sozial-Managementsystems im Hinblick auf neue Entwicklungen.

S.A.F.E. Team ← → **S.A.F.E.-Beauftragte**

Die regelmäßige Veröffentlichung unseres S.A.F.E.-Newsletters stellt eine weitere Möglichkeit dar, im Bereich Umwelt und Soziales Akzente zu setzen. Der Newsletter sorgt dafür, PUMA-Mitarbeiter sowie unsere S.A.F.E.-Beauftragten auf dem aktuellsten Stand zu halten.

Nachhaltigkeit

Ein Unternehmen bewegt sich nicht nur im ökonomischen Umfeld, auch soziale und ökologische Aspekte gilt es zu integrieren. Nachhaltige Entwicklung ist damit mehr als nur Umweltschutz oder die Überprüfung von Sozialstandards. Wir verstehen Nachhaltigkeit als soziale Verantwortung, da unser gegenwärtiges Handeln die Handlungsmöglichkeiten nachfolgender Generationen bedingt.

**„Wir sind alle Passagiere an Bord eines Schiffes, der Erde.
Wir dürfen sie nicht zerstören,
denn es wird keine zweite Arche Noah geben.“**

(Michael Gorbatschow)

Umweltbereich – produktbezogener Umweltschutz

Unsere produktbezogenen Umweltstandards, welche beispielsweise Restriktionen bei Schwermetallen, Azofarbstoffen, Dispersionsfarbstoffen, Chlorphenolen, Formaldehyd und zinnorganischen Verbindungen beinhalten, werden laufend an aktuelle wissenschaftliche Entwicklungen angepasst.

PUMA hat sich dazu entschlossen, das „Vorsorgeprinzip“, (nach der Erklärung der Vereinten Nationen von Rio 1992) anzuwenden. Nach diesem Prinzip stellt bei drohender Gefahr ernsthafter oder irreversibler Schäden ein Mangel an gesicherten wissenschaftlichen Beweisen keine Rechtfertigung dar, nicht vorsorglich Maßnahmen zur Bekämpfung von Umweltschäden zu implementieren.

Die Vermutung, dass die Verwendung von zinnorganischen Verbindungen einen negativen Einfluss auf das Hormonsystem bei verschiedenen Tieren hat, hat Puma zum Beispiel dazu veranlasst, ein Treffen mit dem Verband der chemischen Industrie und Wettbewerbern zu arrangieren. In der Folge wurden Grenzwerte für PUMA-Artikel festgesetzt – obgleich es derzeit keine rechtlichen Restriktionen für diese Substanzen gibt.

Ein weiteres Beispiel des produktbezogenen Umweltschutzes bei PUMA ist der komplette Verzicht auf den Werkstoff PVC in der PUMA-Produktpalette. PVC enthält Chlor, welches bei der Hausmüllverbrennung giftige Dioxine und Furane freisetzen kann.

Bereits 2002 waren 98-99% unserer Produkte PVC-frei. Das gesetzte Ziel, 100% PVC-frei, wurde 2003 von World Cat erreicht.

Umweltbereich – produktbezogener Umweltschutz

PUMAs Ziel ist es, durch die im Mai 2002 überarbeiteten Bestimmungen des S.A.F.E.-Handbuchs, kontinuierliche Verbesserungen auch im produktbezogenen Umweltschutz zu erreichen.

Diesbezüglich wurde ein neues Kapitel über Abfallmanagement und Recycling aufgenommen. Demnach haben sämtliche PUMA-Lieferanten nicht nur über die Lagerung, Sortierung und Beseitigung ihres Abfalls Rechenschaft abzulegen, sondern werden auch dazu aufgefordert ihre Abfälle zu minimieren, wiederzuverwenden und zu recyceln.

2002 trennten schon 70% unserer Lieferanten ihre Abfälle, um eine effizientere Wiederverwertung zu ermöglichen.

Von Bedeutung sind vor allem die Wiederverwertung von Textilresten, beispielsweise als Füllmaterial für Kissen, von Plastikkegeln zum Aufspulen von Garnen an Stickmaschinen und von Papier und Karton.

Weitere Bereiche des produktbezogenen Umweltschutzes, die im S.A.F.E.-Handbuch spezifiziert werden, sind das Verwendungsverbot ozonbelastender Substanzen in der Produktion von PUMA-Produkten, die Notwendigkeit von Abwasserbehandlungsanlagen im Fall von Einleitungen in Gewässer sowie besondere Lagervorschriften für flüssige Substanzen, die unter Umständen umweltschädlich wirken könnten.

Bei der Produktion von Schuhen versuchen wir die Verwendung von leichtflüchtigen organischen Lösungsmitteln zu minimieren. Diese Lösungsmittel, gemäß der englischen Nomenklatur auch als VOCs (Volatile Organic Compounds) bekannt, kommen in Klebstoffen oder als Reinigungsmittel zum Einsatz. VOCs stellen für den Menschen ein Gesundheitsrisiko dar und sind umweltschädlich.

Beispiel: Implementierung 2003/2004

Wenn der Einsatz von VOCs beim Verkleben der Hinterkappe (zum Stabilisieren der Schuhrückseite) von 9,6g auf 2g pro Paar reduziert wird, können mehrere Tonnen VOC pro Jahr eingespart werden. Diese Reduktion kann durch einen differenzierten Verklebungsprozess erreicht werden und ist ein sehr gutes Beispiel für eine gleichzeitige Entlastung von Mitarbeiter und Umwelt.

Es hat sich herausgestellt, dass es bei einigen Applikationen schwer ist, organische Lösungsmittel zu ersetzen (z.B. bei der Verklebung der Sohlen bei Fußballschuhen), ohne einen Qualitätsverlust zu riskieren. Dagegen waren unsere Tests in anderen Bereichen ermutigend. Beispielsweise hat eine Untersuchung von Fabriken in Fernost in der Berichtsperiode Oktober 2002 bis März 2003 eine Reduzierung des VOC-Verbrauchs um 38% ergeben. Unsere Zulieferer wurden des Weiteren beauftragt, ihren Verbrauch von Lösungsmitteln von 2003 an zu protokollieren. Dadurch erhoffen wir uns, weitere Möglichkeiten zur Reduzierung von VOCs zu finden und unsere Fortschritte zukünftig detaillierter und quantitativ exakt beschreiben zu können. PUMAs Ziel ist es, einen Grenzwert von 25g VOC pro Schuhpaar zu erreichen.

PUMA fordert seine Zulieferer dazu auf, Umwelt-Management-Systeme zu implementieren. Um einen Anreiz zu geben, werden die nach ISO 14000 (international) oder EMAS (europäisch) zertifizierten Fabriken von PUMAs S.A.F.E-Audit im Bereich Umwelt freigestellt und mit dem maximalen Rating in diesem Teilbereich ausgezeichnet.

Nachhaltigkeit

Einschränkungen

Die Beschaffungsstruktur der PUMA AG, bereits im Kapitel Unternehmensprofil beschrieben, erschwert es, präzise Angaben bezüglich des Energieverbrauchs oder der Abfallerzeugung bei der Produktion von PUMA-Artikeln zu machen. Viele unserer Partnerfabriken beliefern eine Vielzahl von Abnehmern mit den verschiedensten Produkten und verfügen über eine stark schwankende Kapazitätsauslastung. Trotz dieser Einschränkung hätten wir konkrete Angaben über unsere Büros in Deutschland, Hongkong und den USA anführen können. Diese hätten allerdings nicht den tatsächlichen ökologischen Einfluss unserer Geschäftsaktivitäten dokumentiert und wären daher irreführend. Dennoch sind wir uns unserer Pflicht zum Schutz der Umwelt in unserem eigenen Unternehmen sowie auch in unseren Zulieferfabriken bewusst.

In einem ersten Versuch, die umwelttechnischen Leistungen unserer Partnerfabriken einzustufen und zu verbessern, haben wir einen entsprechenden Abschnitt in unser S.A.F.E.-Audit integriert. Im Einklang mit den von uns identifizierten wichtigsten ökologischen Zielen schließt dieser Teilbereich Untersuchungen zu Abfallmanagement und Recycling, zur Aufbereitung von Abwasser, Fragen zur Luftqualität sowie spezielle Maßnahmen zur Lagerung von Chemikalien ein.

Unsere Zulieferer werden ermutigt, ihre eigenen formellen oder informellen Managementsysteme für die Bereiche Umwelt und Soziales sowie Gesundheit und Arbeitssicherheit zu implementieren. Zur Unterstützung bietet unser S.A.F.E.-Team Beratung und Schulungen an.

Eines unserer Ziele im Bereich des produktionsbezogenen Umweltschutzes ist es, den bei der Herstellung anfallenden Verbrauch von Rohmaterialien, Wasser und Energie sowie die Erzeugung von Abfall und Abwasser gesondert für beispielhafte Produkte eines jeden Produktbereichs zu untersuchen.

Soziales

Das S.A.F.E.-Audit ist das wichtigste Instrument, um die Einhaltung unserer Sozialstandards zu gewährleisten. Die Audits werden in regelmäßigen Abständen bei allen unseren direkten Zulieferern und Lizenznehmern durchgeführt. Hierbei wird überprüft, inwieweit die Anforderungen des „Code of Conduct“ und des S.A.F.E.-Handbuchs erfüllt werden. Die Auditierungen finden normalerweise vor der Produktionsaufnahme in den Fabriken statt. Dabei werden die im S.A.F.E.-Handbuch vorformulierten Fragebögen zur Abfrage allgemeiner sozialer, umwelttechnischer und sicherheitstechnischer Belange verwendet. Des Weiteren findet eine Durchsicht relevanter Geschäftsdokumente wie beispielsweise Gehaltsabrechnungen, Zeiterfassungslisten und Personalakten statt. Im Anschluss wird eine komplette Fabrikbesichtigung durchgeführt. Interviews mit nach dem Zufallsprinzip ausgewählten Mitarbeitern (in freundlicher Atmosphäre und ohne Fabrikmanagement) komplettieren das Audit. Soweit möglich werden Vertreter von Gewerkschaften oder Betriebsräten eingeladen, an der Untersuchung teilzunehmen.

Mit der Durchführung dieser Audits bei allen direkten Lieferanten und der anschließenden Dokumentation der Ergebnisse machen wir unsere Zulieferer für Ihre Sozialperformance rechenschaftspflichtig und überprüfen gleichzeitig die sozialen Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten.

Audits

Das Audit ist bestanden, wenn mindestens 75% der möglichen Punkte erreicht werden. Die Auswertung basiert auf den S.A.F.E.-Standards, welche auf der Grundlage der SA 8000- und der ILO- Vorschriften entwickelt wurden. Eventuell auftretende Missstände in den Fabriken werden mit den dort tätigen Verantwortlichen eingehend diskutiert und in sogenannten „Corrective Action Plans“ festgehalten. Diese „Corrective Action Plans“ dienen als Instrument zur Dokumentation verbesserungswürdiger Zustände und enthalten eine gezielte zeitliche Vorgabe zu deren Umsetzung.

Abhängig vom Ergebnis des ersten Besuchs und der daraus resultierenden Klassifikation der Fabrik werden innerhalb einer bestimmten Zeit Re-Audits durchgeführt. Für Fabriken, die als C-Fabrik klassifiziert wurden, wird ein Re-Audit nach mehreren Wochen, für B-Fabriken nach einem Jahr und für A-Fabriken nach zwei Jahren angesetzt. Zusätzlich ist das gesamte PUMA-Personal in den Fabriken (z.B. Techniker, Qualitätskontrolleure, usw.) verpflichtet Verbesserungen, welche im „Corrective Action Plan“ festgelegt wurden, weiter zu verfolgen und zu prüfen. Das S.A.F.E.-Team leistet während des gesamten Anpassungsprozesses die nötige Unterstützung.

Aufbauend auf unserer Geschäftsphilosophie setzen wir auf strategische Partnerschaften und enge Geschäftsverbindungen mit den Fabriken unserer Lieferkette. Gleichzeitig erwarten wir von unseren Lieferanten als deren Beitrag die Einhaltung unserer Standards. Als letztmögliches Mittel behalten wir uns vor, Fabriken, die nicht den PUMA-Standards entsprechen und nicht gewillt sind, die von uns vorgeschlagenen Verbesserungsmaßnahmen umzusetzen, von der Produktion auszuschließen.

Fabriken werden nach einem S.A.F.E.-Audit wie folgt kategorisiert:

- A** PUMA stuft den Standard der Fabrik als sehr gut ein. Alle geforderten Umwelt- und Sozialstandards werden zu nahezu 100% erfüllt. In diesen Fabriken führen wir turnusgemäß alle zwei Jahre ein Audit durch.
- B** Der Standard dieser Fabrik wird als gut bis befriedigend eingestuft. Etwaige Beanstandungen sind von geringerer Bedeutung und leicht zu korrigieren. Ein Re-Audit wird innerhalb von einem Jahr durchgeführt.
- C** Eine mit dem Ergebnis C auditierte Fabrik wird als mangelhaft angesehen. Hier wurden während des Audits schwere Verstöße (oder eine Vielzahl kleinerer Verstöße) gegen die Umwelt- und Sozialstandards festgestellt. Eine Korrektur dieser Mängel hat umgehend und damit noch während des Audits, beziehungsweise innerhalb einer Zeitspanne von acht Wochen, zu erfolgen. Ein anschließend durchgeführtes Audit wird im Ergebnis einen völligen Produktionsstopp oder eine weitere Zusammenarbeit mit dieser Fabrik zur Folge haben. Sind keine Veränderungen feststellbar, erfolgt die umgehende Auflösung der Geschäftsbeziehung zwischen PUMA und der Fabrik. Mit unseren Audits wollen wir jedoch keinesfalls, auch nicht im Falle eines C-Ratings, einer sogenannten „cut-and-run“-Politik Vorschub leisten. Das S.A.F.E.-Team versteht sich nicht nur als Kontrollorgan, sondern vielmehr als Berater für unsere Lieferanten und steht daher den Fabriken jederzeit beratend zur Seite. Die Beendigung einer Geschäftsbeziehung sehen wir als letzte Möglichkeit, die nur angewandt wird, falls alle vorherigen Bemühungen nicht erfolgreich waren.

Nur Fabriken, die in unser Auditprogramm aufgenommen wurden, sind berechtigt PUMA-Artikel herzustellen. Dieses Prozedere wurde für World Cat-Fabriken bereits umgesetzt und wird in Kürze auch für Lizenznehmer implementiert.

Evaluation

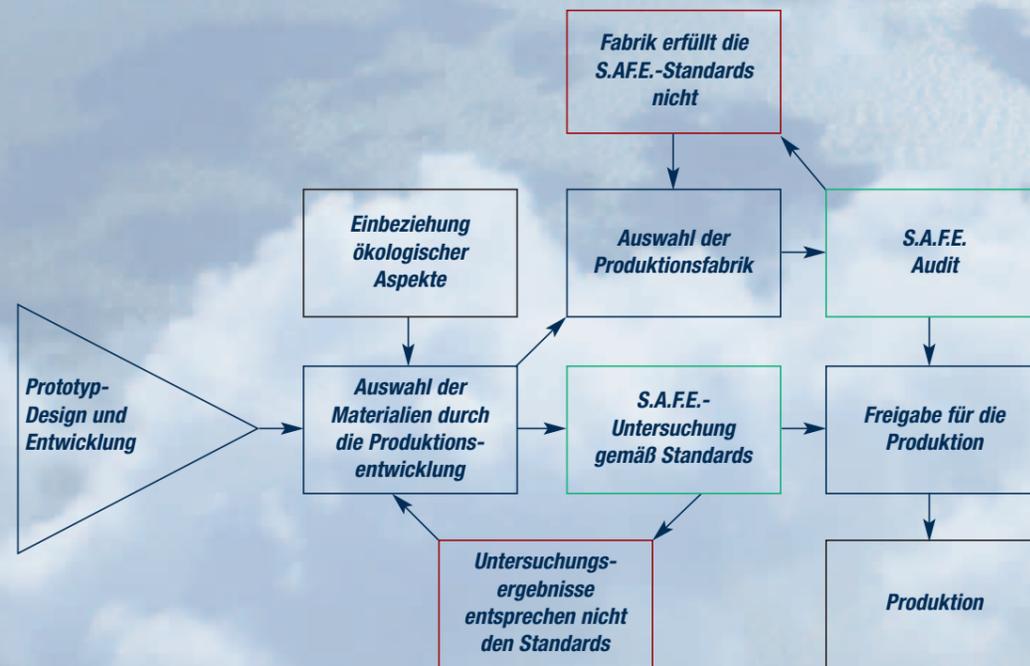
Das S.A.F.E.-Team sorgt für die Einhaltung unserer Umwelt- und Sozialstandards. Die Aufgabe dieser Experten besteht darin, auf der Grundlage nationaler und internationaler Gesetze die von PUMA definierten Umwelt- und Sozialstandards zu überprüfen und zu überwachen. Wenn keine verbindlichen Grenzwerte festgeschrieben sind, werden in Zusammenarbeit mit unabhängigen Kontrollinstituten eigene Richtwerte definiert. Das S.A.F.E.-Team fungiert dabei nicht nur als Kontrollorgan, sondern auch als Berater.

„Man ist nicht nur für das verantwortlich, was man tut, sondern auch für das, was man nicht tut.“

(Laotse)

Integration in unsere Prozesse

Die Evaluation der PUMA Sozial- und Umweltstandards ist als essentieller Teil des S.A.F.E.-Konzeptes eng in den Entwicklungs- und Herstellungsprozess zu integrieren.



Produktdesign und Entwicklung

Bereits im Vorfeld der Produktion müssen die von PUMA formulierten Standards Beachtung finden. Die Design- und Entwicklungsabteilung wurde diesbezüglich vom S.A.F.E.-Team geschult. Jedes neue Material wird in externen Laboratorien auf schädliche Substanzen getestet. Eine Liste mit zu berücksichtigenden Substanzen und Schadstoffen ist in unserem S.A.F.E.-Handbuch enthalten. Diese Liste basiert auf den „Öko Tex“-Bestimmungen, die durch selbst formulierte Grenzwerte ergänzt wurden. Sie umfasst Substanzen, die für den Menschen und/oder die Umwelt schädlich wirken können und wird ständig auf den neuesten Stand der wissenschaftlichen Entwicklung gebracht. Darüber hinaus werden regelmäßig Stichproben aus unserer Produktion analysiert.

Im Jahre 2002 wurden ungefähr 950 Labortests mit Textilien, Schuhen und Accessoires durchgeführt. Während etwa 98% der Tests negativ ausfielen (d.h. es wurden keine schädlichen Substanzen entdeckt) waren 2% der Testergebnisse positiv. Für die positiv getesteten Fälle wurden die Ursachen erforscht und unverzüglich Maßnahmen zur Entfernung der Substanzen ergriffen und/oder alternative Materialien verwendet.

Auswahl der Produktionsstätten

An späterer Stelle im Produktlebenszyklus findet die Auswahl einer geeigneten Produktionsstätte statt. In dieser Phase wird, wie bereits im Detail beschrieben, ein S.A.F.E.-Audit durchgeführt, um sicherzustellen, dass alle PUMA-Zulieferer unseren Umwelt- und Sozialstandards entsprechen.

Neue Entwicklungen

2002 wurde eine speziell dafür entwickelte computergestützte S.A.F.E.-Datenbank implementiert. Diese Datenbank enthält Basisinformationen zu den gesetzlichen Vorschriften der entsprechenden Länder, sowie Audit-Informationen aller PUMA-Lieferanten weltweit.

Im Jahre 2002 wurden erstmals auch die Zulieferer unserer Lizenznehmer in unser Auditierungsprogramm einbezogen. Hierbei können die Lizenznehmer von PUMA wahlweise auf unsere internen S.A.F.E.-Auditoren zurückgreifen oder ein anerkanntes externes Unternehmen beauftragen, die Einhaltung der erforderlichen Umwelt- und Sozialstandards zu überprüfen.

Die Mehrheit der Fabriken unserer Lizenznehmer ließen sich bislang durch unser S.A.F.E.-Team auditieren.

Anzahl der S.A.F.E.-Audits bei World Cat-Lizenznehmern (Januar 2002 bis Juli 2003)

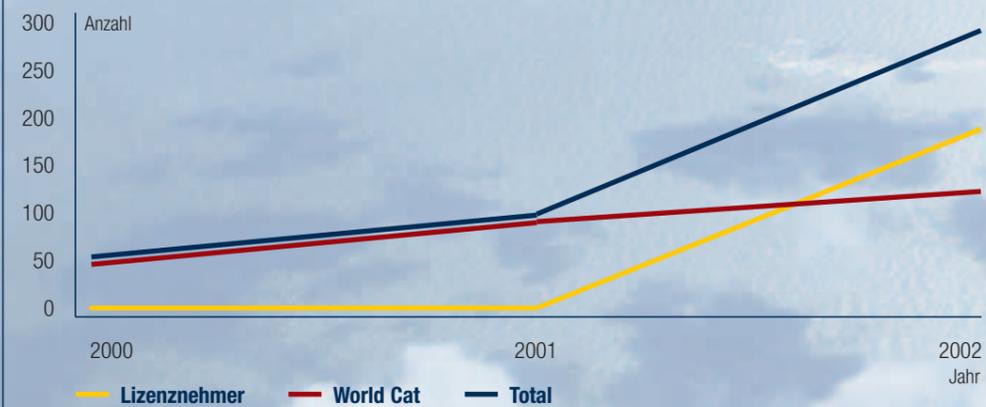
Lizenznehmer-Audits (Re-Audits)	182 (13)	World Cat-Audits (Re-Audits)	199 (25)
Audits (Re-Audits) gesamt		381 (38)	

Evaluation

Ergebnis

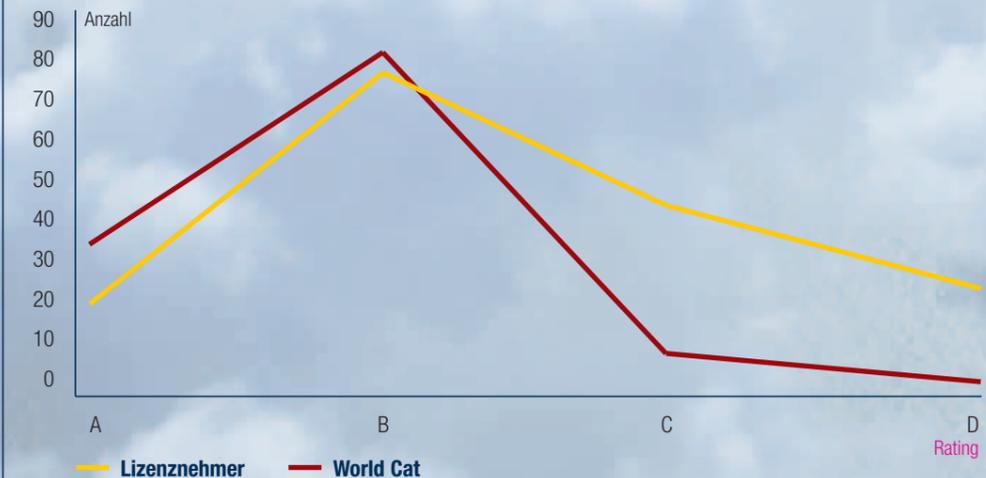
Im Berichtszeitraum wurden insgesamt 381 S.A.F.E.-Audits in 41 Ländern durchgeführt. Zum ersten Mal wurden nicht nur direkte Zulieferer der PUMA AG auditiert, sondern auch Zulieferer unserer Lizenznehmer. Am Jahresende erreichten wir damit eine komplette Abdeckung der Erst-Audits bei allen für PUMA tätigen Zulieferern und Lizenznehmern. Eine weitere Aufschlüsselung kann dem Schaubild unten entnommen werden.

Entwicklung der Anzahl der Audits bei World Cat und den Lizenznehmern



Die Mehrzahl der besuchten Fabriken hat das S.A.F.E.-Audit erfolgreich bestanden.

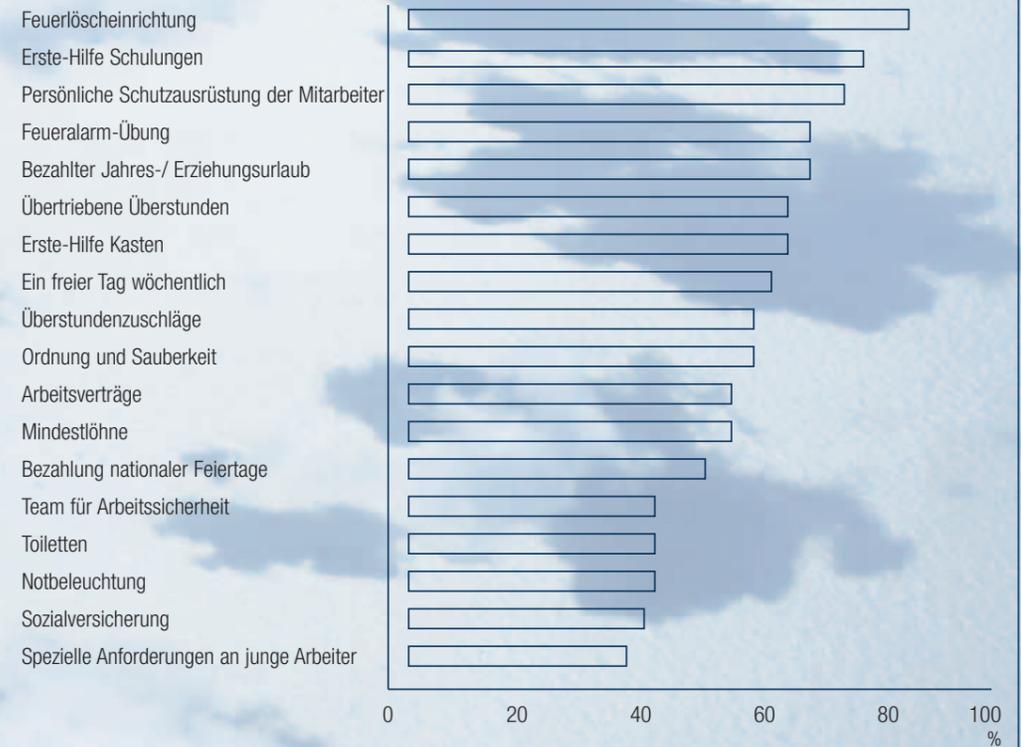
Anzahl der mit Erfolg durchgeführten Audits bei World Cat und den Lizenznehmern nach Kategorien



Defizite

Wenn man die Anzahl der C-bewerteten Fabriken betrachtet, wird ersichtlich, dass einige Fabriken nicht unseren Standards entsprechen.

Hauptursachen der Abweichung von den S.A.F.E.-Standards (in %)



Unser S.A.F.E.-Team arbeitet, wie bereits erwähnt, auf Basis von „Corrective Action Plans“ und Re-Audits sehr eng mit diesen Fabriken zusammen, um sicherzustellen, dass die erwähnten Probleme schnellstmöglich beseitigt werden.

Re-Audits

Andererseits sind wir sehr erfreut festzustellen, dass im Jahre 2002 bei 74% der zum zweiten Mal auditierten Fabriken wesentliche Verbesserungen beobachtet werden konnten. Die verbleibenden 26% der Hersteller wiesen teilweise schon beim ersten Audit einen guten Standard nach, erhielten eine Verlängerung ihres „Corrective Action Plans“ oder wurden von unserer Lieferantenliste gestrichen. Dieses ermutigende Ergebnis zeigt uns, dass wir dem Ziel des S.A.F.E.-Teams, Zulieferer von PUMA bei der Entwicklung und Implementierung eigener Sozial- und Umwelt-Management-Systeme zu unterstützen, einen Schritt näher gekommen sind. In Zusammenarbeit mit anderen Markenartikelherstellern und Industrieverbänden arbeiten wir des Weiteren darauf hin, durch Einführung der PUMA Umwelt- und Sozialstandards die jeweiligen Länder und Gesellschaften unserer Hersteller positiv zu beeinflussen.

S.A.F.E.-Struktur

Unsere Selbst-Verpflichtung zur Einhaltung der Sozial- und Umweltstandards ist tief innerhalb der verschiedenen Abteilungen der PUMA AG verwurzelt. Der Begriff S.A.F.E. und die damit verbundenen Vorschriften sind essentielle Bestandteile des Tagesgeschäftes bei PUMA. Das S.A.F.E.-Team koordiniert die Entwicklung und Kommunikation der Sozial- und Umweltstandards und übernimmt das Monitoring unserer Lieferanten. Das S.A.F.E.-Team ist wie folgt organisiert:



Unser S.A.F.E.-Team besteht derzeit aus sieben Mitarbeitern verschiedener Nationalitäten und Berufsfelder (Juristen, Ingenieure, Wissenschaftler, Umweltingenieure sowie Mitarbeiter aus dem Rechnungswesen). Regelmäßige Treffen mit dem Vorstand sowie S.A.F.E.-Meetings garantieren die interne Kommunikation und fördern den Austausch von Erfahrungen und Expertisen. Interne Schulungsmaßnahmen und der vierteljährliche Newsletter „S.A.F.E. News“ halten die PUMA Mitarbeiter im Bereich Umwelt und Soziales auf dem aktuellen Stand. Die in unserem „Code of Conduct“ verankerten Grundsätze werden detailliert im S.A.F.E.-Handbuch erörtert. Dieses Dokument wurde im Juni 2002 überarbeitet und wird den Lieferanten vor Beginn der Produktionsaufnahme ausgehändigt. Das S.A.F.E.-Handbuch ist fundamentaler Vertragsbestandteil zwischen PUMA und seinen Lieferanten. Des Weiteren müssen die Lieferanten die „Declaration of Principles“ unterzeichnen, welche festlegt, dass unsere Hersteller die Standards gemäß S.A.F.E.-Handbuch an alle Subunternehmen weitergeben müssen. Die bei Vertragsabschluss unterschriebene Vereinbarung zur Einhaltung der Standards entbindet die PUMA AG jedoch nicht von der Durchführung weiterer S.A.F.E.-Audits in unseren weltweit aktiven Herstellerbetrieben.

Die S.A.F.E.-Audits inklusive „Corrective Action Plans“ und Re-Audits sowie innerbetriebliche Schulungen komplettieren das PUMA S.A.F.E.-Konzept.

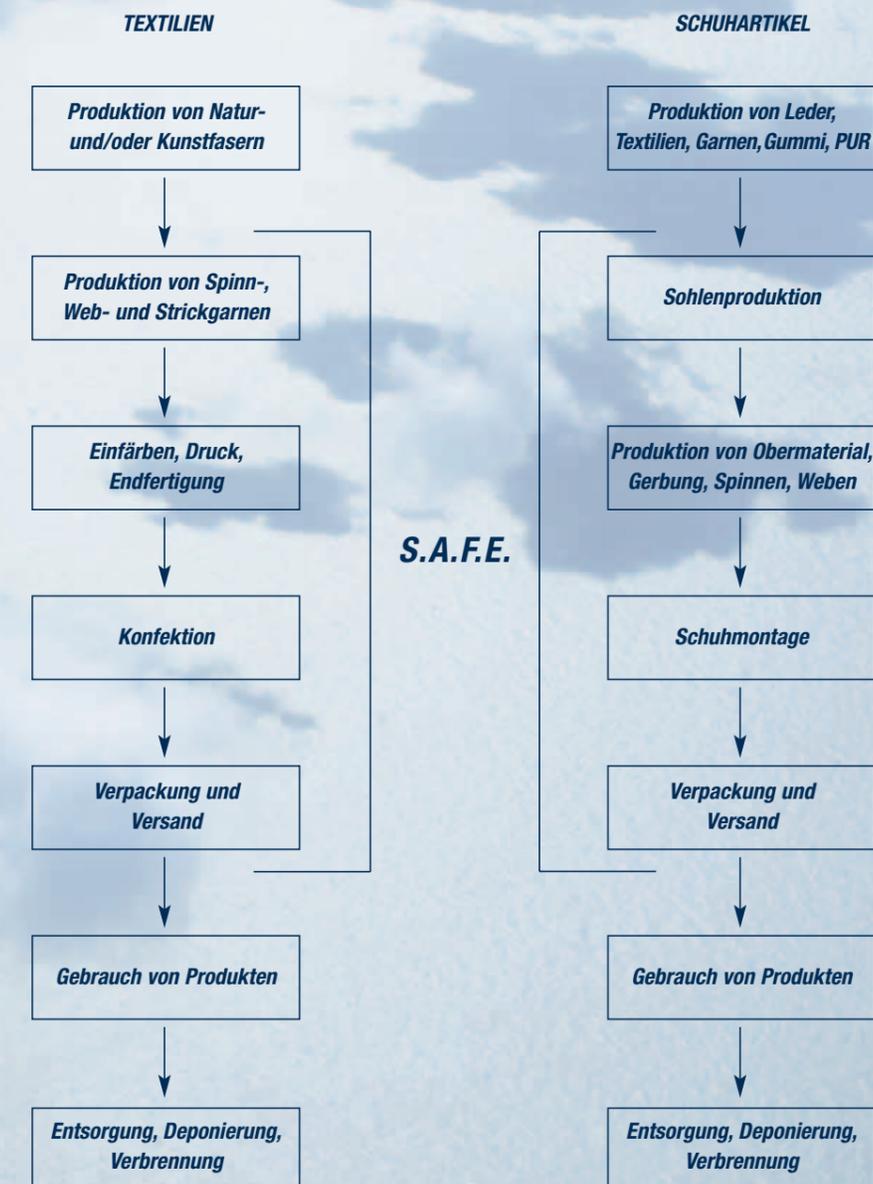
Die Evolution des S.A.F.E.-Konzeptes als ständiger Verbesserungsprozess



Fokus und Einschränkungen

In Anbetracht unserer internationalen Beschaffungsstruktur und als Resultat der Dialoge mit den verschiedenen Interessengruppen (im Kapitel Dialogbereitschaft beschrieben) haben wir die folgenden Aspekte als Hauptaufgaben im Bereich Umwelt und Soziales identifiziert: Die Einhaltung der Menschenrechte und die faire Behandlung aller in den Produktionsprozess involvierten Mitarbeiter, die Befolgung elementarer Umweltstandards innerhalb der Produktion und die Sicherstellung, dass keine gefährlichen Substanzen in PUMA-Produkten enthalten sind.

Produktlebenszyklus in der Textil- und Schuhartikelindustrie (Beschaffungskette) und der Einfluss von S.A.F.E.



Auszeichnungen

Auszeichnung

Es freut uns, dass PUMA im Jahre 2002 vom Deutschen Netzwerk für Wirtschaftsethik e.V. mit einem Preis ausgezeichnet wurde.

In der Laudatio von Herrn Prof. Dr. Steinmann und Herrn Prof. Dr. Löhr wurde besonders die Strategie der Auditierung aller Lieferanten zur Einhaltung der S.A.F.E.-Standards hervorgehoben. Auch unsere Vorgehensweise, Produktionspartnerschaften mit unseren Lieferanten einzugehen, sich gegebenenfalls aber auch von Lieferanten zu trennen, die keine Bereitschaft zur Kooperation erkennen lassen, fand die Unterstützung des DNWE. Demnach setzt PUMA ein positives Beispiel für unternehmerische Sozialverantwortung und wirkt als Katalysator für langfristige Verbesserungen bei den Lieferanten.

Die Auszeichnung, die mit 10.000 € dotiert war, wurde zusammen mit einer Spende der PUMA AG in Höhe von 6.000 € zum Bau eines Hauses in einem S.O.S.-Kinderdorf in Pakistan verwendet.

Kritische Stimmen

Während des Jahres 2002 wurden weitere Debatten bezüglich der Herstellungskonditionen in der Sportartikelindustrie angestoßen. Im Mai erhielt besonders eine Konferenz der „Clean Clothes Campaign“ (CCC) große Aufmerksamkeit von lokalen und nationalen Medien.

Auf dieser Konferenz kündigte PUMA die Bereitschaft zu einem gemeinsamen Projekt mit der Clean Clothes Campaign an. Die ersten Ergebnisse des Projektes wurden im Jahr 2003 erkennbar, als Mitarbeiter chinesischer Schuhlieferanten von PUMA an einer Schulung vom Christian Industrial Committee (eine mit der CCC kooperierende Nichtregierungsorganisation) teilnahmen.

Nichtregierungsorganisationen (NGOs) haben sich wiederholt kritisch dahingehend geäußert, dass interne Auditierungsprozesse nicht die Transparenz und Glaubwürdigkeit externer Audits gewährleisten.

Die Leistungsfähigkeit des internen Auditierungssystems der PUMA AG wurde jedoch dadurch unter Beweis gestellt, dass 33 World Cat-Fabriken als Konsequenz negativer Audit-Resultate aus der Lieferantenliste gestrichen wurden. Trotzdem verstehen wir, dass externe Audits, wie sie von einigen Stakeholdern angeregt wurden, unserem S.A.F.E.-Konzept zusätzliche Glaubwürdigkeit und Transparenz verleihen würden. Nachdem wir die anfängliche Phase der internen Audits bei allen unseren Herstellern komplettiert haben, bemühen wir uns nun zusätzlich externe Audits bestmöglich in unser bestehendes System zu integrieren.

In diesem Zusammenhang bietet sich eine Mitgliedschaft in der Fair Labor Association (FLA) an, die für einen Teil der Hersteller ihrer Mitglieder unabhängige Audits durch dritte Parteien durchführen lässt. PUMA strebt eine Mitgliedschaft in der FLA für das Jahr 2004 an.



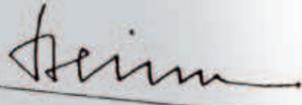
Preis für Unternehmensethik

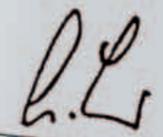
Das Deutsche Netzwerk Wirtschaftsethik - European Business Ethics Network - Deutschland e. V. verleiht den Preis für Unternehmensethik 2002 an die Firma

Puma AG

in Anerkennung ihrer beispielhaften Bemühungen bei der Gestaltung und Umsetzung ihrer Sozial- und Umweltstandards (S.A.F.E. - Social Accountability & Fundamental Environmental Standards).

Herzogenaurach, den 24. Juni 2002


Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Horst Steinmann
Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik
Vorsitzender des Preiskomitees


Dr. Albert Löhr
Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik
Erster Vorsitzender

Soziales

Ziel **Auditierung - direkte Zulieferer**
Situation 2001 95% aller direkten Zulieferer sind auditiert
Ist-Zustand 100% aller direkten Zulieferer sind auditiert
Soll-Zustand 100% aller direkten Zulieferer sind auditiert
Kommentar permanente Auditierungen bei neu hinzukommenden Lieferanten
bis wann erfüllt Ziel erfüllt

Ziel **Auditierung - Lizenznehmer**
Situation 2001 Vorbereitungen haben begonnen
Ist-Zustand 100% aller Lizenznehmer sind auditiert
Soll-Zustand 100% aller Lizenznehmer sind auditiert
Kommentar permanente Auditierungen bei neu hinzukommenden Lizenznehmern
bis wann erfüllt Ziel erfüllt

Ziel **Weitergabe der S.A.F.E.-Standards an alle Hersteller, Lizenznehmer und Subunternehmer**
Situation 2001 95% aller Partner sind im Besitz des S.A.F.E.-Handbuchs
Ist-Zustand 100% aller Partner sind im Besitz des S.A.F.E.-Handbuchs
Soll-Zustand 100% aller Partner sind im Besitz des S.A.F.E.-Handbuchs
Kommentar das Handbuch ist wesentlicher Bestandteil der Vertragsbeziehung
bis wann erfüllt Ziel erfüllt

Ziel **„Code of Conduct“ für alle für PUMA tätigen Hersteller**
Situation 2001 „Code of Conduct“ wird an alle Partner verteilt
Ist-Zustand „Code of Conduct“-Poster liegt bei 95% der Hersteller aus und ist zugänglich
Soll-Zustand „Code of Conduct“-Poster liegt bei 100% der Hersteller aus und ist zugänglich
Kommentar „Code of Conduct“ wurde überarbeitet, die neue Version wird derzeit verteilt
bis wann erfüllt altes Ziel erfüllt, bis Ende 2003 wird die neue Version verteilt sein

Ziel **Sozialstandards in Anlehnung an SA 8000**
Situation 2001 erste Prozesse zur Implementierung sind eingeleitet
Ist-Zustand Implementierung wird fortgesetzt
Soll-Zustand Erfüllung von SA 8000
Kommentar fortlaufender Prozess, jedoch sind momentan keine Audits basierend auf SA 8000 geplant
bis wann erfüllt noch nicht absehbar

Ziel **Schulungsmaßnahmen für Hersteller**
Situation 2001 Durchführung der Schulungsmaßnahmen im Sozialbereich haben begonnen
Ist-Zustand Anfang 2003 wurden die Schulungsmaßnahmen in Fernost abgeschlossen
Soll-Zustand Kenntnis aller Sozialstandards der PUMA AG
Kommentar Schulungsmaßnahmen werden in Europa und Amerika durchgeführt
bis wann erfüllt fortlaufender Prozess

Ziel **Re-Auditierung**
Situation 2001 gemäß des S.A.F.E.-Ratings werden selektive Re-Audits durchgeführt
Ist-Zustand Re-Audits werden momentan durchgeführt
Soll-Zustand alle Fabriken sind zu re-auditieren (je nach Rating)
Kommentar fortlaufender Prozess
bis wann erfüllt fortlaufender Prozess

Ziel **Einführung eines Beschwerdemanagements**
Situation 2001 existiert nicht
Ist-Zustand Beschwerden direkt an das S.A.F.E.-Team
Soll-Zustand Beschwerdesystem über Dritte mit einem Ombudsmann
Kommentar Eintritt in die FLA oder eine äquivalente Organisation
bis wann erfüllt fortlaufender Prozess

Ziel **Trainingsmaßnahmen auf Firmenebene**
Situation 2001 im mittleren Management gestartet
Ist-Zustand fortlaufender Prozess
Soll-Zustand das gesamte Management soll in die PUMA S.A.F.E.-Standards eingewiesen werden
Kommentar Schulungsinhalt gemäß neuen oder geänderten Gesetzen
bis wann erfüllt fortlaufender Prozess

Ziel **Externe Audits**
Situation 2001 existiert nicht
Ist-Zustand einige Fabriken wurden extern von der ITS Hongkong auditiert
Soll-Zustand der endgültige Beschluss eines externen Auditierungssystems soll 2003 gefasst sein
Kommentar externe Audits werden von der FLA organisiert, externes Audit-Projekt mit der CCC wird diskutiert
bis wann erfüllt fortlaufender Prozess

Umwelt

Ziel **Einsatz von Toluol als Lösungsmittel**
Situation 2001 Toluol wurde eingesetzt
Ist-Zustand Ziel erfüllt
Soll-Zustand keine weiteren Maßnahmen notwendig
Kommentar Toluol wurde durch andere unbedenkliche Lösungsmittel mit ähnlichen Eigenschaften ersetzt
bis wann erfüllt Ziel erfüllt

Ziel **Einsatz von lösungsmittelhaltigen Klebstoffen**
Situation 2001 im Bereich der Fußballschuhproduktion ergeben sich noch Substitutionsprobleme
Ist-Zustand Probleme bestehen weiter, weitere Forschungen notwendig
Soll-Zustand vollständiger Ersatz der lösungsmittelhaltigen Klebstoffe durch wasserlösliche Klebstoffe
Kommentar erste Erfolge im Einsatz mit wasserlöslichen Klebstoffen wurden bereits realisiert
bis wann erfüllt fortlaufender Prozess

Ziel **Verwendung von Lösungsmittel im allgemeinen, Reduzierung von VOCs (flüchtige organische Verbindungen)**
Situation 2001 Einsatz unterschiedlicher Lösungsmittel in verschiedenen Produktionsprozessen mit unterschiedlichen umweltrelevanten, den Arbeitsplatz beeinträchtigenden, Auswirkungen
Ist-Zustand Maßnahmen zur Reduzierung von VOCs in allen Abteilungen der Schuhproduktion implementiert, S.A.F.E.-Audits steigerten das Bewusstsein bei den Herstellern
Soll-Zustand Reduzierung von VOCs in verschiedenen Abläufen durch Substitution der lösungsmittelhaltigen durch lösungsmittelfreie Verbindungen. Ziel ist ein VOC-Gehalt von 25g pro Schuhpaar.
Kommentar Sensibilisierung im Gebrauch von Lösungsmitteln. Erhöhung der Arbeitsschutzmaßnahmen mobile Vor-Ort-Analyse geplant, aber noch nicht umgesetzt
bis wann erfüllt fortlaufender Prozess

Ziel **Lärm in den Fabriken der Zulieferer**
Situation 2001 teilweise erhöhter Lärmpegel während der Produktion und damit Beeinträchtigung der Arbeit
Ist-Zustand Einsatz von Lärmpegelmessungen während der Audits
Soll-Zustand Verringerung des Lärmpegels auf das niedrigst mögliche Niveau
Kommentar bei Überschreiten von 85dB ist Gehörschutz bei unseren Herstellern verfügbar
bis wann erfüllt Ziel erfüllt, fortlaufendes Monitoring

Ziel **PVC-frei-Projekt**
Situation 2001 Verwendung von PVC in den verschiedenen Produktbereichen
Ist-Zustand 98-99% unserer Produkte sind bereits PVC-frei
Soll-Zustand 100% der Produkte sollen PVC-frei sein
Kommentar Projekt läuft nach Plan
bis wann erfüllt Ziel soll bei der Herbst-/ Winter-Kollektion 2003 erfüllt sein

Ziel **Zusammenstellung aller relevanten Umweltschutzdaten für eine Modelfabrik**
Situation 2001 neues Ziel
Ist-Zustand Daten nur für Lösungsmittelgebrauch verfügbar
Soll-Zustand Verfügbarkeit aller relevanten Daten für eine Modelfabrik
Kommentar Daten bis Ende 2003 verfügbar, fortlaufendes Projekt

Ziel **ISO 14000- Zertifizierung**
Situation 2001 existiert nicht
Ist-Zustand Ermutigung der Fabriken eine Zertifizierung vornehmen zu lassen, einige sind bereits zertifiziert
Soll-Zustand formelles oder informelles Umweltmanagement bei allen Fabriken
Kommentar Hilfe wird durch das S.A.F.E.-Team angeboten
bis wann erfüllt fortlaufender Prozess

Januar 2002

- Eine neue selbst entwickelte Software wird implementiert, um eine virtuelle S.A.F.E.-Datenbank zu installieren
- Beginn der Audits bei den Lizenznehmern

Mai 2002

- Die neue Version des PUMA S.A.F.E.-Handbuchs wird veröffentlicht
- PUMA kündigt ein Projekt mit der „Clean Clothes Campaign“ an

Juni 2002

- PUMA wird mit einer Auszeichnung des Deutschen Netzwerks für Wirtschaftsethik e.V. geehrt

November 2002

- Eine neue Version des PUMA „Code of Conduct“ (Verhaltenskodex) wird veröffentlicht, erweitert durch das Verbot der Zwangsarbeit (dies war zuvor im S.A.F.E.-Handbuch, aber nicht im CoC, integriert)

Dezember 2002

- 2002 wurden insgesamt 240 S.A.F.E.-Audits durchgeführt
- 85% des firmeninternen Personals, ebenso wie externes Fabrikmanagement, wurden geschult
- Durchführung von fünf Präsentationen auf externen Veranstaltungen (Universitäten, Kongresse, Arbeitsgruppen, NGOs)

Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht sind wir bestrebt, PUMAs Philosophie im Bereich Umwelt und Soziales und nachhaltige Entwicklung gegenüber der Öffentlichkeit, unseren Aktionären und allen übrigen Interessengruppen zu kommunizieren. Wir möchten damit ferner aufzeigen, wie wir den entsprechenden Fragestellungen tagtäglich begegnen.

Als global agierendes Sportartikelunternehmen fühlt sich PUMA dem Schutz der Umwelt und der Einhaltung von Sozialstandards in höchstem Maße verpflichtet. Diese Verpflichtung gilt nicht nur gegenüber Mitarbeitern in unseren Büros, sondern auch gegenüber den vielen Beschäftigten, die unsere Produkte weltweit herstellen. PUMAs Ziel ist es, mit seinen Herstellern strategische Partnerschaften einzugehen, da wir glauben, dass dieses der Weg zum Erfolg ist.

Wir haben diesen Bericht „Nachhaltigkeitsbericht“ genannt, da der Grundsatz der Nachhaltigkeit schon immer tief in unserem täglichen Handeln integriert war. Diese Vision wird auch an unseren weltweiten Produktionsstandorten vertreten und weiterhin unsere strategischen Geschäftsentscheidungen lenken.

Wir wissen, dass der Weg zu unserem Ziel lang ist. Dennoch, jeder Schritt bringt uns unserem Ziel näher. Auch wenn wir bereits viel erreicht haben, wissen wir, dass noch mehr getan werden kann. Dies motiviert und ermutigt uns tagtäglich unseren Weg konsequent weiterzuverfolgen.

Soziale Leistungsindikatoren: Arbeitspraxis und Arbeitsqualität		Seite
LA1	Belegschaft, nach Region/Land, Anstellungsart	Unternehmensprofil 11
LA2	netto geschaffene Beschäftigung und durchschnittliche Fluktuationsrate aufgeteilt nach Region/Land	Unternehmensprofil 11
LA3	Prozentsatz der Angestellten, die durch eine unabhängige Gewerkschaft vertreten werden, nach geographischen Kriterien	Unternehmensprofil 11
LA4	Geschäftsgrundsätze und Verfahren zur Information, Beratung und Verhandlung mit Angestellten über Veränderungen	Unternehmensprofil 11
LA5	Praktiken zur Erhebung und Erfassung von Arbeitsunfällen und Krankheiten	Unternehmensprofil 11
LA6	Beschreibung der formalen Gesundheits- und Sicherheitskomitees	Unternehmensprofil 11
LA7	standardisierte Kennzahlen zu Verletzungen, verlorenen Arbeitstagen und Abwesenheit	Unternehmensprofil 11
LA8	Beschreibung von Grundsätzen und Programmen zu HIV	nicht berichtet
LA9	durchschnittliche Anzahl an Trainingsstunden pro Angestelltem	Unternehmensprofil 11
LA10	Beschreibung von Gleichstellungsgrundsätzen	„Code of Conduct“, Unternehmensprofil 7, 11
LA11	Zusammensetzung des oberen Managements und der Unternehmensführungsgremien	Unternehmensprofil 10-11
Soziale Leistungsindikatoren: Menschenrechte		
HR1	Beschreibung von Grundsätzen, Leitlinien, Unternehmensstruktur und Verfahren im Umgang mit Menschenrechtsaspekten	Grundsätze, S.A.F.E.-Programm 6-7, 32-34
HR2	Einfluss der Beachtung der Menschenrechte auf Investitions- und Anschaffungsentscheidungen, einschließlich der Auswahl von Lieferanten	Nachhaltigkeit, S.A.F.E.-Programm 27, 32-34
HR3	Beschreibung von Grundsätzen und Verfahren zur Auswahl und Beachtung von Menschenrechtsleistungen	S.A.F.E.-Programm 27, 32-34
HR4	Beschreibung von Grundsätzen zur Vermeidung von Diskriminierung	Grundsätze 6-7
HR5	Beschreibung der Grundsätze zur Gewerkschaftsfreiheit	Grundsätze 6-7
HR6	Beschreibung der Grundsätze zum Ausschluss von Kinderarbeit	Grundsätze 6-7
HR7	Beschreibung der Grundsätze zur Bekämpfung von Zwangs- und Pflichtarbeit	Grundsätze 6-7
Soziale Leistungsindikatoren: Gesellschaft		
S01	Beschreibung von Grundsätzen zum Management der Einflüsse auf Gemeinden	nicht berichtet
S02	Beschreibung von Grundsätzen bezüglich Bestechung und Korruption	Unternehmensprofil 11
S03	Beschreibung von Grundsätzen zum Management von politischem Lobbying und politischen Beiträgen	nicht berichtet
S04	Auszeichnungen für sozial, ethisch und ökologisch relevante Leistungen	S.A.F.E.-Programm 34-35
Soziale Leistungsindikatoren: Produktverantwortung		
PR1	Beschreibung des Grundsatzes zur Erhaltung der Konsumentengesundheit und -sicherheit	Transparenz, Nachhaltigkeit, S.A.F.E.-Programm 18, 24, 32-34
PR2	Produktinformationen und Labelling	Transparenz 18
PR3	Schutz der Privatsphäre der Konsumenten	Transparenz 18

Bei Fragen und Kritik wenden Sie sich bitte an:

Dr. Reiner Hengstmann
Global Head S.A.F.E.
PUMA AG
Würzburger Strasse 13
91074 Herzogenaurach
Email: sustain@puma.com

Dr. Ulf Santjer
Pressesprecher
PUMA AG
Würzburger Strasse 13
91074 Herzogenaurach

Herausgeber:
PUMA AG Rudolf Dassler Sport
Würzburger Strasse 13
91074 Herzogenaurach
PO Box 14 20
91072 Herzogenaurach
Deutschland
Tel: +49/9132 81-0
Fax: +49/9132 81-2246
E-mail: info@puma.com
Internet: http://www.puma.com



Realisierung:
Loos Entertain
Kaiserstrasse 170
90763 Fürth
Deutschland
Tel: +49/911 747 999
Fax: +49/911 747 919
Email: harald-loos@t-online.de

