Richtlinie für Geschäftsethik

für Schäfer Shop[1]

(Stand: 05.12.2024)

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 3

1. Grundsätze/ Governance 4

1.1 Korruption und Bestechung 4

1.2 Interessenskonflikte 4

1.3 Wettbewerb 4

1.4 Schutz von Daten 5

2. Umwelt 5

2.1 Ressourcenschonung 5

2.2 Klimaschutz 5

3. Soziales 6

3.1 Achtung der Menschenrechte 6

3.2 Vielfalt und Integration 6

3.3 Faire Arbeitsbedingungen und Tariflöhne 6

3.4 Zukunftsfonds 6

4. Wesentliche Themen und doppelte Wesentlichkeit 6

4.1 Bedeutung der Wesentlichkeitsanalyse 6

4.2 Stakeholder-Beteiligung 7

4.3 Für Schäfer Shop wesentliche Themen 7

4.4 Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft 7

[1] Schäfer Shop umfasst die Schäfer Shop Group GmbH & Co. KG sowie alle zugehörigen Tochter- und Auslandsgesellschaften.

4.5 Kontinuierliche Überprüfung und Anpassung 7
4.6 Transparenz der Ergebnisse.....8
5. Verantwortung und Umsetzung.....8
5.1 Ziele.....8
5.2 Zuständigkeit für die Einhaltung der Richtlinie sowie Meldung bei Verstößen 8
5.3 Geltungsbereich der Richtlinie.....9

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

wir von Schäfer Shop sind der Qualität verschrieben. Mit höchstem Anspruch entwickeln wir als Team die besten Lösungen für unsere Kundinnen und Kunden und sind da, wo sie uns brauchen. Seit nunmehr 50 Jahren entwickeln und innovieren wir – uns und die gesamte Branche: Weil wir zuhören. Weil wir offen sind. Weil wir zusammen vorangehen. Als Partner unserer Kund:innen und gemeinsam als Team.

Beim Vertrieb unserer Produkte und Dienstleistungen wollen wir als Unternehmen nicht nur wettbewerbsfähig, sondern auch vertrauenswürdig und verlässlich sein. Unter Beachtung aller gesetzlichen und internen Vorgaben stellen wir auf höchstem Qualitätsniveau die Zufriedenheit unserer Kund:innen sicher.

Wir sind stolz auf unsere gute Unternehmenskultur und stärken sie nachhaltig. Wir übernehmen Verantwortung für unser Handeln und für den Erfolg unseres Unternehmens. Diese Richtlinie zur Einhaltung von relevanten Ethikaspekten verdeutlicht unsere Haltung und zeigt sowohl unsere Anstrengungen als auch unsere Ziele auf. Dabei beachten wir im besonderen Maße unsere Wirkungsbereiche sowie die Inbezugnahme unserer Stakeholder:innen.[2]

Die Ethikrichtlinie von Schäfer Shop definiert die Werte, Standards und Erwartungen, die unser Unternehmen und alle Geschäftspartner:innen in ihren Tätigkeiten einhalten müssen. Sie basiert neben ESG-Prinzipien (Environmental, Social, Governance), auf den Grundsätzen des UN Global Compact sowie den Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) der Vereinten Nationen.

Schäfer Shop sieht es als seine Pflicht, durch ethische, soziale und umweltbewusste Verantwortung einen positiven Beitrag zur Gesellschaft und Umwelt zu leisten. Diese Richtlinie ist verbindlich für unser Handeln und unsere Partnerschaften.

Andreas Reuter (CEO)

Andreas Dietz (CFO)

[2] Zu unseren Stakeholder:innen zählen wir insbesondere, aber nicht abschließend, Mitarbeiter:innen, Bewerber:innen, Kund:innen, Gesellschafter:innen, Geschäftspartner:innen, liefernde Unternehmen, Anwohner:innen und alle weiteren Personen, die im Kontakt mit Schäfer Shop stehen.

1. Grundsätze/ Governance

1.1 Korruption und Bestechung

Schäfer Shop verpflichtet sich zu Integrität und Fairness in allen Geschäftsbeziehungen. Korruption, Bestechung und unethisches Verhalten sind strikt untersagt. Geschäftspartner:innen müssen diese Prinzipien respektieren und aktiv umsetzen.

Alle Arten von Korruption und Bestechung stehen für uns im Widerspruch zu unserer Verpflichtung zu Integrität und verletzen nachhaltig das Vertrauen unserer Kund:innen und Geschäftspartner:innen. Jegliche Form von Bestechung und Bestechlichkeit sind daher bei Schäfer Shop verboten.

Unsere Geschäftspartner:innen dulden gleichfalls keinerlei Form der Korruption. Im Rahmen der wechselseitigen Pflege unserer Geschäftsbeziehung haben beide Seiten das gleiche Verständnis vom Umgang mit Einladungen und Geschenke. Einladungen zu Veranstaltungen oder zum Essen und auch kleine Aufmerksamkeiten können legitime Mittel zum Aufbau und zur Unterstützung von Kund:innen- oder Geschäftsbeziehung sein, soweit sich die Zuwendungen sich in einem angemessenen Rahmen bewegen. Zuwendungen dürfen nie dazu dienen, unlautere geschäftliche Vorteile zu verlangen und sie dürfen nicht derart ausgestaltet sein, dass die berufliche Unabhängigkeit der Beteiligten und die Objektivität der Entscheidungsfindung in Frage gestellt werden könnte.

1.2 Interessenskonflikte

Transparenz ist ein Kernprinzip. Geschäftspartner:innen sind verpflichtet, Interessenkonflikte offenzulegen, um gemeinsam Lösungen zu entwickeln, die die Integrität der Geschäftsbeziehung bewahren.

Für jede/n Geschäftspartner:in können Situationen entstehen, in denen seine Interessen im Widerspruch zu denjenigen von Schäfer Shop stehen. Solche Interessenkonflikte gilt es zu vermeiden. Geschäftspartner:innen, die von einem möglichen oder tatsächlichen Interessenkonflikt betroffen sind, sind daher verpflichtet, diesen gegenüber Schäfer Shop umgehend offen zu legen und schnellstmöglich aufzulösen.

Im Einklang mit SDG 17 fördert Schäfer Shop Partnerschaften, die auf gemeinsamen Werten und nachhaltigem Handeln basieren. Unsere Geschäftspartner:innen sind aufgerufen, aktiv an diesen Initiativen teilzunehmen.

1.3 Wettbewerb

Kartell- und Wettbewerbsgesetze schützen und fördern einen fairen Wettbewerb, indem sie koordinierte Maßnahmen von Marktteilnehmern zur Vereinbarung oder künstlichen Anhebung von Preisen, Aufteilung von Märkten oder sonstigen Einschränkung des Handels verbieten. Diese Gesetze untersagen alle wettbewerbswidrigen Massnahmen nicht nur von Wettbewerbern, sondern auch von allen Parteien der Beschaffungs- oder Lieferkette.

Die Einhaltung aller wettbewerbsrechtlichen Vorgaben ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Unsere Kund:innen und Geschäftspartner:innen überzeugen wir im freien und ungehinderten Wettbewerb mit unserer Kompetenz.

1.4 Schutz von Daten

Schäfer Shop und seine Geschäftspartner:innen gewährleisten den Schutz personenbezogener Daten gemäß geltenden Gesetzen und verpflichten sich, vertrauliche Informationen sicher und verantwortungsvoll zu behandeln

Die Erhebung, Speicherung, Verarbeitung und Übertragung personenbezogener Daten unterliegt besonderer Datenschutzvorschriften. Damit der besondere Schutz der Privatsphäre sichergestellt wird, beachten unsere Geschäftspartner:innen die jeweils geltenden Gesetze zum Schutz personenbezogener Daten.

1.5 Einhaltung der UN Global Compact-Prinzipien

Schäfer Shop ist Unterzeichner des UN Global Compact und verpflichtet sich, dessen zehn Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeitsstandards, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung in alle Geschäftsprozesse zu integrieren. Unsere Partner:innen verpflichten sich ebenfalls, diese Prinzipien in ihrer Organisation umzusetzen

2. Umwelt

2.1 Ressourcenschonung

Schäfer Shop verpflichtet sich zu einem nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen und erwartet dasselbe von seinen Geschäftspartner:innen. Dies umfasst Maßnahmen zur Reduktion von Abfall, den sparsamen Einsatz von Wasser und Energie sowie die Förderung von Kreislaufwirtschaft und umweltfreundlichen Materialien entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

2.2 Klimaschutz

Klimaschutz ist ein zentraler Bestandteil unserer Strategie. Wir arbeiten aktiv daran, unsere CO_2-Emissionen zu kategorisieren und Prozesse klimaneutral zu gestalten. Unsere Geschäftspartner:innen werden dazu ermutigt, ihre Emissionen zu messen, zu verringern und durch Klimaschutzprojekte zu kompensieren.

Alle nationalen und internationalen Vorgaben im Bereich des Umweltschutzes müssen strikt eingehalten werden.

3. Soziales

3.1 Achtung der Menschenrechte

Die Achtung und Förderung der Menschenrechte stehen im Mittelpunkt unseres Handelns. Schäfer Shop und seine Geschäftspartner:innen lehnen jede Form von Zwangsarbeit, Kinderarbeit, moderner Sklaverei und Menschenhandel strikt ab. Unsere Richtlinien folgen den Grundsätzen des UN Global Compact, der den Schutz der Menschenrechte in allen Geschäftspraktiken betont.

3.2 Vielfalt und Integration

Vielfalt, Gleichberechtigung und Toleranz sind fundamentale Werte bei Schäfer Shop. Diskriminierung jeglicher Art, sei es aufgrund von Geschlecht, ethnischer Herkunft, Religion, sexueller Orientierung oder Behinderung, wird nicht geduldet. Geschäftspartner:innen verpflichten sich, ein inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen.

3.3 Faire Arbeitsbedingungen und Tariflöhne

Schäfer Shop setzt sich für menschenwürdige Arbeit und faire Bezahlung ein, wie sie in SDG 8 gefordert wird. Alle Mitarbeiter:innen arbeiten unter sicheren Bedingungen und erhalten mindestens Tariflöhne oder entsprechende Standards. Geschäftspartner:innen sind angehalten, dieselben Prinzipien umzusetzen.

3.4 Zukunftsfonds

Im Rahmen unseres sozialen Engagements hat Schäfer Shop den KinderHerz-Zukunftsfonds Schäfer Shop geschaffen, um Projekte zu fördern, die Bildung, Forschung und soziale Gerechtigkeit unterstützen. Dieses Engagement steht in Einklang mit SDG 10, das weniger Ungleichheiten fordert.

4. Wesentliche Themen und doppelte Wesentlichkeit

Dieses Kapitel unterstreicht unser Engagement, die Haltung unserer Stakeholder:innen ernst zu nehmen und gleichzeitig unsere Verantwortung für die Auswirkungen unseres Handelns aktiv zu gestalten. Die doppelte Wesentlichkeitsanalyse bildet die Grundlage, um sowohl heute als auch in Zukunft verantwortungsvoll und nachhaltig zu agieren.

4.1 Bedeutung der Wesentlichkeitsanalyse

Schäfer Shop orientiert sich an den Prinzipien der doppelten Wesentlichkeitsanalyse, um sicherzustellen, dass unsere Geschäftsaktivitäten sowohl auf die Erwartungen unserer Stakeholder:innen als auch auf die Auswirkungen unseres Handelns auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft ausgerichtet sind. Diese Analyse hilft uns, die Themen zu priorisieren, die für unsere Stakeholder:innen und unseren langfristigen Geschäftserfolg am relevantesten sind.

4.2 Stakeholder-Beteiligung

Ein zentraler Bestandteil unserer Wesentlichkeitsanalyse ist der Dialog mit unseren Stakeholder:innen. Dazu zählen unter anderem:

- Mitarbeiter:innen und Gesellschafter
- Kund:innen
- Geschäftspartner:innen und Lieferant:innen
- Gesellschaftliche Organisationen und NGOs
- Vertreter der Natur
- Regulierungsbehörden

Es wurden rund 50, für Schäfer Shop relevante, Stakeholder:innen identifiziert. Die 8 relevantesten, gemessen an ihrem Einfluss auf Schäfer Shop, wurden im Anschluss durch einen Fragebogen in den weiteren Prozess integriert.

4.3 Für Schäfer Shop wesentliche Themen

Aus der Stakeholderbefragung heraus, sowie weiteren Themen aus bereits bestehenden Systemen und wissenschaftlichen Quellen, wurden rund:

- 94 Auswirkungen
- 39 Chancen
- Und 34 Risiken als wesentlich identifiziert

Aus der weiteren Analyse ergeben sich die für Schäfer Shop zentralen Handlungsfelder:

- **Umwelt- und Klimaschutz**: Nachhaltige Ressourcennutzung, Reduzierung von CO_2-Emissionen und Förderung einer Kreislaufwirtschaft.
- **Faire Arbeitsbedingungen**: Förderung von Tariflöhnen, sicheren Arbeitsbedingungen und Diversität.
- **Menschenrechte und soziale Verantwortung**: Bekämpfung von Zwangs- und Kinderarbeit sowie Förderung sozialer Projekte
- **Integrität und Transparenz**: Sicherstellung fairer Geschäftspraktiken, Korruptionsprävention und Datenschutz.
- **Ebenso werden damit die folgenden SDGs abgedeckt**:
  3, 4, 5, 6, 7, 8, 12, 13, 15 und 16

4.4 Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft

Die doppelte Wesentlichkeit berücksichtigt nicht nur die Themen, die für unsere Stakeholder:innen relevant sind, sondern auch die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft. Diese Perspektive stellt sicher, dass Schäfer Shop Verantwortung für potenzielle Risiken und Chancen übernimmt und Lösungen entwickelt, die sowohl wirtschaftlichen als auch gesellschaftlichen Mehrwert schaffen.

4.5 Kontinuierliche Überprüfung und Anpassung

Die Wesentlichkeitsanalyse ist ein dynamischer Prozess, der regelmäßig überprüft und angepasst wird, um auf neue Entwicklungen, Marktveränderungen oder gesellschaftliche Trends zu reagieren. Schäfer Shop verpflichtet sich, diesen Dialog transparent zu gestalten und die Ergebnisse in die strategische Ausrichtung unseres Unternehmens zu integrieren.

4.6 Transparenz der Ergebnisse

Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse werden zukünftig im Rahmen der CSRD-Berichterstattung veröffentlicht. So stellen wir sicher, dass alle Stakeholder:innen nachvollziehen können, welche Themen für Schäfer Shop und seine Partner:innen von größter Bedeutung sind und wie wir daran arbeiten, diese umzusetzen.

5. Verantwortung und Umsetzung

Diese Ethikrichtlinie spiegelt unser Engagement für Nachhaltigkeit, Menschenrechte und gute Unternehmensführung wider. Schäfer Shop erwartet von seinen Geschäftspartner:innen, dass sie diese Standards nicht nur einhalten, sondern aktiv in ihren Unternehmen und Wertschöpfungsketten umsetzen. Gemeinsam streben wir nach einer verantwortungsvollen und zukunftsorientierten Geschäftswelt, die die SDGs und die Prinzipien des UN Global Compact unterstützt.

5.1 Ziele

Schäfer Shop nimmt die Themen der Korruption, Bestechung und Diskriminierung sehr ernst. Daher verfolgen wir hier klar eine Quote von 0%. Dies bedeutet, dass jeder gemeldete Fall unverzügliche Konsequenzen der Aufarbeitung mit sich zieht.
Um anonym Fälle der Diskriminierung zu melden zu können, haben wir ein Verfahren zur Abhilfe von Diskriminierung initiiert, welches durch Ansprechpartner unserer Personalabteilung betreut wird.

Schäfer Shop bietet Schulungen zu den Prinzipien der Antikorruption an, um sicherzustellen, dass alle Mitarbeiter:innen die Standards verstehen und umsetzen. Im Jahr 2024 wurden bereits 84 Mitarbeitende geschult. Wir streben hier im Jahr 2025 eine Gesamtquote von 94 Personen an. Damit gewährleisten wir eine breite Wissensstreuung und Umsetzungskraft

5.2 Zuständigkeit für die Einhaltung der Richtlinie sowie Meldung bei Verstößen

Im Zuge der jährlichen Bewertung unserer Managementsysteme (u.a. dem Umweltmanagement) wird diese Richtlinie regelmäßig überprüft und bei Bedarf angepasst. Die nächste Prüfung erfolgt im März 2025.

Die Genehmigung dieser Richtlinie sowie alle maßgeblichen Änderungen daran unterliegen dem Chief Executive Officer.

Für die Aufrechterhaltung dieser Richtline sowie deren Aktualisierung ist die Legal Abteilung von Schäfer Shop verantwortlich. Somit ist jeder Verstoß innerhalb der Richtlinien dieser Abteilung zu melden. Sie ist ebenso, in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den jeweiligen Abteilungen und Interessensvertreter:innen, für die Kommunikation zu den Stakeholdern hin verantwortlich, sowie für das Reporting hinsichtlich des Umweltmanagements und der Umweltschutzleistung.
Die Umsetzung der Richtlinie obliegt der Verantwortung der jeweiligen Unternehmensbereiche.

Ebenso sind alle Mitarbeitenden dazu angehalten, ihren aktiven Beitrag zur Umsetzung der Richtlinie in dem ihnen möglichen Rahmen zu leisten.
Jegliche Fragen zu dieser Richtlinie oder wenn es Bedenken gibt, ob eine Situation im Widerspruch zu dieser steht, können mit Human Ressources, einer vorgesetzten Person oder einer Vertrauensperson besprochen werden.

Wir legen Wert auf Ehrlichkeit, Integrität und Transparenz. Beim Verdacht der Missachtung gesetzlicher Vorschriften, können alle Interessensparteien, durch unser Hinweisgebersystem, auf Wunsch auch anonym, in Kontakt zu unseren Vertrauensanwält:innen treten.

5.3 Geltungsbereich der Richtlinie

Diese Richtlinie definiert ihren Geltungsbereich für die Schäfer Shop Group GmbH & Co. KG sowie alle zugehörigen Tochter- und Auslandsgesellschaften. Sie ist für alle Interessensgruppen über unser Intranet einsehbar.