



***GRUNDSÄTZE
IM EINKAUF
MICHELIN***

DIREKTION EINKAUF - AUSGABE 2020

FACHREFERENZ DOKUMENTE

INHALT





FLORENT MENEGAUX
CHIEF EXECUTIVE OFFICER

IN ZUKUNFT WIRD BEI MICHELIN ALLES NACHHALTIG SEIN



YVES CHAPOT
GENERAL MANAGER UND
CHIEF FINANCIAL OFFICER

DIESE ÜBERZEUGUNG LIEGT UNSERER UNTERNEHMENSVISION ZUGRUNDE.

DIE MISSION VON MICHELIN BESTEHT DARIN, FÜHREND AUF DEM GEBIET DER NACHHALTIGEN MOBILITÄT ZU SEIN UND ZU DEN LEISTUNGSFÄHIGSTEN, INNOVATIVSTEN UND VERANTWORTUNGSBEWUSSTESTEN UNTERNEHMEN DER WELT ZU GEHÖREN. DAHER STREBEN WIR NACH EINEM GLEICHGEWICHT ZWISCHEN WIRTSCHAFTLICHEN, ÖKOLOGISCHEN UND GESELLSCHAFTLICHEN HERAUSFORDERUNGEN.

DIESE VERPFLICHTUNG SETZEN WIR TÄGLICH UM, MIT DEM ZIEL, DIE MOBILITÄT FÜR ALLE NACHHALTIG ZU VERBESSERN UND BRINGEN DIES IN UNSEREM UNTERNEHMENSZWECK ZUM AUSDRUCK:

„ALLEN EINEN BESSEREN WEG IN DIE ZUKUNFT BIETEN.“



HÉLÈNE PAUL
CHIEF PROCUREMENT OFFICER

MISSION DES EINKAUFS

Beitrag zur nachhaltigen Leistung von Michelin durch Einsatz von Lieferanten, um die Wertschöpfung und Innovation zu steigern und so die Wettbewerbsfähigkeit und das Wachstum von Michelin zu unterstützen.

Dieser Beitrag wird durch Exzellenz im operativen Geschäft und nachhaltigen Einkauf erreicht, wodurch Unternehmensethik, Umweltschutz und Menschenrechte gestärkt werden.

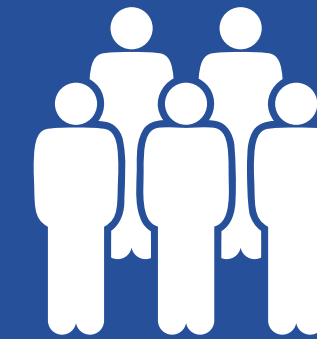
EINIGE EINKAUFS- ZAHLEN



47.000
AKTIVE
LIEFERANTEN



1,6 MILLIONEN
AUFTRÄGE



280 EINKAUF
KATEGORIEN



NATURKAUTSCHUK

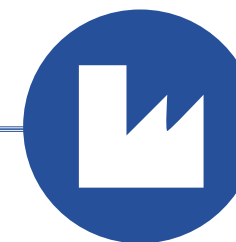
ROHSTOFFE

Füllstoffe, Monomere,
Elastomere,
Metallverstärkungen,
Gewebeverstärkungen,
Chemikalien,
Öle und Harze.



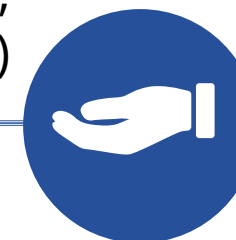
FERTIGUNG, TECHNIK UND ENERGIE

Maschinen, Gebäude,
Industriedienstleistungen
und -bedarf sowie Energie.



DIENSTLEISTUNGEN

Logistik, Marketing/Kommunikation,
IS/IT, Sozialleistungen, Immobilien,
ausgelagerte Dienstleistungen
(Unternehmensberatung,
Marktforschung, Ausbildung,
Personaldienstleistungen usw.)



4
BEREICHE



1 – GELTUNGSBEREICH, DEFINITIONEN UND GRUNDSÄTZE FÜR DIE ANWENDUNG

1.1 – Geltungsbereich

Die Einkaufsgrundsätze von Michelin sind ein integraler Bestandteil jedes Vertrags zwischen einem Lieferanten und einem Unternehmen der Michelin Gruppe, unabhängig vom Land.

1.2 – Vorausgesetzte und erwartete Grundsätze: Definitionen und Anwendungen

Die Einkaufsgrundsätze von Michelin umfassen zwei wesentliche Ebenen: vorausgesetzte Grundsätze und erwartete Grundsätze.

EIN VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ

ist ein als fundamental erachteter Grundsatz, ohne den die Geschäftsbeziehung nicht aufgenommen oder fortgesetzt werden kann.

Ein Lieferant muss den vorausgesetzten Grundsatz einhalten und sicherstellen, dass in seiner gesamten Lieferkette gleiche oder ähnliche Grundsätze angewandt werden. Auf Ersuchen von Michelin müssen die Lieferanten nach Treu und Glauben und in transparenter Weise über die Fakten und den erreichten Grad der Einhaltung berichten. Eine Nichteinhaltung aller oder eines Teils der in den Einkaufsgrundsätzen von Michelin festgelegten vorausgesetzten Grundsätze stellt eine Vertragsverletzung dar und Michelin behält sich das Recht vor, alle Konsequenzen daraus zu ziehen, einschließlich der vollständigen oder teilweisen Beendigung der Geschäftsbeziehung mit dem betreffenden Lieferanten.

EIN ERWARTETER GRUNDSATZ

ist ein Grundsatz, der von Michelin gefördert, ermutigt und erwartet wird.

Er legt die Vision von Michelin in transparenter Weise dar und ermöglicht es allen Lieferanten, sich im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses entsprechend den Erwartungen von Michelin zu verbessern. Bei der Bewertung der Einhaltung der erwarteten Grundsätze durch einen Lieferanten werden die Größe des Lieferanten, der Grad der Komplexität bei der Umsetzung des Grundsatzes und der Grad des Risikos berücksichtigt, das durch eine potenzielle oder tatsächliche Nichteinhaltung dieses Grundsatzes entsteht.

Die Michelin Gruppe legt größten Wert auf die Einhaltung der fundamentalen Grundsätze, d. h. auf die Einhaltung:

- von Gesetzen und Vorschriften, die für Michelin und/oder alle oder einen Teil seiner Produkte, Dienstleistungen und/oder Geschäftstätigkeiten gelten;
- der Achtung vor den Menschen in jeglicher Hinsicht; und
- des Umweltschutzes.

Von jedem unserer Lieferanten wird erwartet, dass er im Rahmen des auf ihn anwendbaren Geltungsbereichs in vollem Umfang zur Einhaltung dieser fundamentalen Grundsätze durch Michelin beiträgt.



2 – FUNDAMENTALE GRUNDSÄTZE

2.1 – Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Der Lieferant muss die Gesetze und Vorschriften kennen und einhalten, die für ihn und/oder für alle oder einen Teil seiner Produkte, Dienstleistungen und/oder Geschäftstätigkeiten gelten.

Vorausgesetzte Grundsätze für bestimmte Fälle:
Die Einkaufsaktivitäten von Michelin gehen in vielen Ländern mit einer Vielzahl von Kulturen, Gesetzen und politischen Regimes einher:

- a - In einigen Fällen entsprechen die Einkaufsgrundsätze von Michelin möglicherweise nicht genau den Gesetzen und Vorschriften eines bestimmten Landes. Bei Widersprüchlichkeiten zwischen einem anwendbaren Gesetz und einer anwendbaren Vorschrift einerseits und einem Einkaufsgrundsatz von Michelin andererseits ist die strengere Anforderung maßgeblich.
- b - Bei unterschiedlichen Gesetzen und Vorschriften, die ggf. für dieselbe Transaktion gelten, müssen alle zwingenden Gesetze und Vorschriften immer innerhalb des anwendbaren geografischen Geltungsbereichs eingehalten werden.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Der Lieferant stellt sicher, dass seine Lieferung von Produkten und/oder Dienstleistungen an Michelin und/oder seine Geschäftstätigkeit Michelin nicht dazu veranlasst, gegen Gesetze und Vorschriften zu verstoßen.

Vom Lieferanten wird erwartet, dass er ähnliche Grundsätze innerhalb seiner Lieferketten fördert.

2 – FUNDAMENTALE GRUNDSÄTZE

2.2 – Achtung vor den menschen

2.2.1 – Menschenrechte (einschließlich Arbeitsbedingungen)

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Der Lieferant muss mindestens die folgenden Bedingungen erfüllen:

- Internationale Standards, darunter die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, der Global Compact der Vereinten Nationen, die OECD-Leitsätze und die UN-Richtlinien für Unternehmen und Menschenrechte.
- Die im Land geltenden gesetzlichen und regulatorischen Bestimmungen des Arbeitsrechts (Höhe der Vergütung, Arbeitszeiten, Vereinigungsfreiheit usw.).
- Die Würde des Einzelnen durch akzeptable Arbeitsbedingungen.
- Die grundlegenden Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO), insbesondere über Kinderarbeit, Zwangs- oder Pflichtarbeit, Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen, Diskriminierung und Belästigung.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Der Lieferant wird ermutigt, über die strikte Anwendung der Gesetze und Vorschriften hinauszugehen

2 – FUNDAMENTALE GRUNDSÄTZE

2.2 – Achtung vor den menschen

2.2.2 – Gesundheit und Sicherheit des Einzelnen

Für Michelin sind die Qualität und der Umfang der Gesundheits- und Sicherheitspraktiken wichtige Kriterien bei der Auswahl von Lieferanten.

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

- Unabhängig davon, ob es sich um Produkte, Dienstleistungen, Betriebe oder Standorte handelt, muss der Lieferant die Gesundheit und Sicherheit von Einzelpersonen schützen und sich strikt an die geltenden Gesetze und Vorschriften sowie die besten Praktiken seines Berufsstandes halten, unabhängig davon, ob bestimmte Länder in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit mehr oder weniger strenge Regelungen haben.
- Der Lieferant muss die Gesundheits- und Sicherheitsrisiken für die Gemeinden in der Nähe seiner Standorte und/oder Betriebe regelmäßig bewerten.

Lieferanten, die gelegentlich oder dauerhaft an Michelin Standorten arbeiten, müssen:

- die vorherige Genehmigung für den Zugang zum Standort einholen.
- alle notwendigen Maßnahmen definieren und implementieren, um sicherzustellen, dass das gesamte Personal des Lieferanten die für diesen Standort festgelegten Sicherheits-, Gesundheits- und Hygienevorschriften einhält. Der Lieferant ist verpflichtet, dafür zu sorgen, dass dieses Personal kontinuierlich solche Verhaltensweisen wie eine unermüdliche Wachsamkeit und die Einhaltung dieser Standortregeln entwickelt.
- Erstellung eines Präventionsplans vor der Durchführung von Arbeiten vor Ort gemäß den Standards von Michelin.
- Benachrichtigung von Michelin vor jeder Verwendung neuer chemischer Substanzen und Bereitstellung erforderlicher Unterlagen mit ausführlicher Beschreibung ihrer Eigenschaften, Risiken und der dazugehörigen Präventionsmaßnahmen.
- Meldung aller festgestellten Anomalien gegenüber dem Standortleiter oder dem benannten Sicherheitsbeauftragten des Michelin Standortes, an dem der Lieferant tätig ist, oder, falls diese Personen nicht verfügbar sind, dem Michelin Ansprechpartner des Lieferanten.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Der Lieferant implementiert ein Gesundheits- und Sicherheitsmanagementsystem, das darauf ausgerichtet ist, Lehren aus der Vergangenheit zu ziehen und die kontinuierliche Verbesserung der Praktiken zu unterstützen. Dieses System kann auf geeigneten Richtlinien, Anweisungen, Leitfäden, Informations- und Sensibilisierungskampagnen, Verbesserungsplänen und geeigneten Indikatoren (z. B. Unfallrate, Meldung und Handhabung von Risikosituationen, Anzahl der Verbesserungsvorschläge zu Gesundheits- und Sicherheitsfragen usw.) beruhen. Die Zertifizierung nach ISO 45001 wird gefördert.

2 – FUNDAMENTALE GRUNDSÄTZE

2.2 – Achtung vor den menschen

2.2.3 – Gemeinschaft

Michelin möchte sich nahtlos in die Gesellschaften und lokalen Gemeinschaften integrieren, die seine Aktivitäten in Ländern auf der ganzen Welt umgeben. Daher ist Michelin bestrebt, seine Produkte und Dienstleistungen nicht nur von internationalen Lieferanten, sondern auch von lokalen und integrativen Lieferanten (z. B. Lieferanten im Bereich der geschützten und angepassten Arbeit, Lieferanten, welche die Rückkehr in den Beruf fördern, Lieferanten, die Minderheiten angehören, usw.) zu beziehen, die den hohen Standards von Michelin entsprechen.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Michelin ermutigt alle Lieferanten, sich an der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung der Gemeinden in deren Nähe oder in den Gemeinden, in denen sie tätig sind, zu beteiligen.

2 – FUNDAMENTALE GRUNDSÄTZE

2.3 – Umweltschutz

Michelin misst dem Umweltschutz größte Bedeutung bei. Auch der Lieferant muss bei seiner Tätigkeit auf den Umweltschutz achten.

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Im Hinblick auf den Umweltschutz und zur Begrenzung von Umweltrisiken in seiner gesamten Lieferkette verpflichtet sich der Lieferant zur Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften, die in dem Land oder den Ländern, in denen er tätig ist, sowie in allen Ländern gelten, in denen ein Produkt und/oder eine Dienstleistung kostenlos oder gegen Entgelt importiert, verwendet und/oder vertrieben wird. Auf Ersuchen von Michelin verpflichtet sich der Lieferant, für bestimmte Projekte oder geographische Gebiete die restriktiveren Standards von Michelin anzuwenden.

Lieferanten verpflichten sich außerdem, auf Ersuchen alle Informationen zu übermitteln, die zur Bestimmung der CSR-Auswirkungen eines Produkts und/oder einer Dienstleistung, die sie Michelin zur Verfügung stellen, oder zur Erfüllung der Erwartungen der Stakeholder der Michelin Gruppe (z. B. Kunden, Investoren, Verbände usw.) erforderlich sind, sofern diese Informationen verfügbar sind (z. B. CO₂-Emissionen, Verwendung von Pflanzenschutzmitteln, Zertifizierungen usw.).

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Michelin erwartet Folgendes vom Lieferanten:


- Einführung eines Umweltmanagementsystems, um die potenziellen Auswirkungen seiner Tätigkeit auf die Umwelt zu beurteilen und zu verringern;
- Reduzierung und Verwaltung von Abfall, giftigen/gefährlichen Substanzen und Verpackungen während des gesamten Lebenszyklus seiner Produkte und/oder Dienstleistungen;
- Reduzierung der Treibhausgasemissionen, einschließlich während der Transportphasen;
- Schonender Umgang mit Wasser und natürlichen Ressourcen, Schutz von Ökosystemen und Bemühungen um den Erhalt der Artenvielfalt;
- Entwicklung hochwertiger Produkte und/oder Dienstleistungen mit geringer Umweltbelastung;
- Zusammenarbeit mit der Michelin Gruppe im Rahmen der von Michelin durchgeführten Lebenszyklusanalysen.

ANWENDUNG DER GRUNDPRINZIPIEN FÜR NATURKAUTSCHUK



SONDERFALL DER NATURKAUTSCHUK-LIEFERANTEN:

Naturkautschuk hat erhebliche ökologische und soziale Auswirkungen. Er erfordert daher einen eigenen spezifischen Ansatz. Die SNR (Sustainable Natural Rubber) Richtlinie, die in Zusammenarbeit mit allen Stakeholdern, insbesondere den auf Umwelt- und Menschenrechtsschutz spezialisierten NGOs, verfasst wurde, ist eine vertragliche Referenz für Lieferanten von Naturkautschuk der Michelin Gruppe und ergänzt dieses Dokument.



Für Michelin zählen nicht nur die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften, sondern auch Ethik und Integrität bei der Führung von Geschäften (die „Unternehmensethik“). Auch der Lieferant muss seine Geschäfte und seinen Betrieb mit Integrität führen und sich an die Unternehmensethik und insbesondere an die folgenden Grundsätze halten:

3 – UNTERNEHMENSETHIK

3.1 – Treu und glauben

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Jeder Lieferant muss Verträge nach Treu und Glauben aushandeln und erfüllen.

3.2 – Wettbewerb und fairness

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Der Lieferant verpflichtet sich, einen freien und fairen Wettbewerb zu gewährleisten, angemessene Geschäftspraktiken gegenüber seinen eigenen Wettbewerbern und deren Kunden anzuwenden und die Transparenz seiner Preise sicherzustellen. Bei wettbewerbswidrigen Praktiken eines Lieferanten behält sich Michelin das Recht vor, alle erforderlichen und angemessenen Maßnahmen zu ergreifen, um eine Entschädigung für den erlittenen Schaden zu erhalten. Darüber hinaus verpflichten sich die Lieferanten, sich im Falle einer marktbeherrschenden Stellung gegenüber Michelin nicht missbräuchlich zu verhalten und keine ungerechtfertigten Belohnungen zu verlangen, die zu einem erheblichen Ungleichgewicht bei einer Transaktion führen.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Der Lieferant hat ein Programm zur Einhaltung des Kartellrechts eingeführt und hält dieses aufrecht.

3 – UNTERNEHMENSETHIK

3.3 – Handelsbeschränkungen

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Der Lieferant muss die „Vorgaben hinsichtlich der Handelsbeschränkungen der Michelin Gruppe“ einhalten.
Der Begriff Handelsbeschränkungen bezieht sich auf alle anwendbaren Gesetze und Vorschriften in Bezug auf (i) Handels- und Wirtschaftssanktionen (einschließlich Embargos und Listen der sanktionierten Parteien) und/oder (ii) Exportkontrollen (Vorschriften für Militärgüter oder Güter mit doppeltem Verwendungszweck), die für ein Produkt und/oder eine Dienstleistung gelten.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Der Lieferant hat ein Programm zur Einhaltung der Handelsbeschränkungen eingeführt und hält dieses aufrecht.

3 – UNTERNEHMENSETHIK

3.4 – Bekämpfung von Korruption und Einflussnahme

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Der Lieferant wendet eine „Null-Toleranz“-Politik in Bezug auf Korruption und Einflussnahme an. Dabei verpflichtet sich der Lieferant insbesondere Folgendes zu unterlassen: (1) das vorsätzliche Anbieten, Versprechen oder Gewähren eines unlauteren Vorteils, sei es finanzieller oder anderer Art, gegenüber einem Amtsträger, einem beruflichen Kontakt dieses Amtsträgers oder einem Dritten direkt oder indirekt über einen Vermittler, so dass dieser in Ausübung seines Amtes bestimmte Handlungen ausführt oder unterlässt, sowie (2) den diesbezüglichen Versuch und die diesbezügliche Absprache zwecks unzulässiger Erlangung oder Beibehaltung einer Aktivität oder eines anderen Vorteils.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Der Lieferant hat ein Programm zur Einhaltung von Gesetzen zur Bekämpfung von Korruption (Anti-Corruption Compliance Programm) eingeführt und hält es aufrecht, wobei dieses Programm seiner jeweiligen Situation angemessen ist und Korruption, Bestechung und Einflussnahme auf den Handel aufdecken kann.

3 – UNTERNEHMENSETHIK

3.5 – Interessenskonflikte

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Der Lieferant muss die Beteiligung an Praktiken verweigern, die als Interessenskonflikt angesehen werden könnten. Der Lieferant muss Michelin alle Interessenskonflikte melden, die im Zusammenhang mit der geplanten oder laufenden Transaktion mit dem Personal von Michelin bestehen könnten.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Der Lieferant hat spezifische Regeln zur Identifizierung und Handhabung von Interessenskonflikten eingeführt und hält diese aufrecht.

3 – UNTERNEHMENSETHIK

3.6 – Betrug

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Der Lieferant wendet eine „Null-Toleranz“-Politik in Bezug auf Betrugsversuche und Betrug an, unabhängig davon, ob dieser vermutet wird oder bewiesen ist. Insbesondere verpflichtet sich der Lieferant Folgendes zu unterlassen:
(1) vorsätzlich oder fahrlässig eine Organisation oder ein System mit betrügerischer Absicht, Berufung oder Wirkung zu gründen, gründen zu lassen oder an einer solchen Gründung teilzunehmen und (2) dies zu versuchen und zu konspirieren.
Lieferanten verpflichten sich, Michelin mit allen angemessenen Mitteln, auch über die von Michelin eingerichtete Ethik-Hotline, über jeden Betrug, Betrugsverdacht oder Betrugsversuch zu informieren, von dem die Lieferanten Kenntnis erlangen.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Der Lieferant hat ein Programm zur Betrugsbekämpfung (das sich sowohl mit internen als auch externen Betrugsfällen befasst) eingeführt und unterhält dieses Programm, das der jeweiligen Situation angemessen ist und der Aufdeckung, Verhinderung und Bekämpfung von Betrugsfällen dient.

3 – UNTERNEHMENSETHIK

3.7 – Geschenke und einladungen

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

In Bezug auf Geschenke und Einladungen muss der Lieferant von allen Praktiken Abstand nehmen, die nicht mit den geltenden Gesetzen und Vorschriften übereinstimmen. Der Lieferant hat sich außerdem jeder Praxis zu enthalten, die darauf abzielt, dem Personal von Michelin direkt oder indirekt Vorteile zu verschaffen. Auch hat er jegliche Versuche zur Beeinflussung des Urteils der Michelin Mitarbeiter oder zur Erlangung eines unzulässigen Vorteils zu unterlassen. Insbesondere müssen alle Geschenke oder Einladungen die folgenden kumulativen Kriterien erfüllen: Sie müssen nach den geltenden lokalen Gesetzen und Vorschriften genehmigt sein; dürfen vom Empfänger nicht angefordert werden; dürfen nicht zur Erlangung einer unangemessenen Gegenleistung oder eines unangemessenen Vorteils bestimmt sein; dürfen nicht dazu bestimmt sein, eine Entscheidung zu beeinflussen; dürfen nicht mit strategischen Entscheidungen zusammenfallen; der Empfänger darf bei Entscheidungen, welche die Interessen von Michelin berühren, weder gegenwärtig noch künftig einen Ermessensspielraum ausüben; müssen in der Branche eine einmalige Sache bleiben; dürfen das Unternehmen nicht in Verlegenheit bringen, wenn sie intern oder öffent-

lich bekannt werden; müssen höchst professionell sein und in einem Register erfasst werden. Ein paar Beispiele zur Veranschaulichung: Während eines Ausschreibungsverfahrens ist es einem Lieferanten untersagt, seinen Ansprechpartnern auf Seiten von Michelin Geschenke oder Einladungen anzubieten, die deren Urteil während des Auswahlverfahrens beeinflussen könnten.

Während der Dauer der Geschäftsbeziehung ist es einem Lieferanten untersagt, seine(n) Ansprechpartner(n) bei von Michelin sowie dessen/deren Angehörige zu einem Essen in einem Luxusrestaurant einzuladen. Einem Lieferanten ist es untersagt, seinem/seinen Ansprechpartner(n) bei Michelin ein Geschenk in Form von Geld oder Gutscheinen anzubieten. Michelin gestattet jedoch Firmengeschenke von angemessenem niedrigem Wert und mit dem Logo des Lieferanten oder gleichwertiger Werbung (Beispiel: Rucksäcke, Sporttaschen, Computertaschen).

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Michelin erwartet, dass der Lieferant über eine Richtlinie für Geschenke und Einladungen verfügt, welche die Regeln für angebotene und erhaltene Geschenke festlegt.

3 – UNTERNEHMENSETHIK

3.8 – Vertraulichkeit

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Neben den gesetzlichen Verpflichtungen zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen hat der Lieferant nicht nur die Vertraulichkeit der von Michelin bereitgestellten und im Rahmen von Ausschreibungen offengelegten Informationen, sondern auch die Vertraulichkeit des Ergebnisses in Bezug auf die gelieferten Produkte und/oder Dienstleistungen zu wahren. Der Lieferant verpflichtet sich, die vertraulichen Informationen von Michelin nicht für andere Zwecke als die im Zusammenhang mit der strikten Lieferung von Produkten und/oder Dienstleistungen an Michelin vereinbarten zu verwenden.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Der Lieferant hat ein Programm zur Verhinderung einer Verletzung seiner Vertraulichkeitsverpflichtungen gegenüber seinen Kunden, einschließlich Michelin, eingeführt und hält dieses Programm aufrecht.

3 – UNTERNEHMENSETHIK

3.9 – Schutz geistigen Eigentums

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Zusätzlich zur Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften über die geistigen Eigentumsrechte im Allgemeinen:

- hat der Lieferant es zu unterlassen, eines der geistigen Eigentumsrechte von Michelin zu verletzen (oder den Versuch einer Verletzung zu unternehmen).
- hat der Lieferant es zu unterlassen, wissentlich Produkte oder Dienstleistungen an oder für Michelin zu liefern, welche die geistigen Eigentumsrechte Dritter verletzen.
- Falls ein Dritter gegen einen Lieferanten wegen angeblicher Verletzung bestimmter geistiger Eigentumsrechte, die sich auf die Aktivitäten von Michelin auswirken könnten, Ansprüche geltend macht, hat der Lieferant Michelin unverzüglich darüber zu benachrichtigen, damit Michelin die notwendigen Vorkehrungen treffen kann, um die Kontinuität seiner Aktivitäten nicht zu gefährden, wobei der Lieferant diesbezüglich mit Michelin zusammenwirken wird.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Michelin erwartet, dass der Lieferant über einen Prozess verfügt, der die für die Entwicklung von Produkten und/oder Dienstleistungen geltenden Regeln festlegt, wozu insbesondere die Überprüfung und Einhaltung der Richtlinie in Bezug auf geistige Eigentumsrechte von Dritten zählt.

3 – UNTERNEHMENSETHIK

3.10 – Schutz der privatsphäre

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Neben der Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften zum Schutz der Privatsphäre sind die Lieferanten verpflichtet, zumindest, bei der Verarbeitung personenbezogener Daten im Auftrag von Michelin nur auf Anweisung von Michelin zu handeln, die Daten nur zur Erbringung der vereinbarten Dienstleistung zu verarbeiten und – durch organisatorische und technische Maßnahmen – die Sicherheit der ihnen anvertrauten Daten zu gewährleisten, Michelin in transparenter Weise eine Beschreibung der mit personenbezogenen Daten durchgeführten Operationen (was, warum, von wem und wo) vorzulegen, Michelin bei der Erfüllung seiner Verpflichtungen zu unterstützen und nur von Michelin autorisierte Unterauftragnehmer einzusetzen, die dieselben Garantien hinsichtlich des Schutzes der Privatsphäre bieten wie Michelin.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Michelin setzt sich für den Schutz personenbezogener Daten ein und fördert neben anderen anwendbaren Gesetzen und Vorschriften zum Schutz der Privatsphäre auch die Einhaltung der Grundsätze der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) über deren unmittelbaren geografischen Geltungsbereich hinaus. Michelin erwartet daher von allen Lieferanten, dass sie sich verpflichten, das Gleiche zu tun.

3 – UNTERNEHMENSETHIK

3.11 – Personal des Lieferanten

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Im Rahmen der Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Beschäftigung natürlicher Personen muss der Lieferant die „Vorgaben der Michelin Gruppe zum Personal“ einhalten.

3 – UNTERNEHMENSETHIK

3.12 – Verhaltenskodex

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Neben der Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften sowie der vorstehend aufgeführten Punkte wird vom Lieferanten erwartet, dass er seinen eigenen Verhaltenskodex definiert, der seiner besonderen Situation angemessen ist und eine Kultur der Integrität fördert, aber auch, dass er Maßnahmen zur Aufdeckung, Vorbeugung und Überwachung umsetzt, wie z. B. Kommunikation, Schulung, ethische Richtlinien, interne Kontrolle, Disziplinarmaßnahmen usw.


3 – UNTERNEHMENSETHIK

3.13 – Ethik-hotline

Eine Ethik-Hotline steht nicht nur dem Personal von Michelin, sondern auch dem Personal des Lieferanten zur Verfügung. Über diese Hotline kann jede potenzielle Verletzung geltender Gesetze und Vorschriften und/oder des Verhaltenskodex von Michelin in Bezug auf Ethik und Bekämpfung von Korruption gemeldet werden. Jeder kann einen Bericht einreichen, auf Wunsch auch anonym.

Eine Meldung kann online [über folgenden Link](#) eingereicht werden

(Eine Meldung kann auch telefonisch erfolgen – bitte klicken Sie auf den obigen Link, um Anweisungen bezüglich der Wahl der richtigen Nummer für Ihr Land zu erhalten).

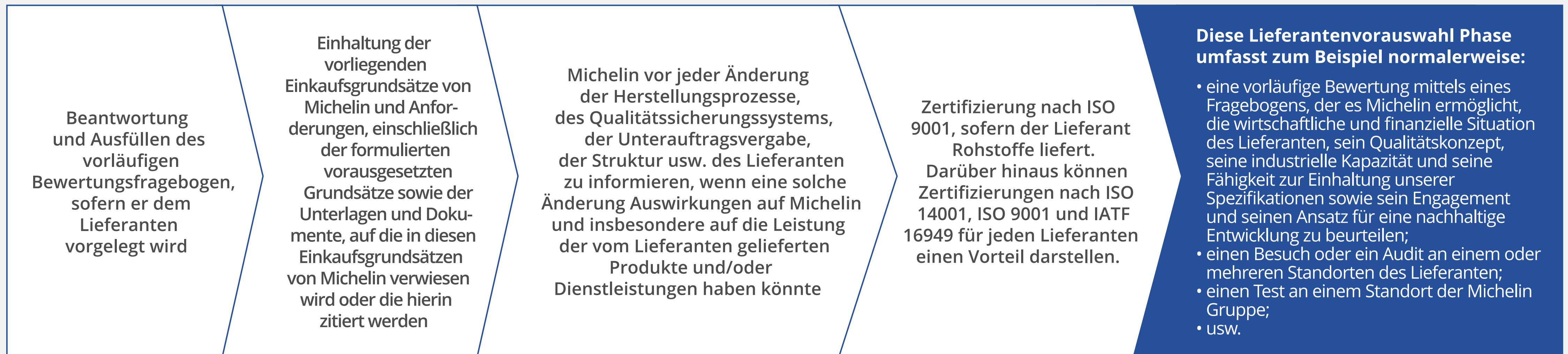
 WEITERE INFORMATIONEN SIEHE:
VERHALTENSKODEX VON MICHELIN
VERHALTENSKODEX ZUR BEKÄMPFUNG VON KORRUPTION



4 – ZUSAMMENARBEIT

4.1 – Vor der Lieferantenauswahl

Im Allgemeinen folgt Michelin einem strukturierten Prozess zur Bewertung des Potenzials und der Fähigkeit eines Lieferanten, die Bedürfnisse von Michelin zu erfüllen. Dazu gehören insbesondere die Anforderungen von Michelin in Bezug auf Handel, Technik, Qualität, Quantität, Vorlaufzeit und nachhaltige Entwicklung. Um in die engere Auswahl aufgenommen zu werden, muss ein Lieferant folgenden Punkten zustimmen:



4 – ZUSAMMENARBEIT

4.2 – Qualität und informationssicherheit von michelin

4.2.1 – Qualitätsrichtlinie von Michelin

DAS ENGAGEMENT VON MICHELIN FÜR DIE VERBESSERUNG DER MOBILITÄT VON PERSONEN UND WAREN VERLANGT VON UNS SEHR HOHE QUALITÄTS- UND SICHERHEITSSTANDARDS.



Damit Michelin die Qualität seiner Produkte und/oder Dienstleistungen aufrechterhalten kann, ist es unerlässlich, dass die von Michelin erworbenen Produkte und/oder Dienstleistungen von höchster Qualität sind. Alle Lieferanten müssen sicherstellen, dass die gelieferten Produkte und die erbrachten Dienstleistungen, unabhängig von deren Herkunft oder Bestimmungsort, den vertraglich vereinbarten Anforderungen entsprechen.

GEMEINSAM müssen wir die notwendigen Mittel aufbringen, um die entsprechende Qualität zu erreichen und zu garantieren, ohne dabei die Kostenkontrolle aus den Augen zu verlieren.

MICHELIN und seine LIEFERANTEN müssen zusammenarbeiten, um Fortschritte in dieser Richtung zu erzielen.

Der Prozess **der Qualitätssicherung bei Lieferanten** beschreibt im Einzelnen, wie Michelin die Leitlinien seiner Qualitätspolitik auf die Beziehungen zu seinen Lieferanten und auf das Management der Qualität erworbener Produkte und Dienstleistungen anzuwenden gedenkt.

Dieser von allen Lieferanten einzuhaltender Prozess wird in den folgenden Dokumenten, die auf der Einkaufswebsite von Michelin abrufbar sind, näher beschrieben:

4 – ZUSAMMENARBEIT

4.2 – Qualität und informationssicherheit von michelin

4.2.2 – Informationssicherheit von Michelin

Michelin legt großen Wert nicht nur auf die Einhaltung geltender Gesetze und Vorschriften, sondern auch auf den Schutz von Informationssystemen und Daten (einschließlich aller Daten Dritter, die ggf. verarbeitet werden müssen). Der Begriff „SID-Lieferant“ bezieht sich auf jeden primären oder sekundären Lieferanten eines IT-Dienstes (oder eines digitalen oder gleichwertigen Dienstes), unabhängig vom verwendeten Informationssystem, wenn er die folgenden Dienstleistungen für Michelin erbringt: (i) Entwicklung, Integration und/oder Wartung einer Softwarelösung und/oder (ii) Verarbeitung von Daten unter Verwendung eines IT-Systems; wobei die Verarbeitung im weitesten Sinne des Wortes verstanden wird, einschließlich, aber nicht beschränkt auf: Zugriff, Erstellung, Erhebung, Erwerb, Zusammenstellung, Aggregation, Erzeugung, Extraktion und Archivierung von Daten.

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Der SID-Lieferant ist verpflichtet, neueste organisatorische und technische Schutzmaßnahmen einzusetzen und kontinuierlich zu aktualisieren, um mit den sich schnell ändernden Bedrohungen und neu identifizierten Schwachstellen Schritt zu halten.

Der SID-Lieferant hat Michelin unverzüglich zu informieren: i) über jeden Vorfall in Bezug auf die Informationssicherheit, von dem er Kenntnis erlangt, und/oder (ii) bevor er eine Änderung des Speicherorts der Daten, der Vorgänge bei Unteraufträgen oder der Anwendung solcher Schutzmaßnahmen vornimmt, damit Michelin seinerseits entsprechende Maßnahmen ergreifen kann.

Der SID-Lieferant muss akzeptable Maßnahmen zur Datenreversibilität und/oder -löschung anbieten, die in allen Fällen der Vertragsbeendigung gelten, sei es durch Ablauf oder Kündigung.

Der SID-Lieferant muss bei der Verwendung der Informationssysteme von Michelin auch alle Benutzerchartas und geltende Sicherheitsrichtlinien einhalten.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Darüber hinaus wird vom SID-Lieferanten Folgendes erwartet:

Erstellung, Aktualisierung und Veröffentlichung einer Informationssicherheitsrichtlinie
Durchführung von Prüfungen seiner Informationssicherheitsrichtlinie und/oder regelmäßige Veröffentlichung der Ergebnisse von externen Audits, die er ggf. in Auftrag gegeben hat.

Ermächtigung von Michelin, auf Anfrage direkt oder indirekt Schwachstellen-Scans und/oder Penetrationstests durchzuführen, und Benachrichtigung von Michelin im Hinblick auf die Ergebnisse.

Verpflichtung, bei Problemen mit Verfügbarkeit von Diensten, Schwachstellen oder Sicherheitsvorfällen unverzüglich zu reagieren.

Gewährleistung eines angemessenen Maßes an Unterstützung und Informationsaustausch zur Bewältigung von Sicherheitsvorfällen.

Aufrechterhaltung seiner Zertifizierungen, z. B. ISO 27001, und Bereitstellung von diesbezüglichen Mitteilungen sowie Mitteilungen über alle neuen Zertifizierungen.

4 – ZUSAMMENARBEIT

4.3 – Gemeinsam in die nachhaltige zukunft

Bei der täglichen Arbeit strebt Michelin eine Zusammenarbeit mit Lieferanten an, welche die Qualitäts-, Zuverlässigkeits- und Kostenanforderungen von Michelin erfüllen und die sich zu kontinuierlicher Verbesserung unter Berücksichtigung der Menschen und des Umweltschutzes verpflichtet haben.

4.3.1 – CSR-Bewertung von Lieferanten

Michelin überwacht und steuert seine Gesamtleistung in Bezug auf einen verantwortungsbewussten Einkauf rigoros und veröffentlicht die daraus resultierenden CSR-Indikatoren.

VORAUSGESETZTER GRUNDSATZ:

Der Lieferant muss die erforderlichen CSR-Bewertungen durchführen und alle erforderlichen Pläne für Abhilfemaßnahmen umsetzen. Darüber hinaus ermächtigt der Lieferant Michelin oder von Michelin beauftragte Dienstleister, Audits vor Ort durchzuführen.

ERWARTETER GRUNDSATZ:

Der Lieferant wird ermutigt, sich quantifizierbare Ziele in Bezug auf seine CSR-Leistung zu setzen und Verbesserungspläne in diesem Bereich auszuarbeiten.

4 – ZUSAMMENARBEIT

4.3 – Gemeinsam in die nachhaltige zukunft

4.3.2 – Verwalten der Lieferantenbeziehung

MICHELIN STREBT BEI SEINEN LIEFERANTEN EINEN SRM (SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT) ANSATZ AN.

Auf der Grundlage einer aktiven, transparenten und qualitativ hochwertigen Zusammenarbeit geht es hier darum, gemeinsam eine wettbewerbsfähige und verantwortungsvolle Beziehung aufzubauen, die für alle Beteiligten einen Mehrwert schafft.

Zur Erreichung dieses Ziels werden die Lieferanten in 4 Kategorien unterteilt, um diese Beziehung so effizient wie möglich zu gestalten.

Kategorie 1: Aufbau einer echten strategischen Geschäftsbeziehung auf der Grundlage von Innovations- und/oder Partnerschaftsprojekten.

Kategorie 2: Entwicklung der Geschäftsbeziehung hin zu einem Wettbewerbsvorteil, von dem beide Parteien profitieren.

Kategorie 3: Optimierung der aktuellen Geschäftsbeziehung anhand kontinuierlicher Verbesserung.

Kategorie 4: Umsetzung der Geschäftsbeziehung in Übereinstimmung mit den vereinbarten Verpflichtungen.



4 – ZUSAMMENARBEIT

4.4 – Mediation



Sollte ein Lieferant nach den ersten Gesprächen keine zufriedenstellende Antwort von Michelin erhalten, kann er sich an den Mediator für die Beziehungen zwischen Lieferanten und Kunden wenden, um Hilfe bei der raschen Lösung des Problems in einem kooperativen Prozess zu erhalten.

Der Mediator wird erst eingeschaltet, nachdem der Lieferant versucht hat, das Problem mit seinen gewohnten Ansprechpartnern innerhalb von Michelin zu lösen, z. B. mit dem für ein Angebot zuständigen Einkäufer, der Zahlungsstelle oder dem Vertragsmanager.

Der Mediator wird keine Anträge berücksichtigen, die sich nicht an diesen Grundsatz halten. Für die Einleitung eines Mediationsprozesses muss der Lieferant seine Mediationsdatei über die Rubrik [Mediation](#) auf der Einkaufswebsite übermitteln.

Wenn mit Hilfe des internen Mediators keine Lösung gefunden wird, verpflichten sich die Parteien, die Dienste eines zugelassenen externen Mediators in Anspruch zu nehmen.

SCHLUSSBESTIMMUNG

Die Einhaltung der Einkaufsgrundsätze von Michelin bildet die Grundlage der wesentlichen weltweiten Vertrauensbeziehungen zwischen einem Michelin Unternehmen und jedem seiner Lieferanten. Diese Beziehungen, unterstützt durch den SRM-Ansatz der Gruppe, sind die Motoren der Wertschöpfung für Michelin und seine Lieferanten.

HINWEIS: Die Einkaufsgrundsätze von Michelin werden zum Zeitpunkt der Veröffentlichung regelmäßig aktualisiert und sind in 16 Sprachen unter folgendem Link online verfügbar:

<https://purchasing.michelin.com/en/purchasing-principles/>



DEFINITIONEN

Wie in diesen Einkaufsgrundsätzen von Michelin verwendet, werden die nachfolgenden Begriffe wie folgt definiert:



MICHELIN - PURCHASING GROUP DEPARTMENT

23, place des Carmes-Déchaux — 63040 Clermont-Ferrand Cedex 9 — France - www.michelin.com -

Design and Production: All Contents - 20050180 - Author: Michelin - Confidential: / - Published: 07/2020 - Retention: WA+3 - Printed copies of this document are not controlled.