



Slavery and Human Trafficking Statement

Bugatti Automobiles S.A.S. (Geschäftsjahr 2020)



Dieses Statement wurde gemäß § 54 des United Kingdom Modern Slavery Act 2015 erstellt. Es stellt alle implementierten Maßnahmen der Marke Bugatti zur Vermeidung von Formen Moderner Sklaverei und Menschenhandel dar.

Präambel

Angesichts der voranschreitenden Globalisierung und der verstärkten Verlagerung von Wertschöpfung in die jeweiligen Absatzmärkte sind wir uns unserer weltweiten Verantwortung auch hinsichtlich der Wahrung von Menschenrechten bewusst. Diese Verantwortung endet für uns nicht an unseren Standorten, sondern geht darüber hinaus.



Inhalt

- S.4: Organisation und Lieferkette
- S.5: Interne Maßnahmen
- S.7: Maßnahmen in der Lieferkette
- S.9: Fortschrittsbericht



Organisation und Lieferkette

Bugatti Automobiles S.A.S. ist ein Hersteller der ultimativen Hypersportwagen. 1909 durch Ettore Bugatti gegründet, ist die französische Luxusmarke weiterhin dort ansässig, wo alles begann: im elsässischen Molsheim. Von 2005 bis zum Jahr 2016 wurden im dortigen Bugatti Atelier 450 Veyron von Hand gefertigt, dann abgelöst durch den neuen Bugatti Chiron, seinerseits auf 500 Stück limitiert. Der Chiron kombiniert das Beste aus zwei Welten: er erfüllt höchste Ansprüche in Sachen Luxus und Komfort, sowie er gleichzeitig seine atemberaubende Leistung mit Fahrbarkeit im Alltag sowie Langlebigkeit paart. Mit diesen unvergleichlichen Eigenschaften ist der Bugatti Chiron ein wahrhaft einzigartiger Hypersportwagen.

Gar noch exklusivere Modelle wie der Bugatti Divo oder La Voiture Noire haben dazu beigetragen, Image und Positionierung der Marke weiter zu stärken. An der absoluten Spitze der Automobilindustrie stehen sie für Automotive Haute Couture.

Bugatti, seit 1998 ein Teil des Volkswagen Konzerns, beschäftigt ca. 300 Mitarbeiter. Mit Händlern und Servicepartnern in Europa, Nordamerika sowie auf der Arabischen Halbinsel und Asien-Pazifik ist „La Marque“ ein Global Player.

Bugatti erkennt die Wichtigkeit an, sich ethisch und verantwortungsvoll zu verhalten und schafft ein nachhaltiges und faires Umfeld für alle Stakeholder. Dazu gehören die Errichtung, Erhaltung und kontinuierliche Verbesserung der Arbeitsbedingungen innerhalb des Unternehmens und an den Standorten seiner Geschäftspartner.

Die weltweite Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards unter anderem im Bereich Menschenrechte, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung ist für uns Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit mit unseren Lieferanten. Nur gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern ist es möglich, die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards sicherzustellen und einen Beitrag zur Umsetzung der Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen zu leisten. Um diese Ziele zu erreichen, haben wir das Konzept „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ bereits im Jahr 2006 implementiert und entwickeln dieses kontinuierlich weiter. Dieses Konzept verankert Nachhaltigkeit in unseren Beschaffungsprozessen und Beschaffungsorganisationen.



Interne Maßnahmen

Verhaltensgrundsätze der Marke Bugatti

Die Marke Bugatti hat seine Verhaltensgrundsätze (Code of Conduct) aktualisiert. Die überarbeiteten Verhaltensgrundsätze gelten für alle Mitarbeiter und beruhen auf gemeinsamen und gleichleitenden Konzernwerten. Dabei stehen ein ehrliches, integrires und regelkonformes Verhalten und das Thema „Verantwortung“ im Fokus. Ob am Arbeitsplatz, als Geschäftspartner oder als Mitglied der Gesellschaft – die Verhaltensgrundsätze wollen den Beschäftigten den Umgang mit bestehenden Regeln im Unternehmen erleichtern und ihnen Orientierung, Hilfe und Rat bieten.

Auch die Ablehnung jeglicher Formen moderner Sklaverei und Menschenhandel ist Bestandteil der ~~neuen~~ Verhaltensgrundsätze der Marke Bugatti. Zusätzlich richten wir unser Handeln an den Prinzipien des UN Global Compact, den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen und an den Vorgaben der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) aus.

Hinweisgebersystem-Richtlinie

Das Hinweisgebersystem ist für schwere Regel- und Rechtsverstöße zuständig. Es ist ein wichtiges Element guter Unternehmensführung. Mit Wirkung zum 1. November 2017 ist eine neue Markenrichtlinie in Kraft getreten, die im Dezember 2018 nochmals präzisiert wurde und den Prozess zum Hinweisgebersystem im VW Konzern und der Marke Bugatti neu strukturiert und optimiert hat.

Unsere Mitarbeiter, Geschäftspartner und sonstige Dritte können mögliche schwere Regel- und Rechtsverstöße von konzernangehörigen Beschäftigten über verschiedene Kanäle im Hinweisgebersystem transparent machen. Dazu zählen der Online-Meldekanal, die Telefonhotline, das Emailpostfach und der persönliche Kontakt zum Aufklärungs-Office, sowie die Kontaktaufnahme über Ombudsleute. Der speziell geschützte Online-Meldekanal und die bestellten Ombudsleute stellen sicher, dass Hinweise auch anonymisiert an das Aufklärungs-Office gemeldet werden können. Hinweise können in allen wichtigen Unternehmenssprachen gegeben werden und werden vertraulich behandelt. Bei den maßgeblichen Verfahrensgrundsätzen und -garantien steht der Schutz sowohl des Hinweisgebers als auch des Betroffenen im Vordergrund. Die Benachteiligung von Hinweisgebern ist ein schwerer Regelverstoß und wird nicht geduldet.



Risikoanalyse

Im Rahmen der etablierten Risikomanagementprozesse, unter anderem dargestellt durch den Risiko-Quartalsprozess und den jährlichen GRC-Regelprozess, werden auch Risikoeinschätzungen zum Thema Menschenrechte durch die Gesellschaften der Marke vorgenommen und die ergriffenen Gegenmaßnahmen berichtet. Innerhalb des jährlichen GRC-Regelprozesses wird die Erfassung von potentiellen Risiken durch einen Risiko-Themenfeldkatalog unterstützt, welcher unter anderem auch potentielle Risiken aus Menschenrechtsverletzungen beinhaltet.

Die Berichterstattung an den Marken-, Konzernvorstand und den Prüfungsausschuss erfolgt vierteljährlich beziehungsweise jährlich sowie anlassbezogen.

Qualifizierung der Mitarbeiter

Durch präventive Maßnahmen, fördern wir die Regeleinhaltung in unserer Organisation und schärfen das Compliance-Bewusstsein unserer Mitarbeiter. Zielgruppenorientierte Information und Schulung von Mitarbeitern aller Hierarchieebenen spielen daher eine zentrale Rolle in der Compliance-Arbeit. In diesem Berichtsjahr konzentrierten sich die Kommunikations- und Trainingsaktivitäten vor allem auf die Verhaltensgrundsätze und das Thema Anti-Korruption. Alle Mitarbeiter sind verpflichtet, am Lernprogramm zu den Verhaltensgrundsätzen teilzunehmen.

In der Marke Bugatti werden die überarbeiteten Verhaltensgrundsätze den Mitarbeitern über diverse Kanäle zugänglich gemacht. In Informationsschreiben an alle Beschäftigten, sowie über das schwarze Brett wurde auf die neuen Verhaltensgrundsätze und ihre Bedeutung hingewiesen.

Da unsere Beschaffungsmitarbeiter eine wesentliche Schnittstelle zu unseren Geschäftspartnern bilden, werden alle neuen Einkäufer zusätzlich zu Nachhaltigkeitsthemen und möglichen Risiken sensibilisiert und geschult. Hierbei stellen wir sicher, dass unsere Mitarbeiter die internen Systeme und Prozesse sowie unsere Nachhaltigkeitsanforderungen an Geschäftspartner kennen, um beobachtete Verstöße gegen unsere Nachhaltigkeitsanforderungen an die zuständigen Stellen zu melden. Zu spezifischen Themen wie z.B. Rohstoffen der Elektromobilität und damit verbundenen Nachhaltigkeitsrisiken wie Menschenrechtsverstößen schulen wir bestimmte Mitarbeitergruppen separat in angepassten Schulungsformaten.



Maßnahmen in der Lieferkette

Nachhaltigkeitsanforderungen des Lieferanten

Als Basis des Konzepts „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ gelten die „Anforderungen des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit in den Beziehungen zu Geschäftspartnern (Code of Conduct für Geschäftspartner). Sie formulieren die Erwartungen des Volkswagen Konzerns und der Marke Bugatti an das Verhalten von Geschäftspartnern in Bezug auf zentrale Umwelt-, Sozial- und Compliance- Standards. Hierzu zählen auch die international anerkannten Menschenrechte.

Durch die vertragliche Integration der Nachhaltigkeitsanforderungen in den Beschaffungsprozess verfolgen wir das Ziel, dass unsere Nachhaltigkeitsstandards in der gesamten Lieferkette weltweit eingehalten werden. Grundlage für diese Anforderungen sind unter anderem die Prinzipien des UN Global Compact, die Charta der Internationalen Handelskammer für eine langfristige und tragfähige Entwicklung sowie die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation. Unter Anwendung der drei Säulen: Anforderungen, Monitoring und Entwicklung des Konzepts „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ überprüfen und entwickeln wir die Nachhaltigkeitsperformance unserer Lieferanten fortlaufend. Hierzu nutzen wir verschiedene Instrumente: z.B. Selbstauskunft (Self-Assessment Questionnaire „SAQ“ der Initiative DRIVE Sustainability), Nachhaltigkeit als Teil von Qualitätsaudits und fokussierten Nachhaltigkeitsaudits von Lieferanten.

Risikoanalyse

Um schon vor Verhandlungen mit potenziellen Lieferanten eine Einschätzung zu sozialen, ökologischen und menschenrechtsbezogenen Risiken der jeweiligen Standorte unserer Lieferanten zu erhalten, wendet Bugatti unter anderem eine Länderrisikoanalyse und Selbstauskunftsfragebögen sowie Nachhaltigkeitsüberprüfungen durch den Volkswagen Konzern vor Ort an. Die Risikoanalyse wird aus Daten Dritter sowie aus internen Erfahrungswerten gespeist. Bei der Lieferantenentwicklung legen wir einen besonderen Fokus auf die Länder, bei denen wir erhöhte Risiken identifiziert haben. Um aktuelle Entwicklungen ebenso wie langfristige strukturelle Herausforderungen in den einzelnen Ländern zu identifizieren, setzen wir auf den ständigen Austausch zwischen dem VW Konzern und Regionen im Rahmen von regelmäßigen Treffen und Videokonferenzen des Beschaffungsnetzwerks Nachhaltigkeit. Vor Aufnahme einer Geschäftsbeziehung überprüfen wir zudem risikoorientiert die Integrität unserer Geschäftspartner (Business Partner Check).



Qualifizierung und Monitoring der Lieferanten

Bereits seit dem Berichtsjahr 2016 hat der VW Konzern die Überprüfung unserer Lieferanten zu Nachhaltigkeitsthemen erheblich intensiviert. So wurden im gesamten Konzern bei 321 Lieferanten durch einen externen Dienstleister Nachhaltigkeitsaudits durchgeführt. Die Ergebnisse der Audits führten in 60 Fällen zu einem Maßnahmenplan, mit dem die Nachhaltigkeitsleistung der Lieferanten gestärkt wurde.

Neben der Vor-Ort-Überprüfung unserer Lieferanten haben bis Ende 2017 über 25.000 Lieferantenstandorte des Volkswagen Konzerns eine Selbstauskunft zum Thema Nachhaltigkeit eingereicht. Die Fragen der Selbstauskunft wurden 2016 erweitert, beispielsweise um die Frage, ob Lieferanten eine Policy zu Menschenhandel haben. Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung und Ausweitung der Selbstauskunftsfragebögen ist das Unternehmen in der Lage, die Lieferanten zu den relevantesten Themen und Entwicklungen zu bewerten. In 1.529 Fällen konnte, durch geeignete Maßnahmen, die Nachhaltigkeitsleistung der Lieferanten im Jahre 2017 messbar verbessert werden.

Bekommen wir Hinweise auf Verstöße gegen unsere Nachhaltigkeitsanforderungen durch Geschäftspartner, nehmen wir diese sehr ernst und gehen diesen unmittelbar und konsequent nach. Konkret heißt das, dass wir den Lieferanten umgehend um eine Stellungnahme zum vorliegenden Verdachtsfall kontaktieren. Bei Bestätigung des Verdachts wird der Lieferant aufgefordert, einen Maßnahmenplan zur Behebung der Problemlage vorzulegen. Die Umsetzung dieses Maßnahmenplans verfolgen und überprüfen wir umfassend zum Beispiel mit Vor-Ort-Besuchen und/oder 3rd-party-CSR-Audits. Verdachtsfälle können z.B. über ein zentrales Konzernpostfach sustainability@vwgroupsupply.com gemeldet werden.

Neben der Überprüfung der Nachhaltigkeitsleistung unserer Lieferanten steht weiterhin der kontinuierliche Dialog und Weiterentwicklung der Lieferanten im Fokus unserer Aktivitäten. Somit stellen wir sicher, dass unsere Geschäftspartner unsere Anforderungen verstehen und für neue Herausforderungen sensibilisiert werden. Um eine kontinuierliche Lieferantenentwicklung zu ermöglichen, stellen wir allen Lieferanten im Verlauf der Geschäftsbeziehung ein elektronisches Lernmodul Nachhaltigkeit (E-Learning) zur Verfügung. Unser online-basiertes Qualifizierungsangebot haben bis zum Ende des Berichtsjahres 2017 rund 29.000 Standorte unserer Lieferanten durchlaufen. Neben dem E-Learning führen wir mit unseren Lieferanten themenspezifische Nachhaltigkeitstrainings und Workshops an ausgewählten Standorten durch.

Weiterhin haben wir unter anderem in den Regionen Südamerika, Asien und Europa mehr als 700 Mitarbeiter von ca. 360 Lieferanten in Präsenzveranstaltungen zum Thema Nachhaltigkeit qualifiziert und zu regionalspezifischen Herausforderungen informiert.



Fortschrittsbericht

Wie im Slavery and Human Trafficking Statement der Marke Bugatti vom Geschäftsjahr 2016 angekündigt, wurden verschiedene Maßnahmen im Jahr 2017 umgesetzt, um das Bewusstsein für Formen moderner Sklaverei und Menschenhandel zu schärfen. Zum Jahresbeginn 2018 und im Jahr 2020 wurden die Verhaltensgrundsätze der Marke überarbeitet und um die Ablehnung jeglicher Formen moderner Sklaverei und Menschenhandel ergänzt.

Um weitere Erkenntnisse und die Expertise unabhängiger Dritter zum Thema Menschenrechte in die Unternehmensausrichtung einbringen zu können, steht der Volkswagen Konzern und somit Bugatti als Marke auch weiterhin im Austausch mit NGOs, Wissenschaft und Politik in Form von Stakeholder-Dialogen. Da wir als Unternehmen auch in Zukunft keine Menschenrechtsverstöße dulden und es sich nach unserem Verständnis um ein dynamisches Risiko handelt, werden wir unser Monitoring an aktuelle Entwicklungen anpassen und weiterhin daran arbeiten, innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens das Bewusstsein für Formen Moderner Sklaverei und Menschenhandel zu schärfen.

Die Stärkung der Compliance, bspw. in Form des Hinweisgebersystems und seine Verankerung im Unternehmen wird durch die interne Kommunikation an die Mitarbeiter auch in 2021 weiter begleitet. Hierbei werden unterschiedliche Kanäle wie zum Beispiel digital, print und face-to-face genutzt, um die jeweiligen Zielgruppen spezifisch anzusprechen.

Bugatti Automobiles S.A.S.
Molsheim, Juli 2021

Stephan Winkelmann
Präsident der Marke BUGATTI

Anja Utermark
Geschäftsführung
Personal, Compliance & Recht