

Auswertung nachhaltige Beschaffung 2013

Zeitraum: 01.01.2013 bis 31.12.2013

1 Allgemeines

2013 wurde die Beschaffung bei Swiss Olympic intern weiterentwickelt. Gemäss GL-Beschluss vom 2.7.2013 wurde das bestehende Beschaffungsteam mit Ansprechpersonen aus allen Abteilungen durch Produkteverantwortliche ersetzt. Zugleich musste die im SSAM generierte Bestellnummer zwingend auf jeder Rechnung übertragen werden. Ziel war, das Beschaffungssystem effizienter, vollständiger und wirksamer zu machen.

Eine Anpassung oder Neuentwicklung von Richtlinien war nicht notwendig.

2 Übersicht Beschaffungen (01.01.2013–31.12.2013)

2.1 Beschaffungssumme 2013: 1.44 Mio CHF

Insgesamt wurden in der Phase vom 01.01. bis 31.12.2013 Beschaffungen im Gesamtwert von gut 1.44 Mio. CHF getätigt. Dies sind rund 0.8 Mio. CHF weniger als im Vorjahr 2012, insbesondere weil 2013 keine Olympischen Spiele durchgeführt wurden.

Fast 40% der Beschaffungssumme werden durch Bekleidung/genähte Produkte generiert. 25% der Beschaffungssumme generiert sich aus Papierprodukten, weitere 19% aus Branded Deko-/Eventmaterial. Die anderen Produktkategorien machen zusammengenommen lediglich 15% der Beschaffungssumme aus.

2.2 Verteilung nach Partner: 38% der Beschaffungen über Partner

38% der Beschaffungssumme wird über unsere Partner generiert, wobei der grösste Teil davon auf die Kategorie Bekleidung/genähte Produkte entfällt (72% der Bekleidung werden von Partnern geliefert). Knapp die Hälfte der Beschaffungssumme über unsere Partner wird über Barter-Leistungen abgegolten. In den Kategorien „IT-Produkte“, „PC/Bildschirm/Drucker“, „Verbrauchsmaterial HdS“ und „Verpflegung“ bestehen keine Partnerschaften.

Insbesondere in den Kategorien Branded Deko-/Eventmaterial, Branded Give-Aways sowie den beiden IT-Kategorien ist die Beschaffungssumme noch vergleichsweise hoch. Seit Mitte 2013 wurde in der Kategorie Papierprodukte die Partnerschaft mit einem Druckunternehmen zu Gunsten eines Druckpools aufgehoben. Die ersten Erfahrungen sind positiv.

2.3 Erfüllungsgrad der Richtlinien: 97% erfüllt

In fünf der zehn Produktkategorien bestehen Richtlinien. Die bestehenden Richtlinien decken ca. 60% der Anzahl Beschaffungen und 90% der Beschaffungssumme ab. Grundsätzlich weisen alle Kategorien einen sehr hohen Erfüllungsgrad der Richtlinien auf (Total: 97% erfüllt, 2% teilweise). Gegenüber 2012 (73%) ist dies eine sehr erfreuliche Steigerung. Diese Steigerung ist u.a. auf die Professionalisierung der Beschaffungen durch Produktverantwortliche zurückzuführen. Die Produktverantwortlichen eignen sich mehr Kompetenzen an, haben mehr Erfahrung und fühlen sich verantwortlicher für die korrekte Umsetzung der Beschaffungsstrategie.

2.4 Partner: 3 von 5 erfüllen die Richtlinien komplett

Von den Partnern von Swiss Olympic wurden einmalige, für die gesamte Vertragszeit gültige Richtlinien unterzeichnet. Kann ein Partner bei Vertragsunterzeichnung die geforderten Richtlinien noch nicht erfüllen, so wird ihm eine Übergangsfrist von bis zu 3 Jahren gewährt.

Aktuell liefern fünf Partner Produkte, für die die Strategie zur nachhaltigen Beschaffung zur Anwendung gelangt. Drei Partner erfüllen die Richtlinien, einer ist daran, diese zu implementieren und bei einem Vertragspartner lagen die Richtlinien bei Vertragsunterzeichnung noch nicht vor und sind somit noch nicht im aktuellen Vertrag implementiert. Dieser Vertrag läuft Ende 2014 jedoch aus, bei allfälliger Verlängerung werden die Richtlinien integrierter Bestandteil sein.

3 Auswertung Autoflotte

Zur Autoflotte von Swiss Olympic liegen keine eigenen Richtlinien vor. Der Partner AMAG hat im Vertrag jedoch Auflagen integriert, die die Energieetikette und den Gesamt-CO₂-Ausstoss regeln. Im Rahmen der Strategie zur nachhaltigen Beschaffung wird die Fahrzeugflotte (ohne Fahrzeuge der Geschäftsleitung) analysiert. Verlässliche Resultate liegen aufgrund des kurzen Beobachtungszeitraums noch nicht vor.

4 Weitere Arbeiten 2013

In Zusammenarbeit mit einer Fachperson der Universität Zürich, wurden die Instrumente der nachhaltigen Beschaffung so gestaltet, dass sie den Mitgliedverbänden zur Übernahme empfohlen werden können. Es ist geplant, im Sommer 2014 diese Instrumente den Verbänden im Rahmen eines freiwilligen Workshops zu kommunizieren.

5 Fazit

Swiss Olympic hat 2013 **Beschaffungen im Wert von 1.44 Mio. CHF** getätigt. Dabei entfallen rund 85% auf Bekleidung/genähte Produkte, Papierprodukte sowie branded Deko- und Eventmaterial. Die aktuellen **Richtlinien decken rund 90% des Beschaffungsvolumens** und die genannten drei grössten Produktkategorien von Swiss Olympic ab. Bei den **Partnern von Swiss Olympic stösst die Strategie auf Akzeptanz**. Noch erfüllen zwar zwei Partner die Beschaffungsrichtlinien nicht, sie sind jedoch auf dem Weg dazu. Insgesamt hat die **Umstellung auf Produktverantwortliche das System optimiert**. Nicht nur konnte der Prozentsatz der „erfüllten“ Beschaffungen, denen Richtlinien zugrunde liegen, deutlich gesteigert werden, auch scheint das Beschaffungswesen insgesamt effizienter und professioneller geworden zu sein.

6 Anhang: tabellarische Übersicht der Beschaffungen nach Produktkategorie

	<u>Summe</u> %	<u>Partner</u> %	<u>RL erfüllt</u> %
Bekleidung/genähte Produkte	39%	72%	95% (<1%)
Branded Deko- /Eventmaterial	19%	31%	100%
Branded Give-Aways	5%	18%	100%
Büromaterial	1%	12%	keine RL
IT-Produkte	5%	0%	keine RL
Papierprodukte	25%	11%	96% (4%)
PC/Bildschirm/Drucker	3%	0%	100%
Verbrauchsmaterial HdS	<1%	0%	keine RL
Verpflegung	<1%	0%	keine RL
Weitere	4%	4%	keine RL
Total	100%	38%	97% (2%)

Summe % = Beschaffungssumme in Prozent.

Partner % = Anteil der Beschaffungssumme in Prozent, die über einen Partner beschafft wurde.

RL = Richtlinien zur nachhaltigen Beschaffung.