

TRIAZ

group

Principes en richtlijnen !

Zin er ook bij te zijn?

vivanda
JA NATÜRLICH

ewaniga
ZielgruppenLogistik

waschbär
DER UMWELTVERSAND
natürlich is beter!

PRANAHAUS
...alles Gute für Körper, Geist und Seele

mini**bar**
Einfach natürlich

”WIJ MAKEN
MAKEN ECOLOGISCH
HANDELEN IN
HET DAGELIJKSE LEVEN
MOGELIJK.

*ONZE DUURZAME EN
FAIRTRADE-PRODUCTEN LEIDEN TOT
MEER LEVENSKWALITEIT EN TOT MEER
LEVENSvreugde.“*

TRIAZ-CHARTA

PRINCIPES EN RICHTLIJNEN

Principes:

Het Waschbär Ecoverzendhuis is sinds de oprichting ervan in 1987 een pioniersbedrijf, waarvan het succes gebaseerd is op ecologisch en fair handelen en een waren- en oplossingsaanbod, die het alle klanten mogelijk maken ecologisch te handelen in het alledaagse leven.

Wij bieden klanten de zekerheid, fair geproduceerde en gedistribueerde producten aan te schaffen, die aan hoge ecologische vereisten voldoen.

„Duurzaamheid“ is voor ons geen reclamekreet, maar een vanzelfsprekend kenmerk van onze producten. Waschbär-producten hebben een hoge gebruikswaarde, die niet wordt ingehaald door kortdurende modetrends. Met name kleding alsook gebruiksgoederen uit het bereik keukenbenodigheden en inrichting zijn van tijdloze kwaliteit. Hun design ondersteunt hun functie en is ook in de toekomst modern. Het plezier van het product zorgt ervoor, dat het door de klanten graag langdurig gebruikt wordt.

Onze geschiedenis wijst naar de toekomst

In het jaar 1987 is het Waschbär Ecoverzendhuis in Freiburg im Breisgau opgericht door Leo Pröstler, die voordien directeur was van het Öko-Institut in Freiburg. Hij wilde producten aanbieden, die ecologisch handelen in het dagelijkse leven mogelijk maken. Daarbij stonden milieubescherming en geoptimaliseerd gebruik van de bronnen op gelijke voet naast de taak om ook voor de gezondheid onschadelijke producten op de markt te brengen – op een moment dat het bewustzijn voor milieubescherming en human ecology net langzaam tot stand kwam.

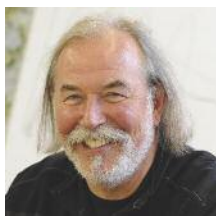
Daarmee behoorde Waschbär tot de pioniersbedrijven en heeft het koopgedrag van de klanten net zo'n duurzame invloed uitgeoefend als de ontwikkeling van nieuwe, milieuvriendelijke producten.

In het jaar 2002 heeft het Waschbär Ecoverzendhuis zich gereorganiseerd en tegenwoordig is zij onderdeel van de Triaz-ondernemingsgroep, waartoe ook Panda Versand (naamswijziging bedrijf vanaf januari 2011 in Vivanda), PranaHaus en het dienstverlenende bedrijf Ewaniga behoren. Met een directie, die de oude waarden van het bedrijf van nieuwe kracht voorzagt, ontwikkelt de hele Triaz-groep zich tot één van de leidende bedrijven van de eco-branche.





De betrokkenheid van de Triaz Gruppe houdt niet op voor de eigen huisdeur. Samen met de aanbieder van verzend-diensten DHL en de Carbon Neutral Company ontstond het „Waschbär-pakket“; volslagen CO₂-neutraal en ge-keurd door onafhankelijke experts.

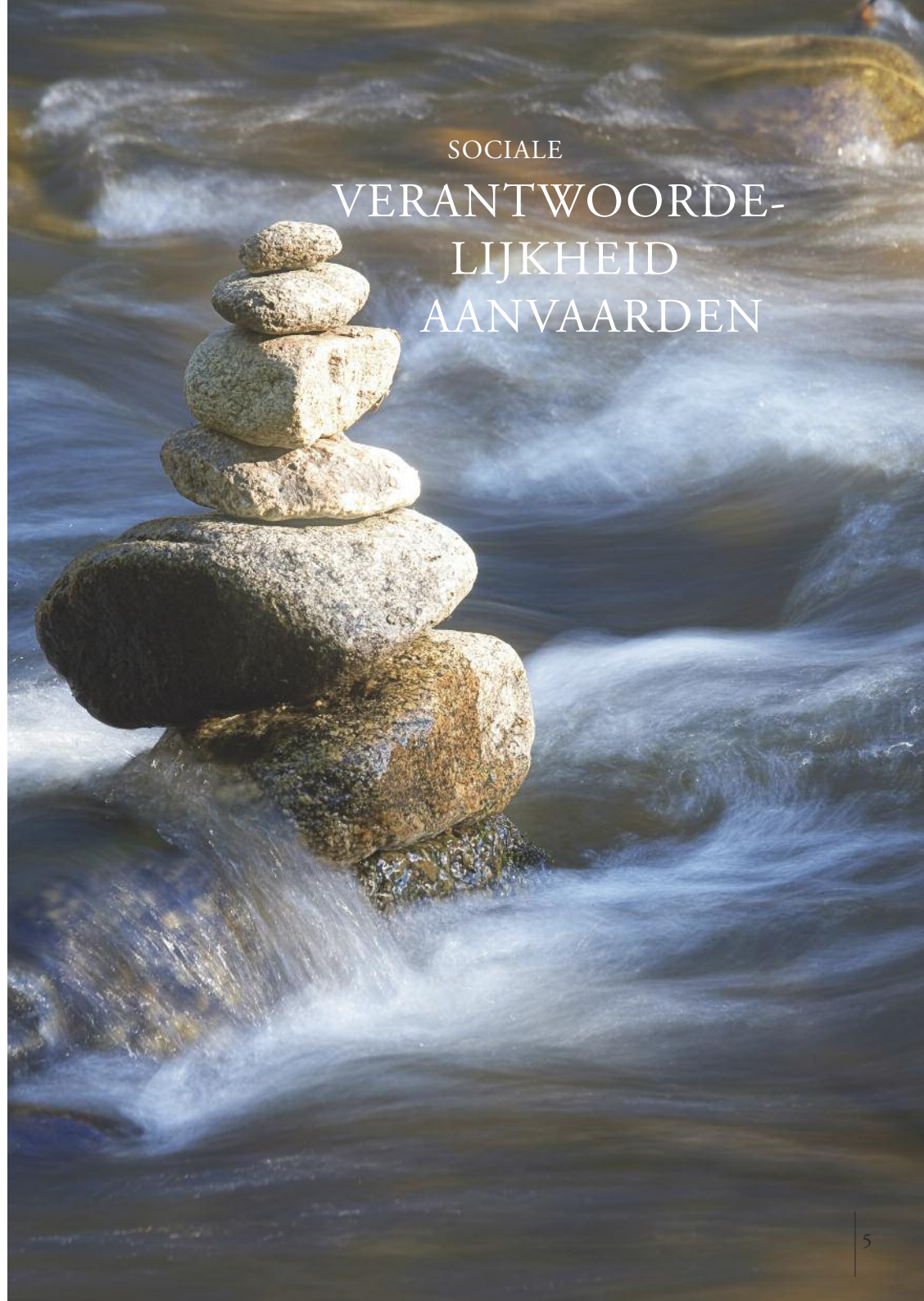


De Triaz Gruppe is in zijn geheel een klimaatneutraal bedrijf, want ook de uitstoot van het gebouw, van auto's van de zaak en zakenreizen worden geregis-treerd en via de Carbon Neutral Company in projecten ter klimaat-bescherming geïnvesteerd. Dat de be-nodigde stroom op 100% natuurlijke wijze verkregen wordt via aanbieders van regeneratieve energieën, spreekt al bijna voor zich.

Sociale verantwoordelijkheid aanvaar-den betekent bij Triaz ook, samenwer-ken met kleine en zeer kleine leveranciers en deze te helpen een afdoend economisch fundament op te bouwen. Bovendien probeert het bedrijf zoveel mogelijk, producten te vinden om aan de klanten aan te bieden, die inbeschutte werkplaatsen geproduceerd worden door mensen met psychische en lichamelijke beper-kingen – vaak met liefdevol handwerk.



SOCIALE VERANTWOORDE- LIJKHEID AANVAARDEN





TRIAZ – SAMEN VORM GEVEN AAN DE TOEKOMST

De overname van sociale, ecologische en economische verantwoordelijkheid zijn een drieklank, die in de naam „Triaz“ gesymboliseerd wordt.

Daaraan zijn eisen en aanspraken aan het eigen handelen alsmede de implementatie in het dagelijks leven verbonden. Ieder bedrijf van de Triaz Gruppe is verplicht tot de daarmee verbonden waarden, waarbij ieder bedrijf zijn eigen impulsen geeft.

De bedrijven van de groep maken gemeenschappelijk gebruik van bepaalde hulpbronnen. Dat vermindert de ecologische „voetstap“ en tegelijkertijd profiteren alle uitvoerenden (leveranciers, medewerkers en klanten) van de continue uitwisseling van ervaringen en meningen tussen de verschillende bedrijven. Zo wordt gewaarborgd, dat er zich een gezonde dynamiek ontwikkelt.



Met een voortdurend geoptimaliseerde productkeuze zijn wij uitstekend op de toekomst voorbereid. Een permanente groei maakt investeringen mogelijk in meer medewerkers, hun continue verdere ontwikkeling, en in de kwalificatie van bestaande en nieuwe leveranciers.

Het naleven van de sociale, ecologische en economische verantwoordelijkheid om vorm te geven aan de toekomst, is een taak die iedere dag nieuwe vragen opwerpt en om nieuwe antwoorden vraagt. Vorm geven aan de toekomst is een taak die nooit „volbracht“ is, maar die door Triaz dagelijks creatief wordt opgelost met nieuwe ideeën en handelingen.



De klanten van de Triaz Gruppe dragen het bedrijf zeer veel vertrouwen toe. Dit vertrouwen moet iedere dag hernieuwd gewonnen en gerechtvaardigd worden.

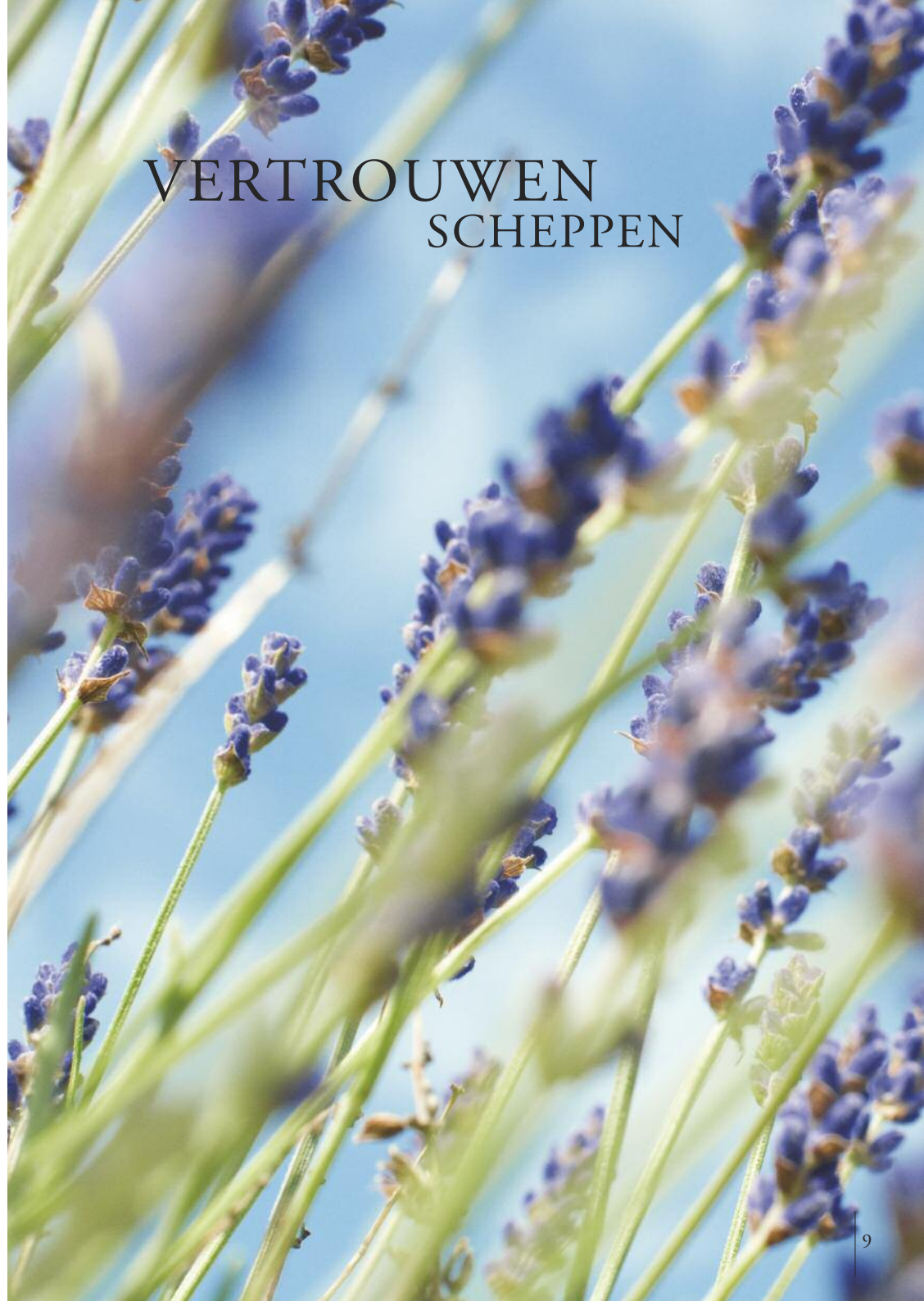


Daarvoor is de voortdurende dialoog met de klanten een belangrijk instrument. De klanten zijn onze belangrijkste partners.

Bovendien werken wij samen met onafhankelijke organisaties en instituten, die onze producten en ons handelen controleren.



VERTROUWEN SCHEPPEN





TRIAZ

4 PUNTEN

RICHTLIJNEN

IN ÉÉN OÖGOPSLAG

1 De ecologische principes
Hoe staan wij t.o.v. natuur en milieu

2 De productrichtlijnen
Hoe zetten wij ons in voor onze producten

3 De medewerkerscode
Onze samenwerking binnen het bedrijf

4 De bedrijfscode
Onze waarden als handelsonderneming



1 ECOLOGISCHE PRINCIPES

HOE WIJ STAAN T.O.V. NATUUR EN MILIEU

Wij zetten ons in

- + Voor ecologische **duurzaamheid**, om de natuur en het milieu voor de komende generaties te behouden
- + Voor een actief en sociaal **uitgebalanceerd handelen** met nieuwe economische vormen, sociale contracten en innovatieve producten
- + Voor een voortdurende bewustheid, **oplettendheid** en **respect** voor de ritmes van de natuur, hun onregelmatigheden en verrassingen

Wij verwerpen

- **roofbouw** van de natuur, vergiftiging en vernieling
- **Hysterie**, paniekmakerij en excentriciteit evenals **wereldvreemdheid** en hard afzien
- Een harde **haalbaarheidsideologie** ter overwinning van natuurlijke cycli evenals **technocratische overcomplexiteit**

2 PRODUCTRICHTLIJNEN

*HOE WIJ ONS VOOR ONZE
PRODUCTEN INZETTEN*

Wij bieden aan

- + Producten waarop de gebruiker kan vertrouwen door **aantoonbaar ecologisch** correcte productie (Q-richtlijnen, testcommissies, interne evaluaties) uit sociaal duurzame productielocaties
- + Producten en services met **zinnig** **eco-innovatieve oplossingen**, die helpen om het dagelijkse leven in vele levensbereiken makkelijker aan te kunnen, tegen betaalbare prijzen
- + Producten die sensueel aantrekkelijk zijn en **emotioneel** effect hebben

Wij verwerpen

- Materialen en **verwerkingsprocessen** die mens en milieu **schade** toebrengen
- Modieuze dictaten, onnozelheden alsmede **rommel** en goederen met een eenmalig karakter
- De pedagogische vinger van het beter weten alsmede extreme luxe-esthetisering

3 MEDEWERKERSCODE

Uitgaande van het bedrijfshandvest streven wij in de ondernemingsgroep en voor alle collega's onder elkaar naar een samenwerking, die wordt gekenmerkt door voor ons centrale waarden en eigenschappen.

Daaronder vallen:

- + **Vertrouwen** – met openheid, een open oor en transparante communicatie de nodige ruimte geven voor ontplooiing van eigen verantwoordelijkheid
- + **Waardering en respect** – door de erkenning van de natuurlijke verschillen van culturen, generaties, temperamenten en geslachten
- + **Passie** – de betrokkenheid en het enthousiasme voor onze zaak, het plezier en de vreugde over het nalaten van een positief spoor op de aarde
- + **Veiligheid en deel uitmaken van** – door continuïteit, sociaal evenwicht en een ontwikkeling van leidinggevende krachten, die ruimte voor ontplooiing overlaat

Daarentegen willen wij vermijden:

- **Geslotenheid**, ontoegankelijkheid, afwijzing en misleiding
- **Onwetendheid** – de afwijzing van natuurlijke verschillen, gepaard met egocentrisme, aanmatiging, bevooroordeeling en gelijkmakerij
- **Isolering** en vernedering
- **Onverschilligheid**, stompzinnig werken en apathie
- Frustratie en ontmoediging door en in de regels gefossiliseerd raken

4 BEDRIJFS- CODE

Ook het bedrijf zelf en naar buiten toe heeft waarden en doelstellingen nodig, om in overeenstemming met de medewerkerscode, langdurig en gezond te kunnen overleven.

Dat betekent zaken doen

- + Met **efficiënte structuren**, doelgericht, slank, flexibel en met gedisciplineerde routines; op hetzelfde moment echter kostenbewust en met serieuze planning
- + **Moedig** voor innovatieve stappen vooruit, maar altijd met ogenmaat
- + Met **faire en vertrouwensvolle** betrekkingen met onze economische partners
- + Met een **voortuitkijkende blik** in de verdeling van de hulpbronnen ter beveiliging en behoud van het bedrijf – door een kwantitatief gematigde groei
- + Met de doelstelling van **financiële onafhankelijkheid** en langdurig zelfstandig bedrijfsbehoud, om in staat te zijn de maatschappelijke realiteit mee vorm te kunnen geven

Het volgende dient absoluut vermeden te worden

- **Verzuiling** en bureaucratie
- Onrealistische doeleinden, **hoogtevluchten** en dogmatisme
- Uitspattingen, **hoog spel spelen**, grootspraak en overdrijving in de omgang met andere economische partners
- **Uitbuiting hulpbronnen** door kortdurige en kortzichtige geldeconomie.
- Voor pure winst ontworpen, **éénzijdige kapitaalrente**

Triaz Group, 79108 Freiburg, Geschäftsführer: Ernst Schütz

