



Implementation von Nachhaltigkeit in einem familiengeführten Unternehmen

Gisbert Braun

Leiter Qualität & Nachhaltigkeit, Faber-Castell Gruppe

16.07.2015

INHALT

- 1. DIE FIRMA FABER-CASTELL**
- 2. DIE PHILOSOPHIE UND STRATEGIE VON FABER-CASTELL**
- 3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL**
- 4. ZUKÜNFTIGE HERAUSFORDERUNGEN**
- 5. ÜBERZEUGUNG DES MANAGEMENTS**
- 6. ERFAHRUNGEN AUS DER ZUSAMMENARBEIT MIT STUDENTEN UND HOCHSCHULEN**



FABER-CASTELL

since 1761

1. DIE FIRMA FABER-CASTELL



Gründung1761

HauptsitzStein, bei Nürnberg

Beschäftigteca. 7.500 (weltweit)

Soziales Engagementweltweitgültige Sozialcharta

ZertifikateISO 9001:2008 / ISO 14001:2009

...FSC-FM / FSC-CoC / PEFC

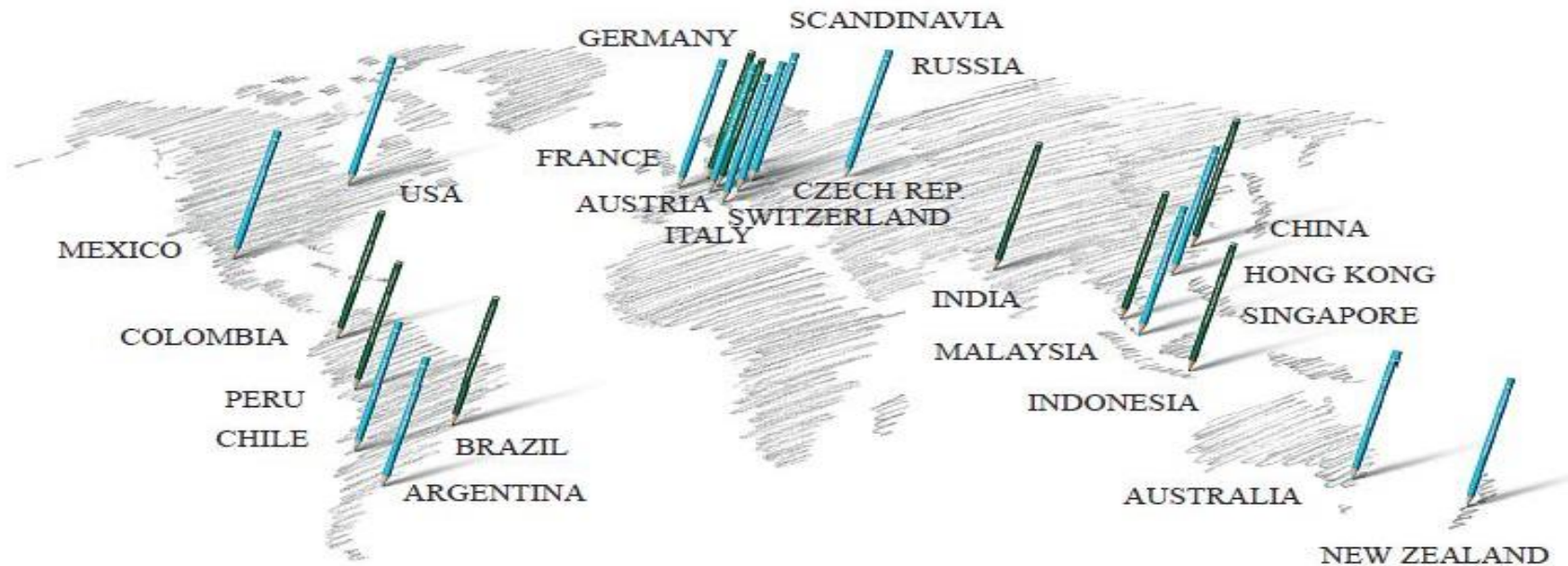
...Ecocert



FABER-CASTELL

since 1761

1. DIE FIRMA FABER-CASTELL



Faber-Castell produziert weltweit in 9 Ländern an eigenen Produktionsstandorten, vermarktet die Produkte in 23 Vertriebsgesellschaften und ist in mehr als 120 Ländern vertreten.



1. DIE FIRMA FABER-CASTELL - Faber-Castell auf Wachstumskurs -

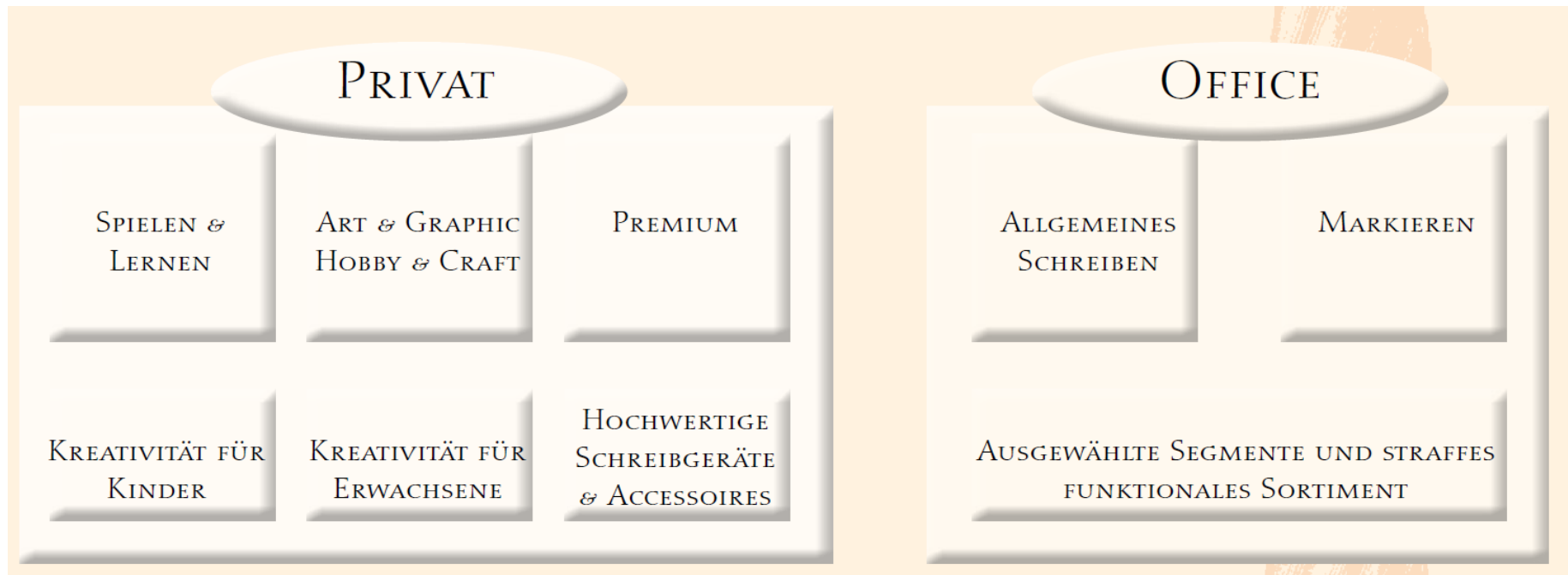




FABER-CASTELL

since 1761

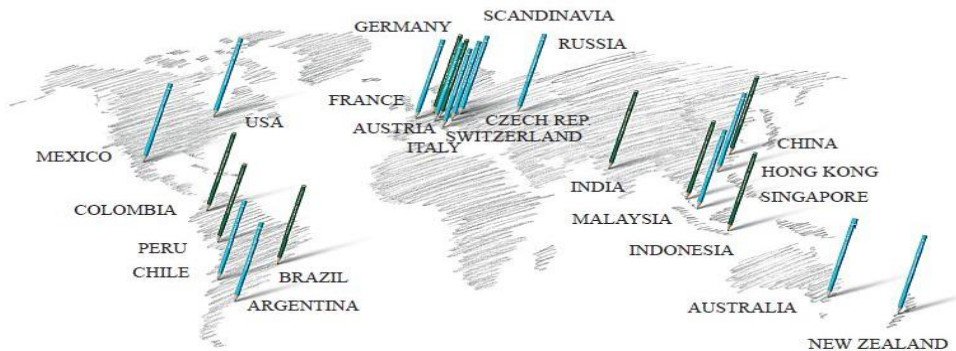
1. DIE FIRMA FABER-CASTELL - Unsere Produkte – Fünf Kompetenzfelder -





2. DIE PHILOSOPHIE UND STRATEGIE VON FABER-CASTELL

Nachhaltigkeit als Megatrend in der Wirtschaft !?



...oder bereits überholt durch andere Trends?

2. DIE PHILOSOPHIE UND STRATEGIE VON FABER-CASTELL

- Globale Verantwortung ist unser Anliegen -



Anton W. Graf von Faber-Castell
Vorstandsvorsitzender
Faber-Castell AG

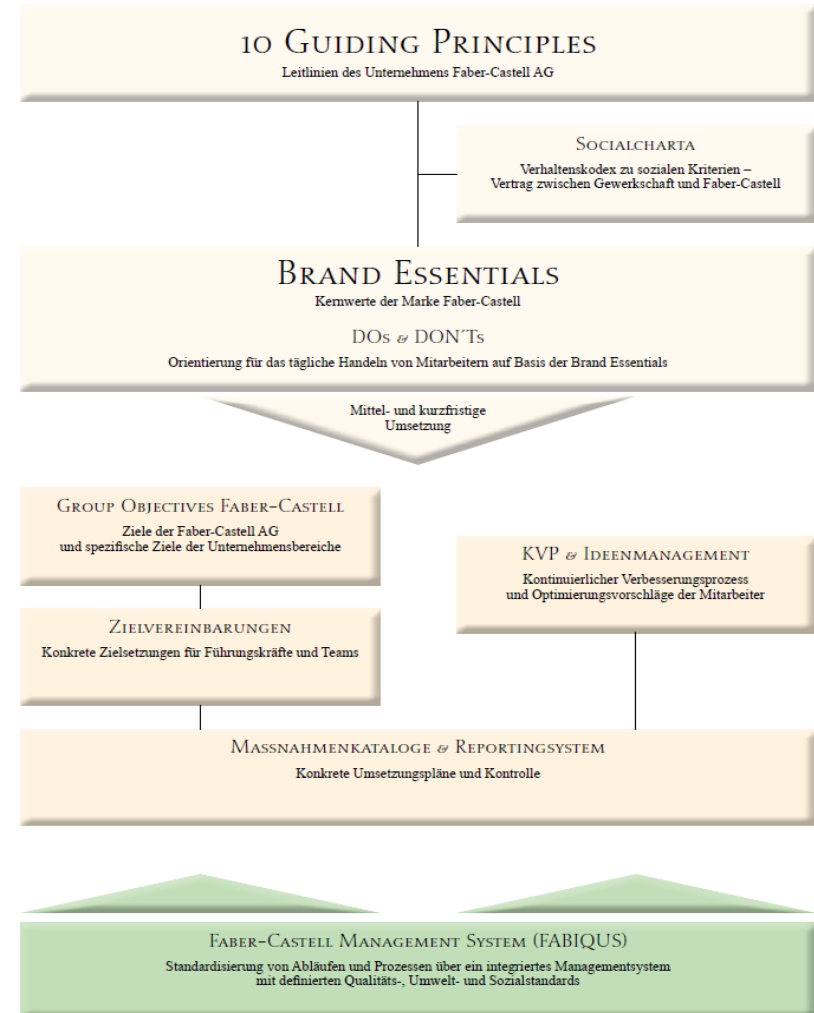
„Für angemessene Arbeitsbedingungen all meiner Beschäftigten weltweit zu sorgen, ist für mich als Vertreter der Sozialen Marktwirtschaft eine *Verpflichtung* - und als Mensch ist dies für mich eine *Selbstverständlichkeit*.

Man muss kein Visionär sein, um zu erkennen, dass vor allem auch die Sicherung der Ressourcen für das Leben der kommenden Generationen von höchster Bedeutung ist.“

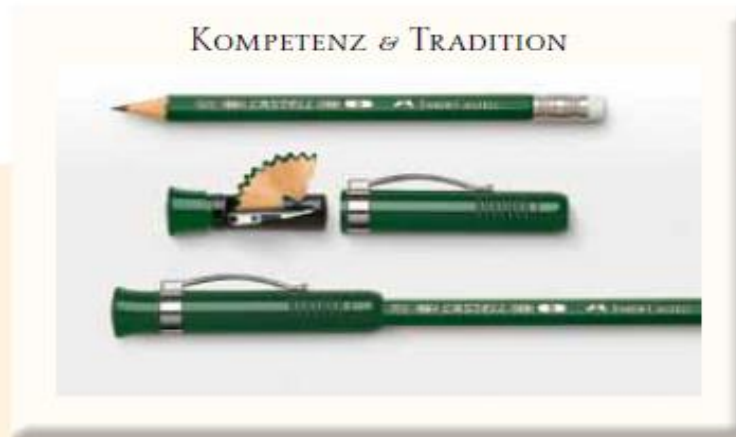
2. DIE PHILOSOPHIE UND STRATEGIE VON FABER-CASTELL

- Systematischer Aufbau -

- *Leitlinien, Markenwerte und Ziele* sind konsequent aufeinander aufgebaut;
- *Ideenmanagement* und Programme zur kontinuierlichen Verbesserung sind wesentliche Bausteine für Optimierungen und Innovationen;
- *Kontrollinstrumente* und ein *integriertes Managementsystem* sichern die weltweite Einhaltung von Standards und den reibungslosen Ablauf von Prozessen;
- *Direkte Berichterstattung* an Graf von Faber-Castell durch die Abteilung Corporate Quality & Sustainability.



2. DIE PHILOSOPHIE UND STRATEGIE VON FABER-CASTELL - Brand Essentials -



Die Kompetenz von Faber-Castell basiert auf unseren Wurzeln, unserer Geschichte und unserer Erfahrung, und wir nutzen sie, um die Zukunft unternehmerisch zu gestalten.

Durch solides Wissen erreichen wir Marktführerschaft und Glaubwürdigkeit und sichern ein starkes, weltweites Kommunikations- und Vertriebsnetz, das auf fairen Geschäftsbeziehungen beruht.



Wir wollen in allen Produktkategorien und Dienstleistungen das Bestmögliche leisten. Wir berücksichtigen lokale Marktbedürfnisse, ohne unsere internationalen Ziele aus den Augen zu verlieren.

Wir verstehen Qualität als:

- „Point of Difference“,
erkennbarer und sinnvoller Zusatznutzen;
- ausgezeichnete Produkteigenschaften;
- charakteristisches und zeitloses Design.

2. DIE PHILOSOPHIE UND STRATEGIE VON FABER-CASTELL - Brand Essentials-

INNOVATION & KREATIVITÄT



Wir streben nach stetiger Verbesserung unserer Produkte und Prozesse und sind stets offen für neue kreative Ideen. Wir überraschen unsere Kunden mit einzigartigen und innovativen Produktlösungen.

Im Sinne unserer Kunden pflegen wir einen aktiven und offenen Umgang mit Fehlern, die für uns Ansporn für weitere Verbesserungen sind.

Wir fördern Kreativität und persönliches Engagement unserer Mitarbeiter durch eine offene Arbeitsatmosphäre und internationale, interdisziplinäre Projektgruppen.

SOZIALE & ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG



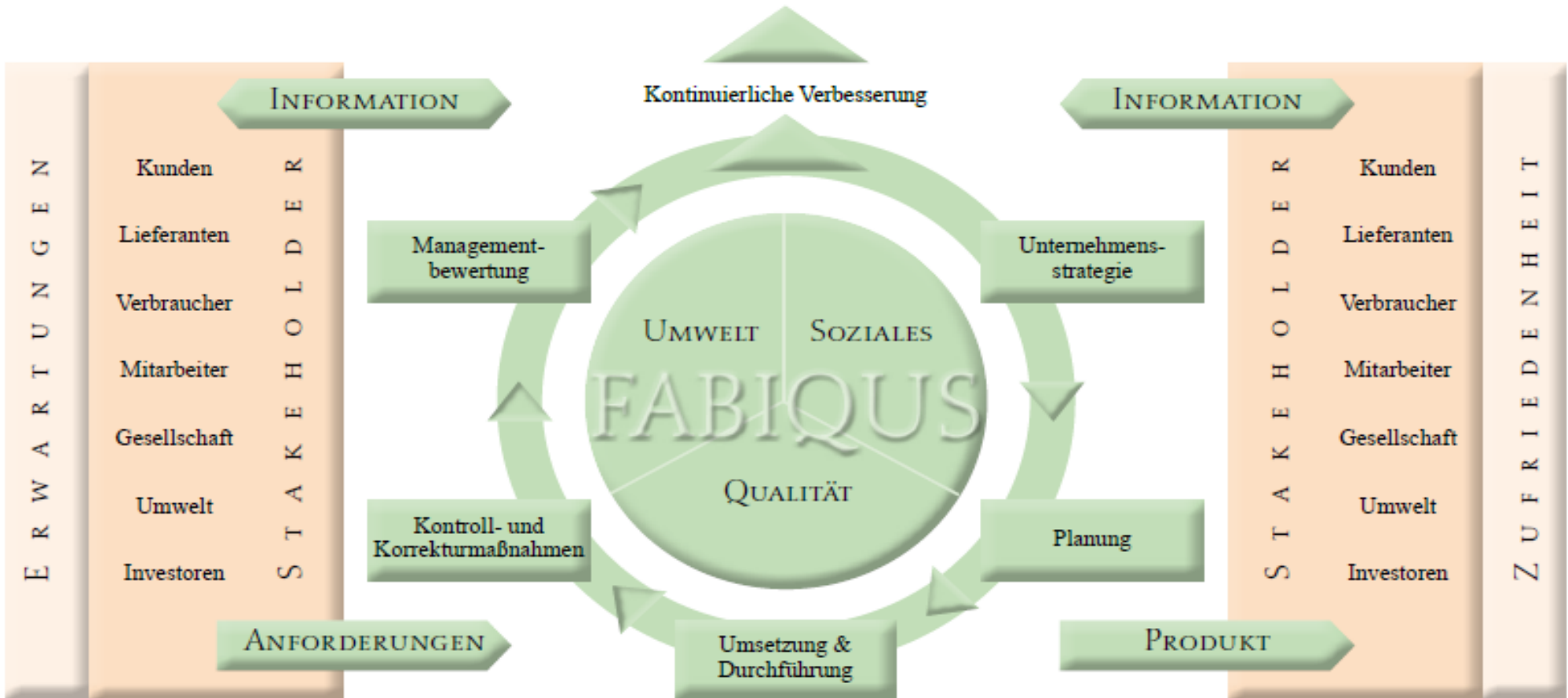
Wir fühlen uns dem Menschen und der Umwelt verpflichtet. Wir leben unsere soziale Verantwortung innerhalb des Unternehmens und im Umgang mit Geschäftspartnern. Unsere Rolle in der Gesellschaft nehmen wir ernst.

Wir legen Wert auf umweltgerechtes Handeln, um unseren Beitrag zur Zukunftssicherung zu leisten. Wir wollen eine Führungsrolle bei der Entwicklung nachhaltiger Technologien einnehmen.



2. DIE PHILOSOPHIE UND STRATEGIE VON FABER-CASTELL

- Das integrierte Managementsystem von Faber-Castell -



3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL - Das Umweltengagement bei Faber-Castell -



- Die Faber-Castell Gruppe kann durch CO₂-Einsparungen und ihre eigenen Wälder eine *CO₂-neutrale Produktherstellung* nachweisen
- Einsatz *umweltfreundlicher Wasserlacke* und unbedenklicher Rohstoffe für Blei- und Farbstifte
- *Hohe Recyclingquote* von weltweit 88%
- Ca. 95% des verarbeiteten Holzes von Faber-Castell ist *FSC-zertifiziert* (Forest Stewardship Council). Der Rest ist ebenfalls aus nachhaltiger Forstwirtschaft, v.a. PEFC zertifiziert.
- Faber-Castell ist das einzige Unternehmen der Branche, das vom Forst bis zum Vertrieb durchgängig FSC-zertifiziert ist.
- Faber-Castell ist weltweit *ISO 14001 zertifiziert*



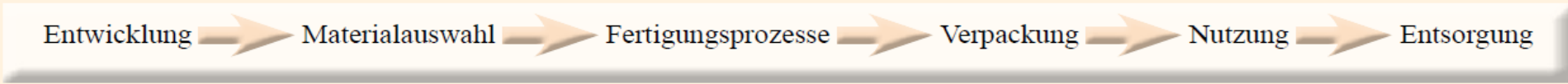
Das Zeichen für
verantwortungsvolle
Waldwirtschaft

3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL

- Umweltschutz als Wettbewerbsvorteil -

INTEGRIERTER PRODUKTUMWELTSCHUTZ:

INTEGRIERTE PRODUKTPOLITIK (IPP)



Entwicklung → Materialauswahl → Fertigungsprozesse → Verpackung → Nutzung → Entsorgung

- Die Umweltaspekte der Produkte werden *ganzheitlich* betrachtet;
- Der überwiegende Einsatz von *ausgewählten Naturmaterialien* garantiert eine hohe *Umweltverträglichkeit* der Produkte;
- Die *Optimierungspotentiale* während der Fertigungsprozesse werden kontinuierlich verbessert;
- *Innovationen* wie z.B. die Lackierung holzgefasster Stifte mit Wasserlack sind seit Jahren Standard;
- Neue Produkte werden konsequent unter den Gesichtspunkten „*best of class*“ sowie Umwelt- und Arbeitsbedingungen betrachtet.

3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL - Forstprojekt in Brasilien -

- 10.000 Hektar eigener Forst in Prata, 2.000 km vom Amazonasgebiet entfernt;
- 2.700 Hektar naturbelassene Fläche;
- Notwendig für eine qualitativ hochwertige und sichere Holzversorgung;
- Bedeutsame Senke zur CO₂-Speicherung (912.686 tCO₂e)



3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL - Schutz der Biodiversität -

- Biodiversitätsprogramme „Arboris“ & „Animalis“;
- Jährliche Dokumentation der Artenvielfalt;
- Kooperation mit anerkannten lokalen Universitäten.



Großer Ameisenbär (Myrmecophaga tridactyla)



3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL

- Schutz der Biodiversität -

Projekt „Animalis“

- Positive Entwicklung:

	1992	2013
Vogelarten	145	237
Säugetierarten	27	64

- Darunter auch vom Aussterben bedrohte Tierarten.



Mähnenwolf (*Lobo Guará*)



3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL - Schutz der Biodiversität -

Projekt „Arboris“

- Anpflanzung 40.000 lokaler Bäume und Nutzpflanzen;
- Sicherung der Insektenpopulation;
- Aufrechterhaltung der Wasser- und Bodenqualität.



Entwicklung des naturbelassenen Waldes innerhalb des Forstprojekts

3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL - Forstprojekt in Kolumbien -

- 51 Bauern pflegen für Faber-Castell 1.876 Hektar Wald;
- Bisheriges Weideland wurde zu neuen Waldflächen;
- Verbindet die notwendige Rohstoffversorgung mit Verbesserung der sozialen Lage der Bevölkerung vor Ort.



3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL - Forstprojekt in Kolumbien -

- ✓ Versorgungssicherheit mit Holz aus nachhaltig bewirtschafteter und zertifizierter Forstwirtschaft;
- ✓ Aufbau einer nachhaltigen Forstwirtschaft in vorherigem Brach-/Weideland;
- ✓ Förderung Klimaschutz durch Gewährleistung einer CO₂-Senke;
- ✓ Sicherung eines langfristigen Beschäftigungsverhältnisses, eines regelmäßigen Einkommens und einer Verbesserung der Lebensmittelversorgung der Landwirte;
- ✓ Eindämmung der Bodenerosion und den damit verbundenen Überschwemmungen und Missernten vor Ort;
- ✓ Förderung der Inneren Sicherheit in der Region.



3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL - Forstprojekt in Kolumbien -

- Die Vereinten Nationen zertifizierten das Projekt 2012 für das Programm „Mechanismus für umweltverträgliche Entwicklung“ (CDM - Clean Development Mechanism).
- Faber-Castell darf somit als erstes Privatunternehmen weltweit mit Emissions-Zertifikaten aus Forsten handeln, wie sie im Kyoto-Protokoll zur Verringerung des weltweiten Treibgas-Ausstoßes vorgesehen sind.
- Anwachsende CO₂e-Absorption:
 - 2009: 33.578 t
 - 2011: 103.122 t
 - Geplant bis 2029: 1.159.680



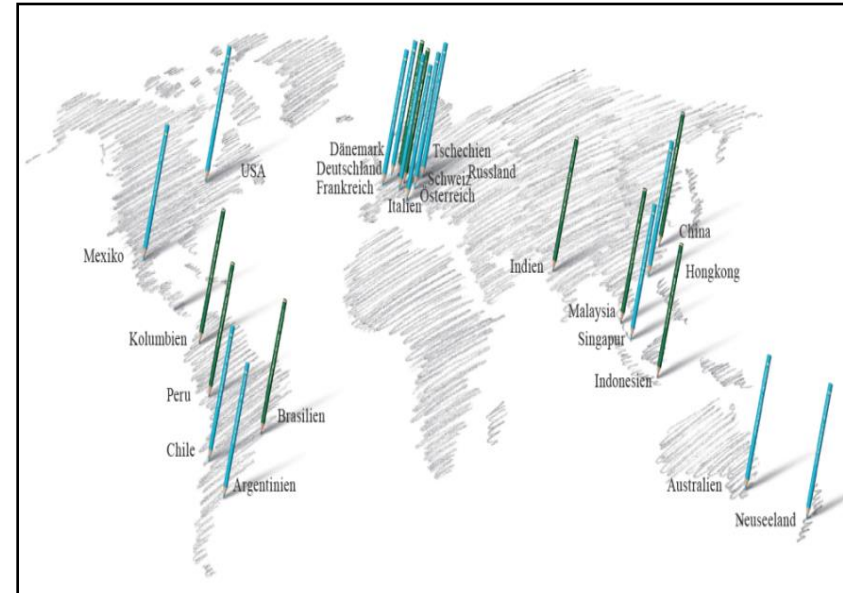


3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL

- CO₂ Neutral Projekt -



The „Carbon Sink Project in Prata, Brazil“ was comprised of a detailed analysis considering the carbon sequestration of the Faber-Castell pine plantations in Prata, Brazil



The **Corporate Carbon Footprint** measures all of Faber-Castell's direct and indirect greenhouse gas emissions as well as the emissions along the entire scope of the supply chain



FABER-CASTELL

since 1761

3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL

- Soziales Engagement -



ab 1844:
Gründung einer der
ersten
Betriebskranken-
kassen Deutschlands



1851:
Einrichtung eines der ersten
Kindergärten in Deutschland



1859:
Finanzierung und Aufbau
von Schulen



ab 1859:
Bau von
Werkswohnungen für
Mitarbeiter



FABER-CASTELL

since 1761

3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL

- Soziales Engagement -



1884:
Mitbegründung der
Nürnberger
Lebensversicherung

1992 - 2002
Farbkonzept in den deutschen
Werken: Verbesserung des
Arbeitsklimas durch
farbenfrohe Gestaltung der
Fassaden und Innenräume



2000:
Unterzeichnung der weltweit
gültigen Faber-Castell-
Sozialcharta



2001:
Gründung der „Graf
von Faber-Castell
Kinderfonds-
Stiftung“



FABER-CASTELL
since 1761

3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL - Soziales Engagement -



2001

Gründung des
„Programa
Voluntários“ in
Brasilien

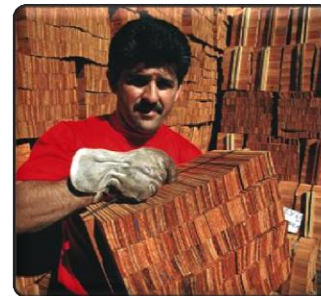
2003:

Beitritt zum Global
Compact



2002-heute

- Ausweitung der Sozialcharta auf Lieferanten
- „Public private partnership“
- Regelmäßige interne und externe Überprüfung der Sozialstandards



3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL - Die Faber-Castell Sozialcharta -



Unterzeichnung am 3. März 2000,
durch Faber-Castell und IG-Metall

- Keine Zwangsarbeit
- Keine Kinderarbeit
- Zahlung von Mindestlöhnen
- Keine überlangen Arbeitszeiten
- Chancengleichheit und Gleichbehandlung der Beschäftigten
- Achtung der Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Tarifverhandlungen
- Arbeitssicherheit und anständige Bezahlung
- Festlegung von Beschäftigungsbedingungen
- Überprüfung der Vertragsnehmer, Subunternehmer und Zulieferer

Aktualisierung 2008: →



FABER-CASTELL
since 1761

3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL - Überprüfungsmechanismus der Sozialcharta -



IG Metall



International
Labour
Organization



FABER-CASTELL
since 1761



FABER-CASTELL
since 1761

3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL - Beispiele Auditergebnisse Verification Audits -

CHINA JULI 2013



Faber-Castell China



FABER-CASTELL
since 1761

3. NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL - Beispiele Auditergebnisse Verification Audits -

CHINA JULI 2013



Lieferantenaudit



4. ZUKÜNFTIGE HERAUSFORDERUNGEN - „NEGATIV“- Beispiele -

/ MAGAZINE

FEATURES 19.03

1 Million Workers. 90 Million iPhones. 17 Suicides. Who's to Blame?

By Joel Johnson February 28, 2011 | 12:00 pm | Wired March 2011



NO!

MONDAY, AUGUST 29, 2011

H&M factory workers fall ill

Monday, 29 August 2011

284 Cambodian factory workers who make clothes for H&M collapsed this week in a mass illness. The factory, M&V International Manufacturing Ltd, a supplier for H&M, in Kompong Chhnang province, reported a pungent smell before the faintings reported Reuters.

Deputy provincial police chief Ly Virak blamed the mass faintings on the "weak" health of workers and said the factory suspended operations until next week to allow its 4,000 workers to rest.

H&M said it was investigating the faintings and said the government, local authorities and the U.N.'s International Labour Organization had "not found any plausible causes so far."



FABER-CASTELL

since 1761

4. ZUKÜNFTIGE HERAUSFORDERUNGEN

- „NEGATIV“-Beispiele -



NO!





4. ZUKÜNFTIGE HERAUSFORDERUNGEN

- „NEGATIV“- Beispiel China –



Instandhaltung



Schlafräume

4. ZUKÜNFTIGE HERAUSFORDERUNGEN

- Qualität -

Hohe Gesetzesdichte

- Stetige Erhöhung der Anforderungen an Prüfverfahren;
- *Komplexe Prüfprozesse* durch unterschiedliche gesetzliche Anforderungen in verschiedenen Ländern;
- *Hohe Kompetenz* und Weiterbildung der Mitarbeiter notwendig.

Internationalität und weltweite Vernetzung

- Erhöhte Anforderungen an die *Qualitätsabsicherung*;
- Erhöhte Anforderungen an die *Beschaffung* von Rohstoffen und Handel
- Erhöhte Anforderungen an die Kompetenz und Zuverlässigkeit von *Lieferanten*.



Wettbewerbsfähigkeit

- Trotz *steigendem Wettbewerb*, schneller Marktveränderungen und Konkurrenz aus Ländern mit niedrigen Lohnkosten muss Faber-Castell wettbewerbsfähig bleiben.

4. ZUKÜNFTIGE HERAUSFORDERUNGEN

- Umwelt -

Wasserknappheit

- Sauberes Trinkwasser;
- Zugang zu Wasser als wirtschaftlicher Faktor;
- Ziel: *Reduktion von Wasserverbrauch und Trinkwassereinsatz*
an Produktionsstandorten weltweit

Klimawandel

- Verknappung und Verteuerung von Rohstoffen;
- Veränderung der klimatischen Verhältnisse (Waldressourcen, Treibhausgase);
- Gesundheitliche Aspekte bei Mitarbeitern durch veränderte Lebensbedingungen;
- Ziel: *Reduktion von Treibhausgasen* z.B. durch energetische Verbesserungen an Gebäuden und von Produktionsprozessen oder durch Optimierungen von logistischen Abläufen

Holzwachstum und -vorkommen

- Ökonomische Absicherung durch Erhöhung der weltweiten Holzvorkommen;
- Ziel: *Verminderung der Dezimierung der Waldbestände* durch z.B. Wiederaufforstungsprojekte



4. ZUKÜNFTIGE HERAUSFORDERUNGEN

- Soziales -

Langfristige Mitarbeiterbindung

- Besonders hohe Personalfuktuation in Asien und Lateinamerika;
- Ziel: *Frühzeitiges Erkennen von Mitarbeiterpotenzialen* und Förderung durch Schulungen, Fortbildungsprogramme und gutes Personalmanagement.

Demografische Entwicklung

- Stark wachsender Altersdurchschnitt v.a. in Europa;
- Ziel: *Abstimmung von Arbeitsbedingungen und Personalentwicklung* auf demografischen Wandel z.B. durch Konzepte für altersgerechte Arbeit



4. ZUKÜNFTIGE HERAUSFORDERUNGEN - Soziales -

Standortabsicherung Europa

- Höhere Lohnkosten und steigender Preisdruck durch Konsumenten und Wettbewerb;
- Ziel: Nutzung der weltweiten Standortvorteile, deren Marktnähe und Potenziale.

„ Bewahre die Glut und nicht die Asche“

Umsetzung der Sozialcharta in der Praxis

- Sozialcharta geht als zentral entwickelter Kodex nicht auf kulturelle, gesellschaftliche oder gesetzliche Besonderheiten der Länder ein;
- Ziel: *Intensive Dialogkultur* mit den Töchterunternehmen sowie Lieferanten pflegen; *Berücksichtigung der regionalen Besonderheiten*



5. MOTIVATION ZU NACHHALTIGKEIT

- Voraussetzungen für die Motivation zu Nachhaltigkeit im Unternehmen -

- Klare Verpflichtung zu langfristig ökonomischer, sozialer und ökologischer Verantwortung von Graf von Faber-Castell als Eigentümer (Brand Essentials „BE“)
- Alle Manager von Faber-Castell müssen den Leitlinien des Eigentümers folgen
- BE dürfen nicht „aufgesetzt“ sein als Instrument zur Außendarstellung und „Show“ gegenüber Mitarbeitern sondern müssen als Selbstverständnis und Teil des Unternehmens begriffen werden
 - Nachhaltigkeit ≠ Show /Außendarstellung
 - Nachhaltigkeit = konkrete Beschäftigung mit vielen praktischen Themen im Unternehmen

5. MOTIVATION ZU NACHHALTIGKEIT

- Voraussetzungen für die Motivation zu Nachhaltigkeit im Unternehmen -

- Manager müssen den Rückhalt und die Ernsthaftigkeit der BE spüren bei ihren Einzelentscheidungen
- Ökologische und soziale Themen kosten Geld und rechnen sich oft nicht kurzfristig bzw. sind in Geld schwer zu messen (Imagerisiko, Lieferantensrisiko, Stimmung bei Kunden und Mitarbeitern, Qualitätsrisiko Produkte).
 - D.h. unternehmerische Entscheidungen mit langfristiger Betrachtung sind gefragt!

5. MOTIVATION ZU NACHHALTIGKEIT

- Voraussetzungen für die Motivation zu Nachhaltigkeit im Unternehmen -

- Die Sinnhaftigkeit von Nachhaltigkeit muss bei allen Unternehmensebenen ankommen:
 - Eigentümer/Vorstand (höhere Qualität, Image, Kundenakzeptanz, Mitarbeiterzufriedenheit, Absatz, Rendite, Unternehmenssicherung)
 - Management (dito + Erfüllung persönlicher Ziele, Erfolgserlebnisse bei Kunden und Mitarbeitern)
 - Mitarbeiter (tatsächliches Erleben von sozialer/ökologischer Verantwortung am eigenen Arbeitsplatz; einbezogen werden und Ideen äußern)

5. MOTIVATION ZU NACHHALTIGKEIT

- Voraussetzungen für die Motivation zu Nachhaltigkeit im Unternehmen -

- Lieferantenkette muss mit einbezogen werden
- Gewerkschaften, externe Kreise wie z.B. NGO's (WWF, BUND...) müssen einbezogen werden
- Kunden müssen einbezogen werden

5. MOTIVATION ZU NACHHALTIGKEIT

- Warum ist Nachhaltigkeit für Faber-Castell wichtig? -

- Erkenntnis, dass langfristige Unternehmenssicherung und Erfolg nur mit hoher Qualität auf allen Ebenen (Prozesse, Produkte, Mitarbeiter, Umweltschutz, Soziales) zu erzielen ist:
 - Strategie qualitativ hochwertige, langlebige und innovative Produkte zu produzieren wird vom Kunden langfristig honoriert –und höher bezahlt!
 - Marktführerschaft langfristig nur zu erzielen mit hoher Qualität
 - Sozialer Friede bei Mitarbeitern, Stakeholdern, Gewerkschaften sorgt für Sicherung des Unternehmens und Effizienz
 - Qualität hängt im wesentlichen von guten, langfristig beschäftigten und motivierten Mitarbeitern ab
 - Qualitativ gute Umweltprojekte tragen teilweise zu Einsparungen und Verbesserungen bei (Energiemanagement; Abfälle/Recycling; Rohstoffversorgung; Prozessoptimierung)

5. MOTIVATION ZU NACHHALTIGKEIT

- Warum ist Nachhaltigkeit für Faber-Castell wichtig? -

- Erkenntnis, dass langfristige Unternehmenssicherung und Erfolg nur mit hoher Qualität auf allen Ebenen (Prozesse, Produkte, Mitarbeiter, Umweltschutz, Soziales) zu erzielen ist:
 - Strategie qualitativ hochwertige, langlebige und innovative Produkte zu produzieren wird vom Kunden langfristig honoriert –und höher bezahlt!
 - Marktführerschaft langfristig nur zu erzielen mit hoher Qualität
 - Sozialer Friede bei Mitarbeitern, Stakeholdern, Gewerkschaften sorgt für Sicherung des Unternehmens und Effizienz
 - Qualität hängt im wesentlichen von guten, langfristig beschäftigten und motivierten Mitarbeitern ab
 - Qualitativ gute Umweltprojekte tragen teilweise zu Einsparungen und Verbesserungen bei (Energiemanagement; Abfälle/Recycling; Rohstoffversorgung; Prozessoptimierung)



FABER-CASTELL

since 1761

5. MOTIVATION ZU NACHHALTIGKEIT

- Wie überzeuge ich das Management von Nachhaltigkeit? -

- These: Eine Unternehmensleitung und Eigentümer ohne entsprechende Grundeinstellung sind nicht zu überzeugen und eine nachhaltige Unternehmensführung ist nicht sinnvoll möglich!
- Projekte und Budget-/Investbedarf von Nachhaltigkeitsprojekten in Geld bemessen!
- Risikominimierung, Verbesserung Image /Kundenzufriedenheit messbar aufzeigen!
- Verwendung betriebswirtschaftlicher und technischer Methoden auch bei Nachhaltigkeit!
- In der Praxis wirken: Energieoptimierung; Produktinnovationen; Marketingansätze; Lieferantenmanagement; Kundenkommunikation; ...



FABER-CASTELL

since 1761

6. ERFAHRUNGEN AUS DER ZUSAMMENARBEIT MIT STUDENTEN UND HOCHSCHULEN-

- Praktika/Bachelor/Master:
 - Ausrichtung oft zu stark in Richtung strategischer, politischer Ansätzen.
 - Viele Studenten haben falsche Vorstellungen von praktischer Arbeit zu Nachhaltigkeitsthemen.
 - Es gibt in Unternehmen meist nicht den einen „Nachhaltigkeitsmanager“ oder „Nachhaltigkeitsabteilung“.
 - Nachhaltigkeits-Know-how ist meist in unterschiedlichen Bereichen präsent: Marketing, Personalwesen, Leitung, Recht, Technik, Umwelt-/Arbeitsschutz, Vertrieb, Nachhaltigkeit, Logistik, Supply Chain, ...
- Nachhaltigkeit sollte in unterschiedlichen Bereiche der Lehre einfließen, inklusive konkreter Unterrichtung von Methoden



FABER-CASTELL

since 1761

6. ERFAHRUNGEN AUS DER ZUSAMMENARBEIT MIT STUDENTEN UND HOCHSCHULEN-

- Studenten und neue Mitarbeiter sind sehr gesucht, wenn sie je nach Abteilung und Bedarf konkretes Wissen mitbringen!
 - Technische Analysen (z.B. Energieanalyse)
 - Recht: Umwelt-/Arbeitsschutzrecht/ILO-Standards/Gewerkschaftliche Standards, Tarifverträge...
 - Vertragsrecht, Abschluss von Code of Conducts von Kunden/Verbänden
 - Compliance-Organisation im Unternehmen
 - Projektmanagement und Führen von Projektgruppen
 - Unternehmensstrategie, Unternehmensorganisation unter sozialen/ökolog. Gesichtspunkten
 - Umweltgerechte Produktentwicklung und –Innovationen /Marketing



FABER-CASTELL

since 1761

6. ERFAHRUNGEN AUS DER ZUSAMMENARBEIT MIT STUDENTEN UND HOCHSCHULEN-

- Studenten und neue Mitarbeiter sind sehr gesucht, wenn sie je nach Abteilung und Bedarf konkretes Wissen mitbringen!
 - Durchführung von Ökobilanzen, Lebenswegbilanzen
 - Berechnung von CO2-Bilanzen, Modelle der Bilanzierung und Standards
 - KPI-Erfassung, GRI-Reporting, Datenanalysen /-bilanzen zu sozialen und ökologischen Themen
 - Umwelt-/Sozial-Audits intern, bei Lieferanten, Zertifizierungssysteme
 - Supply-Chain-Management unter Nachhaltigkeitsaspekten
 - Vertiefte Kenntnisse über Standards und ihrer Umsetzung zu Umwelt und Soziales (ILO, GRI, ISO, CDM, FSC, ...)
 - Stakeholder-Einbeziehung und Kommunikation



FABER-CASTELL

since 1761

6. ERFAHRUNGEN AUS DER ZUSAMMENARBEIT MIT STUDENTEN UND HOCHSCHULEN-

•Studenten und neue Mitarbeiter sind sehr gesucht, wenn sie je nach Abteilung und Bedarf konkretes Wissen mitbringen!

- Glaubwürdige Pressearbeit mit fundierten Nachhaltigkeitsthemen
- Mitarbeiterauswahl, -betreuung, -motivation unter sozialen, ökolog. Gesichtspunkten
- KVP-Umsetzung im Unternehmen unter sozialen, ökolog. Gesichtspunkten
- Marktuntersuchungen unter ökologischen, sozialen Gesichtspunkten
- Kundenkommunikation, Vertrieb unter Nutzung von Nachhaltigkeitsthemen
- Beantwortung von Kundenanfragen (mail, soziale Netzwerke, Telefon...) zu sozialen und Umweltfragestellungen (Produktaussagen, Firmenaussagen)
- Produkt- und Firmenwerbung mit Nachhaltigkeitsargumenten



FABER-CASTELL

since 1761

6. ERFAHRUNGEN AUS DER ZUSAMMENARBEIT MIT STUDENTEN UND HOCHSCHULEN-

- Studenten und neue Mitarbeiter sind sehr gesucht, wenn sie je nach Abteilung und Bedarf konkretes Wissen mitbringen!
 - Produkt- und Firmenwerbung mit Nachhaltigkeitsargumenten
 - Erstellung Umweltberichte, Nachhaltigkeitsberichte, Internet-Auftritt, Jahresberichte für z.B. WWF, UN Global Compact, Einbindung in bestehende Geschäftsberichte
 - Datenaufbereitung und Berichtswesen zu Nachhaltigkeit an Aufsichtsrat, Unternehmensleitung, Management, Wirtschaftsprüfer, Zertifizierer, NGO, Verbände, Kunden, Öffentlichkeit
 - ...



FABER-CASTELL
since 1761

NACHHALTIGKEIT BEI FABER-CASTELL
- Für Faber-Castell ein Erfolgsfaktor -





FABER-CASTELL
since 1761

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

UNSER ENGAGEMENT:

