

Unsere Verantwortung: Nachhaltiges Handeln für Gesellschaft und Umwelt

Das oberste Prinzip bei allen Prozessen: eine hohe Qualitätsorientierung

Strenge Qualitätstests

Steigerung des Produktnutzens für Verbraucher

Verantwortungsvolles Handeln begleitet

die hohe Qualitätsorientierung

Im Einklang mit der Natur

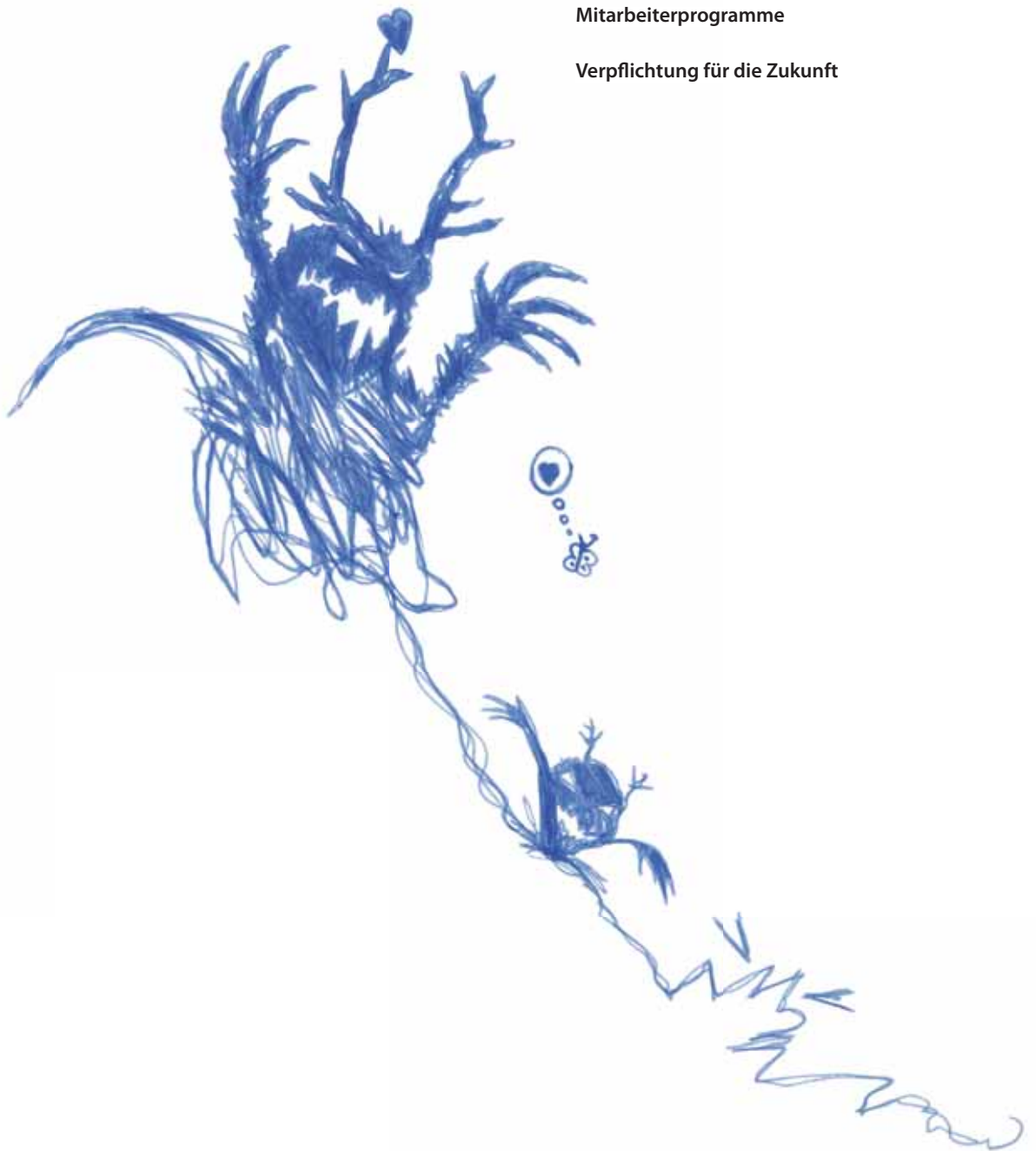
Soziales Engagement

Der BildungsCent e.V.

Soziale Projekte

Mitarbeiterprogramme

Verpflichtung für die Zukunft



UNSERE VERANTWORTUNG: NACHHALTIGES HANDELN FÜR GESELLSCHAFT UND UMWELT

Der Herlitz-Konzern setzt sich in seiner konzernweiten Unternehmenspolitik zunehmend mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander. Wichtige Werte sind hierbei insbesondere Qualität, Verantwortung und Umweltbewusstsein. Diese haben im Herlitz-Konzern einen hohen Stellenwert und bestimmen das Miteinander, die Produkte und das Handeln im Allgemeinen.

Gerade bei Mitarbeitern soll ein gemeinsames Verständnis von qualitätsorientiertem und verantwortungsvollem Handeln erzeugt werden. Entsprechend hat Herlitz als Auftakt für das Jahr 2009 im Dezember des vergangenen Jahres eine konzernweite Mitarbeiterkampagne zur Verankerung des Selbstverständnisses im In- und Ausland durchgeführt. Die Identifikation der Mitarbeiter mit den Unternehmenswerten wird darüber hinaus vor allem durch einen transparenten, kooperativen Führungsstil geschaffen.

DAS OBERSTE PRINZIP BEI ALLEN PROZESSEN: EINE HOHE QUALITÄTSORIENTIERUNG

Grundlegend prägen langjährige Erfahrung, Kompetenz, Fortschrittlichkeit und übergreifend eine hohe Qualitätsorientierung sämtliche Unternehmensentscheidungen und Prozesse im Herlitz-Konzern, um im Ergebnis qualitativ hochwertige Produkte für den Endverbraucher zu entwickeln und auf den Markt zu bringen.

Strenge Qualitätstests

Zur Erfüllung selbst gesetzter Qualitätsmaßstäbe werden im Rahmen eines Qualitätsmanagements u. a. regelmäßige Produkttests durchgeführt. Bevor beispielsweise der Premiumordner „Herlitz OneTip“ mit seiner praktischen und einzigartigen Hebelmechanik in den Handel gekommen ist, wurde dieser eingehend hinsichtlich der Funktionsfähigkeit getestet. In der Praxis hieß das: Prüfung auf extreme Beanspruchung. Dafür wurde der „Herlitz OneTip“ mindestens 5.000 Mal geöffnet und geschlossen, ehe sichergestellt werden konnte, dass er auch beim Kunden hält, was er verspricht, nämlich 100 % effektives und sicheres Abheften.

Als Qualitätsnachweis hat Herlitz das LGA-Zertifikat erhalten.



Steigerung des Produktnutzens für Verbraucher

Neben einer exzellenten Qualität entwickelt Herlitz im Rahmen seiner Marken- und Innovationsstrategie weiterhin unverwechselbare und Nutzen bringende Produkte für den Verbraucher. Bedeutendes Ziel ist es, durch Produktoptimierung und Förderung intelligenter Lösungen den Nutzwert der Produkte nachhaltig zu erhöhen. Als erfolgreiches aktuelles Beispiel für eine gelungene Umsetzung kann hier neben dem „Herlitz OneTip“ der innovative Füllhalter „Herlitz my.pen“ genannt werden, der dank des neuartigen Tintenleitsystems schnell und zuverlässig schreibt.

Zu den Qualitätsmerkmalen der Marke „Herlitz“ zählen darüber hinaus zum Beispiel auch eine hohe Lieferzuverlässigkeit gegenüber dem Kunden sowie ein exzellenter Kundenservice.

Verantwortungsvolles Handeln begleitet die hohe Qualitätsorientierung



Als bekanntes internationales Markenartikelunternehmen trägt der Konzern die volle Verantwortung für seine Produkte, die im täglichen Kontakt zu Menschen in Schule, Büro und Freizeit stehen. Daher wird neben Qualität und hoher Zuverlässigkeit ebenso auf die Sicherheit und Nachhaltigkeit der Produkte gesteigerter Wert gelegt. Dies gewährleistet Herlitz durch eine sorgfältige Auswahl der verwendeten Rohstoffe und Materialien sowie deren fachgerechte Verarbeitung.

Das Prädikat „unbedenklich“ von Stiftung Warentest für Herlitz-Schulartikel und das Angebot umweltfreundlicher Sortimente spiegeln diese Grundhaltung wider. Zum Beispiel sind bei der Designserie „Herlitz Green“ alle Produkte recycelbar und fast alle Artikel bestehen aus 100 % Altpapier und tragen das Umweltsiegel „Der Blaue Engel“.

Im Einklang mit der Natur



Im Interesse des gestiegenen Umweltbewusstseins ist Herlitz einen weiteren wichtigen Schritt durch die Erlangung des Gütesiegels des Forest Stewardship Council (FSC) gegangen. Mit dem Zertifikat sind umweltgerechte, FSC-zertifizierte Produktionsabläufe und der Einsatz entsprechender Rohstoffe aus nachhaltiger Forstwirtschaft geprüft und garantiert. Herlitz geht noch weiter und bietet seit Februar 2009 das gesamte Papier des Schulheft-Standardsortiments sowie Schulhefte der bekannten Lizenzserien „Ed Hardy™“, „Hot Wheels™“ und „Barbie®“ mit dem FSC-Siegel an.

Die FSC-Arbeitsgruppe begrüßt diese umweltbewusste Entscheidung: „Die Tatsache, dass Herlitz nicht nur Randprodukte, sondern Teile seines Standardsortiments auf FSC-Papier umstellt, unterstreicht die Ernsthaftigkeit des Engagements“, so Uwe Sayer, Geschäftsführer der FSC-Arbeitsgruppe Deutschland (FSC Deutschland, Ausgabe Januar 2009).

Soziales Engagement



Der Herlitz-Konzern übernimmt nicht nur Verantwortung für seine Produkte, sondern auch gesellschaftliches Engagement gehört für Herlitz zu einem der integralen Bestandteile erfolgreichen Wirtschaftens.

Mit 91 % Markenbekanntheit gehört Herlitz zu den bekanntesten Anbietern von Schulprodukten und blickt bereits auf eine lange Tradition als engagiertes Unternehmen zurück. Mit dem in 2003 gegründeten BildungsCent e.V. wurden die vielfältigen Aktivitäten gebündelt und systematisiert, um die Wirksamkeit in den Schulen und Bildungseinrichtungen aber auch ins Unternehmen hinein zu erhöhen. Das Engagement basiert auf drei Leitgedanken:

- Die Entwicklung von Angeboten im Bildungsbereich, die nachhaltig auf die Verbesserung der Lehr- und Lernkultur einwirken.
- Die Schaffung eines „added value“ als Differenzierungsmerkmal, insbesondere für die Herlitz-Schulprodukte.
- Der Aufbau eines neuen Dialogs zur wichtigen Zielgruppe Schulen/Schüler/Lehrer/Eltern.

DER BILDUNGSCENT E.V.

Anliegen des BildungsCent e. V. ist es, die Schulen bei den notwendigen Veränderungsprozessen im Hinblick auf die tief greifende Modernisierung des Schulsystems zu unterstützen. Der Fokus liegt auf der Implementierung von wichtigen gesellschaftspolitischen Themen in den schulischen Kontext und der damit einhergehenden Entwicklung bzw. Anpassung bestehender Lehr- und Lernformate. Der BildungsCent e. V. arbeitet bundesweit und setzt derzeit fünf verschiedene Programme um:



Führungskräfte aus Wirtschaft und Schule arbeiten gemeinsam rund um das Thema Schulmanagement.
Partner: KPMG, Deutsche Bank, Berlin Chemie u. v. m.



Ein SchulCoach- Programm zur Verbesserung der Bewegungs- und Ernährungsangebote.
Partner: EDEKA



Ein Programm zur tieferen Verankerung von Film und Medienkompetenz im Unterricht.
Partner: Cinemaxx-Gruppe, Cinestar-Gruppe



Ein SchulCoach-Programm zur Entwicklung einer mitwirkungsfreundlichen Schulkultur und Stärkung des Lernfeldes Partizipation.
Partner: Save the Children Deutschland e. V.



Ein Programm zur Sensibilisierung für das Themenfeld Klimaschutz und Klimawandel.
Partner: Herlitz PBS AG, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit

Added Value und Zielgruppendialog

Das gesellschaftliche Engagement der Herlitz PBS AG erlaubt es, die Produkte mit einem Added Value zu versehen und so den Markenwert zu erhöhen. Gerade im Konsumgütermarkt wird seitens der Verbraucher mehr und mehr Wert auf das moralisch und ethisch einwandfreie Verhalten von Unternehmen gelegt. Ein Großteil der Schulprodukte ist – für den Verbraucher deutlich sichtbar – mit dem BildungsCent-Label versehen und verweist auf das Engagement des Unternehmens. Darüber hinaus wurden die insbesondere für Schülerinnen und Schüler relevanten Ergebnisse der vom BildungsCent e. V. durchgeführten Kompetenzstudie „Was Unternehmen von Schulabgängern erwarten“ auf den Innenseiten von Schulheften und Collegenblöcken abgedruckt. Flankierend zum Programm „Schule in Bewegung“, das auf die Prävention von Übergewicht abzielt, finden sich in den Grundschulheften Anregungen zur gesunden Ernährung und ausreichend Bewegung, die mit der Plattform Bewegung und Ernährung (peb) entwickelt wurden. „Wir nutzen unsere Produkte, um über unser Engagement zu sprechen“, so Jan von Schuckmann, Vorstandsvorsitzender der Herlitz PBS AG, „und bauen damit einen echten und nachhaltigen Dialog zu unseren wichtigsten Zielgruppen auf.“

Engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Herlitz PBS AG engagieren sich. Vorbildfunktion übernehmen dabei Führungskräfte, die aktiv am Programm „Partners in Leadership“ teilnehmen und ehrenamtlich mit Schulleitungen zusammenarbeiten. Die Partners in Leadership profitieren dabei gegenseitig vom Know-how des anderen. Wo Schulleitungen sich heute zunehmend als Manager und Organisationsentwickler mit Personalverantwortung gegenüber dem Kollegium verstehen, sind Impulse aus der unternehmerischen Praxis höchst wirkungsvoll. Gleichzeitig erhalten die Führungskräfte aus der Wirtschaft einen tiefen Einblick in die notwendigen Veränderungsprozesse, die Schulen heute bewältigen müssen.

Darüber hinaus engagieren sich Produktmanagerinnen als Lesepaten in Berliner Grundschulen und lernen dabei mehr über ihre Zielgruppe als anonyme Marktforschungen jemals erheben könnten.

Für die Auszubildenden der Herlitz PBS AG sowie die Studierenden der Berufakademie besteht die Möglichkeit, Teile ihrer Ausbildung im BildungsCent e. V. zu verbringen und damit einen weiteren Aspekt der unternehmerischen Praxis kennen zu lernen.



Klima 2.0 – Aktion Klima

Im Schuljahr 2007/2008 unterstützte Herlitz den Aufbau des neuen BildungsCent-Programms „Klima 2.0“. Die Auseinandersetzung mit Klimaschutz und Klimawandel muss heute insbesondere in den Schulen geführt werden. Die BildungsCent-SchulCoaches entwickelten in zehn Pilotschulen schulindividuelle Konzepte zum Thema Klimawandel und Klimaschutz. Der große Erfolg der Pilotphase führte dazu, dass das Bundesumweltministeriums seit Oktober 2008 das Folgeprogramm „Aktion Klima“ unterstützt. Mit diesem Programm motiviert der BildungsCent e. V. 1.000 Schulen, Klimaschutz und Klimawandel aktiv im Schulalltag zu verankern.

SOZIALE PROJEKTE

Ebenfalls stehen ausgewählte Projekte im Mittelpunkt der sozialen Aktivitäten, die darauf abzielen, gemeinnützige Organisationen, Vereine und Veranstaltungen durch Sachspenden zu unterstützen. In Zusammenarbeit mit der BAFANG-Gemeinschaft hat der Konzern beispielsweise 2008 über 10.000 Kinder in Westkamerun mit Schulmaterialien versorgt. Mit der Produktpende will Herlitz helfen, die schulischen Voraussetzungen für eine verbesserte Lernkultur zu schaffen. Der Beitrag soll das bedeutende Projektziel unterstützen, Kindern in der Region eine solide Grundausbildung zu ermöglichen.

MITARBEITERPROGRAMME

Des Weiteren werden auch Mitarbeiter durch gezielte Projekte und Maßnahmen gefördert. Hierzu gehört u. a. das betriebliche Vorschlagwesen. Die Mitarbeiter werden animiert, eigene Ideen zur kontinuierlichen Verbesserung der Unternehmensprozesse einzubringen. So gingen 2008 über 140 Vorschläge ein, von denen viele prämiert und umgesetzt wurden.

Ferner wird im Rahmen der Personalentwicklung die kontinuierliche Weiterentwicklung der Beschäftigten durch Mitarbeitergespräche und spezielle Weiterbildungsmaßnahmen sichergestellt.

VERPFLICHTUNG FÜR DIE ZUKUNFT

Dem Anspruch nachhaltiger Aspekte gerecht zu werden, verstehen wir als einen kontinuierlichen Prozess. Dafür plant der Herlitz-Konzern für die Zukunft die verstärkte Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens. Dieser setzt bei Mitarbeitern an, geht über die ressourcenschonende, umweltfreundliche Produktion bis zu der anwenderfreundlichen, unbedenklichen Nutzung und Entsorgung der Produkte.



Impressum

Herlitz AG
Am Borsigturm 100 | D-13507 Berlin
Telefon +49(0)30 4393 0
www.herlitz.de

Vorstand:
Jan von Schuckmann (Vorsitzender)
Thomas Hübner
Markus Oestmann (seit 01.09.2008)
Martin Hoffmann (bis 31.05.2008)

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Georg C. Domizlaff

Commerzbank AG
BLZ 100 400 00
Konto 208 01 90

SWIFT COBADEFF
IBAN DE88 1004 0000 0208 0190 00

Sitz der Gesellschaft: Berlin
Amtsgericht Charlottenburg
HRB 7129
USt-ID-Nr.: DE 136713270

