



Panasonic: So wirken globale Umweltstrategien vor Ort

Panasonic: So wirken globale Umweltstrategien vor Ort
Als Partner der Umweltinitiative BAUM e.V. zeigt das Unternehmen, wie Wirtschaft, Kultur und soziale Verantwortung harmonisieren. Knapp 300.000 Mitarbeiter weltweit, über 15.000 Produkte - die Größenordnung von Panasonic macht das Streben, im globalen Kontext nachhaltig zu agieren, zu einer echten Herausforderung. Wie der Standort Panasonic Deutschland damit umgeht, stellte Managing Director Werner Graf im Rahmen der Jahrestagung von B.A.U.M. e.V. vor, Europas größter Umweltinitiative der Wirtschaft: "Wir müssen eine globale Strategie auf unser wirtschaftliches und kulturelles Umfeld anpassen, eine einheitliche Strategie für verschiedenste Produktkategorien entwickeln und laufend unsere Mitarbeiter einbinden und informieren", umriss Graf die Aufgabe. Des Weiteren gehe es darum, zusätzliche Stakeholder einzubinden und auf Synergien zurückzugreifen, um Pilotprojekte anzustoßen. "Es ist wichtig, Nachhaltigkeit als kontinuierlichen Prozess zu verstehen", betonte Graf. Die Tagung fand diese Woche im Schloss Faber-Castell in Stein bei Nürnberg statt. Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung haben bei Panasonic traditionell einen hohen Stellenwert. Schon im Jahr 1933 verankerte Firmengründer Konosuke Matsushita gesellschaftliche Verantwortung in der Geschäftsphilosophie. Ausgehend von diesen Grundsätzen beschäftigt sich der Elektronikhersteller systematisch mit den verschiedenen Herausforderungen nachhaltigen Handelns. So setzt Panasonic seinen Ansatz für mehr Umweltschutz in sämtlichen Unternehmensbereichen um. Der Konzern hat den Anspruch, durch Innovationen über die Grenzen der einzelnen Geschäftsfelder hinweg Mehrwert für den Alltag der Kunden zu schaffen und dabei möglichst umweltschonend zu agieren. Bei der Umsetzung von globalen Projekten am Standort Deutschland müssen jeweils die kulturellen und wirtschaftlichen Besonderheiten berücksichtigt werden. "Die spezielle Herausforderung der nationalen Standorte von Panasonic ist es, eine global vorgegebene Nachhaltigkeitsstrategie auch vor Ort mit Leben zu füllen", erklärte Graf in seinem Vortrag auf der B.A.U.M.-Jahrestagung. Panasonic Deutschland begegnet dieser Herausforderung, indem das Unternehmen seine verschiedenen Anspruchsgruppen, wie zum Beispiel Mitarbeiter, Geschäftspartner, aber auch NGOs, in Projekte einbindet. So erhalten die Mitarbeiter beispielsweise die Möglichkeit, sich und ihre Ideen einzubringen, um damit ihren eigenen Beitrag zur Reduzierung der CO2-Bilanz des Unternehmens leisten zu können. Ein wirksames Beispiel ist auch der alljährliche Eco Relay Tag, bei dem die Mitarbeiter dazu aufgerufen sind, sich einen Tag gemeinsam für den Erhalt der Erde und ihres sensiblen Ökosystems stark zu machen. B.A.U.M. e.V. ist der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management. Der Verein erarbeitet Kooperationen zur Realisierung von Umweltzielen. Dazu dient der Arbeitskreis als Schnittstelle für Wirtschaft, Wissenschaft, Verbände, Politik und Medien. Auf seiner jährlichen Tagung ehrt der Verband Persönlichkeiten, die sich besonders für den Umweltschutz eingesetzt haben. Panasonic unterstützt B.A.U.M. e.V. als Mitglied des Förderkreises bereits seit 20 Jahren und ist das zweite Mal in Folge Premium Partner der Jahrestagung. Das Thema der diesjährigen Veranstaltung war: Unternehmen im Kontext globaler Veränderungen und nachhaltiger Unternehmensführung. In Vorträgen und Diskussionen wurde gemeinsam Fragen zum Thema nachgegangen und nach Lösungsansätzen gesucht. Über Panasonic: Die Panasonic Corporation ist weltweit führend in der Entwicklung und Produktion elektronischer Technologien und Lösungen für Kunden in den Geschäftsfeldern Residential, Non-Residential, Mobility und Personal Applications. Seit der Gründung im Jahr 1918 expandierte das Unternehmen weltweit und unterhält inzwischen über 500 Konzernunternehmen auf der ganzen Welt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr (Ende 31. März 2013) erzielte Panasonic einen konsolidierten Netto-Umsatz von 7,30 Billionen Yen/68 Milliarden EUR. Das Unternehmen hat den Anspruch, durch Innovationen über die Grenzen der einzelnen Geschäftsfelder hinweg Mehrwerte für den Alltag und die Umwelt seiner Kunden zu schaffen. Weitere Informationen über das Unternehmen sowie die Marke Panasonic finden Sie unter www.panasonic.net. Panasonic Deutschland GmbH - Winsbergring 15 - 22525 Hamburg - Deutschland - Telefon: 040 - 85 49 00 - Telefax: 040 - 85 49 25 00 - URL: <http://www.panasonic.de>

Pressekontakt

Panasonic

22525 Hamburg

panasonic.de

Firmenkontakt

Panasonic

22525 Hamburg

panasonic.de

Panasonic ist seit 1962 in Europa tätig, als das erste Verkaufsbüro in Hamburg eröffnet wurde. Nach umfangreichen Investitionen in die Herstellung und den Vertrieb hat das Unternehmen seine Präsenz in Europa erheblich verstärkt. Inzwischen beschäftigt Panasonic in Europa fast 15.000 Mitarbeiter in Tochterunternehmen für Produktion, Vertrieb sowie Forschung & Entwicklung. Deutschlandweit arbeiten über 3.644 Beschäftigte in Tochterunternehmen des Matsushita-Konzerns. So unterhält Matsushita in Deutschland neben den Vertriebs- und Supportfirmen verschiedene Produktions- und Forschungsstätten, die gesellschaftsrechtlich selbständig sind. Zur Zeit werden circa 60% der in Europa verkauften Produkte auch hier hergestellt, z.B. Farbfernsehergeräte und Mikrowellen in Wales (Matsushita Electric UK Ltd) und in Tschechien (Matsushita Television Central Europe). Unsere Staubsauger werden von Matsushita España SA hergestellt. Unsere Videorecorder stammen aus Deutschland von der Matsushita Audio Video GmbH, und unsere Mobiltelefone werden in Tschechien hergestellt (Matsushita Communication). MEI hat in Europa außerdem eine Forschungs- & Entwicklungs-Division aufgebaut, deren Arbeit einerseits vor Ort in den Produktionsbetrieben geleistet wird, andererseits bei Panasonic OWL in Schottland (Panasonics DVD-Authoring und Software-/Elektronik-Dokumentation), bei den europäischen Panasonic-Labors in Deutschland und bei der Panasonic-Entwicklungsabteilung für mobile Kommunikation in England. Matsushita Electric Europe (HQ) Ltd ist das Mutterunternehmen für Panasonic & Technics in Europa und hat seinen Sitz in London. Aus dem 1962 eröffneten europäischen Vertriebsbüro am Jungfernstieg in Hamburg entwickelte sich ein florierendes Unternehmen, das seit 1984 den Namen Panasonic Deutschland GmbH trägt. Zur Zeit sind rund 350 Mitarbeiter bei der Panasonic Deutschland GmbH beschäftigt. Der Jahresumsatz 2002/2003 betrug 720,3 Millionen Euro. Neben der Zentrale in Hamburg sind weitere vier

Niederlassungen für den Vertrieb in Deutschland zuständig.