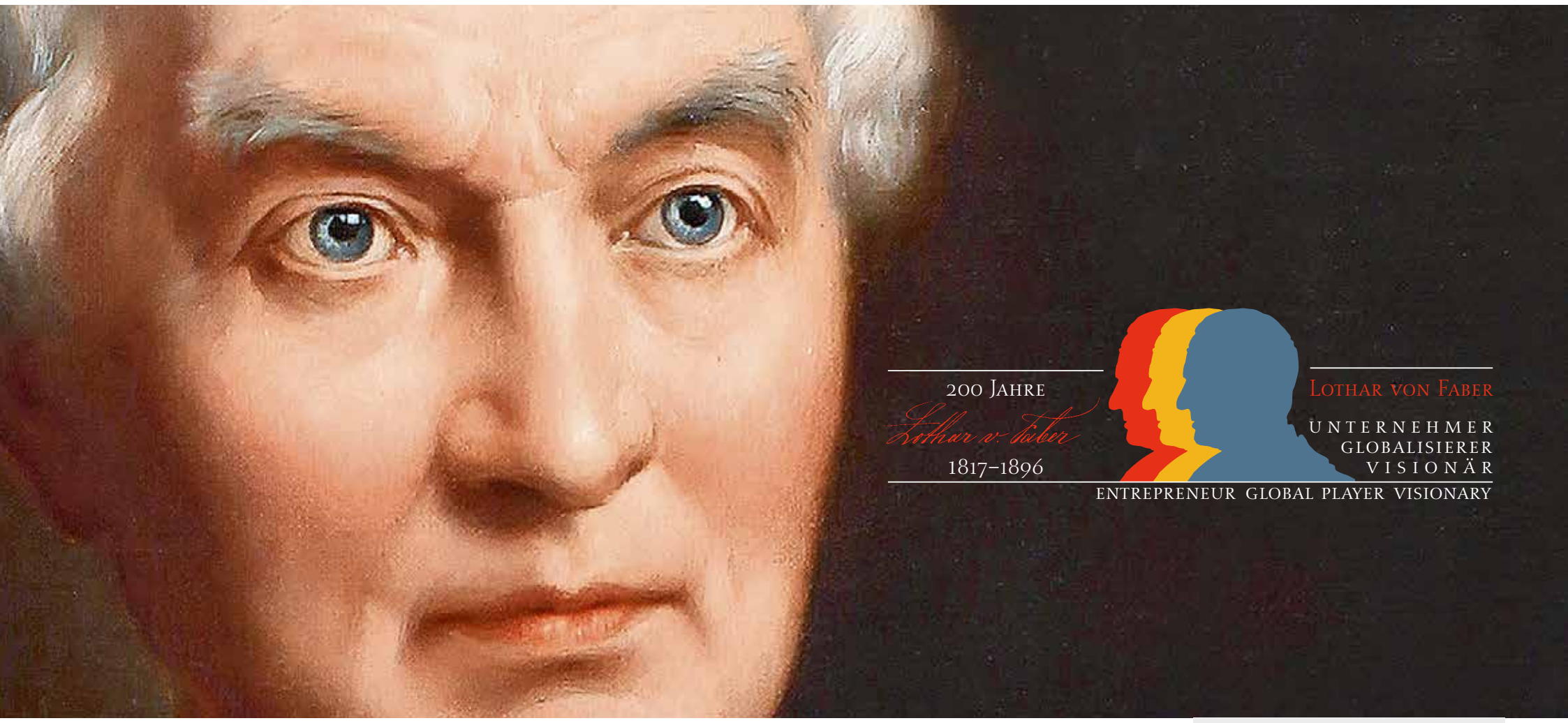
2017

Faber-Castell

since 1761

Unser Haus – Global · Regional · Lokal



Danke, Lothar von Faber!

Er war seiner Zeit voraus. Er agierte als Unternehmer, Global Player und Visionär. Die nachfolgenden fünf Generationen Familie und Mitarbeiter verdanken ihm viel: Weitsicht. Werte. Und eine Weltmarke.

Lothar von Fabers Zitat ist zumindest bei Insidern allgegenwärtig: „Mir war es von Anfang an nur darum zu thun, mich auf den ersten Platz emporzuschwingen, dadurch daß ich das Beste mache, was überhaupt in der Welt gemacht wird." Das Beste auf der Welt machen? Fast mutet es vermessen an, oder zumindest: unerreichbar ehrgeizig. Und doch war es Ansporn und Motivation für alle nachfolgenden Firmenlenker und ihre Belegschaften, es ihm gleich zu tun: nicht nachlassen, nicht zufrieden geben, immer weiter verbessern! Das Motto der 8. Generation unter Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell lautete ähnlich: „Gewöhnliche Dinge außergewöhnlich gut machen". Es war der Aufruf an alle, den Alltagsgegenstand zum Premium-Produkt zu erheben und die Qualität als oberstes Gebot zu verinnerlichen.

Viele Ikonen der Markenprodukte sind seit der Lothar-Devise entstanden: der erste Markenbleistift Polygrades in unterschiedlichen Härtegraden (anno 1837). Der dunkelgrüne Castell 9000 (anno 1905). Der Perfekte Bleistift mit Verlängerer und integriertem Spitzer (anno 1995). Der preisgekrönte Grip-Stift (anno 2001).

In knapp 200 Jahren ist aber auch eine Unternehmenskultur des gegenseitigen Respekts, der Loyalität und des Verantwortungsbewusstseins herangereift. Gleichsam gilt die Wertschätzung der Tradition und des langjährigen Wissens heute als unumstößlich.

So ist es letztlich tatsächlich Lothar von Faber zu verdanken, dass die Markenkernwerte Kompetenz und Tradition, Höchste Qualität, Innovation und Kreativität sowie soziale und ökologische Verantwortung dauerhafte Gültigkeit erlangten. Sie sind die Quintessenz seines unternehmerischen Schaffens und die Säulen des Faber-Castell'schen Erfolgs. Diese Ausgabe möchte anlässlich des 200jährigen Jubiläums des Markenpioniers Einblicke in den ideellen Nachlass Lothar von Fabers geben und den Lesern die bemerkenswerte Persönlichkeit näher vorstellen.
Lesen Sie dazu auch Seite 8.

Kapitän an Bord

Daniel Rogger leitet seit Juni 2017 das weltweite Unternehmen

Dürfen wir vorstellen? Daniel Rogger, 49 Jahre alt, verheiratet, zwei Kinder. Seit Juni 2017 hat er den Vorsitz des Vorstands der Faber-Castell AG übernommen. *Lesen Sie das ausführliche Interview auf Seite 3.*

In dieser Ausgabe: Damals so aktuell wie heute – Zitate des visionären Unternehmers Lothar von Faber.

Inhalt

Transparenter Klimaschutz Seite 2

Lean Management bei Faber-Castell Seite 4

Wir feiern die KARLBOX! Seite 6

Stifte für die Welt Seite 8

Limitierte Jubiläumsedition Polygrades Seite 9

Schreibkultur im Schloss Seite 12

Transparenter Klimaschutz

Faber-Castell stellt aktuelle Nachhaltigkeitsbilanz vor

Ökologische und soziale Verantwortung gehört für Faber-Castell zu den Kernwerten des Unternehmens. Die Nachhaltigkeitsbilanz des abgelaufenen Geschäftsjahrs wird einmal im Jahr als Fact Sheet auf der Website veröffentlicht. Im Fokus des aktuellen Berichts von 2017 steht unter anderem der Dialog des Unternehmens mit seinen verschiedenen Stakeholdern. Faber-Castell befragte hierzu Mitarbeiter aus dem In- und Ausland, Kunden, Lieferanten und Umweltverbände nach der Bedeutung einzelner Aspekte der Nachhaltigkeit für das Unternehmen. Die insgesamt 137 Teilnehmer sprachen sich dabei unter anderem für eine hohe Produktqualität, ein umweltfreundliches Sortiment, den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen sowie für die Beachtung der Menschenrechte aus. Diese Erkenntnisse werden nun für den Ausbau der Nachhaltigkeitsstrategie von Faber-Castell genutzt und finden zum Beispiel in der weiteren Entwicklung nachhaltiger Produkte und Technologien Berücksichtigung.

Darüber hinaus legt das neueste Fact Sheet die Umweltkennzahlen der letzten drei Geschäftsjahre offen. Die erfreuliche Bilanz: Dank kontinuierlicher Verbesserungsprogramme wurden Abwasserverbrauch und Abfallmenge innerhalb der Faber-Castell Gruppe reduziert, und die Nutzung erneuerbarer Energien legte um mehr als 25% zu. Weitere Informationen zum Thema sowie zum verwendeten Reportingstandard GRI unter:
www.faber-castell.de/corporate/nachhaltigkeit

„Die hiesige Fabrik [...] umfasst das ganze Arbeitsgebiet, seit vielen Jahren auch Land- und Forstwirtschaft."

Lothar von Faber
1888

App der Kreativen gewinnt in Cannes

Ein „Goldener Löwe" für Faber-Castell Brasilien

Dass Faber-Castell nachhaltige Forstwirtschaft betreibt, ist kein Geheimnis. Nun haben die Kollegen in Brasilien die kreative App „Never Ending Forest" entwickelt. Sie soll dabei helfen, der jungen Zielgruppe die Marke Faber-Castell und deren Kernwerte nahezubringen und bei ihr auf spielerische Weise das Bewusstsein für die Wichtigkeit der nachhaltigen Forstwirtschaft zu wecken, die Flora und Fauna sowie die natürlichen Ressourcen des Waldes erhalten soll.

Zwölf verschiedene im brasilianischen Wald lebende Tiere werden in der App über die Benutzung von Faber-Castell Stiften virtuell zum Leben erweckt, und zugleich ist viel Wissenswertes über sie zu erfahren.

Bereits jetzt wurde die App 600.000 Mal heruntergeladen, tausende Fotos, Filme und Tutorials in den sozialen Netzwerken geteilt. Wen wundert es da, dass unsere brasilianischen Kollegen hierfür im Juni 2017 diesen Jahres den „Goldenen Löwen" erhielten.

Herzlichen Glückwunsch!

Neues Ehrenamt

Charles Graf von Faber-Castell ist Honorarkonsul von Brasilien.

Seit Juni 2017 ist Charles Graf von Faber-Castell Honorarkonsul von Brasilien. Er tritt damit in die Fußstapfen seines Vaters Anton-Wolfgang, der dieses Ehrenamt seit 1994 bekleidet hatte. Zwar gehört zu den konsularischen Aufgaben grundsätzlich auch das Erstellen von Sichtvermerken, Pässen oder Beglaubigungen; das Honorarkonsulat in Stein übernahm und übernimmt jedoch ausschließlich repräsentative Aufgaben, die der Verbesserung der deutsch-brasilianischen Beziehungen dienlich sind, beispielsweise durch die Förderung wirtschaftlicher und kultureller Projekte beider Länder.

Sein Debüt als Honorarkonsul von Brasilien gab Charles Graf von Faber-Castell am 23. September 2017 in Nürnberg anlässlich der Ausstellungseröffnung des Kunstprojekts „Territorien", einer von 12 brasilianischen und deutschen Künstlern arrangierten Kooperation. In seinem Grußwort betonte der frischgebackene Diplomat die Macht der Kreativität, die nicht nur politische und gesellschaftliche Denkprozesse in Gang bringen, sondern auch grenz- und kulturübergreifende Freundschaften unter Künstlern schmieden kann.

Mit Qualitätsprodukten kennt er sich wahrlich aus: Der versierte Finanz- und Vertriebsmanager Daniel Rogger hat Marken wie Lange & Söhne, Jaeger-LeCoultre oder Tissot mitentwickelt und leitete zuletzt als CEO den internationalen Brillenhersteller Silhouette, ein global agierendes Familienunternehmen aus Österreich. Seit 1. Juni 2017 führt er als Vorstandsvorsitzender die Faber-Castell AG. Der gebürtige Schweizer kommt mit einer Portion Understatement daher, der lieber erst mal zuhört und aufnimmt, bevor er seine Schlüsse zieht. Auch hemdsärmelig und nahbar hat ihn seine Belegschaft schon erlebt, etwa als er selbst in zwei Schichten an der Maschine stand. Wer ist der Mann, der als Kapitän das globale Unternehmen Faber-Castell in unbefahrene Gewässer steuern und das Lebenswerk des verstorbenen A.-W. Graf von Faber-Castell in ein neues Kapitel überführen soll?
FC Aktuell führte mit ihm ein Kennenlerngespräch.

„Innovation ist eine Frage der Geisteshaltung"

Interview mit Daniel Rogger, neuer Vorstandsvorsitzender der Faber-Castell AG

Wie haben Sie das Unternehmen von außen wahrgenommen?
Mir war bekannt, dass Faber-Castell ein internationales Unternehmen mit tollen, hochwertigen Produkten ist. Dass der Erfolg der Firma auch auf der faszinierenden Tradition und Familiengeschichte beruht und sie sich durch Innovation und Unternehmergeist immer neu erfunden hat.

Mit welcher inneren Einstellung haben Sie Ihr neues Amt angetreten?
Mit dem Vorsatz, mir die Zeit zu nehmen, die Unternehmensphilosophie, die Organisation und die Produkte umfassend kennenzulernen und dabei mit einer offenen Einstellung sowie Geduld zum Zuhören durch das Unternehmen zu gehen.

Hatten Sie etwas Ehrfurcht, in die Fußstapfen des Grafen zu treten?
Auf jeden Fall! Sehr große Fußstapfen, die niemand alleine ausfüllen kann. Es ist nicht mein Ziel, den Grafen zu kopieren, sondern inspiriert von seiner Persönlichkeit und seiner Vision das Unternehmen gemeinsam mit der Familie, dem Aufsichtsrat und den Mitarbeitern erfolgreich weiter zu entwickeln.

Sie kommen aus der Uhrenbranche, sind vom Qualitätsgedanken beseelt und entsprechend erfahren im Umgang mit Premium-Produkten. Wo sind die Parallelen zur PBS-Branche und wo gibt es Unterschiede?
Die Grundeinstellung muss dieselbe sein: Ein Unternehmen mit qualitativ hochwertigen Produkten muss ein unvergleichliches Markenerlebnis schaffen, welches dem Endverbraucher einen Mehrwert bietet und Freude bereitet. Nur so kann man als Premiummarke seine höhere Preispositionierung gegenüber dem Mitbewerber rechtfertigen. Ansonsten wird man beliebig.

Wie würden Sie Ihren Führungsstil beschreiben?
Ich würde mir einen zielorientierten, kooperativen Führungsstil zuschreiben. Es ist mir wichtig, gemeinsam klare Zielvorgaben zu erarbeiten, die der Mitarbeiter in Eigenverantwortung erfolgreich umsetzen kann. Ich glaube an die Delegation von Verantwortung und Kompetenz, wobei ich für meine Mitarbeiter bei Fragen oder Unsicherheiten immer zur Verfügung stehe. Einen regelmäßigen Austausch und ehrliches Feedback empfinde ich als unentbehrlich, um effektive Personalentwicklung zu betreiben.

Welche Unternehmenswerte sind Ihnen besonders sympathisch?
Alle! Kompetenz, Tradition, Qualität, Innovation, Kreativität sowie nachhaltiges und verantwortliches Wirtschaften sind Eigenschaften, die ich bei all meinen bisherigen Stationen bewusst gesucht habe, da sie mir persönlich wichtig sind.

Wie kann Faber-Castell seine Innovationskraft stärken?
Innovation ist eine Frage der Einstellung und Geisteshaltung! Nur wer die Sinnhaftigkeit des Tuns dauernd hinterfragt und bereit ist, neue Wege zu gehen, kann innovativ sein. Als Unternehmen müssen wir die Rahmenbedingungen schaffen, dass Innovation gelebt werden kann. Indem wir Offenheit, Mut und Neugierde nicht nur fördern, sondern auch einfordern. Vom einzelnen Mitarbeiter, aber auch vom Kollektiv. Die besten Ideen entstehen nicht im stillen Kämmerlein, sondern im Dialog.

Sie haben sich selbst an die Maschinen gestellt und zwei Schichten in der Fertigung mitgearbeitet. Was war Ihre Motivation?
Für mich war es von großer Wichtigkeit, den Ursprung und das Rückgrat des Unternehmens zu kennen. Dies ist die Fabrikation von holzgefassten Stiften in Deutschland. Mir war es wichtig, diese Kernkompetenz im Detail zu erleben und zu verstehen. Ich kam zu dem Schluss, dass ich dies nur authentisch erleben kann, wenn ich mich mit den verantwortlichen Menschen an die Maschine stelle und so gut wie möglich mitarbeite. Es war ein einmaliges Erlebnis!

Welche Erkenntnisse haben Sie aus dieser Erfahrung gewonnen?
Es war faszinierend, zu erleben, wie viele gut aufeinander abgestimmte Produktionsschritte es braucht, um einen Bleistift herzustellen. Und wie wichtig es ist, jeden einzelnen Schritt perfekt auszuführen, damit die nächsten Schritte reibungslos funktionieren. Wie bei einem Staffelrennen. Die koordinierte Arbeit im Team mit einer perfekten Stabübergabe ermöglicht erst den Erfolg. Dies sollten wir uns alle zu Herzen nehmen!

Wo sehen Sie das Unternehmen in 10 Jahren? Und in 50?
Ich sehe uns als Benchmark und Marktführer. In welchen Geschäftsfeldern dies konkret der Fall sein wird, kann ich zum heutigen Zeitpunkt nicht abschließend sagen. Unsere Kernkompetenz Schreiben und Zeichnen wird in jedem Fall weiterhin eine wichtige Rolle spielen, ebenso die Kosmetik, welche sich schon heute sehr gut entwickelt. Ich bin überzeugt, dass sich die Marke Graf von Faber-Castell in den kommenden Jahren sehr positiv weiterentwickeln wird.

Wie entspannen Sie am besten nach einem anstrengenden Arbeitstag?
Mir ist Bewegung als Ausgleich wichtig, und ich versuche, zwei- bis dreimal pro Woche Sport zu treiben, was mir leider im Moment aber nicht immer gelingt. An oberster Stelle steht aber natürlich, Zeit mit meiner Familie zu verbringen. Wir unternehmen immer gerne etwas zusammen.

Was ist Ihr persönliches Motto?
Das ist eine sehr schwierige Frage. Plakativ würde ich sagen: „Walk the talk", heißt so viel wie: „Tue, was du sagst". Dies ist mir sehr wichtig, bei mir selbst und bei meinem Gegenüber. Nicht nur reden, sondern tun, was abgemacht war – Verlässlichkeit im Handeln.

Sie haben viele Jahre in Asien gelebt und die asiatische Kultur hautnah kennengelernt. Was können wir von den Asiaten lernen?
Geduld und Aufopferungsbereitschaft für die Familie. Asiaten denken häufig in Generationen und sind bereit, heute Einbußen in Kauf zu nehmen, wenn dafür die kommende Generation davon profitieren wird. In schwierigen Zeiten verlässt man sich nicht auf den Staat, sondern primär auf die Solidarität der Familie. Finde ich eine schöne Tugend.

Herr Rogger, vielen Dank für das Gespräch.

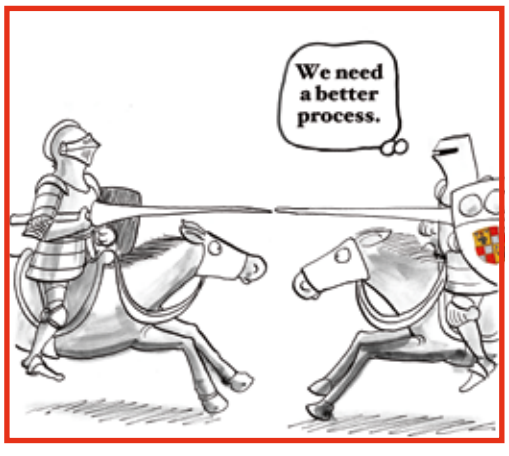
„Nachdem ich vom Hause aus die Bleistiftfabrikation schon kannte und die [...] in Paris & London kennen gelernt hatte, war es mir ein Leichtes mir das Technische in der elterlichen kleinen Fabrik [...] anzueignen, um [...] das was man für unmöglich hielt möglich zu machen."

Lothar von Faber
1869

Alles im Fluss

Lean Management bei Faber-Castell

Die Faber-Castell AG setzt in ihren Produktionswerken weltweit sehr erfolgreich Lean Management-Strategien um. Der englische Begriff „lean", der frei übersetzt in diesem Zusammenhang bedeutet, Verschwendung aus den Abläufen zu nehmen, verrät bereits, worum es hier geht: Produktions- und Arbeitsprozesse werden optimiert, sämtliche Abläufe werden fließender, z.B. indem unnötige Zwischenschritte vermieden werden. Bei der Analyse der Optimierungspotentiale werden die Mitarbeiter direkt mit eingebunden: An Arbeitsboards in den jeweiligen Abteilungen werden Probleme durch Kennzahlen verbildlicht und



Lösungen direkt vor Ort erarbeitet. Diese sogenannte Shopfloor-Methode findet bei Faber-Castell sowohl in der Produktion als auch im administrativen Bereich Anwendung. Am Produktionsstandort Stein konnten durch Lean Management-Methoden u.a. die Rüstzeiten der Maschinen erheblich verkürzt werden. Im Rahmen globaler Technik-Meetings findet zu den Verbesserungen unternehmensintern ein intensiver Austausch statt, so dass standortübergreifend von den jeweiligen Erfahrungen vor Ort profitiert wird.

Goodbye Andy!

„Kinder wollen nicht nur malen. Sie wollen vor allem inspiriert und begeistert werden!". So lautet Andreas Graf von Faber-Castells Credo, und in diesem Sinne entwickelte er insbesondere auch das Kompetenzfeld Spielen & Lernen konzeptionell weiter. Nicht nur im fernen Australien, wo „Count Andy", der Bruder von Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell, seit 1993 die Faber-Castell Niederlassung leitete, war er für seine Leidenschaft, seine Warmherzigkeit und seinen Humor bekannt und beliebt.

Mit seinem Team in „Down Under" lancierte er 1993 den Connector Pen – einen Kinderfasermaler, dessen Kappen sich zu dreidimensionalen Figuren zusammenstecken lassen. Dieses Malwerkzeug entwickelte sich zum weltweiten Kassenschlager; allein in Australien wurden bis heute mehr als eine Milliarde Stück verkauft.

Nach knapp 25 Jahren Tätigkeit im asiatisch-pazifischen Raum zieht sich Andreas Graf von Faber-Castell aus dem aktiven Geschäftsleben zurück. „Ich habe immer gerne für Faber-Castell gearbeitet. Jetzt aber freue ich mich auf den neuen Lebensabschnitt als Pensionär und darauf, endlich mehr Zeit mit meiner Frau Virginia, meinen drei Kindern und fünf Enkelkindern zu verbringen", sagt der Beinahe-Rentner zufrieden.

Lieber Count Andy: Die internationale Belegschaft wünscht von Herzen einen entspannten Ruhestand!

Andreas Graf von Faber-Castell geht in den Ruhestand.

Gruppenbild mit Lothar von Faber: Mary Gräfin von Faber-Castell mit ihren Töchtern Katharina, Sarah und Victoria (v.r.n.l.).
Um ihr Unternehmen besser kennenzulernen, haben alle drei Töchter im Sommer 2017 in verschiedenen Abteilungen gearbeitet.

Ein Hoch auf den Jubilar!

Sommerfest im Schloss zu Lothar von Fabers 200. Geburtstag

Alle waren da – wie es sich für einen solch ehrwürdigen Geburtstag des Ur-Ur-Ur-(Ur-) Großvaters gebührt: die gräflichen Geschwister der 9. Familiengeneration Charles, Katharina, Victoria und Sarah sowie Mary Gräfin von Faber-Castell und Felicitas Gräfin von Faber-Castell. Letztere hatte als Kind selbst noch das Schloss bewohnt.

Über 150 Gäste kamen im Juni 2017 zum sommerlichen Open-Air Event auf die Schlossterrasse, um zu gratulieren: vom Bürgermeister der Stadt Stein, Kurt Krömer, bis hin zum ehemaligen bayerischen Ministerpräsidenten Dr. Günther Beckstein, einem persönlichen Freund der Familie. Charles Graf von Faber-Castell sprach in seiner Laudatio über den Urahn Lothar als „exzellenten Unternehmer mit einer ausgeprägten sozialen Ader“, der auch die Nürnberger Versicherung sowie eine der ersten Betriebskrankenkassen Deutschlands ins Leben gerufen hatte. Gräfin Mary würdigte ihren verstorbenen Mann Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell als Visionär, der die Werte Lothar von Fabers verinnerlicht und das Unternehmen erfolgreich in seinem Sinne weitergeführt hat. Bei Casteller „Fraenzi“ und kühlem Weißwein kosteten die Gäste schließlich den nach Originalrezept von 1830 gebackenen Gugelhupf, der „dem Faber schmeckt“, wie eine handschriftliche Notiz auf dem Zettel vermerkte. Happy birthday, Lothar!

v.l.n.r.: Landrat Matthias Dießl, Steins Bürgermeister Kurt Krömer sowie die Eigentümerfamilie Gräfin Mary, Graf Charles und die Schwestern Sarah, Victoria und Katharina

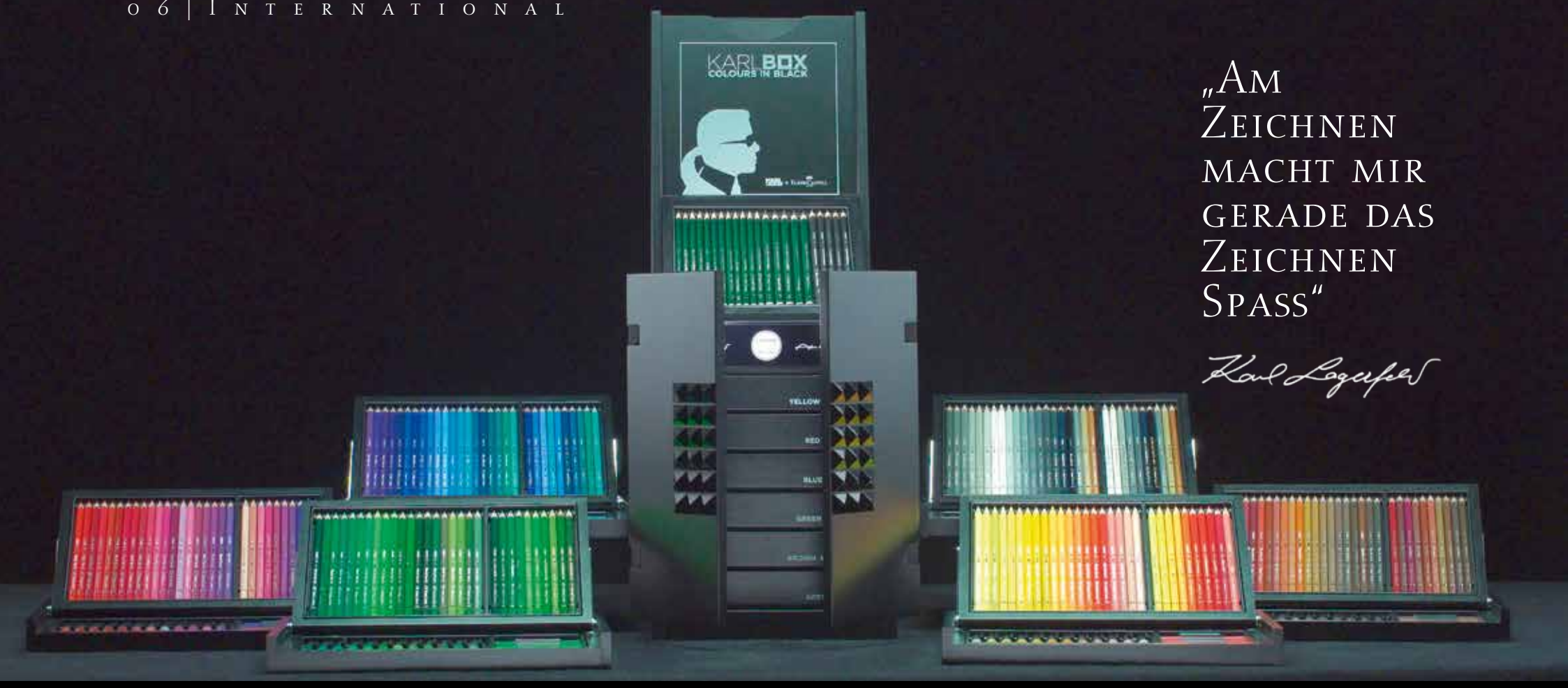
Gräfin Victoria und Graf Charles vor Exponaten der Ausstellung im Schloss

Gastredner und Freund des Hauses: Dr. Günther Beckstein, Bayerischer Ministerpräsident a.D.

Die gräflichen Geschwister beim Anschnitt des „Faber-Kuchens“

Felicitas Gräfin von Faber-Castell, Schwester von Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell

Unten: Über 150 Gäste kamen zum sommerlichen Event auf die Schlossterrasse.



„Am Zeichnen macht mir gerade das Zeichnen Spass"

Karl Lagerfeld

Die KARLBOX erobert die Welt

KOREA: Eindrucksvolle KARLBOX-Präsentation bei festlichem Dinner: Im Grand Hyatt Hotel in Seoul ließen sich 130 VIP-Gäste und Pressevertreter von der Limited Edition inspirieren.

ARGENTINIEN: Objekt der Begierde in Buenos Aires: Beim Event in der Stiftung Proa war die Begeisterung der Gäste so groß, dass im Laufe des Abends gleich zehn Exemplare der KARLBOX verkauft wurden.

KARL LAGERFELD und Faber-Castell präsentierten der Welt im Herbst 2016 erstmals das Resultat ihrer exklusiven Kooperation: die KARLBOX, eine Sammlung erstklassiger Mal- und Zeicheninstrumente in limitierter Auflage.

Lagerfeld selbst, der im Laufe seiner Karriere zahllose Skizzen und Kunstwerke mit den Produkten von Faber-Castell geschaffen hat, hat die Künstler-Edition entworfen und die Auswahl an Stiften und Kreiden festgelegt. Der Launch der KARLBOX wurde mit zahlreichen Kunden-Events auf der ganzen Welt gefeiert. Wir lassen die Highlights Revue passieren!

Mehr Infos zur KARLBOX: *www.colours-in-black.com*

DEUTSCHLAND: Das Berliner Premium-Warenhaus KaDeWe inszenierte die KARLBOX im eigenen Schaufenster und mit riesigem Fassadenbanner sowie auf der Apartment-Fläche in der 4. Etage als echten Eyecatcher.

GROSSBRITANNIEN: Das „Who is Who" der Londoner Künstler- und Bloggerszene traf sich im Karl Lagerfeld Store im Londoner Stadtteil Mayfair, um die KARLBOX zu feiern und sie mit ihren mehr als 1,5 Millionen Followern online zu teilen.

ÖSTERREICH: In Wien wurde die KARLBOX feierlich im Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig (mumok) präsentiert. Im Bild: Mary Gräfin von Faber-Castell (Mitte) mit den Designerinnen Nikola Fechter (li.) und Eva Poleschinski (re.).

ITALIEN: Großer Auftritt für die KARLBOX im exklusiven Mailänder Kaufhaus Rinascente an der Piazza Duomo. Architekten, Modedesigner, Kunden, Pressevertreter und Influencer nahmen die limitierte Edition begeistert auf.

PERU: Das MATE Museum Mario Testino war Schauplatz der KARLBOX-Party in Peru, zu der Fernando Cabrera (General Manager Faber-Castell Peru) Modedesigner, Blogger und Kunden begrüßte. Highlight am Buffet: die Mini-Kuchen im Lagerfeld-Look.

JAPAN: Gleich in doppelten Karl Lagerfeld-Genuss kamen die Mode- und Kunst-Fans in den angesagten SOGO/SEIBU Department Stores in Tokio: 300 Gäste feierten die neue Fashion-Kollektion von Karl Lagerfeld sowie den Launch der KARLBOX in Japan.

CHILE: Roberto Gellona (Geschäftsführer Faber-Castell Chile, links) und die Moderatorin Catalina Edwards (rechts) lancierten die KARLBOX bei Cocktails und klassischer Musik im Color Animal, dem bedeutendsten Fachgeschäft für Künstlerbedarf in Chile.

BRASILIEN: Das exklusive Juweliergeschäft Alwahch in São Paulo öffnete seine Türen für die Premiere der KARLBOX. Deko-Highlight und späteres Give-Away: Schwarz-Weiß-Portraits der Gäste mit handgemalten Passepartouts.

AUSTRALIEN: In Sydneys einzigartigem Australian Technology Park feierte Faber-Castell Australien mit mehr als 50 geladenen Gästen aus Presse, Kunst, Mode und Design die KARLBOX. Im Bild: Australien-Chef Andreas Graf von Faber-Castell.

CHINA: Im PARC Central in Guangzhou wurde die KARLBOX vor mehr als 200 Gästen enthüllt. V.l.n.r.: Dr. Toh Yan Peng (Geschäftsführer Faber-Castell Asien/Pazifik), Rolf Schifferens (Vorstand Faber-Castell Europa/Nordamerika) und Toh Chee Hong (Geschäftsführer Faber-Castell China).

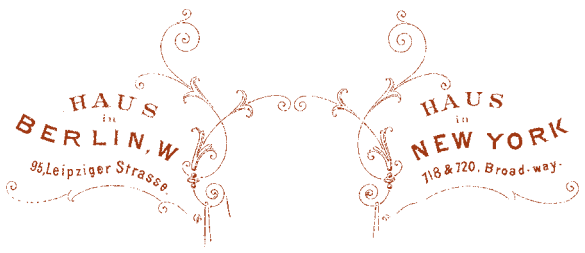
INDONESIEN: Im traditionsreichen Warenhaus Debenhams in Jakarta zeichnete Modedesignerin Mel Ahyar kleine Kunstwerke mit Künstlerstiften aus der KARLBOX.

SINGAPUR: Das renommierte Kaufhaus TANGS in der Orchard Road widmete der KARLBOX gleich 11 Meter Schaufensterfläche. Im Bild: V.l.n.r.: Joel Frommann (Area Manager Faber-Castell Asien/Pazifik), Yandramin Halim (Geschäftsführer Faber-Castell Indonesien & Singapur), Rolf Schifferens (Vorstand Faber-Castell Europa/Nordamerika).

HONGKONG: Beim VIP-Event im Macau GALAXY hatten Künstler und Kunstliebhaber die Möglichkeit, die KARLBOX in stimmungsvollen Kreativ-Workshops kennenzulernen.

KANADA: Enthüllung in kreativem Ambiente: Michael Pons (Präsident des Faber-Castell Partners L.S.F. Group of Companies) richtete in Montreal ein Pressefrühstück bei DeSerres aus, der ersten Adresse für Künstlerbedarf in Kanada.

IRAN: Der iranische Faber-Castell Partner Damonfar lud ausgewählte Gäste zum Empfang ins exklusive Pardis Mellat Cinema. Von Faber-Castell mit dabei: Silke Bachmann (Produktmanagerin Art & Graphic, 2.v.li.) und Jürgen Braun (Area Manager Naher Osten/Afrika, 2.v.re.).



Lothar v. Faber

Stifte für die Welt

Der Unternehmer-Pionier Lothar von Faber wird im Jubiläums-Jahr gewürdigt

Ob für kleine Notizen oder große Kunst, ob für Hochliteratur oder Hobbymalerei: Auch im digitalen Zeitalter sind Stifte heute ebenso unentbehrlich wie früher. Dass Menschen weltweit darauf Zugriff bekamen, ist besonders einem Mann zu verdanken: Lothar von Faber, der vor genau 200 Jahren geboren wurde.

Mit Bleistift schreiben Schüler ihre ersten Buchstaben, werden Häuser und Autos entworfen, Einkaufszettel und Weltliteratur verfasst. Seit seiner Entwicklung im 16. Jahrhundert hat das Utensil große Geister inspiriert – von Johann Wolfgang von Goethe über Vincent van Gogh bis zu Pablo Picasso, von Günter Grass bis Karl Lagerfeld.

Dass der Bleistift – als Basis- und quasi Vorläufermodell aller heute gebräuchlichen Schreib- und Zeichengeräte – bereits im vorvergangenen Jahrhundert die Welt erobern konnte, liegt vor allem am Pioniergeist eines deutschen Unternehmers: Lothar von Faber (1817–1896), der die familiäre Manufaktur im fränkischen Stein zur globalen Marke ausbaute. Das gelang dem Nachkommen in vierter Generation, der 1839 die Firmenleitung übernahm, durch entscheidende Qualitätsverbesserungen, der Erschließung internationaler Produktions- und Vertriebswege und dem Aufbau eines Markenrenommées. Der in Ökonomie ebenso wie in Gestaltung bewanderte Jungunternehmer wollte nichts weniger als „... mich auf den ersten Platz emporzuschwingen, dadurch daß ich das Beste mache, was überhaupt in der Welt gemacht wird."

So optimierte Lothar von Faber das Verfahren für die Beschaffenheit der Bleistiftminen, wodurch es erstmals möglich wurde, Bleistifte in verschiedenen Härtegraden herzustellen. Der fränkische Visionär modernisierte die heimischen Fabrikationsanlagen, suchte, gewissermaßen als „Global Player", weltweit nach den damals besten verfügbaren Rohstoffquellen – und sicherte sie sich auch gleich.

Dank Graphit aus Sibirien und Zedernholz aus Florida gelang es ihm, die legendären Kopierstifte „Polygrades" *(siehe auch S. 9)* zu perfektionieren und wenig später sechseckige Stifte zu präsentieren – mit dieser revolutionären Form wurden sie die Prototypen jener Modelle, die heute praktisch auf jedem Schreibtisch liegen, und mit ihrer goldenen Kennzeichnung „A.W. Faber" die ersten Markenschreibgeräte überhaupt. Von Faber errichtete ein Vertriebsnetz mit Niederlassungen in New York, London, Paris, Wien und Sankt Petersburg; schließlich reichte es bis zum Vorderen Orient und China. Ebenso konsequent erweiterte er die Angebotspalette: Zu den Bleistiften gesellten sich Schreibutensilien, Künstler- und „Bureau"-Bedarf aller Art.

Geschichte schrieb von Faber auch als Führungspersönlichkeit. Seiner Belegschaft bot er soziale Absicherungen, lange, bevor diese gesetzlich verankert wurden. Er gründete eine Betriebskrankenkasse, die „Lebensversicherungs-Bank", kümmerte sich um Bildungs- und Sporteinrichtungen und engagierte sich für ein vereinigtes Europa. In Zeiten von Brexit und Isolationsbestrebungen von West bis Ost klingen seine Worte aus dem Jahr 1879 geradezu verblüffend aktuell: „Hoffen wir, dass vor allem die Völker der ... europäischen Großmächte sich zu einem Modus vereinigen, durch welchen in dauernder Weise ein gesicherter Rechtszustand für alle Nationen ermöglicht wird. Ein europäisches oder internationales Parlament... wäre wohl am ehesten geeignet... Das europäische politische Gleichgewicht wäre dadurch geschaffen und das ökonomische würde sich alsdann von selbst finden."

Diesen Werten fühlt sich Faber-Castell, der weltweit führende Hersteller von Bunt- und Bleistiften, bis heute verbunden. Wie sehr von Faber die DNA des Unternehmens geprägt hat, zeigen die Feierlichkeiten anlässlich seines 200 Jahre zurückliegenden Geburtstags *(siehe auch Seiten 5 und 14)*.

Lothar von Faber (vordere Reihe, 3. von links) mit seinem Sohn Freiherr Wilhelm von Faber (3. von rechts), umgeben von den leitenden Mitarbeitern des Stammhauses in Stein (1876).

Limitierte Jubiläumsedition „Polygrades“

Zum 200. Geburtstag von Lothar von Faber wird der Klassiker neu aufgelegt

Den Weltmarkt erobern – das hat sich der junge Lothar Faber auf die Fahnen geschrieben. Doch die Stifte aus der elterlichen Manufaktur A.W. Faber in Stein sind gänzlich unbekannt und den Produkten aus England und Frankreich weit unterlegen. Wie nur kann man dieser übermächtigen Konkurrenz die Stirn bieten? Lothar kennt die Antwort: „Das beste Mittel ist freilich immer die Qualität eines Fabrikates“.

Als 20Jähriger lernt er in Paris die modernsten Herstellungsmethoden kennen, sieht die elegantesten Verpackungen, schult seinen Geschmack am französischen „Chique“. Daraufhin lässt er ein hochwertiges Stiftsortiment herstellen, das er von Paris aus auf den Markt bringt: die „Polygrades“-Bleistifte mit Minen in unterschiedlichen Härtegraden. In der aufwendigen Aufmachung soll sich die neue, hohe Qualität spiegeln: „Ich gab aber den feinen und feinsten Bleistiften, den Polygrades Stiften, ihrem inneren Werth entsprechend, das schönste Kleid. Ich ließ die Bleistifte schwarz poliren und mit Gold zeichnen“. Stolz ist er auf seine Idee, mehrere Härtegrade in einem Etui zu präsentieren: „Nie zuvor hatte ein anderer Fabrikant die verschiedenen Bleihärten in einem Etui beisammen zu Markt gebracht“. Werbewirksam zieren Abbildungen der auf internationalen Ausstellungen errungenen Preismedaillen den Schachteldeckel. Tatsächlich verfehlt die Eleganz der Aufmachung „den beabsichtigten Effect auf die Käufer nicht, die nie zuvor eine so schöne Packung der Bleistifte gesehen hatten“.

Viele Jahrzehnte lang bleibt der „Polygrades“ unangefochtenes Spitzenprodukt im Hause A.W. Faber, bis er von dem grünen „Castell“-Stiftsortiment abgelöst wird.

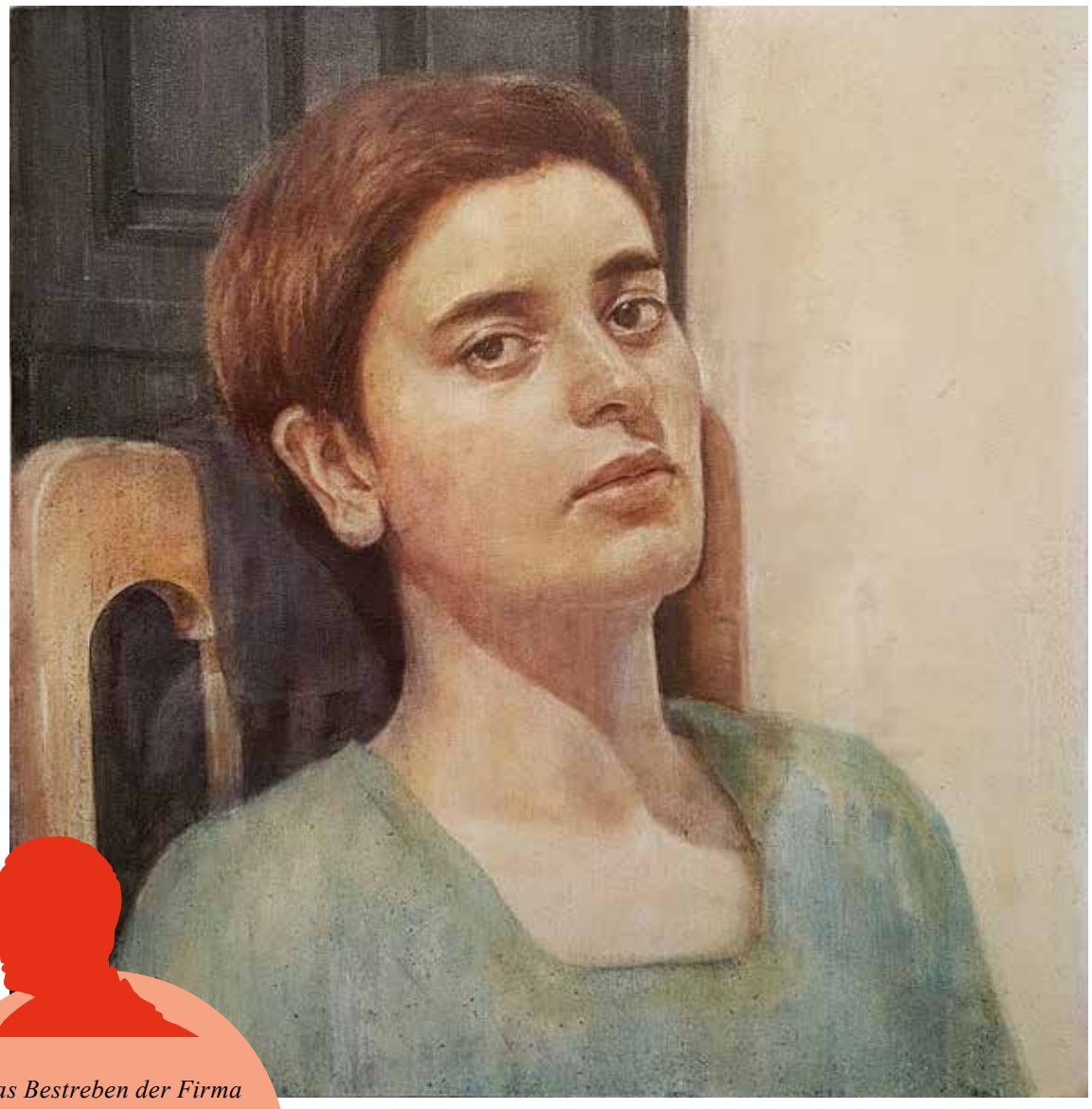
Die Jubiläums-Edition kommt dem historischen Original so nah wie möglich: Säuberlich sortiert liegen die seidig glänzenden Stifte in ihrer Verpackung, der goldene Aufdruck mit dem Schriftzug der Firma ist linksbündig gestempelt. Sie sind ungespitzt, denn damals wurden sie erst vor dem Gebrauch mit einem Messer in die gewünschte Form gebracht. Ursprünglich waren die Graphitminen viereckig, hier sind sie jedoch rund – ein kleiner Kompromiss, den man aus fertigungstechnischen Gründen eingehen musste.

Schwesterchen, komm tanz‘ mit mir!

So oder so ähnlich könnte es künftig aus dem Garten der stolzen Eltern erklingen, wenn der große Bruder „Leo“ seine Schwester Carla im Spiel zum Tanz auffordert. In diesem jubiläumsreichen Jahr stellte die Geburt von Carla Victoria Adelaida Ottilie Gräfin von Faber-Castell, der Tochter von Charles Graf von Faber-Castell und Ehefrau Melissa, einen weiteren Grund zur Freude dar. Die kleine Schwester von Graf Leonhard Alexander erblickte am 7. Juni 2017, dem Geburtstag ihres Großvaters Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell, das Licht der Welt. Wir gratulieren herzlich zur Geburt und freuen uns über ein weiteres Familienmitglied der Erfolgsgeschichte Faber-Castell!

Botanische Kunst aus Korea

Internationales Flair in Stein: Im Zuge der langjährigen Kooperation von Faber-Castell mit der Botanical Artist Society waren auch in diesem Sommer wieder Künstler aus Südkorea zu Gast in der Akademie. Die Mitglieder der Gruppe haben sich auf das Zeichnen floraler und botanischer Motive spezialisiert – und sie tun das am liebsten mit Albrecht Dürer Künstler-Aquarellstiften. Diesmal unter anderem auf der kreativen Agenda: Kompositionen aus gezeichneten und realen Blumenfragmenten, die so genannte Flower-Fragmentation. Das Highlight aber waren zeitgenössische Varianten von Albrecht Dürers bekanntem Werk „Das große Rasenstück“. Die koreanischen Künstler ließen sich dabei inspirieren vom echten Rasen der Faber-Castell’schen Schlosswiese.



„Das Bestreben der Firma geht dahin, mit ihren Artikeln [...] der Kunst auf allen ihren Gebieten, sich nützlich zu machen.“

Lothar von Faber
1873

Talentschmiede Teheran

Im Turnus von zwei Jahren richtet der Faber-Castell Partner Damonfar im Iran das größte Kunstfestival des Landes aus. Mehr als 1300 Künstler unter 25 Jahren beteiligten sich diesmal an den Wettbewerben in verschiedenen Kategorien und stellten sich im Januar 2017 mit ihren Werken der Experten-Jury. Die besten schafften es schließlich in die Ausstellung in der renommierten Pardis Mellat Gallery in der Hauptstadt Teheran.

Eine Reihe kultureller Events, Workshops und Pressekonferenzen begleitete die Veranstaltung und zog über 1000 Besucher in ihren Bann. Der diesjährige Sieger des Festivals heißt Javad Bahrami. Er freut sich über den Hauptgewinn: eine Reise nach Deutschland, inklusive Besuch in der Faber-Castell'schen Fertigung für Künstlerfarbstifte in Stein. Wir gratulieren!

Links: das Siegerbild des Künstlers Javad Bahrami

Werkzeug eines Kreativen

Künstler Matteo Thun inszeniert seinen Arbeitsplatz

Im eleganten Ambiente der Mailänder Casa degli Atellani stellte Matteo Thun, italienischer Architekt und international renommierter Designer, seinen Arbeitsplatz nach – den Ort, an dem er Ideen entwickelt, Skizzen zu Papier bringt und Kunstwerke erschafft. Mit dabei: die Albrecht Dürer Aquarellfarbstifte von Faber-Castell, die Matteo Thun besonders schätzt, weil sie vollständig wasservermalbar sind, einzigartig in Farbabgabe und Farbbrillanz und von höchster Lichtbeständigkeit, so dass die Strahlkraft des Geschaffenen lange erhalten bleibt.

Thuns Inszenierung namens „Colori e Decori“ war Teil einer Ausstellung, die während der Milan Design Week im April 2017 in Zusammenarbeit mit dem italienischen Interior-Magazin „Cabana“ stattfand.

Kreativer Kopf: Matteo Thun

Tierisch gut

Patricia Sierhuis van Roij gewinnt Facebook-Wettbewerb

Unter dem Motto “Urban Colours“ hatte Faber-Castell im Januar 2017 seine Fans ermuntert, das Design für einen neuen Stifteköcher zu entwerfen. Mehr als 500 Vorschläge aus allen Kontinenten gingen ein, und gewonnen hat der Entwurf der Holländerin Patricia Sierhuis van Roij.

Sie gestaltete den quaderförmigen Cup als Mauerwerk, auf dem sich ein Gecko an den Putz und um die Ecken schmiegt. Ein Design, das auch bei der Facebook-Community am meisten punkten konnte, die die 50jährige passionierte Künstlerin schließlich zur Siegerin kürte. Die glückliche Gewinnerin ließ es sich nicht nehmen, im Juli extra nach Stein zu kommen, um sich ihr erstes persönliches Exemplar des Cups abzuholen.

Herzlichen Glückwunsch, Patricia!

Fan-Edition:
Polychromos 68er Köcher im Gecko-Design

Schreibkultur im Schloss

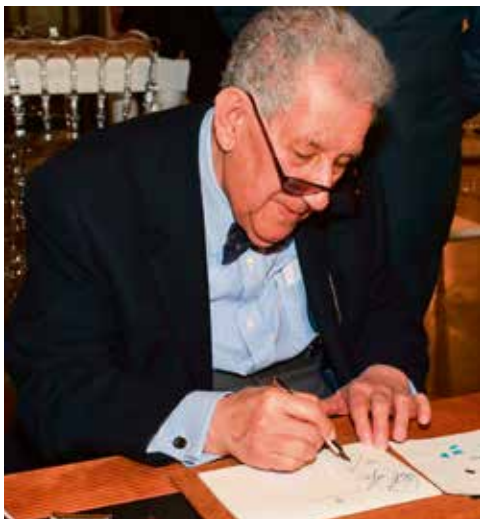
Charles Graf von Faber-Castell lädt zum Händler-Event nach Stein

Das einzigartige Ambiente des Schlosses in Stein bot auch im Sommer 2017 den perfekten Rahmen für die exklusive Präsentation der neuesten Schreibgeräte und Accessoires aus der Graf von Faber-Castell Collection. Im Verlauf des zweitägigen Händler-Events folgten mehr als 200 Gäste aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und weiteren internationalen Märkten im Juni 2017 der Einladung von Premium-Chef Charles Graf von Faber-Castell und nutzten die Gelegenheit zum persönlichen Austausch mit dem Gastgeber und dem Vertriebs- und Marketing-Team.

Die stilvoll dekorierten Räumlichkeiten standen an diesem Wochenende ganz im Zeichen der Schreibkultur: Die Kalligraphin Petra Wöhrmann brachte den Kunden die Technik der Schönschrift nahe, die als alte Handwerkskunst gilt. Auch die Fashion-Illustratorin Kera Till war wieder dabei. Sie gestaltete mit den neuesten Stiften

und Tintenfarben aus der Graf von Faber-Castell Collection Grußkarten, die die Gäste mit persönlichen Zeilen für einen besonderen Menschen versehen und auch gleich verschicken konnten – Porto und Briefkasten vor Ort machten es möglich.

Premium-Schau in Istanbul



Doğan Hızlan, türkischer Schriftsteller und passionierter Schreibgerätesammler

Im historischen Pera Palas Hotel in Istanbul kamen im Mai 2017 Liebhaber der gehobenen Schreibkultur zusammen, um das neueste Sortiment exklusiver Schreibgeräte und Accessoires der Graf von Faber-Castell Collection zu erleben.

Evrim Hizaler, General Manager des türkischen Faber-Castell Partners Adel Kalemcilik, begrüßte unter den Gästen aus Wirtschaft und Kultur auch Schriftsteller Doğan Hızlan, der eine Leidenschaft für feine Stifte hat. Die teilt er natürlich mit dem zweiten Gastgeber des Abends: mit Charles Graf von Faber-Castell. Er zeigte sich in seiner Ansprache beeindruckt von der hohen Bekanntheit der Marke im Land.

Gerade für das Premium-Segment sehe er daher großes Entwicklungspotential in der Türkei, dem wichtigsten Absatzmarkt für Faber-Castell in Europa.

Evrim Hizaler (General Manager Adel Kalemcilik, links) mit Charles Graf von Faber-Castell

Auf den (Stich-)punkt gebracht

Kreativ-Trend „Bullet Journal“ erobert den Terminplan

Schluss mit dem Merkzettel-Chaos, aber auch Schluss mit piepsenden Erinnerungs-Apps: Der neue Trend in Sachen Terminplanung heißt „Bullet Journaling“, kommt mit Papier und Stift aus und ist – vermutlich genau deshalb – verblüffend erfolgreich.

Das System, als dessen „Erfinder“ der New Yorker Grafikdesigner Ryder Carroll gilt, basiert auf einem Notizbuch mit leeren (oder linierten/karierten) Seiten, die zu einem individuellen Kalender gestaltet werden: Nach dem Inhaltsverzeichnis und einem Jahresüberblick gliedert man seine To-Dos in Monats-, Wochen- sowie Tagespläne auf und fügt Extra-Seiten für persönliche Projekte oder Vorlieben hinzu.

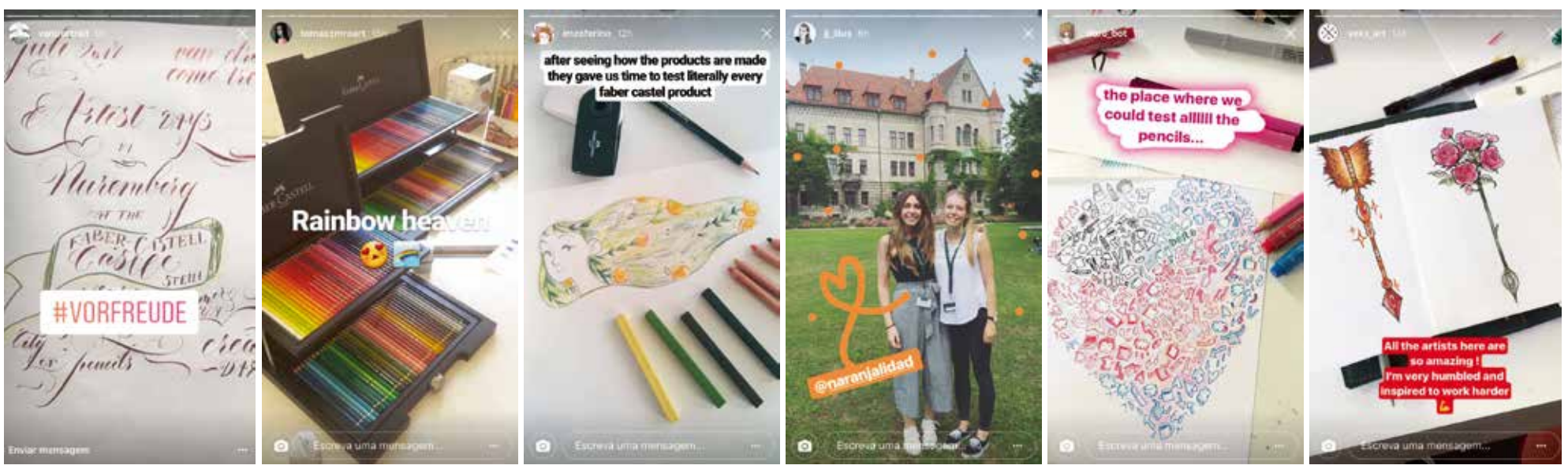
Mit Punkten („Bullet“ engl. für Stichpunkt), Pfeilen oder „X“ werden die Aufgaben markiert – so erkennt der Nutzer auf einen Blick, was erledigt wurde und was als „nicht erledigt“ auf die folgende Seite übertragen werden muss.

Die ebenso einfache wie effiziente Technik hat inzwischen Hunderttausende Fans, die sich auf Blogs und Instagram über ihre Bullet-Journal-Erfahrungen austauschen. Aufgrund ihres hohen Motivationspotenzials haben solche Tools in der Fachsprache schon einen schönen Namen: Psychologen nennen sie „Verstärkerpläne“.

Stars in Stein

Schon zum dritten Mal fand im Juli 2017 ein Treffen mit Illustratoren und Zeichnern bei Faber-Castell in Stein statt. Eingeladen waren elf Künstler aus sieben Nationen, die ihre Arbeiten in den sozialen Netzwerken insgesamt über drei Millionen Fans präsentieren. Die Teilnehmer durften über zwei Tage einen Blick hinter die Kulissen der Produktion werfen und in die Geschichte des Unternehmens eintauchen. In Workshops konnten sie die neuesten Künstlerprodukte ausprobieren, sich mit den Produktmanagern austauschen und ihre Fans über verschiedene Kanäle in den sozialen Netzwerken live am Geschehen teilhaben lassen. Eine echte Überraschung hielt Mary Gräfin von Faber-Castell bei ihrer Stippvisite für die Blogger parat: Bei den beiden Praktikantinnen, die das Event begleitet hatten, handelte es sich um ihre Töchter, die Gräfinnen Sarah und Victoria von Faber-Castell!

Beim Urban Sketching Workshop konnten die Künstler ihr Können unter Beweis stellen.



Unternehmer, Globalisierer, Visionär

Schloss-Ausstellung zum 200. Geburtstag von Lothar von Faber

Anno 1817 wurde Lothar von Faber geboren. Dem Vater der heutigen Weltmarke Faber-Castell wurde anlässlich des 200. Geburtstags eine Ausstellung im Faber-Castell'schen Schloss gewidmet. Der Dreiklang „Unternehmer, Globalisierer, Visionär" stellt den Markenpionier in all seinen Facetten vor und bringt auch Überraschendes zutage: So dachte Lothar nicht nur im industriellen und politischen Sinne modern, er war auch in seinen pädagogischen und landwirtschaftlichen Ansichten äußerst fortschrittlich.

Objekte aus dem Firmenarchiv, Bildtafeln und Hörstationen vermitteln dem Besucher auf anschauliche Weise einen Eindruck von Lothar von Faber als cleverem Geschäftsmann, Weltmann und Visionär. Lesungen vertiefen einzelne Aspekte.

Öffnungszeiten:
jeden 3. Sonntag, 11-17 Uhr,
Regulärer Preis: 7,00 €
Infos unter Tel: +49 911 88199108.

Über den Dächern von Paris

Im Herzen von Paris fand vom 11. bis zum 13. Juni 2017 der Premium Showroom statt. In stylischer Atmosphäre wurden die neuen Farbwelten aus der Graf von Faber-Castell Collection, die Spielen & Lernen Produkte und die farbenfrohen Art & Graphic Koffer präsentiert.

Eingeladen waren die wichtigsten Händler, die den Abend nach der Besichtigung bei feinem Essen und Livemusik ausklingen ließen. Ausgewählte Lifestylejournalisten und Blogger hatten die Gelegenheit, die Produkte zu testen und durften sich über eine persönlich gestaltete Illustration der Künstlerin Kera Till freuen. Der Event fand bereits zum fünften Mal statt und war auch in diesem Jahr ein voller Erfolg.

„… weil Paris […] von der ganzen Geschäftswelt besucht wird und deshalb wohl die beste Gelegenheit bietet mit lezterer in persönlichen Verkehr zu kommen. …"

Lothar von Faber
1866

Der historische Straßenbahnwagen begrüßte seine Mitfahrer eigens mit Faber-Castell Logo.

Tagung in historischer Kulisse

Das achte Europäische Sortimentsmeeting fand im Mai 2017 in Krakau statt. Der Veranstaltungsort hatte besondere Relevanz: Die Wawel war früher die Residenz der polnischen Könige in Krakau und gehört zum UNESCO Weltkulturerbe. Dank einer Kooperation von Faber-Castell, dem polnischen Distributionspartner Amex und der Verwaltung der historischen Anlage durfte an diesem historischen Ort getagt werden, der für Firmenveranstaltungen normalerweise nicht zur Verfügung steht. Während des zweitägigen Meetings wurden unter anderem die Schlüsselprodukte für das europäische Sortiment definiert. Eine Stadtrundfahrt in einer historischen Straßenbahn sowie der Besuch des Salzbergwerks in der Nähe von Krakau rundeten das Programm ab.

Taffe Jungs

„Hut ab vor der Leistung der Fertigungsmitarbeiter!“ lautete das Fazit von Daniel Rogger nach einer schweißtreibenden Frühschicht in der Minenfertigung, bei der er selbst mit anpackte und sogar den Mischkessel schrubbte. „Am nächsten Tag war ich platt. Unsere Mitarbeiter machen das täglich!“ Warum tauschte der Vorstandsvorsitzende den Anzug gegen den Blaumann?
Lesen Sie mehr im Interview auf Seite 3.

Daniel Rogger (Mitte) mit den „Schichtkollegen“ Serafeim Zacharoplastis, Mammut Güler, Vincenzo Gennaro und Lutz Reichelt (von links).

„Doch die Seele eines jeden Bleistiftes ist das Blei und wenn wir davon das Beste nicht haben, so kann uns die einfachste, praktischste und schönste Hülle keinen Nutzen schaffen.“

Lothar von Faber 1889

Sommer, Sonne, Accessoires!

Kreatives Blogger-Event in Wien

Passend zum Motto „Gestalte dein Sommeraccessoire mit Posca Markern“ säumte strahlender Sonnenschein das Blogger-Event der österreichischen Faber-Castell Kollegen im Mai 2017. Zahlreiche DIY-, Lifestyle- und Kunst-Blogger kamen zum Workshop im firmeneigenen Innenhof von Faber-Castell in Wien, der zum lauschigen Kreativraum für die Teilnehmer wurde.

In Kooperation mit der Illustratorin Janina Kepczynski, die vor Ort mit Rat und Tat zur Seite stand, verschönerten die Gäste mit Posca-Markern Gegenstände des täglichen Gebrauchs – und durften ihre Lieblingsstücke natürlich auch mit nach Hause nehmen.

Die Marker erwiesen sich dabei als echte Allrounder für alle Oberflächen: Ob Stofftaschen, Windlichter oder Blumenvasen – der Posca überzeugt mit seinen intensiven Farben, der großen Farbvielfalt und der hohen Deckkraft. Die Ergebnisse können sich sehen lassen, genauso wie das Feedback, die Reviews und die Reichweite der Social Media Beiträge der Teilnehmer.

FOLGEN SIE UNS AUF:

Faber-Castell AG
Nürnberger Straße 2
90546 Stein/Nürnberg
Telefon +49 911 9965-0

IMPRESSUM

Verantwortlich:	Sandra Suppa, sandra.suppa@faber-castell.de (Ltg.), Antje Röder, antje.roeder@faber-castell.de
Redaktion:	Stephanie Birch, Dr. Renate Hilsenbeck, Carlotta Lein, Antje Röder, Carolin Schuhler, Sandra Suppa, Hanne Warning, Verena Wyglenda
Fotos/Illustrationen:	Adobe Stock, Javad Bahrami, Faber-Castell, Faber-Castell Akademie, Melitta Faff, Jürgen Friedrich, Kamila Gaj, Melissa Gräfin von Faber-Castell, Gerhard Grimm, iStock, Carlotta Lein, Uwe Mühlhäusser, Wolfgang Schörner, Anna Seibel, Alexander Shelley, Foto-Studio Stochl, Sandra Suppa, Matteo Thun, Kera Till, Andreas Tischler, Pablo Toussaint, Pauline Ulrich, Patricia Sierhuis van Roij, Patrick Wörner
Produktion:	Andrea Ließmann
Grafik/Lithos/Technik:	Pia Vogel, vogelsolutions.com
Druck:	Osterchrist, Nürnberg

Urkundenübergabe vor dem „Längsten Banner figürlicher Skizzen“: Ong Eng Huat (Präsident des Singapore Book of Records, re.) mit Yandramin Halim (Geschäftsführer Faber-Castell Indonesien und Singapur, li.).

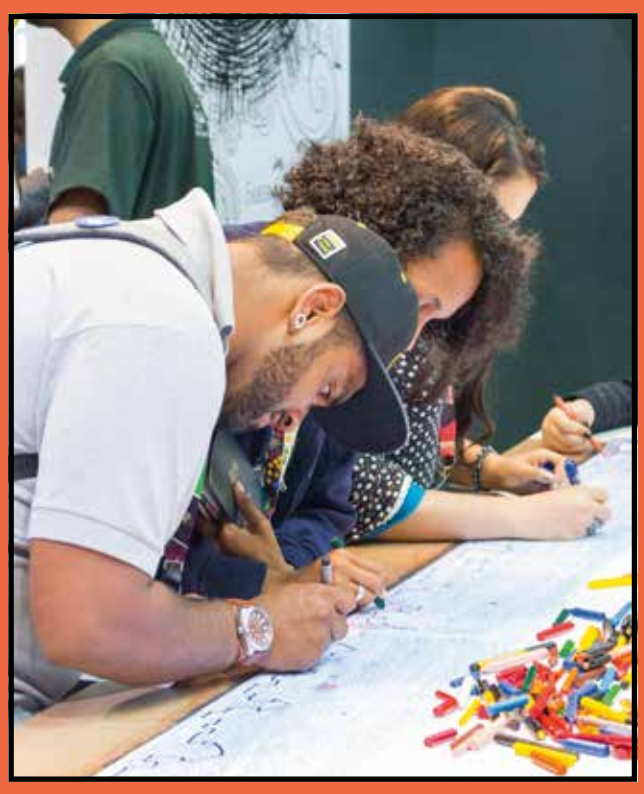
Eldorado für Kunstbegeisterte

Das Faber-Castell Singapur Art Festival

In die pralle Vielfalt der Faber-Castell Schreib-, Farb- und Kreativwelt konnten die 15.000 Besucher des Singapore Art Festivals vom 27. Mai bis 4. Juni 2017 in der Marina Square Shopping Mall in Singapur eintauchen. An neun Festivaltagen bot sich für Kunstbegeisterte und Schreibfans aller Altersstufen die Gelegenheit, in 35 kreativen Workshops die Palette und Anwendung von Faber-Castell Künstler- und Kinderprodukten praxisnah kennenzulernen und selbst künstlerisch aktiv zu werden. Handlettering, Modeillustrationen & Bullet Journaling sind nur einige Beispiele der angebotenen Workshop-Themen, die von den Besuchern begeistert angenommen wurden. Zeichenwettbewerbe und zahlreiche Mal-, Bastel- und Kreativworkshops machten das Festival auch für die kleinsten Künstler zu einem ganz großen Erlebnis.

Zwei weitere Publikums-Highlights wurden auch ganz offiziell vom Singapore Book of Records prämiert: Die 5m x 1,5m große Connector-Skulptur des indonesischen Künstlers Taufiq Maulidin erhielt die Auszeichnung „Größte Skulptur aus Filzstiften“, und die im Rahmen des Festivals von singapurischen Künstlern geschaffene Zeichnung historischer Szenen erhielt die Auszeichnung „Längster Banner figürlicher Skizzen“.

Zeichenrekord in Brasilien



Herzlichen Glückwunsch! Über den Guinness World Records Titel „Längste Zeichnung der Welt“ freut sich Faber-Castell Brasilien zusammen mit mehr als 4000 beteiligten Künstlern. Die ersten Striche des Mammut-Kunstwerks wurden am 1. Dezember 2016 auf der „Comic Con Experience“, der weltweit größten Messe für Popkultur, in São Paulo gesetzt. Dort machten sich die Besucher des Faber-Castell Messestandes, ausgestattet mit Pitt Artist Pens, Wachskreiden und Markern, auf Rekordjagd. In den vier Messetagen wurde fleißig am „Epic Drawing“ gearbeitet, schließlich galt es, den bestehenden 9528 Meter Zeichenrekord zu brechen. Ende Mai 2017 war es dann geschafft: 11.595 Meter misst das fertige Kunstwerk, vollendet von Faber-Castell Mitarbeitern und der Bevölkerung von São Carlos. Eine 2000m² große Halle war nötig, um das Werk auszustellen, so dass Guinness vermessen und bestätigen konnte: Der Weltrekord ist unser!

Die eigens für den Abend arrangierte Musikperformance „Ode an die neue Form“ von Konstantin Landuris Studio ließ die Künstlerinnen Verena-Maria Fitz und Magdalena Ganter per Hebebühne über die Stockwerke des Treppenhauses „schweben“.

Design – Business as unusual!

Dr. Silke Claus, Geschäftsführerin von bayern design, und Rolf Schifferens, Vorstand Faber-Castell Europa/ Nordamerika, im Dialog über den Einfluss des Designs auf den wirtschaftlichen unternehmerischen Erfolg.

Unter diesem Motto fand am 5. Juli 2017 das 30jährige Jubiläum des bayerischen Kompetenzzentrums für Design, bayern design, statt. Rund 250 geladene Gäste aus Designwirtschaft, Architekturszene und Politik feierten im festlichen Rahmen des Faber-Castell’schen Schlosses in Stein bei Nürnberg und diskutierten über die Zukunft von Gestaltung.

Charles Graf von Faber-Castell erinnerte in seinen Begrüßungsworten an die Gründung durch seinen Vater: Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell hatte im Jahr 1987 das Designforum Nürnberg e.V. mit Partnern aus der Wirtschaft ins Leben gerufen. Was zunächst als lokale Initiative mittelständischer Unternehmer und selbständiger Gestalter begann, entwickelte sich binnen 30 Jahren dank zahlreicher Aktivitäten und einflussreicher Kooperationspartner zum international anerkannten Kompetenzzentrum für Design am Wirtschaftsstandort Bayern. Die heutige bayern design GmbH ist unter anderem Ausrichter von Deutschlands größtem Design-Event, der Munich Creative Business Week (MCBW).

Shelley sagt „Goodbye“

Brillanter Dirigent und Entertainer, virtuoser Cellist und Strahlemann: Jahrelang hat Alexander Shelley als Chefdirigent der Nürnberger Symphoniker das fränkische Publikum musikalisch verzaubert. Im August 2017 verabschiedete er sich und zog weiter, unter anderem als musikalischer Leiter des National Arts Centre in Ottawa. Dass er aus Nürnberg ein edles Faber-Castell Souvenir mitnimmt, demonstriert er freudig auf diesem Foto. So charmant dankt er einem Fan, der ihm das „Basic“-Schreibgerät mit Namensgravur zum Abschied zukommen ließ.

„Wenn der Mensch etwas [...] schaffen will, so muss das [...] erst Fleisch und Blut in ihm angenommen haben ... er muß [...] das Zeug dazu haben, um aus sich selbst heraus schöpfen zu können.“

Lothar von Faber 1869

Grosse Kunst in Penzberg

Das Museum Penzberg im oberbayerischen Landkreis Weilheim-Schongau beherbergt die weltweit größte Sammlung von Werken des deutsch-niederländischen Malers Heinrich Campendonk (1889-1957). Eines dieser Bilder, wie alle geprägt vom Einfluss seiner expressionistischen Wegbegleiter Franz Marc und Wassily Kandinsky, hat für die Bürger der Region eine ganz besondere Bedeutung: Im Ölgemälde „Pferde im Garten/Die kleinen Pferde“ aus dem Jahr 1912 verewigte Campendonk nämlich ein typisches Penzberger Bergarbeiterhaus. Die Nachricht, dass dieses Werk nun dauerhaft im Museum Penzberg ausgestellt sein wird, sorgt daher für große Freude in der Kleinstadt. Möglich gemacht hat das die Erbengemeinschaft Faber-Castell, die das wertvolle Bild aus der Kunstsammlung des 2016 verstorbenen Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell dem Museum Penzberg als Dauerleihgabe zur Verfügung stellte.

Weitere Infos zur Sammlung Campendonk unter: www.museum-penzberg.de.

Horizont 2017 – Semesterausstellung Grafik-Design

Die erste Werkschau des Bachelor-Studiengangs Grafik-Design fand im Sommer 2017 statt und zeigte studentische Arbeiten aus allen Semestern. Sie orientierte sich am Namen „Horizont“ und machte unterschiedliche Perspektiven der jungen Generation von Kreativen zu den gestellten Themen sichtbar. Inspirierende Exponate offenbarten nicht nur das Talent der Absolventen, sie waren auch Spiegelbild und Ausdruck der Projekte, die den Studiengang so interessant machen. Das Vollzeitstudium an der Akademie Faber-Castell ist auf sechs Semester und das berufsbegleitende auf sieben Semester angelegt.

Feste Feiern, wie sie fallen

Studenten gestalten interkulturellen Kalender 2018

Wer feiert was wann? In einer Gesellschaft, die aus Menschen vieler Religionen besteht, verliert man leicht den Überblick. Der interkulturelle Monatskalender der Werbeagentur Wildner+Designer aus Fürth schafft Abhilfe, denn er bildet die Feiertage vieler Glaubensrichtungen und Kulturen ab. Rund 40 Grafik-Design Studierende der Akademie Faber-Castell haben jetzt einen kreativen Beitrag geleistet und für den Kalender 2018 Monatsblätter entworfen. Initiator und Betreuer Stefan Wildner ist überzeugt, dass die tollen Ergebnisse die interkulturelle Idee weiter verbreiten werden. Das Werk namens „wholidays 2018“ ist ab Oktober 2017 auch über die Verwaltung der Faber-Castell Akademie erhältlich.
Mehr unter *www.wholidays.info*

„Bildung,
[...] die einzige Garantie für die Verirrungen der Masse und zugleich das wirksamste Mittel zur Lösung der socialen Frage, ist in ihrem eigentlichen Kern nichts weiter als eine Bildungsfrage.“

Lothar von Faber
1873

Informationen zur
Akademie Faber-Castell unter:
www.akademie-faber-castell.de
Tel.: 0911 9965 5151/-5152

Graduierten-Kolloquium an der Akademie Faber-Castell

Im Stile einer Fachkonferenz präsentierten die Graduierenden des berufsbegleitenden Studiengangs Kunst- & Gestaltungstherapie im Juli 2017 das breite Spektrum ihrer Abschlussarbeiten und zeigten auf, welche Themen sie als Therapeuten betreuen: von der Eingewöhnung in der Kinderkrippe, der Lebensphasenberatung für Frauen und Männer ab 50 bis zur Begleitung von Menschen mit überdurchschnittlicher Sinneswahrnehmung, so genannter Hypersensibilität. Impressionen des Kolloquiums wurden festgehalten in den Event-Skizzen von Pauline Ulrich, einer Dozentin der Akademie Faber-Castell.

Erwin Schmidt „entfliegt“ in den Ruhestand

„Wer den Kopf in den Sand steckt, wird nachher mit den Zähnen knirschen“, scherzte Erwin Schmidt auf der Betriebsversammlung im Juni 2017 und verband die Vogel-Strauß-Metapher mit einem ernst gemeinten Aufruf an die Belegschaft, sich für die Betriebsratswahl aufstellen zu lassen, um Veränderungen im Unternehmen aktiv mitzugestalten. Denn bald wird der Betriebsrat um ein altgedientes Mitglied ärmer: Erwin Schmidt selbst geht im Dezember 2017 in Ruhestand.

„In meiner 33jährigen Betriebsratstätigkeit habe ich miterlebt, wie Graf von Faber-Castell das Unternehmen und die deutschen Werke aus den bescheidenen Anfängen zur heutigen Größe aufgebaut hat“, resümiert der Rentner in spe. Auf 37 Jahre Firmenzugehörigkeit zurückblickend erinnert sich Erwin Schmidt, wie in den schwierigen 90er Jahren in gemeinsamem Ringen um die bestmögliche Lösung Sozialpläne erstellt und Arbeitsplätze erhalten werden konnten. 2012 vertrat er als Betriebsrat die vom Logistikumzug nach Frauenaurach betroffenen Mitarbeiter. Erwin Schmidt ist zufrieden: „Ich habe immer sehr gerne bei Faber-Castell gearbeitet und danke allen, die mich in dieser Zeit begleitet, gefördert und unterstützt haben.“ Geschäftsführung und Belegschaft bedanken sich für seinen unermüdlichen Einsatz und wünschen alles Gute für den Ruhestand!

Nachwuchstalent: Der erst 10 Jahre alte Patensohn von Erwin Schmidt, Pablo Toussaint, hat diese Karikatur gezeichnet – mit den Polychromos Künstlerfarbstiften von Faber-Castell.

Jubilarfeier im Schloss

Das Jahr 2017 steht ganz im Zeichen des Pioniers Lothar von Faber, der den hohen Stellenwert von Mitarbeitern bereits in seiner Zeit erkannt und deren Arbeit und Leistung schon damals bei firmeninternen Festivitäten gewürdigt hat. „Die Kompetenz von Faber-Castell basiert auf unseren Wurzeln, unserer Geschichte und unserer Erfahrung, und wir nutzen sie, um die Zukunft unternehmerisch zu gestalten“, lautet seit jeher ein Grundsatz zu den Markenkernwerten des Unternehmens.

Bis heute werden langjährige Mitarbeiter im Rahmen eines Empfangs im Schloss von der Geschäftsleitung für ihr Engagement, ihre Treue und ihre Loyalität geehrt. Ende 2016 waren es 20 Jubilare, von denen 14 dem Unternehmen seit 25 und weitere sechs bereits seit 40 Jahren angehören. Insgesamt bringen sie es damit auf sage und schreibe 590 Dienstjahre – wir gratulieren!

Neue Azubis 2017

Wir wünschen unseren neuen Auszubildenden einen guten Start ins Berufsleben! Von links nach rechts: Kathrin Feyerlein (DH-Studentin International Business), Lukas Grillenberger (Industriemechaniker), Sophie Scheel (Industriekauffrau), Lukas Dreßel (Industriekaufmann), Joshua Rose (Fachkraft für Lagerlogistik), Fabia Maria Klein (Industriekauffrau), Sarah Weichert (Industriekauffrau).

Markenkenner im Dialog

Charles Graf von Faber-Castell im Gespräch mit Turpin Rosenthal

V.l.n.r.: Charles Graf von Faber-Castell, Bernhard J. Teuber, Turpin Rosenthal, Rolf Schifferens, Wilhelm Siemen (Direktor Porzellanikon – Staatliches Museum für Porzellan)

„Heute kann ich Ihnen die erfreuliche Mittheilung machen, daß das Markenschutz-Gesetz im deutschen Reichstag [...] mit großer Majorität Annahme gefunden hat.“

Lothar von Faber 1874

Bei Rosenthal in Selb kamen im Mai 2017 die Söhne zweier außergewöhnlicher Persönlichkeiten der Markenartikel-Industrie zusammen: Charles Graf von Faber-Castell, Sohn des verstorbenen Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell, und Turpin Rosenthal, Sohn von Philip Rosenthal, der letztes Jahr 100 Jahre alt geworden wäre. Die Söhne sind heute selbst in führenden Positionen tätig – Graf von Faber-Castell im Familienunternehmen, Rosenthal bei Könitz Porzellan.

Beim gemeinsamen Austausch entdeckten sie viele Gemeinsamkeiten zwischen ihren Vätern: Beide teilten nicht nur die Leidenschaft für Kunst und Design – vor allem waren sie global agierende Visionäre und innovative Markenstrategen, die den Erfolg ihres Unternehmens maßgeblich geprägt haben.

Charles Graf von Faber-Castell, Rolf Schifferens (Vorstand Faber-Castell Europa/Nordamerika) und Bernhard J. Teuber (ehemaliger Rosenthal-Vorstand und bis 2006 Mitglied der Faber-Castell Geschäftsführung) luden im August zum Gegenbesuch nach Stein ein, um den gemeinsamen Dialog zweier tradierter Unternehmen und deren Herausforderungen für die Zukunft fortzusetzen.

Mit einem Knall in die närrische Zeit

Von Urzeln und Goaßln

„Kölle Alaaf“ oder „Nürnberg Aha“ – wenn die neue Karnevalsaison vor der Tür steht, machen sich auch die Mitglieder der Familie Faff – drei davon Mitarbeiter bei Faber-Castell – bereit. Seit über 15 Jahren engagieren sich die Faffs beim Kreisverband Nürnberg für die Brauchtumspflege der Siebenbürger.

Sie sind stolz auf ihre Volkstänze, Trachten und Bräuche, zu denen auch das Winteraustreiben gehört: Als maskierte „Urzeln“, Schneefrauen und Hexen verjagen sie seit jeher den Winter mit einem lauten Knall ihrer Peitschen, die sich im Fachjargon „Goaßln“ nennen.

Sohn Martin, der seit 2011 bei Faber-Castell arbeitet, sorgt mit seinem Engagement in Trachtengruppe und Faschingsverein dafür, dass diese Tradition auch in Zukunft Bestand haben wird. „Wenn Martin mit der Goaßl knallt, dann bleiben viele Menschen still und lauschen dem donnernden Schall“, schwärmt die stolze Mutter.