

Trotz Produktions-Boom: Faber-Castell Werke sind weiter klimaneutral

Globale Kreativtrends sorgen für gute Auslastung der Holzstift-Fertigung. Weltweit kann das Unternehmen zunehmend erneuerbare Energien einsetzen und produziert dank eigener Wälder als einziger Hersteller der Branche CO₂-neutral. Kreativität bleibt für das Unternehmen weiter ein Megatrend mit Wachstumschancen.

Stein, 20. Dezember 2018. 20 Kubikmeter Holz pro Stunde wachsen in den Wäldern von Faber-Castell in Brasilien. Vor rund 30 Jahren initiierte das Familienunternehmen ein Forstprojekt in Prata im Bundesstaat Minas Gerais. Wo früher Brachland lag, wurden auf einer Fläche von etwa 10.000 Hektar Millionen Setzlinge der karibischen Kiefer aufgeforstet. Das sichert nicht nur den nachhaltigen Holzbestand von Faber-Castell, dem größten Einzelproduzenten von Holzgefassten Stiften, sondern es stellt auch eine bedeutende CO₂-Senke dar. Im aktuellen Nachhaltigkeits-Fact-Sheet, welches die Daten von 2013/14 bis 2016/17 gegenüberstellt, legt Faber-Castell dar, wie das Unternehmen trotz einer Produktionssteigerung von Holzstiften um 15 Prozent dank dieser Waldflächen immer noch klimaneutral fertigt.

Über 90 Prozent der in den Werken verbrauchten thermischen Energie stammt aus regenerativen Quellen. Darüber hinaus setzt die Faber-Castell-Gruppe weltweit mehr als 60 Prozent erneuerbaren Strom ein. Der Anteil erneuerbarer Energie am Energieverbrauch der Faber-Castell-Gruppe weist dabei über die letzten Jahre hinweg einen positiven Trend auf und soll auch in Zukunft weiter ausgebaut werden. Um die Umweltauswirkungen einzelner Produkte besser zu verstehen, werden in Zukunft gezielt Ökobilanzen eingesetzt, die den gesamten Lebenszyklus betrachten: angefangen bei den verwendeten Rohstoffen über den Produktionsprozess, den Transport bis hin zur Entsorgung.

Kreativität wird karriererelevant

Die hohe Auslastung in der Fertigung verdankt Faber-Castell dem anhaltenden Konsumentenwunsch nach kreativer Beschäftigung abseits vom digitalen Alltag. Der Malbuch-Hype der Jahre 2015 bis 2017 bescherte dem Unternehmen Umsatzrekorde. Derzeit ist dieser Trend rückläufig, wird aber von anderen Trends wie Bullet Journaling, Handlettering und Kalligrafie teilweise abgelöst. Kreativität spielt jedoch nicht nur für die Stressbewältigung eine Rolle, sondern auch für die berufliche Qualifikation: Der diesjährige Job-Report des World Economic Forums (WEF)¹ weist darauf hin, dass bereits jetzt Kreativität unter den Top Fünf der berufsrelevanten Fähigkeiten steht. Doch schon 2022 sieht das WEF die Kreativität auf Platz drei, hinter analytischem Denken und aktivem Lernen. Kreativität gilt als wesentliches Differenzierungsmerkmal des Menschen gegenüber der künstlichen Intelligenz, die mit zunehmender Digitalisierung der Arbeitswelt mehr und mehr Standardprozesse übernehmen wird.

Wachstumschancen für Faber-Castell

Als „Lebensbegleiter“ möchte Faber-Castell Kreativität von jung bis alt fördern und seine Kunden mit innovativen Produkten zu kreativen Erlebnissen inspirieren. Entwicklungschancen sieht das Unternehmen aber nicht nur in dem Ausbau seines *Art&Graphic*-Sortiments für Künstler, sondern gerade auch im Bereich der Hobbykünstler. So wurde das Segment „Creative Studio“ mit Einstiegersets zum Beispiel zum Thema Kalligraphie, Manga oder Handlettering sukzessive ausgebaut.

Auch im Dienstleistungsbereich geht Faber-Castell neue Wege: Weil die Fähigkeit zu bildhaftem, offenem und kindlichem Denken mit dem Eintritt in die Schule abnimmt, hat das Unternehmen zusammen mit dem Lemann Creative Learning Program am MIT Media Lab neue Lernmodelle entwickelt, die die Fähigkeiten zu komplexen Problemlösungen fördern sollen. In Brasilien wird gerade ein entsprechendes Konzept getestet: Auf 800 Quadratmetern Fläche des „Creative and Innovation Space“ sollen Kinder verzwickte Aufgaben lösen, die ihnen Comic-Figuren per Video stellen. Hierzu stehen den Teams allerlei unterschiedliche Materialien, darunter Kartons, Kunststoffe und Stifte zur Verfügung. Per 3D-Drucker lässt sich Selbstentworfenen auch gleich ausdrucken. Auf diese Weise können Kinder spielerisch Fähigkeiten in Argumentation, Teamwork und Kommunikation stärken – und die eigene Kreativität entfalten. Das Modell könnte als Teil des Lehrplans auch in Schulen integriert werden.

In Deutschland kooperiert Faber-Castell unter anderem mit Bildungs-, Forschungs- und Hochschuleinrichtungen, um dem Thema Kreativität in Schule und Ausbildung mehr Gewicht zu verleihen. Die Faber-Castell Akademie bietet beispielsweise staatlich anerkannte, berufsbegleitende Bachelor-of-Arts-Studiengänge in Grafikdesign an. Daneben gibt es Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für bildende Kunst, literarisches Schreiben oder Kreativtherapie sowie eine Jugendkunstschule.

„Gut gewappnet für die Zukunft“

Vorstandsvorsitzender Daniel Rogger sieht Faber-Castell mit seiner derzeitigen strategischen Ausrichtung gut gewappnet für die Zukunft. „Wir werden weiter an analogen Kreativprodukten festhalten, diese aber auch sukzessive um digitale Anwendungen und Dienstleistungen ergänzen, beispielsweise mit Kreativ-Apps für die ganze Familie oder mit innovativen Vertriebswegen und -kanälen im Onlinebereich. Dem Thema Nachhaltigkeit werden wir auch weiterhin eine hohe Bedeutung beimessen. Verbraucher werden zunehmend mündiger und verantwortungsbewusster: Ethische Aspekte wie Umwelt- und Sozialverträglichkeit führen mehr und mehr zum Kaufentscheid. Unsere Verbraucher informieren sich auf unterschiedliche Weise über die Qualität und Nachhaltigkeit von Produkten und Marken. Wir haben früh mit Waldbewirtschaftung nach FSC-Standard begonnen und sind als einziger Hersteller der Branche CO₂-neutral in der Fertigung.“ Das Unternehmen erwirtschaftete im abgelaufenen Geschäftsjahr 2017/18 einen Gruppenumsatz von 613 Millionen Euro (-3 Prozent währungsbereinigt versus Vorjahr). In den nächsten fünf Jahren will das Unternehmen in allen Sparten sowie im Kosmetikbereich weiter wachsen und insbesondere im vielversprechenden asiatischen Markt überproportional zulegen.

Faber-Castell ist eines der weltweit führenden Unternehmen für hochwertige Produkte zum Schreiben, Zeichnen und kreativen Gestalten sowie dekorativer Kosmetikprodukte. Mit über zwei Milliarden Blei- und Farbstiften pro Jahr und rund 8.000 Mitarbeitern ist Faber-Castell der bedeutendste Hersteller von Holzgefassten Stiften weltweit. Heute ist das Unternehmen in über 120 Ländern vertreten und verfügt über eigene Produktionsstätten in neun sowie Vertriebsgesellschaften in 23 Ländern weltweit. Das 1761 gegründete Industrieunternehmen Faber-Castell ist eines der ältesten der Welt und in seit neun Generationen im Besitz derselben Familie. Seine führende Position auf dem internationalen Markt verdankt das Unternehmen der traditionellen Selbstverpflichtung zu höchster Qualität und der großen Zahl von Produktinnovationen.

1 <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2018>