

FAMILIENZUWACHS – WELCOME TO THE FAMILY

# NACHHALTIGKEITSBERICHT 2012



# INHALT

## AUGUST FALLER 2012

Vorwort 04

## PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN: ETIKETTEN

Funktional und vielfältig 06  
Neu und ideenreich 06  
Original und sicher 08  
Exzellente und ausgezeichnet 08

## ÖKONOMIE

Markt 10  
Wirtschaften 11  
Investieren 13  
Ergebnis und Eigenkapital 13  
Haustarif und Erfolgsbeteiligung 13  
August Faller als Arbeitgeber 14  
Wirtschaftliche Kennzahlen 15

## ÖKOLOGIE

Umweltfreundliche Herstellung  
unserer Werbemittel 16  
Beleuchtungskonzept für  
Binzen und Waldkirch 16  
CO<sub>2</sub>-Einsparung im Fuhrpark 17  
Kennzahlen 17  
Energieverbrauch 17  
Gefährliche Abfälle 17  
Materialausschuss 17

Energiemanagement 17  
Umweltfreundlich zum Betrieb 18  
Umweltkennzahlen 18

## SOZIALES

Start ins Berufsleben 19  
Selbstständige Projektarbeit 19  
Interne Veranstaltungen 20  
Förderung der freien Theatergruppe  
Tempus fugit 20  
Soziale Kennzahlen 22

## A.C. SCHMIDT A/S

Nachhaltigkeit bei A.C. Schmidt 24  
Lean Management 24  
Wirtschaftliche Kennzahlen 25  
Umweltkennzahlen 25  
Soziale Kennzahlen 25

## AKTUELLES

Ideenmanagement 27  
Lean Management 28  
Lernpartnerschaften 28

## AUGUST FALLER 2012

August Faller ist auch 2012 gewachsen. Im Sinne eines Umsatzzuwachses und über die Erweiterung des Unternehmens. Bei der August Faller KG lassen sich Wachstum und Internationalisierung mit dem Begriff „Familienplanung“ verbinden. Mit Bedacht, Maß und Ziel verfolgen wir die Realisierung unserer Wachstumsstrategie. Dabei haben wir stets die nachhaltige Perspektive im Blick und bewahren und entwickeln unsere Unternehmenswerte auch für den internationalen Kontext.

Im 131. Jahr der Unternehmensgeschichte haben wir im Juni 2012 eine indische Tochtergesellschaft gegründet. Mitte August 2012 hat August Faller ein dänisches Verpackungsunternehmen in Hvidovre bei Kopenhagen akquiriert und im Dezember mit der Gesellschaftsgründung den Grundstein für einen polnischen Produktionsstandort in Lodz gelegt. August Faller geht den Weg der Internationalisierung im Bewusstsein seiner Tradition als Familienunternehmen, daher steht der Nachhaltigkeitsbericht 2012 unter dem Motto „Familienzuwachs – welcome to the family.“

Mit einem moderaten Umsatzzuwachs der August Faller KG sowie den seit 15. August erzielten Umsätzen in Dänemark hat die August Faller Gruppe 2012 einen bilanziellen Umsatz von 104,5 Mio. Euro erzielt. Als kompetenter, zuverlässiger Pharmazulieferer haben wir unser hohes Qualitätsniveau gehalten und die Liefertermintreue weiter verbessert. Über diese kaufentscheidenden Kriterien hinaus schätzen unsere Kunden unsere hohe Serviceorientierung, Flexibilität, Innovation und expansive Kraft. Damit konnten wir in einem herausfordernden Markt trotz hohem Preisdruck und weiterer Konsolidierung gut bestehen und

unseren Erfolgskurs halten. Die August Faller KG verzeichnet für 2012 einen Umsatzzuwachs von 0,6 % auf 100,6 Mio. Euro. Dies entspricht in etwa der Entwicklung des stagnierenden deutschen Pharmamarktes, so dass wir davon ausgehen, unsere Marktanteile gehalten zu haben.

Die Internationalisierung zeigt sich auch in den internen Abläufen: Unser Vertrieb hat im Markt sein europäisches Profil gestärkt, betreut einen Großteil unserer Kunden länderübergreifend, Englisch wird neben dem Deutschen zur gewohnten Firmensprache. Auch intern finden immer mehr „Meetings“ auf Englisch statt und die Fremdsprachenqualifizierung läuft auf Hochtouren.

Im Bereich der „Operational Excellence“ und „Innovation“ verfolgen wir unsere Ziele konsequent: Produktivität, Qualität, Sicherheit und Umweltschutz werden durch unsere Lean-Management-Aktivitäten weiter verbessert. 2012 hat sich unsere Materialeffizienz sowohl durch organisatorische Maßnahmen als auch durch die Einführung neuer Drucktechnologien erhöht. Der Aufbau unseres Energiemanagementsystems schreitet voran.



Mit der Gründung und Implementierung eines Innovationszirkels haben wir unsere Innovationskultur weiter gestärkt.

Zukünftig wird unser Nachhaltigkeitsbericht die Entwicklung der August Faller Gruppe aufzeigen. Entsprechende Kennzahlen werden ab 2013 für die Tochtergesellschaften entwickelt und erfasst. Für 2012 berichten wir über A.C. Schmidt noch in einem gesonderten Kapitel.

Das Ergebnis von August Faller hat sich in 2012 auf einem zufriedenstellenden Niveau stabilisiert. Unsere Gesellschafter erhöhten wiederum das Eigenkapital, wobei durch den Anstieg der Bilanzsumme die wirtschaftliche Eigenkapitalquote auf einem hohen Niveau von 46,8 % leicht rückläufig ist. Die freiwillige Erfolgsbeteiligung unserer Mitarbeiter wurde zugunsten einer höheren Entlohnung aufgegeben, die von der Tariffkommission im Haustarif ausgehandelt wurde. Soziale Gerechtigkeit und gesellschaftliche Verantwortung bleiben im Fokus unserer Bemühungen um gesundes, nachhaltiges Wirtschaften.

August Faller hat sich 2012 international aufgestellt und damit eine zukunftsfähige Basis im immer globaler agierenden Pharma- und Healthcare-Markt erarbeitet. Trotz großer Herausforderungen im Markt werden wir als August Faller Gruppe unseren Weg einer nachhaltigen Entwicklung gehen!

Dr. Michael Faller

Dr. Daniel Keesman

# PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN: ETIKETTEN

Heute werden von Pharma- und Healthcare-Unternehmen immer innovativere und individuellere Verpackungsentwicklungen gefordert. Hier spielt es eine große Rolle, ideenreich und produktiv zu sein, denn wer begeistern will, muss auch selbst begeistert sein. August Faller baut auf die Entwicklung neuer Technologien, um einzigartige Produkte für den Pharma- und Healthcare-Markt herzustellen, die selbst dem größten Wettbewerb standhalten. Im Nachhaltigkeitsbericht 2012 stellen wir die vielfältigen Potenziale der Etiketten in den Fokus.

## FUNKTIONAL UND VIELFÄLTIG

Ein Etikett ist Teil der Verpackung, unterstützt die Logistik, schützt das Produkt und setzt individuelles Marketing um. Trotz dieser multifunktionalen Anwendungsvielfalt bleibt es oft unterschätzt. Dabei ist das Etikett ein echter, unverzichtbarer Mehrdisziplinenkämpfer und wird in Zukunft noch variabler und integraler werden. August Faller bietet für jede Anwendung das passende Produkt: ein- oder mehrfarbig, groß- oder kleinformig, gestanzt, geprägt oder laminiert.

Unser Etiketten-Produktportfolio:

- Produktausstattungsetiketten
- Verschlussetiketten
- Dokumentationsetiketten
- Wicketiketten
- Info-Etiketten
- Hanger Label Twist
- Multipage-Etiketten (Booklet, Leaflet, Sample)

## NEU UND IDEENREICH

Durch immer wieder neue und kreative Produktentwicklungen bleibt August Faller innovativ und auf dem aktuellen Stand. Bei der Entwicklung unserer Produkte und der Optimierung von vorhandenen Verpackungslösungen haben wir natürlich zu jeder Zeit die Ziele unserer Kunden vor Augen.

### Multipage-Etiketten

Die neu eingeführten Multipage-Etiketten, eine Kombination aus Etikett und Packungsbeilage, bieten viele flexible Möglichkeiten für die Primär- und Sekundärverpackung. Aufgrund ihrer Konstruktion und Materialbeschaffenheit können besonders umfangreiche Produktinformationen, wie zum Beispiel mehrsprachige Produktkennzeichnungen oder Klinikstudien, direkt am Produkt untergebracht werden. Damit sind sie eine wirtschaftlich attraktive Lösung für viel Information auf kleinstem Raum.



## Hanger Label Twist

Herkömmlich werden Infusionsflaschen an einem geeigneten Haltegestell befestigt. Dies ist sehr zeitintensiv, was im Notfall zu diversen Problemen führen kann. Zudem entstehen hohe Kosten für die Beschaffung der Halterungen. Daher wurden selbstklebende Aufhängevorrichtungen für Transfusions-, Infusions- und Injektionsflaschen angestrebt und schließlich in der DIN 58376 beschrieben.

August Faller hat ein neues Befestigungssystem für Infusionsflaschen entwickelt. Das „Hanger Label Twist“ ist eine selbstklebende und lotrechte Aufhängevorrichtung aus extrem reißfestem Material, die keine externe Halterung mehr benötigt. Sie bietet neben Sicherheit und Schnelligkeit bei der Aufhängung auch eine deutliche Kostenersparnis: Denn ein aufwändiges Desinfizieren der herkömmlichen Haltegestelle nach jedem Verwenden ist mit diesem neuen Produkt nicht mehr notwendig.

## ORIGINAL UND SICHER

Das eigene Produkt optimal und effektiv zu schützen wird immer wichtiger. Auch deshalb, weil der Gesetzgeber über die EU-Fälschungsrichtlinie regelt, welche Sicherheitsmerkmale zukünftig auf der Verpackung bzw. äußeren Umhüllung eines Arzneimittels aufgebracht werden sollen.

Um vor Fälschungen zu schützen, können auf Etiketten wiedererkennbare, sichtbare und unsichtbare Sicherheitsmerkmale gedruckt oder geprägt werden. Mit zusätzlichen Veredelungsmöglichkeiten wird das Produkt unverwechselbar. Unser umfangreiches und durchgängiges Sicherheitssystem bei Fälschungssicherheitsmerkmalen für Etiketten könnten zum Beispiel Mikrotext, Hologramme oder Double Dot sein.

Umfassende Beratung zum Thema Fälschungssicherheit:

- August Faller analysiert gemeinsam mit den Kunden die Situation, definiert die Problemstellung und berät, welche Schutzmaßnahmen eingeleitet werden können.
- August Faller setzt das Sicherheitskonzept konsequent mit den Kunden um und gewährleistet bei der Datenübertragung und Produktion höchste Sicherheit durch validierte Prozesse.
- August Faller bietet eine Vielzahl von Sicherheitsmerkmalen an.

## EXZELLENT UND AUSGEZEICHNET

### FINAT Award

Der weltweite Verband für Haftetiketten und verwandte Erzeugnisse Finat hat die August Faller KG 2012 mit dem Finat Award in der Kategorie „B5 – Digital Printing“ ausgezeichnet. Bereits in den Vorjahren hatte sich die August Faller KG als Finalist qualifiziert.

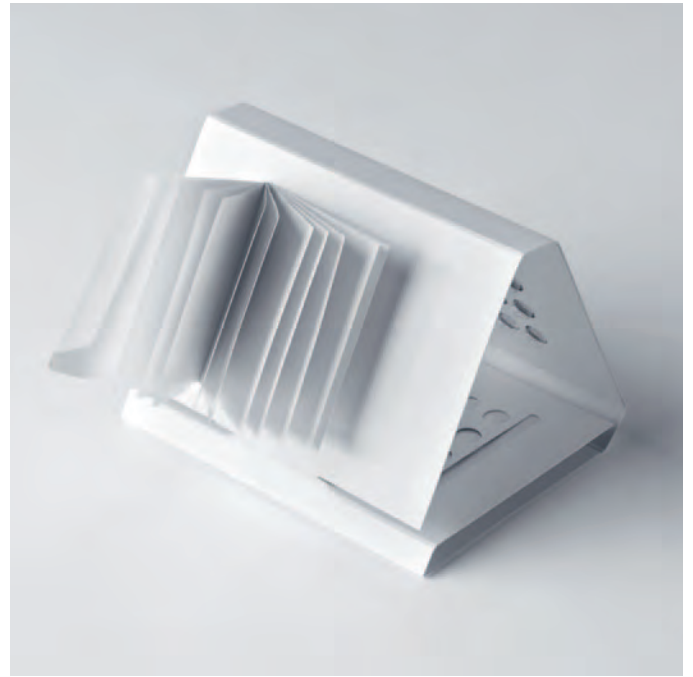
Das ausgezeichnete Etikett mit Namen „binop“ wird auf aluminiumbedampfter Folie produziert. Besonders die exzellente Darstellung von silbernen Elementen mit schmaler, goldfarbiger Umrandung überzeugte die Fachjury.

Auch im Pharmabereich ist der Trend zu ansprechend gestalteten Verpackungen und Labels ungebrochen. Dazu gehört unter anderem die Verwendung von aluminiumbedampfter Spezialfolie. Die Kundenansprache gelingt mit hochwertigen Etiketten besser und nachhaltiger. Eine entsprechende innovative Gestaltung unterstreicht zudem die Wertigkeit des Produkts, trägt zur Markenkommunikation bei und erhöht den Mehrwert für den Käufer.

Die August Faller KG hat ihre Druckkompetenz im Bereich Etiketten erheblich ausgebaut. So bieten wir die Bedruckung unterschiedlicher Effektfolien nach Wunsch mit dem eigenen HP Indigo System an, das mit bis zu sieben Farben arbeiten kann. Für den Druck wird eine Spezialsoftware eingesetzt.



Ausgezeichnetes binop-Label





# ÖKONOMIE

August Faller gehört zu den Marktführern im deutschsprachigen Markt und ist auch im europäischen Raum etabliert, wozu die Akquisition von A.C. Schmidt in Dänemark und der Aufbau eines polnischen Produktionsstandortes beitragen. Mit Lösungen für alle Fragen rund um das pharmazeutische Verpacken, für bedruckte Faltschachteln, Packungsbeilagen und Haftetiketten sowie Kombinationsprodukte und einem umfassenden pharmaspezifischen Qualitätssicherungssystem haben wir ein klares Profil als Spezialist für Verpackungen für Pharma- und Healthcare-Produkte. Darauf aufbauend haben wir das Portfolio durch pharmazeutische Dienstleistungen im Verpackungsbereich erweitert.

Die „gute Herstellungspraxis“ für pharmazeutische Produkte erlaubt keine Fehler und verlangt höchste Qualität. In der Versorgung unserer Kunden mit sicheren Pharmapackmitteln, die sowohl die Convenience (Patienten- und Bedienerfreundlichkeit) als auch die Compliance (sichere Medikation) wirksam unterstützen, sehen wir unseren Beitrag für eine Gesellschaft, die in eine jederzeit verfügbare und sichere Medikamentenversorgung vertraut.

## MARKT

Die Situation des Pharmamarktes hat sich gegenüber dem Vorjahr nicht grundlegend verändert und steht weiter unter Druck. Insbesondere in Europa wiederholen sich negative Schlagzeilen: So titelte beispielsweise die Berliner Zeitung im Juli 2012: „Pharmaindustrie in der Krise“, oder die Deutschen MittelstandsNach-

richten berichteten im Herbst: „EU-Krise trifft Pharmaindustrie stark“. Ausbleibende Erfolge in der Forschung, Patentabläufe bei umsatzstarken Arzneien und der immer stärker werdende Preisdruck zeigen Auswirkungen. „Das bisherige Geschäftsmodell der Pharmaindustrie ist am Ende“, verkündete eine 2012 veröffentlichte Umfrage der Unternehmensberatung Booz & Co. (Berliner Zeitung vom 11.07.2012). Der Pharmamarkt ist durch große Verwerfungen und tiefgreifende Veränderungen gekennzeichnet. Der Spardruck in den Gesundheitssystemen führt zu weiterhin steigendem Effizienz- und Kostendruck. Es werden Generikasparten aufgebaut oder die Geschäfte mit freiverkäuflichen Medikamenten gestärkt. Das Ergebnis sind steigende Umsätze bei fallenden Renditen – trotz enormer Sparbemühungen. Daneben bleiben Innovationen wichtig, einschließlich

sogenannter „Orphan Drugs“, also Arzneimittel zur Behandlung seltener Erkrankungen. Einen Lichtblick zeichnete das IMS Healthcare Institute bei seiner Kundentagung 2012 und prognostiziert bis 2016 eine Erholung des globalen Pharmamarktes. Dazu beitragen werden vor allem die positiv erwarteten Entwicklungen in den USA, Japan und den sogenannten „Pharmerging Markets“, zu denen Länder wie China, Indien, Brasilien oder Russland gehören. Gründe für die erwartete Entwicklung sind u. a. ein breiterer Zugang zur medizinischen Versorgung, etwa in den USA als Folge von Gesundheitsreformen, aber auch in den „Pharmerging Markets“ aufgrund einer positiven Wirtschaftsentwicklung und der damit einhergehenden Verbreiterung der Mittelschicht. Der demografische Faktor spielt bspw. in Japan eine Rolle, wo infolge einer alternden Bevölkerung mit einem erhöhten Arzneimittelbedarf zu rechnen ist. Auch eine zukünftig stärkere Beachtung von Therapierichtlinien und Verbesserungen bei Compliance und Persistenz sollen zum Wachstum beitragen. Für Europa wird allerdings keine solcherart positive Entwicklung prognostiziert.

Die europäischen Pharmamärkte in Frankreich, Italien und Spanien stagnieren oder schrumpfen weiterhin, das Wachstum des deutschen Apotheken- und Klinikumsatzes als einem unserer Hauptabsatzmärkte liegt bei knapp 2 %. Vom globalen Aufwind kann die deutsche Gesundheitswirtschaft durch Exporte profitieren. International sind die Produkte aus dem deutschen Gesundheitsbereich sehr gefragt. Im Nahen Osten und in Indien besteht ein hoher Bedarf an Medikamenten und Expertise, die vor allem in Deutschland gesucht werden. August Faller konnte in diesem heterogenen europäischen Umfeld zum zweiten Mal in seiner Unternehmensgeschichte die 100-Millionen-Euro-Umsatzschwelle überschreiten und legte um 0,6 % zu. Unser Marktanteil ist stabil, unsere Marktposition hat sich weiter verbessert. Ausschlaggebend hierfür waren unsere Innovationskraft, die hohe Qualität unserer Produkte sowie die Liefertermintreue. Diese Erfolge sind unseren motivierten und ehrgeizigen Vertriebsteams und dem hohen Engagement der gesamten Belegschaft zuzuschreiben. Der Preisdruck unserer Kunden hält jedoch unvermindert an. Insbesondere die Großanfragen auf deutscher oder auch europäischer Ebene sind aufgrund des enormen Mengenbedarfs heiß umkämpfte Objekte auf einem durch Überkapazitäten gekennzeichneten Verpackungsmarkt. Auch 2012 haben wir erfolgreich an pharmaspezifischen Messen wie der CPhI in Madrid teilgenommen.

Die Umsatzentwicklung 2012 begann im ersten Halbjahr schleppend, verbesserte sich im dritten Quartal langsam und verstärkte sich im vierten Quartal. Diese Entwicklung ist einerseits dem fast ganzjährigen Lagerabbau eines Großkunden zuzuschreiben und andererseits dem Gewinn einer großen Ausschreibung, der für die Belebung in der zweiten Jahreshälfte sorgte. Weiterhin kennzeichnen kleine Bestelllose und kurze Lieferzeiten mit oft geringem Vorlauf die Nachfragesituation.

Die Materialpreise für Karton und Papier als unsere Hauptrohstoffe sind auch 2012 weitgehend stabil geblieben, die Verfügbarkeit ist gegeben, die Lieferantenmärkte verhalten sich ruhig. Um dem Preisdruck unserer Kunden zu begegnen, müssen wir jedoch die Effizienz bei Personal und Material erhöhen. So stehen Produktivitätssteigerungen wie Verbesserung unserer Materialeffizienz auch 2012 weiter im Fokus unserer „Operational Excellence“, die seit vielen Jahren Ziel unserer Unternehmensstrategie ist und bleibt.

Der europäische Pharma-Packmittelmarkt befand sich auch 2012 in der Konsolidierungsphase, wobei die Akquisitionstätigkeit in den europäischen Ländern etwas abgenommen hat.

## WIRTSCHAFTEN

### Produktionsmengen und Liefertermintreue

In einigen Packmittelsegmenten haben wir 2012 unsere Produktionsmengen steigern können, in anderen mengenmäßig nachgelassen. Die stärksten Mengenzuwächse im hohen zweistelligen Prozentbereich gab es bei den Etiketten, den Kombiprodukten und den Verpackungsdienstleistungen, im Packungsbeilagen-, aber auch im Faltschachtelsegment haben wir im einstelligen Prozentbereich weniger produziert als im Vorjahr. Insbesondere im ersten Halbjahr waren die Produktionskapazitäten bei Packungsbeilagen und Faltschachteln nicht ausgelastet. Dies änderte sich erst im dritten Quartal und zum Ende des Jahres reichten insbesondere die personellen Kapazitäten im Faltschachtelsegment kaum aus. Aber auch in solchen Situationen gilt es, den hohen Anforderungen unserer Kunden hinsichtlich Zuverlässigkeit und Liefertermintreue gerecht zu werden. Die an den Lean-Management-Prinzipien „Takten, Ziehen, Fließen“ ausgerichtete Planung und Steuerung unserer Produktion gewährleistet, auch große Monatsvolumina in unterschiedlichsten Ausprägungen just in time produzieren zu können. Unser hochgestecktes Ziel von

98 %-Liefertermintreue haben wir aufgrund der sehr heterogenen Auftragsstrukturen trotz hohem Engagement und großer Flexibilität der Belegschaft in der Faltschachtelproduktion knapp verfehlt. Alle anderen Packmittelsegmente haben das Ziel übertroffen, so dass August Faller sich mit der Gesamtliefertermintreue von 98,3 % über alle Sendungen wiederum verbessert hat.

### Qualität

Auch in der Qualität, dem zweiten wichtigen Kaufkriterium unserer Kunden, gab es heterogene Entwicklungen in den Packmittelsegmenten. Insgesamt haben wir das hohe Niveau des Vorjahres mit einer Reklamationsquote von 0,6 % der gefertigten Aufträge halten können. Der Etiketten- und Packungsbeilagenbereich haben das gesetzte Ziel von 0,5 % unterschritten, im Segment Faltschachteln und Verpackungsdienstleistungen gibt es noch Verbesserungspotenzial, das durch zielgerichtete Maßnahmen nun angegangen wird.

### Kosten

Die kontinuierliche Verbesserung hin zum effizienten Unternehmen, zur „Operational Excellence“, ist und bleibt wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Kosten sind den Markterfordernissen stets schnell anzupassen, Fixkosten sind auf niedrigem Niveau zu halten, Rüstzeitoptimierung, Zuschussreduzierung und schnelle Durchlaufzeiten müssen gewährleistet sein. Verschiedene Projekte im Jahr 2012 fokussierten auf neue Produktionstechnologien, die der zielgerichteten Erschließung von Kostensenkungspotenzialen in den beiden wichtigsten Blöcken – Material und Personal – dienen. Die konsequente Weiterentwicklung der Lean-Management-Kultur zur Produktivitätssteigerung in den einzelnen PharmaServiceCentern ist kein Nice-to-have, sondern herausfordernde Notwendigkeit geworden.

### Materialeffizienz

Im zweiten Jahr des Materialeffizienzprojektes konnte im PharmaServiceCenter Packungsbeilagen nun schon zum wiederholten Mal eine zweistellige prozentuale Reduzierung des Ausschusses erreicht werden, in den beiden PharmaServiceCentern Faltschachteln und Etiketten lag die Reduzierung im einstelligen Prozentbereich. Der absolute Materialeinsatz konnte bei den Etiketten nahezu konstant gehalten werden, und das bei gestiegenen Produktionsmengen im zweistelligen Prozentbereich, wie

oben berichtet. Bei den Faltschachteln wie Packungsbeilagen ist der absolute Materialeinsatz durch Ausschussreduzierung, aber auch durch eine gesunkene Produktionsmenge rückläufig.

### Wertschöpfungsquote

Die Wertschöpfungsquote ist gegenüber 2011 wieder leicht auf 66,3 % gestiegen und liegt damit erneut auf dem Stand des Jahres 2010 – und im Branchenvergleich auf hohem Niveau. Die Märkte für unsere wichtigsten Rohstoffe wie Karton, Papier und Etikettenmaterialien waren 2012 hinsichtlich der Preise und der Versorgungssicherheit relativ stabil.

### Prozessverbesserung und Ideenmanagement

In mehr als 120 Workshop-Tagen 2012 wurden durch die Teilnehmer unter Moderation des Lean-Management-Teams Einsparpotenziale im hohen sechsstelligen Euro-Wert aufgezeigt, die nun von den Abteilungen durch Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen aus den Workshops realisiert werden müssen. Unterstützung finden die Führungskräfte durch Prozessverantwortliche in den einzelnen Produktionsbereichen. Jeder Mitarbeiter hat die Möglichkeit, sich aktiv in den Workshops zu engagieren, für die sie von ihrer normalen Tätigkeit freigestellt werden.

Mit zahlreichen Ideen-Koordinatoren haben wir unser Ideenmanagementsystem „Ideefix“ weiterentwickelt und die Lean-Management-Kultur nun flächendeckend realisiert. Die eingereichten Verbesserungsvorschläge, die sehr zeitnah abgearbeitet werden, haben zu Einsparungen im unteren sechsstelligen Euro-Bereich geführt. Beim Sommerfest nahmen alle Ideeneinreicher an einer Jahresverlosung von attraktiven Preisen teil, die unter dem Jubel der Belegschaft ausgelost wurden.

## Wachstum und Produktivität

Durch den starken Umsatz- und Mengenzuwachs im Jahr 2011 hat sich der im Verhältnis zu damals sehr geringe Beschäftigtenaufbau nicht dauerhaft halten können, so dass zur Vermeidung von Überstunden und Zusatzschichten insbesondere zum beschäftigungsintensiven Jahresende über die diesjährige Umsatzsteigerung von 0,6 % hinaus Arbeitsplätze in der Größenordnung von 3,2 % aufgebaut wurden. So scheint 2012 zunächst keine Produktivitätsverbesserung sichtbar. Kumuliert man die beiden Jahre, so steht einem Umsatzzuwachs von 8,1 % ein Beschäftigtenzuwachs um 4,4 % gegenüber, so dass jetzt der Produktivitätsfortschritt erkennbar wird. Leiharbeit wurde insgesamt zugunsten befristeter und unbefristeter Vollzeit- und Teilzeitarbeitskräfte abgebaut.

Das PharmaServiceCenter Verpackungsdienstleistungen in Großbeeren hat auch im vierten Jahr eine positive Umsatzentwicklung zu verzeichnen, allerdings nicht in der geplanten Zielgröße. Die Verlagerung unserer Aktivitäten auf sogenanntes „Business Process Outsourcing“, bei dem ganze Konfektionierungsprozesse unserer Kunden ausgelagert und durch uns abgewickelt werden, hat sich 2012 nicht so schnell wie erwartet entwickelt. Eine Reorganisation der Vertriebsaktivitäten soll nun zu einer besseren Auslastung des Standortes führen.

## INVESTIEREN

Investitionsschwerpunkte lagen 2012 in Rationalisierungen und Erweiterungen. Mit einer Investitionssumme von 5,8 Mio. Euro haben wir im Faltschachtelbereich wiederum in die neue Drucktechnologie Anicolor, bei den Packungsbeilagen in einen neuen CtP-Plattenbelichter und in verschiedene Anlagen zur Rolle-Rolle-Produktion investiert. Das PharmaServiceCenter Etiketten nutzte die Gelegenheit zur Erweiterung des Firmengeländes und kaufte vom Nachbarn Grundstück und Gebäude, die nun mit dem bisherigen Produktionsgebäude verbunden und saniert werden. Eine erhebliche Investition in die Zukunft des Standortes, auf dem die Produktionskapazitäten nun verdoppelt werden können. Die Investitionsquote lag mit 5,8 % auf durchschnittlichem Niveau.

## ERGEBNIS UND EIGENKAPITAL

Die Ertragssituation unseres Unternehmens hat sich gegenüber 2011 weiter verbessert und liegt auf gutem Niveau. Dies haben wir durch die oben dargestellten Effizienzsteigerungen erreicht, trotz neuem Flächentarif und ausgehandeltem Haustarif, wodurch sich die Personalkosten nach oben entwickelt haben. Die gute Auslastung im vierten Quartal hat ebenfalls dazu beigetragen. Die Gesellschafter beschlossen wiederum eine Eigenkapitalerhöhung, wodurch sich die Quote des wirtschaftlichen Eigenkapitals allerdings nicht erhöhte. Mit der gleichzeitigen Erhöhung unserer Bilanzsumme durch die Akquisition von A.C. Schmidt in Dänemark hat sich die wirtschaftliche Eigenkapitalquote um 1,9 % auf 46,8 % verringert. Dennoch ist die Kapitalbasis des Unternehmens sehr gesund und lässt uns zuversichtlich in die Zukunft blicken.

## HAUSTARIF UND ERFOLGSBETEILIGUNG

Zum 31.08.2012 endete unser bisheriger Haustarifvertrag, der eine Erhöhung der Wochenarbeitszeit um 2,5 Stunden ohne Lohnausgleich festschrieb, die im Zuge des Verlustes eines Großkunden mit der Belegschaft als ihren Beitrag zu der damals schwierigen Situation ausgehandelt wurde. Nach den nun drei erfolgreichen Jahren des Unternehmens seit 2010 wollte die Tariff Kommission dieses Zugeständnis nicht fortschreiben und so einigte man sich nach schwierigen Verhandlungen auf einen stufenweisen Lohnausgleich auf Basis einer 37,5-Stunden-Wochenarbeitszeit. Unser Angebot, das freiwillige Erfolgsbeteiligungsmodell in die Verhandlungen einzubeziehen und festzuschreiben, fand kein Interesse bei der Tariff Kommission und wurde zugunsten von Lohn- und Gehaltserhöhung sowie Zeitausgleich nicht weiter verfolgt.

Das Modell, unsere Mitarbeiter am tatsächlich erreichten Erfolg des Unternehmens zu beteiligen, hat sich noch nicht durchsetzen können. Unser Anliegen, den Mitarbeitern zu verdeutlichen, dass hohe Produktivität und flexible Arbeit, also effiziente Produktionsprozesse, sich für jeden in barem Geld auszahlen sollen, wurde zugunsten sicherer Einkommenszahlungen aufgegeben. Die freiwillige Erfolgsbeteiligung wurde daraufhin im Herbst 2012 aufgekündigt, um einen entsprechenden Ausgleich zu schaffen. Die Erfolgsbeteiligung der außertariflichen Mitarbeiter, des mittleren Managements und des Führungskreises bleibt weiterhin bestehen. Damit drücken wir unsere Wertschätzung aus für die

Unterstützung der Führungskräfte bei der konsequenten Umsetzung unserer Unternehmensstrategie und der Ziele in allen Bereichen. Die Unternehmens-, Bereichs- und Abteilungsziele, ergänzt um persönliche Ziele, werden jährlich vereinbart und durch das Prämiensystem konsequent verfolgt und nachgehalten.

### AUGUST FALLER ALS ARBEITGEBER

#### Unternehmenspolitik: Werte, Führungsgrundsätze und -leitlinien

August Faller verbindet traditionelle Werte wie Zuverlässigkeit und vertrauensvolle Partnerschaft mit Sachkenntnis, Qualität und konsequenter Zukunftsorientierung. Wir stehen für kundenorientierte Innovation und Nachhaltigkeit. Bei der systematischen Verbesserung der Kundenzufriedenheit und unserer Leistungsfähigkeit orientieren sich Führung und Mitarbeiter an den Unternehmenswerten, die die Grundlage und Richtschnur für alle Entscheidungen sind, die im Unternehmen getroffen werden:

- Kundenorientierung und Unternehmergeist
- Leistungsorientierung und Kooperation
- Nachhaltigkeit und Eigenverantwortung
- Vertrauen und Glaubwürdigkeit

Eine sehr erfreuliche Entwicklung zeigt unsere Arbeitsunfallstatistik. Nach einem schwierigen Jahr 2011 mit 25 Unfällen pro 1.000 Mitarbeiter hat sich die Quote auf 11 Unfälle pro 1.000 Mitarbeiter mehr als halbiert. Unsere Analysen 2011 haben keine Cluster in Unfallart, -bereich oder sonstiger Zusammenhänge aufgezeigt, so dass die meisten Unfälle wohl auf Unachtsamkeit zurückzuführen waren. Die Situation hat sich nun deutlich entspannt, ohne dass sich hierfür eine Erklärung für diese positive Entwicklung finden lässt.

Wie im letzten Jahr schon berichtet, haben wir uns entschlossen, die Mitarbeiterbefragung in der bisherigen Form nicht mehr durchzuführen, da sich der Aufwand nicht in einem entsprechenden Nutzen widerspiegelte. Im Rahmen der Entwicklung unserer Personalstrategie haben wir zunächst andere Aspekte priorisiert und die für 2012 im Herbst geplante „neue“ Mitarbeiterbefragung nicht durchgeführt. 2013 wollen wir im Rahmen unseres Projektes „Employer Branding“ Beiträge eines repräsentativen Mitarbeiterkreises in Form von Interviews erheben. Dies wird uns ebenfalls Aufschlüsse über Betriebsklima und Mitarbeiterzufriedenheit geben und unsere Positionierung als Arbeitgeber

verdeutlichen. Im Rahmen unserer Personalstrategie werden wir weitere Maßnahmen definieren, um auch mit der Personalentwicklung den Unternehmenserfolg zu unterstützen.

Die positive Entwicklung der Personalentwicklung zeigt sich in den sozialen Kennzahlen. Die Ausgaben für Weiterbildungsmaßnahmen sind von 0,9 % auf 1,2 % der Personalkosten erhöht worden, wobei die Ausgaben nicht gleich auf die Wirksamkeit der Weiterbildung schließen lassen.

Im Ausbildungsbereich setzt sich der rückläufige Trend der Ausbildungsquote weiter fort. Mit 42 Auszubildenden ist die Quote von 5,1 % im Jahr 2011 auf 4,8 % im letzten Jahr zurückgegangen. Diesem Trend gilt es entgegenzuwirken, vor allem hinsichtlich der Auswirkungen des demografischen Wandels. Über die Neuausrichtung unserer Personalabteilung seit Anfang 2012 rüsten wir uns für die Aufgabe, die Personalarbeit strukturiert zu entwickeln und die benötigten Kapazitäten für eine positive Unternehmensentwicklung zur Verfügung zu stellen.

Abschließend sei die Entwicklung des Frauenanteils im mittleren und oberen Management erwähnt. Sie hat sich über die Jahre positiv entwickelt, so dass mit 21 % fast ein Viertel der Führungskräfte weiblich sind. Angesichts unserer sehr technischen Ausrichtung halten wir diesen Anteil für relativ hoch und werden weiterhin die Weiterentwicklung kompetenter Mitarbeiterinnen nach Kräften fördern.

## WIRTSCHAFTLICHE KENNZAHLEN

	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Umsatz in Mio. Euro	100,6	100,0	93,0	87,4	92,4	87,0
Investitionen in Mio. Euro	5,8	4,6	6,6	3,3	7,8	12,4
Investitionsquote in %	5,8	4,6	7,1	3,8	8,4	14,3
Wirtschaftliche Eigenkapitalquote in %	46,8	48,7	45,3	38,7	36,8	37,9
Wertschöpfungsquote in %	66,3	65,5	66,3	65,7	65,9	66,7



# ÖKOLOGIE

Als Familienunternehmen legen wir großen Wert darauf, auch den nächsten Generationen gute Lebensmöglichkeiten zu schaffen und zu erhalten. Dazu gehört für uns, in wichtigen Gremien wie der IHK auf nachhaltige Entwicklung hinzuwirken. Wir freuen uns deshalb, dass Dr. Michael Faller als ein Vertreter der mittelständischen Unternehmen in den Nachhaltigkeitsbeirat der Baden-Württembergischen Landesregierung berufen wurde.

## UMWELTFREUNDLICHE HERSTELLUNG UNSERER WERBEMITTEL (CO<sub>2</sub>-EINSPARUNGEN)

Durch die umweltfreundliche Herstellung unserer Drucksachen konnten die bei der Produktion entstandenen Treibhausgasemissionen in Höhe von insgesamt 8,1 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalenten durch zertifizierte Klimaschutzprojekte ausgeglichen werden. Da diese Drucksachen zudem auf umweltfreundlichem FSC®-Material gedruckt wurden, unterstützen wir damit eine nachhaltige Forstwirtschaft, in der ökologische, ökonomische und soziale Aspekte im Mittelpunkt stehen.

## BELEUCHTUNGSKONZEPT FÜR BINZEN UND WALDKIRCH

2012 erarbeitete August Faller ein Beleuchtungskonzept, das eine deutliche CO<sub>2</sub>-Einsparung in den Werken in Binzen und Waldkirch ermöglichen soll. Für die Waldkircher Werke wurden die Potenziale eines neuen Beleuchtungskonzeptes evaluiert, das 2013 umgesetzt werden soll. Die Ziele sind:

- Eine deutliche Minderung der benötigten Beleuchtungsenergie in den behandelten Bereichen und eine entsprechende Einsparung von Energiekosten

- Kompensation der für 2013 angesetzten Strompreiserhöhung (EEG-Umlage)
- Verbesserung von Helligkeit, Lichtfarbe und Komfort und damit Steigerung der Mitarbeiterproduktivität und Verbesserung der Arbeitsplatzergonomie
- Nachweis von Aktivitäten zur Energieeffizienzsteigerung für die Zertifizierung nach DIN EN ISO 50.001
- Verminderung der Wartungskosten durch seltenere und weniger aufwändige Wartungen
- Minimierung des Wärmeeintrages in die Produktionshalle und dadurch weniger Klimatisierungskosten
- Eine prognostizierte Einsparung von ca. 460 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr in den Werken Waldkirch und Binzen

Das neue Beleuchtungskonzept soll damit einen Beitrag zur Verbesserung der Arbeitsergonomie und zum Umweltschutz leisten.

## CO<sub>2</sub>-EINSPARUNG IM FUHRPARK

Die August Faller KG hat mit der 2012 eingeführten Dienstwagenregelung die zulässigen Grenzwerte für deren CO<sub>2</sub>-Ausstoß definiert und will damit eine Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes bewirken. Die aktuell zulässigen Höchstwerte gemäß Herstellerangaben betragen: 145 g/km bzw. 130 g/km für die beiden zulässigen Fahrzeugklassen. Für Fahrzeuge mit einem CO<sub>2</sub>-Wert unter 115 g/km wird ein CO<sub>2</sub>-Bonus in Höhe von 15,00 Euro auf die monatliche Full-Leasing-Rate gewährt.

Für Fahrzeuge, die die festgelegten CO<sub>2</sub>-Grenzwerte überschreiten, wird eine CO<sub>2</sub>-Abgabe als Einmalzahlung bei Auslieferung des Fahrzeuges fällig. Diese Abgabe wird einem Umweltprojekt bzw. einer Organisation zur Verfügung gestellt. Die CO<sub>2</sub>-Abgabe beträgt 1,00 Euro pro g/km x Anzahl Monate des Leasingvertrages. Die Werte werden jährlich überprüft und gegebenenfalls angepasst. Für das Jahr 2012 wurden 1185 Euro zugunsten der Schülerinitiative Plant-for-the-Planet überwiesen.

## KENNZAHLEN

In fast allen Bereichen haben wir eine positive Entwicklung der Kennzahlen erreicht.

## ENERGIEVERBRAUCH

Der Anstieg des Energieverbrauchs pro Tonne Bedruckstoff in der Faltschachtel- und Packungsbeilagenproduktion ist zum einen mit der Erhöhung der Wertschöpfungstiefe, zum anderen mit der Anpassung des Maschinenparks hin zu neuen Technologien verbunden. Diese Technologien benötigen oftmals mehr elektrische Energie, jedoch deutlich weniger Einsatz an Bedruckstoff, um dieselbe mengenmäßige Ausbringung zu erreichen.

## GEFÄHRLICHE ABFÄLLE

2012 ist bei der Menge der gefährlichen Abfälle in Binzen ein auffälliger Anstieg zu verzeichnen. Dieser ist auf die geänderte Frequenz der Abholung zurückzuführen: 2010 gab es zwei Abholungen mit insgesamt 2.700 Litern, 2011 nur eine Abholung von 1.200 Litern und 2012 drei Abholungen mit insgesamt 2.465 Litern.

Seit März 2012 ist im PharmaServiceCenter Packungsbeilagen Binzen ein neuer Druckplattenbelichter T9800 E im Einsatz. Von dieser Entwicklungstechnologie erwartet die Druckvorstufe eine

deutliche Reduzierung des Chemikalienverbrauchs. Eine Auswertung wird im Nachhaltigkeitsbericht 2013 verfügbar sein.

Die Auswertung der gefährlichen Abfälle für Waldkirch und Schopfheim zeigt eine deutliche Reduzierung um 6,4 % für die Faltschachtelproduktion und für die Haftetiketten einen Rückgang um 27,1 %!



*Druckplattenbelichter T9800 E*



*Dugan Privitser, Malina Cegla und Christian Hacker vor dem Druckplattenbelichter, der im März 2012 in Binzen installiert wurde.*

## MATERIALAUSSCHUSS

Das Projekt zur Erhöhung der Materialeffizienz zeigt Wirkung: In der Faltschachtelproduktion konnten wir den Kartonausschuss um 5,7 % senken und in der Packungsbeilagenproduktion ist der Papierausschuss nach einer Reduzierung um 20,3 % im Jahr 2011 im letzten Jahr nochmals um 10,5 % gesunken. Für die Etiketten zeigt die Auswertung eine Zunahme von 1,3 % pro Tonne Bedruckstoff. Diese ist auf den Einsatz von Etiketten mit einem höheren Anteil von Gitter-Ausschuss zurückzuführen. Bei der Erfassung der Einsatzmengen in Laufmetern wurde die Makulatur in Relation zu den eingesetzten Laufmetern von 18,46 % (2011) auf 17,43 % im Jahr 2012 reduziert.

## ENERGIEMANAGEMENT

2012 wurde die Einführung des Energiemanagementsystems bei August Faller vorbereitet. Ersatzbeschaffungen für Maschinen und Anlagen werden auch nach ihren ökologischen Auswirkungen bewertet. In den Waldkircher Gebäuden wurden Thermostate installiert, die eine maximale Heiztemperatur festlegen. Seit Anfang 2013 ist das Energiemanagement in den PharmaService-Centern Faltschachteln, Packungsbeilagen und Haftetiketten ein-



geführt und in einer genauen Prozessbeschreibung dokumentiert. Ein ausführlicher Bericht folgt im Nachhaltigkeitsbericht 2013.

### UMWELTFREUNDLICH ZUM BETRIEB

Seit August 2010 unterstützt August Faller Mitarbeiter, die sich eine Regio-Jahreskarte anschaffen wollen, im Rahmen der Initi-

ative „Umweltfreundlich zum Betrieb“. Die Jahreskarte ist übertragbar, kann also auch von den Familienangehörigen genutzt werden. Die Abwicklung besorgt der Betriebsrat, der Gesamtbeitrag für die Karte wird von August Faller vorfinanziert, die monatlichen Kosten werden über die Lohn- und Gehaltsabrechnung beglichen.

### UMWELTKENNZAHLEN

Ökologie	Definition	2012	2011	Verbrauch zum Vorjahr in %
Energie ges. pro Tonne Bedruckstoff PSC* Faltschachteln	kWh Energieverbrauch pro Tonne Bedruckstoff	590	565	4,5
Energie ges. pro Tonne Bedruckstoff PSC* Packungsbeilagen	kWh Energieverbrauch pro Tonne Bedruckstoff	717	684	4,8
Energie ges. pro Tonne Bedruckstoff PSC* Haftetiketten	kWh Energieverbrauch pro Tonne Bedruckstoff	1.623	1.698	-4,4
CO <sub>2</sub> aus Energieverbrauch pro Tonne Bedruckstoff PSC* Faltschachteln	kg CO <sub>2</sub> pro Tonne Bedruckstoff	81	92	-11,8
CO <sub>2</sub> aus Energieverbrauch pro Tonne Bedruckstoff PSC* Packungsbeilagen	kg CO <sub>2</sub> pro Tonne Bedruckstoff	60	61	-0,9
CO <sub>2</sub> aus Energieverbrauch pro Tonne Bedruckstoff PSC* Haftetiketten	kg CO <sub>2</sub> pro Tonne Bedruckstoff	211	213	-1,1
Gefährliche Abfälle PSC* Faltschachteln	kg gefährlicher Abfall pro Tonne Bedruckstoff	1,0	1,1	-6,4
Gefährliche Abfälle PSC* Packungsbeilagen	kg gefährlicher Abfall pro Tonne Bedruckstoff	1,2	0,7	69,8
Gefährliche Abfälle PSC* Haftetiketten	kg gefährlicher Abfall pro Tonne Bedruckstoff	4,0	5,5	-27,1
Kartonausschuss PSC* Faltschachteln	kg Kartonausschuss pro Tonne Karton	399	422	-5,7
Papierausschuss PSC* Packungsbeilagen	kg Papierausschuss pro Tonne Papier	177	197	-10,5
Haftmaterialausschuss PSC* Haftetiketten	kg Haftmaterialauschuss pro Tonne Haftmaterial	343,8	339,4	1,3

\* PharmaServiceCenter

# SOZIALES

Mit unserem wirtschaftlichen Erfolg tragen wir nach Möglichkeit zu guten Lebensbedingungen in unserem Umfeld bei. Auch im 130. Jahr hat August Faller soziale Projekte, kulturelle Initiativen, Sport- und Kulturveranstaltungen gefördert. Denn Lebensqualität ist uns ebenso wichtig wie gute Arbeitsbedingungen für unsere Mitarbeiter.

## START INS BERUFSLEBEN

Zu Beginn des Ausbildungsjahres im September treffen sich Ausbilder und die Auszubildenden aller Jahrgänge zum traditionellen Team-Event. Dieses wird eigenverantwortlich von Azubis organisiert, die dazu eigens eine intensive Schulung im Projektmanagement erhalten. Sich kennenlernen und Vertrauen in die Zusammenarbeit mit den anderen aufzubauen steht im Mittelpunkt des Events (Foto 1). Dass damit auch viel Spaß verbunden ist, lassen die Berichte der Teilnehmer vermuten, die häufig vom „Höhepunkt des Ausbildungsjahres“ sprechen.

## SELBSTSTÄNDIGE PROJEKTARBEIT

Mit den Erfahrungen aus dem Team-Event sind die Auszubildenden gut gerüstet und können in einem Projektteam das jährliche „Soziale Engagement“ organisieren. Die Entscheidung, welche soziale Einrichtung sie unterstützen wollen, treffen die Azubis. Budgetierung, Abstimmung und Planung der Projektschritte bis zur Realisierung liegen ebenfalls in ihrer Verantwortung. Damit erarbeiten sie sich wirtschaftliche Kenntnisse über Budgetierung, Sponsoring und Fundraising, außerdem soziale Kompetenz über den Kontakt mit anderen Lebenswelten und ökologisches Wissen, wenn es um die Auswahl und den Einsatz der benötigten Materialien geht. 2012 unterstützten die Azubis den Kindergar-

ten St. Josef in Waldkirch-Kollnau mit Malerarbeiten, dem Bau eines Kinderwagen-Unterstandes sowie Verschönerungsarbeiten an Schaukeln und Sitzgelegenheiten (Foto 2).

Die überbetriebliche Ausbildung von Jugendlichen durch die WABE gGmbH und das Projekt „Ausbildungslotsen“ der WABE (Waldkircher Beschäftigungsinitiative) fördert August Faller weiterhin gemeinsam mit anderen Sponsoren. Vereine, Organisationen und Initiativen erhalten Zuwendungen finanzieller oder materieller Art. Damit wollen wir das soziale Leben an unseren Standorten fördern und eine lebenswerte Umwelt erhalten.



## INTERNE VERANSTALTUNGEN

Aus den zahlreichen Veranstaltungen 2012, die das soziale Leben in der August Faller KG bereichert haben und vom Unternehmen finanziell gefördert wurden, seien genannt: die Rentner- und Jubilarfeier, das Fußballturnier für Firmensportler, der „Freiburg Marathon“ für die Läufer, denen die Anmeldegebühren und das Training im Fitnesscenter finanziert wurden, der Kochkurs „vegetarische ayurvedisch-indische Küche“, Sommerfeste für alle „Südbadener“ in Waldkirch, das Sommerfest in Großbeeren, der Ausflug zum Tag der offenen Tür bei einem Kunden, Wanderausflüge im Sommer und Herbst, Gesundheitsgruppen mit Rückengymnastik und Pilates. Massagen werden anteilig gefördert. Nach wie vor können Mitarbeiter mit Gleichgesinnten eine Sportgruppe gründen und im Rahmen des August Faller Freizeitsport finanzielle Unterstützung beantragen.

## FÖRDERUNG DER FREIEN THEATERGRUPPE TEMPUS FUGIT

Mut zur Ausbildung, Mut zum eigenen Weg will die Theatergruppe Tempus fugit mit ihrem interaktiven Theaterstück „Nur Mut“ machen. Seit einigen Jahren unterstützt August Faller die Gruppe gemeinsam mit anderen Unternehmen der Region und der Arbeitsagentur Lörrach, die 50 Prozent der Kosten übernimmt, mit Sponsoring-Beiträgen. Einer der August Faller Ausbilder schildert seine Eindrücke: „Der erste Teil war reines Theater. Die einzelnen Szenen beschrieben den Weg einer Berufsfindung aus Sicht eines Schülers genauso wie die damit entstehenden Probleme, Hemmnisse und Konflikte. Es ging um praktische Schulprojekte, Praktika, Erfolg, Rückschläge, Motivationslosigkeit und Begeisterung für einen Beruf. Die Berufsfindung stand immer im Mittelpunkt, aber auch Themen wie Mobbing in der Klasse, den Abschluss nicht bekommen und familiäre Probleme wurden aufgearbeitet.

Im zweiten Teil durften die Schüler selbst in einzelnen Szenen mitspielen und das Geschehen nach ihren Vorstellungen beeinflussen. Zum Beispiel bei Konfliktszenen aktiv eingreifen, Ratschläge geben oder – ganz simpel – zur Kommunikation anregen. Die Regisseurin Karin Maßen moderierte das Stück und aktivierte mit ihrer Energie und Freude alle Zuschauer. Im letzten Teil ging es konkret zur Sache: Unsere Azubis aus Binzen, Andrea Hüttel, Michael Ly und Rocco Pettito, Ewgeni Bragin aus Schopfheim sowie die Ausbilder Charly Zimper, Stephan Hellwig und Michael Kury traten auf die Bühne. Sie standen Rede und Antwort für die Fragen der Schüler und erzählten aus ihrem Berufsleben und wie es ist, ein Azubi zu sein. Es folgte ein reger Austausch zwischen Schülern, Azubis, Schauspielern und Lehrern.“



[1]



[2]



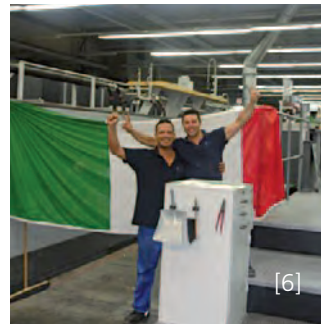
[3]



[4]



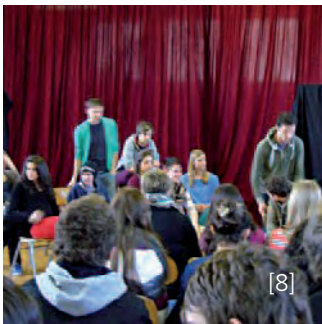
[5]



[6]



[7]



[8]



[9]



[10]

[1] Sommerfest 2012: die Großbeerener Mitarbeiter mit Dr. Michael Faller auf dem Weg zu den Draisinen und zum Hydro-Biken auf dem Mellensee bei Zossen

[2] August Faller Hydro-Biker auf dem Mellensee

[3] Gesund gekocht, genüsslich verspeist: ayurvedische Gerichte. Eine Veranstaltung der Gesundheitsgruppe Waldkirch.

[4] Die Gruppe Fahrenheit bedankte sich für den Probenraum, den sie über Jahre kostenlos nutzen konnte, mit einem grandiosen Auftritt beim Sommerfest in Waldkirch.

[5] Die August Faller Wandergruppe bei ihrem Herbstausflug

[6] Fußballbegeisterte Kollegen während der Weltmeisterschaft

[7] Die August Faller Mannschaft beim „Freiburg Marathon“

[8] Das Schülertheater Tempus fugit in Aktion bei „Nur Mut“

[9] Kollegen aus Vertrieb, Entwicklung und Technik in einer Mannschaft beim Fußball-Hallenturnier im Januar 2012

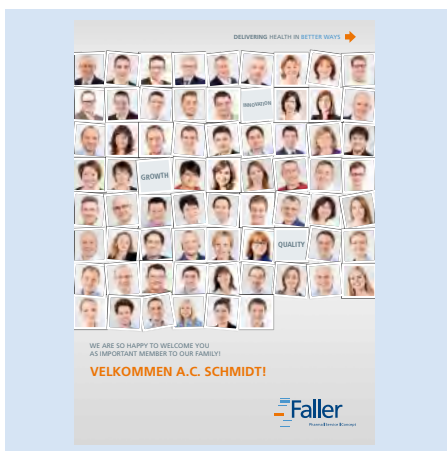
[10] Kinder der 2010 von August Faller initiierten und geförderten Plant-for-the-Planet Gruppe Waldkirch bei einer lehrreichen und vergnüglichen Waldwanderung mit Förster Dieter Loos

## SOZIALE KENNZAHLEN

	2012	2011	2010	2009
Zahl der Mitarbeiter gesamt	880	852	842	822
Davon Teilzeitarbeitskräfte	60	41	40	38
Auszubildende	42	43	47	49
Austrittsquote in %	8,5	8,2	7,3	7,4
Gesundheitsstand in %	93,9	93,9	94,0	93,8
Anzahl Frauen im mittleren und oberen Management	9	8	8	5
Anteil Frauen im mittleren und oberen Management in %	21	19	19	12
Unfallquote pro 1.000 Mitarbeiter	11	25	17	26
Personalkosten für externe Weiterbildungsmaßnahmen in %	1,2	0,9	0,7	0,6

## A.C. SCHMIDT A/S

Am 15. August 2012 verkündete die August Faller KG die Übernahme des dänischen Faltschachtelherstellers A.C. Schmidt A/S. Die Familienstiftung, in deren Besitz sich das 1917 gegründete Familienunternehmen befand, hatte beschlossen, alle ihre Anteile an einen Branchenspezialisten zu veräußern, um die Zukunft des Betriebes zu sichern. August Faller begrüßte den „Familienzuwachs“ mit einer internen „Welcome to the family“-Kampagne, die von der deutschen und der dänischen Belegschaft sehr positiv aufgenommen wurde. Die Zusammenarbeit ist geprägt von einem erfolgsorientierten, freundlichen Miteinander und einem offenen Austausch. Die Basis für ein gemeinsames gesundes Wachstum ist gelegt.



### NACHHALTIGKEIT BEI A.C. SCHMIDT

2008 entschied sich das Management für die FSC®-Zertifizierung, um sich als nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen zu positionieren. 2009 erfolgte die Zertifizierung für den Forest Stewardship Council® (FSC) durch Dansk Standard. Im nächsten Schritt gelang es, sich Ende 2009 als erster Faltschachtelhersteller für den „Swan“-Label der nordischen Umweltorganisation „Eco-label“ zu qualifizieren. Für den Swan berichtet A.C. Schmidt jährlich über den Verbrauch an Rohmaterialien, Energie, Heizung, Abfall etc. Diese Angaben werden in einem Punkte-Ranking erfasst. Die Schwierigkeit für ACS besteht darin, dass das größte Rohmaterialvolumen, nämlich der Kartonverbrauch, nicht zum Punktekonto zählt. Der Swan bewertet ausschließlich Swan-zertifizierte Papiersorten, wobei noch kein Kartonhersteller den Swan vorweisen kann. Die künftige Zertifizierungslandschaft bei A.C. Schmidt wird innerhalb des integrierten Managementsystems der August Faller Gruppe definiert und weiterentwickelt. Die Kennzahlen werden in das Reporting der August Faller

Gruppe eingegliedert. Auf dieser Basis werden weitere Verbesserungen in allen Bereichen umgesetzt, die zur „Operational Excellence“ der dänischen Faltschachtelproduktion in Hvidovre beitragen.

### LEAN MANAGEMENT

Auf der Agenda des Lean Managements steht ein intensiver Know-how-Austausch und die Implementierung gemeinsamer Standards für die Faltschachtelproduktion.

Bei der Integration der A.C. Schmidt A/S in die August Faller Gruppe berät das Lean-Management-Team die kooperierenden Abteilungen bei der Implementierung gemeinsamer Lean-Management-Maßnahmen. Das Ziel des gemeinsamen Benchmarkings ist die stetige Verbesserung der Standards in der August Faller Gruppe.



## WIRTSCHAFTLICHE KENNZAHLEN

	2012
Umsatz in Mio. Euro (für 2012 gesamt)	9,6
Investitionsquote in %	0,3
Wertschöpfungsquote in %	62,8

## UMWELTKENNZAHLEN

	2012
Energieverbrauch (kWh pro to Bedruckstoff)	994
CO <sub>2</sub> pro Tonne aus Energieverbrauch	1.030
Gefährliche Abfälle (kg gefährlicher Abfall pro Tonne Bedruckstoff)	2,4
Kartonausschuss (kg Kartonausschuss pro Tonne Karton)	411

## SOZIALE KENNZAHLEN

	2012
Mitarbeiter	67
Teilzeit	0
Austrittsquote in %	11,9
Gesundheitsstand in %	95,7
Anteil Frauen im mittleren und oberen Management in %	25
Unfallquote pro 1.000 Mitarbeiter	0
Personalkosten für externe Weiterbildungsmaßnahmen in %	0,1





[1]



[2]



[3]



[4]



[5]

- [1] Hauptverwaltung / PharmaServiceCenter Faltschachteln, Waldkirch
- [2] PharmaServiceCenter Packungsbeilagen, Binzen
- [3] PharmaServiceCenter Etiketten, Schopfheim
- [4] PharmaServiceCenter Verpackungsdienstleistungen, Großbeeren
- [5] A.C. Schmidt, Kopenhagen (DK)

# AKTUELLES

Ideen sind der Rohstoff für Innovationen. Seit Ende 2012 beschäftigt sich ein interdisziplinäres Team bei August Faller in einem eigenen Innovationszirkel mit der systematischen, kreativen Ideenfindung zur Produktentwicklung und erarbeitet Business Cases für neue Verpackungen und Dienstleistungen. Unabhängig davon eröffnet das Ideenmanagement allen Mitarbeitern die Möglichkeit, Verbesserungen und Veränderungen in ihrem eigenen Arbeitsumfeld zu realisieren.

## IDEENMANAGEMENT

Das Ideenmanagement soll Arbeitsabläufe erleichtern und verbessern, Energie einsparen und die Umwelt schützen. Im Juni 2011 führte das Lean-Management-Team unternehmensweit das Ideenmanagement ein. Im Mittelpunkt dessen: Verbesserungsvorschläge, die während der täglichen Arbeit auffallen und die jedem Mitarbeiter die Chance geben, sein Wissen und seine Erfahrung über seine normale Tätigkeit hinaus ins Unternehmen einzubringen.

### KRITERIEN FÜR EINE IDEEFIX-IDEE:

Ein Verbesserungsvorschlag besteht aus der Idee selbst und dem dazugehörigen Lösungsweg. Hierzu zählen sowohl bereichsinterne als auch bereichsübergreifende Verbesserungsmöglichkeiten. Die Umsetzung der Idee muss unter den Gesichtspunkten der Optimierungsfaktoren Wirtschaftlichkeit, Qualität, GMP, Umwelt, Sicherheit und Hygiene bewertbar sein.

Im Laufe von zwei Jahren Ideefix sind schon über 330 Einreichungen umgesetzt worden. Der erste realisierte Vorschlag vom Juni 2011 betraf die Büromaterialverwaltung in der Druckvorstufe in Waldkirch, während seit Mitte März 2013 ein neues Umverpackungsformat für Einsparungen von Luftkissenpolstern und für geringere Volumina auf den Europaletten sorgt. Die realisierten Ideen bzw. Verbesserungsvorschläge berühren die gesamte Bandbreite der Arbeitsbereiche – seien es technische Verbesserungen an den Maschinenarbeitsplätzen durch Ergänzungen oder kleinere Umbauten oder Verbesserungen in den Dokumentationen, die den Mitarbeitern helfen, ihre Arbeitsabläufe günstiger zu gestalten.

Dabei bewirken diese Veränderungen nicht nur Effizienzsteigerungen, sondern dienen häufig auch der Gesundheitsfürsorge. Ein einfaches Beispiel: Auf allen Telefonen sind jetzt „Notruf-Etiketten“ mit Notfallnummern für Erste Hilfe und für die Defibrillatoren angebracht, die im Notfall wertvolle Zeit sparen!

Oder Tauchwalzen werden für die Reinigung jetzt nicht mehr abgespritzt, sondern in einem Behältnis gesäubert – die nötigen Lösungsmittel werden so wesentlich effizienter eingesetzt. Unter allen realisierten Verbesserungsvorschlägen wurden anlässlich des Sommerfestes Ende Juni 2012 attraktive Sachpreise ausgelost.



*Gewinner Dieter Tritschler,  
Dr. Daniel Keesman,  
Gewinner Eugen Hazenbilller,  
Dr. Michael Faller*

## LEAN MANAGEMENT

In über 120 Workshop-Tagen im Jahr 2012 haben die Teilnehmer unter der Leitung der Lean-Experten eine Vielzahl von Prozessverbesserungen erarbeitet. In allen PharmaServiceCentern steht die Reduzierung der Makulatur im Fokus. Rüstprozesse für Druck-, Stanz- und Klebemaschinen wurden genau analysiert und der Materialeinsatz überprüft. Der Einsatz von Standardformaten bei Karton und Papier wird fortlaufend geprüft und an die veränderten Gegebenheiten angepasst.

Bei Erstaufträgen für neue Produkte sorgen spezifische Prozesse für noch umfassendere Qualitätskontrollen, um eine Verschwendung von Projekt- und Produktionszeiten zu vermeiden. Mit Unterstützung der Lean-Experten wurde ein Planungscockpit eingeführt, das ein gutes Austakten der Fertigungsschritte unterstützt. Im Druckservice der Faltschachtelherstellung ist die Lagerhaltung auf Kanban umgestellt worden. Die Bestände konnten dadurch deutlich reduziert werden.

## Das „Lean-Netz“

Mittelständische Unternehmen sind im „Lean-Netz“ aktiv und tauschen sich aus: Erfahrungen, Erfolge, kritische Prozesse, Kommunikation, Incentives – alles, was dazu dient, mit Lean-Management-Abläufe und Arbeitsweisen zu verbessern, steht auf der Agenda der halbjährlichen Treffen. Das Foto zeigt die Lean-Experten beim Treffen im Mai 2012 bei der August Faller KG in Waldkirch.

## LERNPARTNERSCHAFTEN

Der Stellenwert der Berufsorientierung hat in den Schulen stetig an Bedeutung gewonnen. Die August Faller KG pflegt bereits seit 2006 Lernpartnerschaften – inzwischen mit sechs Schulen in Waldkirch, Kollnau, Gutach und Binzen. Ausbilder und Auszubildende berichten im Rahmen des Lehrplanes über die konkrete Anwendung der Lehrinhalte, zum Beispiel Geometrie bei der Konstruktion von Verpackungen, Farb- und Mediengestaltung, sie veranstalten Betriebsführungen und betreuen Praktikanten. Den Aufwand schätzen wir auf mindestens 300 Arbeitsstunden. Acht schulische Betreuer stimmen die Projekte mit August Faller speziell auf den Bedarf der Schulen ab. Schüler der 8. Klassen der Werkrealschulen und der 9. Klasse der Realschulen erhalten ein Bewerbungstraining mit persönlicher Auswertung. Dies hat schon einige dazu motiviert, im letzten Schuljahr mehr Anstrengung in den Schulabschluss zu investieren und sich damit einen besseren Start ins Berufsleben zu ermöglichen.



[1] Die Ideenkoordinatoren der August Faller KG besuchten im Mai 2012 im Rahmen des Lean-Netzwerks die Schokoladenfabrikation der Ritter AG in Waldenbuch. In einem offenen Austausch erfuhren die Teilnehmer mehr über die Verbesserungspotenziale in der Lebensmittelproduktion und auch darüber, dass es nicht nur bei August Faller anspruchsvoll ist, die Kollegen und Kolleginnen zu stetiger Verbesserung und zu Ideenbeiträgen zu ermutigen.

[2] Die Ideenkoordinatoren vor dem MUSEUM RITTER

[3] Eine DAAD-Reise führte eine Studentengruppe der Universität Montreal Ende Mai zu August Faller nach Waldkirch, wo sie sich über „Nachhaltigkeit in der Unternehmenspraxis“ informierten.“



#### Impressum

Alle Rechte vorbehalten. © August Faller KG, Waldkirch 2013, [www.august-faller.de](http://www.august-faller.de)

Ausgabe: Mai 2013

Ansprechpartner: Dr. Michael Faller | Geschäftsführender Gesellschafter

Dirk Wisser | Beauftragter für Arbeitssicherheit und Umweltschutz

Ursula Kühn | Beauftragte für Unternehmenskommunikation

August Faller KG  
Freiburger Straße 25  
79183 Waldkirch

Fon +49 7681 405-0  
Fax +49 7681 405-110  
info@august-faller.de  
www.august-faller.de

