

BESSER WERDEN

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2011



INHALT

FALLER 2011

Vorwort 04

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Druckbarer Datenspeicher 06

Serielle Codierung 06

Produktspezifikation 08

Entwicklungsdienstleistungen 08

ÖKONOMIE

Markt 10

Wirtschaften 11

Investieren 13

Ergebnis und Eigenkapital 13

Erfolgsbeteiligung 13

Faller als Arbeitgeber 14

Wirtschaftliche Kennzahlen 15

ÖKOLOGIE

EnergieEffizienzWerkstatt 16

Materialeffizienz 16

Einsparungen 17

Nachhaltigkeitsbericht 2011

CO₂-kompensiert 17

Alkoholfreies Drucken 18

Arbeitsunfälle 2011 18

Umweltkennzahlen 18

SOZIALES

Gesundheit im Gespräch 20

Wahrnehmung unterstützen 20

Wege in den Beruf fördern 21

Schulen und Initiativen 22

Soziale Kennzahlen 22

AKTUELLES

Prozessverbesserungen 23

Projekt „Wir machen Qualität“ 23

Grenzüberschreitende Lösungen 23

Starke Werte 25

FSC-zertifizierter Karton für Naturkosmetik 25

Im Dialog 25

Damit Gesundheit besser ankommt 25

FALLER 2011

Nach dem hoffnungsvollen Jahr 2010 mit deutlich anziehenden Umsätzen konnten wir auch im Jahr 2011 zulegen und fast punktgenau am Jahresende die 100-Millionen-Umsatzmarke übertreffen. Wiederum neuer Umsatzrekord, liebe Leserinnen und Leser, und das in einem herausfordernden Markt, der weiterhin durch hohen Preisdruck, Konsolidierung und große Umbrüche gekennzeichnet ist.

Für Pharmaverpackungen braucht es verlässliche Zulieferer mit hohem Qualitätsanspruch, großer Liefertermintreue und Flexibilität, hoher Serviceorientierung und innovativer Kraft. Faller hat sich diesen Herausforderungen gestellt und gewonnen. Unsere Kunden nehmen das wahr und erkennen unsere Leistungen an.

Faller ist 2011 um 7,5 % gewachsen und hat wiederum einen Umsatzrekord erzielt, der sich rein auf organisches Wachstum stützt. Da der Pharmamarkt in Deutschland nur schwach mit 2 % gewachsen ist, europaweit sogar stagnierte, gehen wir davon aus, dass wir unsere Marktanteile weiter stabilisieren und erhöhen konnten. Nach 2010 war 2011 nun das zweite Jahr mit überproportionalem Wachstum. Entscheidend für diesen Erfolg ist die konsequente Orientierung an den kaufentscheidenden Kriterien unserer Kunden. So konnten wir unser Qualitätsniveau weiter verbessern, die Liefertermintreue erhöhen, die Produktivität steigern und die Kostendisziplin verbessern. Dies ist nur zu erreichen, wenn jeder Mitarbeiter an seinem Platz höchsten Einsatz leistet. Das hohe Mitarbeiterengagement, unsere Flexibilität und die überaus gute Zusammenarbeit aller Bereiche sind entscheidend,

wenn wir Verbesserungen auf breiter Front erzielen wollen. Unser diesjähriger Nachhaltigkeitsbericht steht daher unter dem Leitgedanken „Besser werden“! Und wir sind in vielerlei Hinsicht besser geworden. Unser Vertrieb hat im Markt Überdurchschnittliches geleistet, dem steigenden Preisdruck getrotzt, durch intensive Kundenpflege die Beziehungen gefestigt und Potenziale ausgeschöpft.

Aber auch intern haben wir unseren Weg zur „Operational Excellence“ konsequent fortgesetzt. Die Einführung unseres Ideenmanagementsystems „Ideefix“ führte zu vielen Verbesserungsvorschlägen der Mitarbeiter, die aktiv, auch über KVP-Workshops, an der Entwicklung der Produktivität, Qualität, Sicherheit und des Umweltschutzes arbeiten. Mit unserem Materialeffizienzprojekt gelang uns eine deutliche Senkung der Ausschussmenge. Hier verbinden sich ökonomische und ökologische Verbesserungen durch Materialkostensenkung bei gleichzeitiger Reduzierung des Materialeinsatzes und damit Schonung unseres Ausgangsstoffes Holz.



Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht haben wir die Kennzahlenbasis überarbeitet und unserer neuen Produktionsstruktur in Kompetenzzentren für Faltschachteln/Kombiprodukte, Packungsbeilagen, Etiketten und Verpackungsdienstleistungen angepasst, die wir 2009 mit dem Projekt „Zukunft schaffen“ eingeführt haben. Darunter leidet die bisherige Kennzahlenhistorie, da 2010 nun das erste und einzige Vergleichsjahr darstellt.

Unser Ergebnis hat sich wie viele Kennzahlen gegenüber 2010 wieder verbessert. Davon profitieren auch die Mitarbeiter durch einen nahezu verdoppelten Ausschüttungsbetrag über die freiwillige Erfolgsbeteiligung. Unsere soziale und gesellschaftliche Verantwortung bleibt damit im Fokus unserer Bemühungen um gesundes, nachhaltiges Wirtschaften. Unsere Gesellschafter erhöhten wiederum das Eigenkapital, wodurch sich unsere wirtschaftliche Eigenkapitalquote auf nun 48,7 % verbesserte.

Faller hat sich damit eine zukunftsfähige Basis für alle Aufgabenstellungen im pharmazeutischen Verpackungsbereich erarbeitet. Trotz großer Herausforderungen, sowohl im Markt wie auch im Wettbewerb, werden wir weiterhin unseren Weg einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung gehen.

Dr. Michael Faller

Dr. Daniel Keesman

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

DRUCKBARER DATENSPEICHER

Mit Innovationen und neuen Technologien investieren wir bei Faller in die Zukunft. Zur Erhaltung von Arbeitsplätzen und der nachhaltigen Sicherung des Unternehmenserfolges. So auch mit dem weltweit einzigartigen Druckbaren Datenspeicher.

Beim Druckbaren Datenspeicher handelt es sich um Speicheretiketten, in die Informationen gespeichert werden, die vom Anwender ausgelesen werden können. Es gibt vier Anwendungsbereiche, die mit dem Druckbaren Datenspeicher realisierbar sind:

- Authentifizierung/Echtheitsprüfung und Sicherheit
- Identifikation und Serialisierung
- Kommunikation und Interaktion
- Datenspeicherfunktionalitäten

Es können unterschiedliche Informationen gespeichert werden: Chargennummern oder alternierende Codes mit beliebiger Verschlüsselung zur eindeutigen Identifikation des Originals. Die individualisierten Produkteinheiten sind lokal auslesbar. Zudem können auf ein und demselben Datenspeicher gezielt unterschiedliche Informationen für verschiedene Empfänger bereitgehalten werden. Zum Beispiel umfangreiche Zusatzdaten, eine MP3-Datei zum Anhören oder ein Film mit Anwendungserklärungen. Eine Verbindung zu externen Servern oder zum Internet ist nicht notwendig, aber natürlich ebenfalls möglich.

Vorteile für den Kunden:

- Effizientere Produktionsauslastung, einfachere Logistik: Individualisieren der Verpackungen erst kurz vor der Auslieferung (Late Stage Customization)
- Gesetzliche Auflagen z. B. der EU: Erfüllung von Anforderungen an sichere Identifikation und Authentifizierung der Produkte
- Hohe Sicherheit auch bei lokaler Supply Chain: Kontrolle sicherheitsrelevanter Daten direkt in der Produktionslinie
- Problemlose Mehrsprachigkeit: Hinterlegen von z. B. allen Informationen in verschiedenen Sprachen als Dokument direkt im Druckbaren Datenspeicher
- Neueste Funktionen für anspruchsvolle Konsumenten: Informative „Apps“ direkt auf der Verpackung

SERIELLE CODIERUNG

Faller bietet neben der Serialisierung von Verpackungen über Haftetiketten ab sofort auch die serielle Codierung durch Direktbedruckung von Faltschachteln an.

Nicht nur die Möglichkeit der Just-in-Time-Lieferung über die Supply-Chain-Angebote von Faller, sondern auch die dadurch reduzierbaren Lagerbestände beim Kunden dienen der Nachhaltigkeit in vielerlei Hinsicht. Ob Barcodes, serielle oder randomisierte alphanumerische Folgen oder 2-D-Data-Matrix-Codes. Faller versieht mittels Ink-Jet-Verfahren die Faltschachteln direkt mit der gewünschten Serialisierung. Anforderungen an die Lesbarkeit von Codes (Grading) werden selbstverständlich erfüllt. Die Verifizierung wird von einem Kamerasystem übernommen. Dieses prüft sowohl die Richtigkeit der gedruckten Information als auch deren Qualität.



PRODUKTSPEZIFIKATION

Die langfristige und somit nachhaltige Sicherung des Unternehmenserfolges und der Arbeitsplätze unserer Mitarbeiter wurde u. a. mit Hilfe eines Projektes mit dem Namen „Produktspezifikation“ unterstützt. Durch die Strukturierung und Organisation unseres vielfältigen Produktprogramms können wir Prozesse effizienter gestalten, Material nachhaltiger bewirtschaften und unser Angebotsspektrum noch besser an die Marktbedürfnisse anpassen.

Bei der Produktspezifikation spielen die Buchstaben S, A und I die Hauptrolle. S steht dabei für Standardprodukte, bei deren Herstellung es keine Beschränkungen in Wissen, Kapazität oder Ressourcen gibt. Schnelle Lieferung, marktgerechte Preise und höchste Qualität inklusive. A steht für Advanced-Produkte, die prinzipiell jederzeit herstellbar, aber in einem oder mehreren Produktteilen einer der oben beschriebenen Beschränkungen unterliegen. Bei einem I handelt es sich um Individualprodukte. Diese werden erst mit dem Kunden gemeinsam entwickelt und bedürfen so einer vorherigen Abstimmung. Das I kann hier aber auch mit Innovation gleichgesetzt werden, da wir jeden Tag versuchen, die Bedürfnisse und Anforderungen unserer Kunden mit cleveren Lösungen und hilfreichen Dienstleistungen zu erfüllen. Die stets GMP-gerechte Pharmaqualität der Produkte und höchste Liefertreue sind dabei für alle Produktarten selbstverständlich.

Ein Ergebnis dieses Projektes ist der neue Outsertkonfigurator, bei dem standardisierte und dennoch kundenspezifische Outserts einfach und schnell konfiguriert werden können.

ENTWICKLUNGSDIENSTLEISTUNGEN

In unserer Entwicklungsabteilung arbeiten erfahrene Ingenieure der Verpackungstechnik und Packmitteltechnologie, die für die pharmazeutische Industrie kundenorientierte und nachhaltige Verpackungslösungen kreieren. Für jede Produktgruppe, Falt-schachteln, Packungsbeilagen, Haftetiketten und Kombiprodukte, besitzt unser Unternehmen eigene Fachleute. Der Vorteil für unsere Kunden: Spezielle Anforderungen können individuell passgenau in die Entwicklung einer Verpackungslösung einfließen und sind damit effizient und wirtschaftlich nachhaltig gelöst.

Die Herstellung des Produkts kann nach Fertigstellung, wenn vom Kunden gewünscht, auch mit einem anderen Partner realisiert werden. Unsere Experten begleiten ein Projekt im Pharma-Packaging von der ersten Idee bis zur finalen Umsetzung. Für den gesamten Entwicklungsprozess steht Faller dem Kunden mit Know-how zur Seite. Dabei spielt es keine Rolle, ob für eine kurzfristige Musteranfertigung oder als intensive Projektbetreuung mit technischer Beratung.

Das Ziel unseres Entwicklungsteams ist stets, die Anforderungen der Kunden an Sekundärpackmittel mit einem effizienten Ressourceneinsatz in maßgeschneidertes Design umzusetzen. Eine spannende Aufgabe für unsere Entwickler, das PharmaPackaging der Zukunft innovativ und nachhaltig mitzugestalten.

Unser Dienstleistungsspektrum für nachhaltige Verpackungsentwicklungen umfasst folgende Themenbereiche:

- Compliance und Convenience:
Benutzerfreundliche Verpackungen mit einnahmeunterstützenden Elementen
- Patientenkommunikation:
Clever konstruierte Verpackungen, die den Pharmazeuten bei der Kommunikation mit dem Patienten unterstützen
- Originalität:
Verpackungen mit sichtbaren Fälschungssicherheitsmerkmalen, bei denen die Originalität klar erkennbar ist
- Transport- und Bruchsicherheit:
Verpackungen für nahezu alle flüssigen und halbfesten Darreichungsformen
- Klinische Studien:
Anspruchsvolle und komplexe Verpackungslösungen, je nach Art, Anwendungsform und Dauer der Studie
- Sonderkonstruktionen:
Sonderprodukte, die eigens auf ihren ganz spezifischen Verwendungszweck zugeschnitten sind



ÖKONOMIE

Faller gehört zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum und bietet Lösungen für alle Fragen rund um das pharmazeutische Verpacken an, für bedruckte Faltschachteln, Packungsbeilagen und Haftetiketten, mit einem umfassenden pharmaspezifischen Qualitätssicherungssystem. Darauf aufbauend haben wir zusätzlich pharmazeutische Dienstleistungen im Verpackungsbereich realisiert.

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

MARKT

Der Pharmamarkt ist 2011 zunehmend unter Druck geraten und durch große Umbrüche gekennzeichnet. Dies zeigt sich zum Beispiel in Zeitungsschlagzeilen, die vermehrt von Gewinneinbußen, Stellenabbau und Rückrufaktionen berichten. Die von Regierungen, Öffentlichkeit und Medien geforderte Senkung der Gesundheits- und Arzneimittelkosten führt zu weiterhin steigendem Effizienz- und Kostendruck auf die Pharmaindustrie. Ein tiefgreifender Wandel hat den Pharmamarkt erfasst. Die Verlagerung von Produktionskapazitäten in wachstumsstarke Zukunftsmärkte der BRIC-Staaten (also Brasilien, Russland, Indien und China) zeichnet sich nun ebenso klar ab wie strukturelle Veränderungen bei den Pharmaherstellern aufgrund auslaufender Patente, abnehmender Anzahl von Produkt-Neuanmeldungen oder zu-

nehmender Anzahl von Arzneimittelrückrufen durch verschärfte Anwendung von FDA- und EMA-Richtlinien. Die einen suchen die Lösung in größerer Diversifizierung der Produktpalette durch Akquisitionen, die anderen in stärkerer Spezialisierung auf eine Nische. Sicher scheint, dass das klassische Modell der „Blockbuster“ (Produkte mit mehr als einer Milliarde Dollar Umsatz) im Auslaufen begriffen ist und der enorme Forschungsaufwand für neue Medikamente durch neue Strategien gesichert werden muss.

Realistisch betrachtet stagnieren die Pharmamärkte in Nordamerika, Japan und Europa. Das Wachstum des deutschen Apotheken- und Klinikumsatzes als unser Hauptabsatzmarkt ist auf 2 % gesunken, während Staaten wie Frankreich, Italien und Spanien keine positive Entwicklung verzeichneten und sogar etwas schrumpften. Faller konnte in diesem schwierigen Umfeld zulegen und ist 2011 um 7,5 % gewachsen. Wir gehen davon aus, unsere Marktposition weiter gefestigt und unseren Marktanteil erhöht zu haben (Quelle: IMS Health).

Unser Umsatz in 2011 konnte erstmals in der Geschichte des Unternehmens die Umsatzschwelle von 100 Millionen Euro überschreiten. Dieses rein organische Wachstum ist ein großer

Erfolg unseres motivierten und ehrgeizigen Vertriebsteams und des hohen Engagements der gesamten Belegschaft. Alle Umsatz- und Marktziele in den einzelnen Sparten konnten erreicht beziehungsweise übertroffen werden. Zweistellige prozentuale Umsatzzuwächse wurden jeweils bei den Packungsbeilagen und Etiketten erzielt, bei Faltschachteln und Kombiprodukten lagen sie im einstelligen Prozentbereich. Diese Zuwächse sind das Ergebnis von Mengenwachstum und verbesserten Preisen, dort wo wir Wettbewerbsvorteile aufzeigen konnten, und ein Erfolg der konsequenten Verfolgung unserer neuen Marktbearbeitungsstrategie. Diese exzellente Vertriebsarbeit wurde durch Marketingaktivitäten wie zum Beispiel unsere erfolgreiche Messeteilnahme an der Interpack 2011 unterstützt.

Die Umsatzentwicklung 2011 war von Anfang an durch hohe, wenn auch stark schwankende Auftragsmengen und eine gute Auslastung der Produktionskapazitäten gekennzeichnet. Der Vorlauf ist traditionell nicht sehr hoch, kleine Bestelllose und kurze Lieferzeiten kennzeichneten die Nachfragesituation. Die erhöhten Marktschwankungen erfordern hohe Flexibilität und eine gute, reibungslos funktionierende Zusammenarbeit der einzelnen Unternehmensbereiche, um den Kundenwünschen hinsichtlich Qualität und Zuverlässigkeit gerecht zu werden. Hohe Liefertermintreue und verbessertes Qualitätsniveau als entscheidende Kaufkriterien halfen, die Kundenbeziehungen zu stabilisieren. Der Vertrieb konnte neue Kunden und zusätzliche Mengen für Fallergewinnen. Durch unsere neue Marktbearbeitungsstrategie sind Kundenpotenziale in erheblichem Maße ausgeschöpft worden.

Der Preisdruck unserer Kunden hält unvermindert an. Insbesondere Großanfragen, sogenannte Tender, auf deutscher oder auch europäischer Ebene sind aufgrund des enormen Mengenbedarfs heiß umkämpfte Objekte auf einem durch Überkapazitäten gekennzeichneten Verpackungsmarkt und führen in der Regel zu starkem Preisverfall. Einerseits drängen Packmittelhersteller aus anderen Segmenten in den Pharma-Packmittelmarkt, andererseits bieten immer mehr osteuropäische Unternehmen mit ihrer niedrigen Lohn- und Gehaltsstruktur ihre Produkte an. Da bei unseren Kunden die Kostensenkung weiter stark im Fokus steht, werden Auftragsvergaben in diese Niedriglohnländer immer wahrscheinlicher, auch wenn Qualität, Zuverlässigkeit und Service (noch) nicht auf unserem Niveau sind.

Die erheblichen Materialpreissteigerungen, die wir 2010 hinnehmen mussten, sind seit Mitte 2011 durch die nachlassende Weltkonjunktur zum Stillstand gekommen. Die Materialpreise für unsere Hauptrohstoffe Karton und Papier sind weitgehend stabil geblieben, die Verfügbarkeit ist wieder auf einen normalen Level zurückgekehrt, die Lieferantenmärkte haben sich wieder beruhigt.

Wir haben uns 2011 dennoch intensiv mit unserer Materialeffizienz beschäftigt und konnten durch Formatbereinigungen und Prozessverbesserungen die Materialabfallquote entscheidend reduzieren. Diesen Weg der Vermeidung von Verschwendung sehen wir als einen entscheidenden Faktor, um unsere Kosten zu senken und damit dem Preisdruck unserer Kunden zu begegnen. „Operational Excellence“ ist seit vielen Jahren Ziel unserer Unternehmensstrategie und bleibt im Mittelpunkt unserer Aktivitäten, um besser zu werden.

Der europäische Pharma-Packmittelmarkt ist 2011 erheblich in Bewegung geraten. Die Konsolidierung der Packmittelbranche nimmt weiter an Fahrt auf. Diverse Akquisitionen in Deutschland, Schweiz, Belgien, Frankreich, Schweden und anderen Ländern lassen nun Einheiten entstehen, die den kleineren und mittleren Unternehmen weiter zusetzen. Ergebnis sind meist nervöse Marktteilnehmer, zunehmendes Verkaufsinteresse zu überhöhten Vorstellungen des eigenen Unternehmenswertes, emotionalisierte Verhandlungsführung und intransparentes Entscheidungsverhalten.

WIRTSCHAFTEN

Produktionsmengen und Liefertermintreue

In allen Packmittelsegmenten haben wir 2011 unsere Produktionsmengen steigern können. Die stärksten Mengenzuwächse gab es bei Etiketten und Packungsbeilagen im hohen einstelligen Prozentbereich, aber auch im Faltschachtelsegment haben wir deutlich zugelegt. Die zu verarbeitenden Auftragsmengen in den einzelnen Produktgruppen waren insbesondere im ersten Halbjahr starken Bedarfsschwankungen unterworfen. Hier 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. Jedoch wurden teilweise in einzelnen Segmenten die geplanten Mengen um bis zu 30 % übertroffen. Trotz hohen Engagements und großer Flexibilität der Belegschaft konnte insbesondere im Packungsbeilagenbereich – hier wurde teilweise Samstag und Sonntag gearbeitet – unser Ziel von 98 %-Liefertermintreue nicht ganz erreicht werden. Alle anderen Packmittelsegmente lagen darüber, sodass wir mit der Gesamtliefertermintreue von 97,7 % über alle Sendungen uns wiederum verbessert haben und auf dieser Basis weiter an der Verbesserung der Quote arbeiten.

Qualität

Auch im zweiten wichtigen Kaufkriterium unserer Kunden, der Qualität, sind wir wiederum besser geworden. Mit einer Reklamationsquote von 0,6 % der gefertigten Aufträge haben wir ein sehr hohes Qualitätsniveau erreicht. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, diese Kennzahl weiter zu differenzieren, um die Transparenz der Reklamationsursachen zu erhöhen und zielgerichtete Maßnahmen zur weiteren Verbesserung unseres Qualitätsniveaus einzuleiten. Wir werden im nächsten Jahr über die Ergebnisse berichten.

Kosten

Neben Qualität und Liefertermintreue ist die Preisattraktivität das derzeit entscheidende Kaufkriterium, um der zentralen Forderung unserer Kunden nach einer preisgünstigen Versorgung mit Packmitteln nachzukommen. Die kontinuierliche Verbesserung hin zum effizienten Unternehmen, zur „Operational Excellence“ ist wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Kosten sind auch bei schwankenden Kundenbedarfen stets schnell anzupassen, Fixkosten sind auf niedrigem Niveau zu halten, Rüstzeitoptimierung, Zuschussreduzierung und schnelle Durchlaufzeiten müssen gewährleistet bleiben. Die Umstrukturierung unserer Produktions- in die Kompetenzzentren Faltschachtel/ Kombiprodukte, Packungsbeilagen, Etiketten und Verpackungsdienstleistungen hat auch im zweiten Jahr der Realisierung ihre Vorteile und Überlegenheit hinsichtlich klarer Verantwortungsbereiche, hoher Prozesstransparenz und damit zielgerichteter Erschließung von Kostensenkungspotenzialen bewiesen. Wir haben uns 2011 auf die beiden wichtigsten Kostenblöcke – Material und Personal – fokussiert und über ein initiiertes Projekt zur besseren Materialeffizienz sowie der konsequenten Weiterentwick-

lung der Lean-Management-Kultur zur Produktivitätssteigerung in den einzelnen PSCs deutliche Kostenentlastungen erzielen können.

Materialeffizienz

Das Materialeffizienzprojekt führte in den beiden PSCs Faltschachteln und Packungsbeilagen über unterschiedliche formatspezifische Maßnahmen zur zweistelligen prozentualen Ausschussreduzierung, bei den Etiketten im einstelligen Prozentbereich. Der absolute Materialeinsatz konnte sowohl bei den Faltschachteln wie Packungsbeilagen nahezu konstant gehalten werden, und das bei gestiegenen Produktionsmengen im hohen einstelligen Prozentbereich, wie oben berichtet. Auch für 2012 sehen wir hier noch Verbesserungspotenzial, an dessen Realisierung wir arbeiten.

Wertschöpfungsquote

Die Wertschöpfungsquote ist leicht gesunken auf 65,5 %, liegt damit wieder auf dem Stand der Jahre 2008/2009 und im Branchenvergleich auf hohem Niveau. Die Märkte für unsere wichtigsten Rohstoffe wie Karton, Papier und Etikettenmaterialien waren 2011, was sowohl die Preise wie die Versorgungssicherheit betrifft, relativ stabil.

Prozessverbesserung und Ideenmanagement

Unser Lean-Management-Team umfasst nun drei Mitarbeiter, die sich ausschließlich der Verbesserung unserer Fertigungs- und Verwaltungsprozesse verschrieben haben. In mehr als 85 Workshop-Tagen im Jahr 2011 wurden Einsparpotenziale im knapp siebenstelligen Euro-Wert aufgezeigt, die nun von den Führungskräften durch Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen aus den Workshops realisiert werden müssen. Jeder Mitarbeiter hat die Möglichkeit, sich aktiv in den Workshops zu engagieren, für die sie von ihrer normalen Tätigkeit freigestellt werden.

Aber auch die Einführung unseres Ideenmanagementsystems „Ideefix“ hat zu einem Schub von Verbesserungsvorschlägen geführt, die nun möglichst zeitnah abgearbeitet werden. Mit dem Ideenmanagement haben wir die Lean-Management-Kultur „in der Fläche“ implementiert und mit zahlreichen Ideen-Koordinatoren in den Bereichen umgesetzt. Damit werden künftig viele der zentralen Themen mit den Mitteln des Lean Managements direkt vor Ort gelöst. Jede anerkannte und realisierte Idee führt

zur Belohnung der Abteilung, in der der Mitarbeiter tätig ist, und zur Teilnahme des Ideeneinreichers an einer Jahresverlosung von attraktiven Preisen. Bis zum Jahresende 2011 waren 292 Ideen eingegangen, davon wurden per Ende Dezember 40 abgelehnt, weil sie nicht den Kriterien entsprachen, und 170 umgesetzt.

Wachstum und Produktivität

Dank der Produktivitätsverbesserungen ist die Zahl der Beschäftigten 2011 nur geringfügig um 1,2 % gestiegen, während unser Umsatz um 7,5 % und die Produktionsmengen der einzelnen Packmittelsegmente zwischen 5 und 10 % gewachsen sind. Aber auch durch die verbesserte Kostendisziplin in allen Bereichen, insbesondere bei der Anpassung der Personalkosten aufgrund von Kapazitätsschwankungen durch Zeitkonten- oder Urlaubsabbau sowie Reduzierung der Leiharbeit, konnte unsere Personalkostenquote verbessert werden, ein wesentlicher Beitrag zur Sicherung der Arbeitsplätze.

Unser Großbeerener PharmaServiceCenter für pharmazeutische Dienstleistungen im Verpackungsbereich verzeichnete auch im dritten Jahr eine positive Entwicklung. Unser Fokus liegt nun beim sogenannten „Business Process Outsourcing“, bei dem ganze Konfektionierungsprozesse unserer Kunden ausgelagert und durch uns abgewickelt werden.

INVESTIEREN

Auch 2011 haben wir in die Erneuerung unserer Produktionsanlagen investiert. Mit einer Investitionssumme von 4,6 Millionen Euro haben wir im Faltschachtelbereich in die neue Drucktechnologie Anicolor, in zwei Stanzmaschinen sowie einen neuen CtP-Plattenbelichter investiert, bei den Packungsbeilagen in die Automatisierung der Weiterverarbeitung sowie in die Modernisierung der Outsertproduktion. Eine weitere Flytec-Anlage zur 100 %-Endkontrolle der Haftetiketten sowie eine neue Etikettieranlage im Konfektionierbereich runden das Investitionsprogramm ab. Die Investitionsquote war mit 4,6 % auf eher unterdurchschnittlichem Niveau, da im Jahr 2012 durch die geplante Erweiterung der Etikettenproduktion in Schopfheim größere Investitionen anstehen.

ERGEBNIS UND EIGENKAPITAL

Die Ertragssituation unseres Unternehmens hat sich gegenüber 2010 verbessert und liegt auf gutem Niveau. Die Gesellschafter beschlossen wiederum eine Eigenkapitalerhöhung, wodurch sich die Quote des wirtschaftlichen Eigenkapitals um 3,4 % auf nun 48,7 % erhöhte. Damit konnten wir die Kapitalbasis des Unternehmens wiederum verbessern.

ERFOLGSBETEILIGUNG

Da im seit 10. November 2009 gültigen Haustarif keine Erfolgsbeteiligung mehr mit der Tarifkommission vereinbart werden konnte, hat die Geschäftsführung der Belegschaft ein gänzlich freiwilliges Modell vorgestellt und 2010 eingeführt. Denn unsere Mitarbeiter sollen am Erfolg des Unternehmens teilhaben. Unser Anliegen ist es, unseren Mitarbeitern zu verdeutlichen, dass hohe Produktivität und flexible Arbeit, also effiziente Produktionsprozesse sich für jeden in barem Geld auszahlen. Voraussetzung, dafür sind hohe Qualität und Zuverlässigkeit für unsere Kunden, die uns letztlich alle bezahlen.

Die Erfolgsbeteiligung ist progressiv gestaltet, sodass die Mitarbeiter bei guter Geschäftsentwicklung auch überproportional davon profitieren. Aufgrund des 2010 erwirtschafteten Ergebnisses kann trotz der im Haustarif gemachten Zugeständnisse wieder eine Ausschüttung an die Belegschaft erfolgen.

Das mittlere Management und die Führungskreismitglieder erhalten Jahresprämien, die sich ebenfalls am Erfolg des Unternehmens orientieren, aber zusätzlich die persönliche Zielerreichung der einzelnen Führungskräfte reflektieren. Unternehmens-, Bereichs- und Abteilungsziele, ergänzt um persönliche Ziele, werden jährlich vereinbart und durch das Prämiensystem konsequent verfolgt und nachgehalten.

FALLER ALS ARBEITGEBER

Werte, Führungsgrundsätze und -leitlinien

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 Unternehmmergeist
- Leistungsorientierung und Kooperation
- Nachhaltigkeit und Eigenverantwortung
- Vertrauen und Glaubwürdigkeit

Die Führungsgrundsätze und -leitlinien sind für alle Mitarbeiter im Intranet zugänglich. Ergänzend zu den Leitlinien haben alle Führungskräfte einen Führungskompass erhalten, der detaillierte Unterlagen zu Management- und Personalthemen wie Bewerberauswahl, Schulungen etc. enthält. In der Rubrik Aktuelles finden Sie Informationen zur internen Kommunikation der Unternehmenswerte.

Der Gesundheitsstand (Gesundheitstage/Soll-Arbeitstage in %) blieb 2011 im Vergleich zu 2010 von 94,0 % auf 93,9 % nahezu unverändert. Mit der Einführung von Krankentrückkehrgesprächen in Binzen (PSC Packungsbeilagen) haben wir auf dem Weg, auch diese Kennzahl zu verbessern, erste Erfolge erzielt. Wir hoffen, einige Erkenntnisse auch auf die anderen PSCs übertragen zu können.

Weniger erfolgreich stellt sich unsere Arbeitsunfallstatistik dar. Nach einer positiven Entwicklung mussten wir 2011 einen Rückschlag hinnehmen. Die Quote stieg von 17 auf 25 Unfälle pro 1.000 Mitarbeiter an. Wir haben alle Unfälle dezidiert analysiert, konnten aber keine Cluster in Unfallart, -bereich oder sonstige Zusammenhänge feststellen. Die meisten Unfälle sind auf Unachtsamkeit der Beteiligten zurückzuführen.

Die bisherige Form der Mitarbeiterbefragung steht derzeit auf dem Prüfstand. Sie bot zwar den Vorteil einer individuellen, auf Faller ausgerichteten Befragung, jedoch stand ihr Nutzen als Kommunikationsinstrument in keinem guten Verhältnis zum Aufwand, der für die Durchführung und Nachhaltung der Ergebnisse betrieben werden musste. Im Rahmen der Entwicklung unserer Personalstrategie wollen wir die künftige Rolle dieses Instrumentes neu definieren. Wir planen, im Herbst 2012 eine Mitarbeiterbefragung in der neuen Form durchzuführen.

Die Ausgaben für Weiterbildungsmaßnahmen sind von 0,7 % auf 0,9 % der Personalkosten leicht erhöht worden. Die Aussagefähigkeit dieser Kennzahl ist jedoch hinsichtlich der viel wichtigeren Wirksamkeit von Weiterbildung beschränkt. Wichtig ist uns insbesondere der Transfer der Schulungsinhalte in den beruflichen Alltag, den wir über Feedbackgespräche mit den Vorgesetzten und Bewertungen der Seminare in Transferbögen stützen wollen.

Mit 43 Auszubildenden ist die Quote von 5,6 % in 2010 auf 5,1 % weiter zurückgegangen, u.a. weil die Ausbildung zum Fachinformatiker nur alle drei Jahre angeboten wird und aus Kapazitätsgründen kein DH-Studienplatz für 2011 eingeplant wurde. Die Lernpartnerschaften mit Schulen in der Region pflegen wir seit 2006 kontinuierlich. Inzwischen erleben wir eine positive Auswirkung auf die Bewerberzahlen und die Qualifikation der Bewerber für unsere Ausbildungsberufe. Die Bekanntheit unseres Unternehmens bei den Schülern ist hoch und die Positionierung als Ausbildungsbetrieb gut. Allerdings müssen wir insbesondere für den Beruf des Packmitteltechnologien verstärkt werben, um das Interesse der Jugendlichen an diesem weithin unbekanntem Ausbildungsberuf zu wecken und dessen gute berufliche Perspektiven zu vermitteln.

WIRTSCHAFTLICHE KENNZAHLEN

	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Umsatz in Mio. Euro	100,0	93,0	87,4	92,4	87,0	77,0
Investitionen in Mio. Euro	4,6	6,6	3,3	7,8	12,4	3,8
Investitionsquote in %	4,6	7,1	3,8	8,4	14,3	4,9
Wirtschaftliche Eigenkapitalquote in %	48,7	45,3	38,7	36,8	35,8	33,5
Wertschöpfungsquote in %	65,5	66,3	65,7	65,9	66,7	67,3



PharmaServiceCenter Großbeeren: Halle mit Vertikalkartonnier

ÖKOLOGIE

Besser werden ist ein hoher Anspruch, den wir mit nachhaltigem Engagement für positive Veränderungen in unserer Arbeitsumgebung verfolgen. Sei es mit unserer Energieversorgung aus ökologischer Stromerzeugung oder unserem Energiemanagement. Auch unsere Mitarbeiter initiieren ökologisch wirksame Projekte. Darauf sind wir besonders stolz.

ENERGIEEFFIZIENZWERKSTATT

Faller ist eines von 14 Unternehmen, die sich bei der EnergieEffizienzWerkstatt der IHK Freiburg Südlicher Oberrhein, Freiburg, engagieren. Die Energiekosten werden in den nächsten Jahren kontinuierlich steigen, wobei es in den Unternehmen erhebliche Energieeinsparungspotenziale gibt, die teilweise nicht bekannt sind oder nicht erkannt werden. Um diese Potenziale systematisch zu erfassen, hat sich Faller an den Projekt „EnergieEffizienzWerkstatt“ beteiligt. Über eine Ist-Erfassung relevanter Verbraucher werden Einsparmöglichkeiten erfasst und bewertet, die dann in einem ersten Schritt mit möglichst geringem Aufwand umgesetzt werden können.

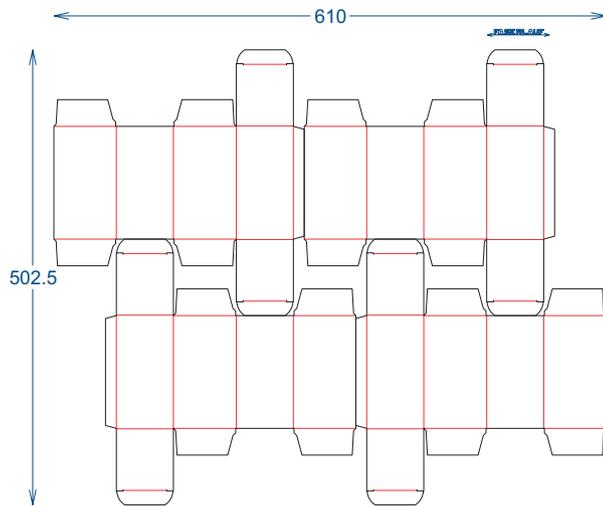


Im zweiten Schritt wird über eine systematische Betrachtung der Nutzung von Energie weiteres Energieeinsparpotenzial erschlossen. Erste Betriebsbegehungen haben im PharmaServiceCenter Packungsbeilagen im September 2011 stattgefunden und diverse Einsparmöglichkeiten aufgezeigt. Faller will dieses Vorgehen auf weitere Standorte ausweiten und ein strukturiertes Energiemanagement etablieren.

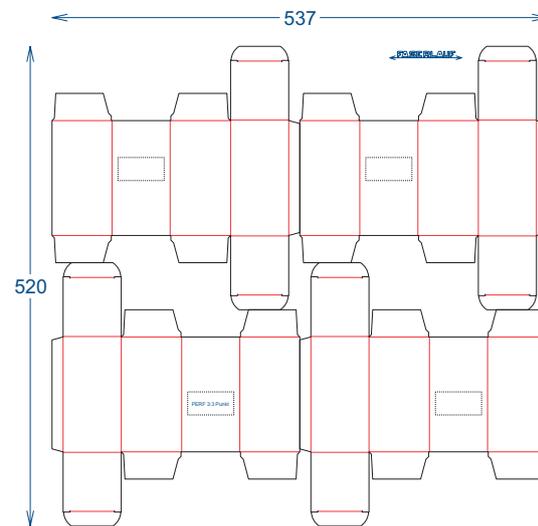
MATERIALEFFIZIENZ

Traditionell sind Pharmaverpackungsaufträge durch kleine Lose in vielen Größen gekennzeichnet. Schnelle und flexible Produktion dieser Aufträge kann nur durch den Einsatz von Standardformaten des Kartonbogens erreicht werden. Jedes Standardformat bedeutet aber einen gewissen Rand oder Verschnitt, da die Stanzkontur des Auftrags in der Regel nicht den ganzen Bogen ausfüllt. Um diesen Verschnitt möglichst gering halten und damit ressourcenschonend arbeiten zu können, haben die beteiligten Fachabteilungen im Druck, Auftragservice und Einkauf zwei sehr erfolgreiche Lösungen gefunden.

ABBILDUNG 1: VERMEIDUNG VON KARTONABFALL DURCH VERÄNDERUNG DER NUTZENEINTEILUNG



Ausgangssituation: 4 Nutzen auf 0,324 m²



Optimierung: 4 Nutzen auf 0,296 m² = 10 % Einsparung

In dem Projekt zur Steigerung der Materialeffizienz überprüfen die Spezialisten gemeinsam mit den Packmitteltechnologien die Einteilung der sogenannten Nutzen. Hier kann durch minimale Änderungen an den Stanzkonturen eine bessere Ausnutzung der Druckbögen oder -bahnen erreicht werden. Abbildung 1 illustriert ein Beispiel, in dem durch eine geringfügige Veränderung der Nutzeneinteilung 10 % Kartonabfall vermieden werden.

Der Part des Einkaufs ist die Analyse der verwendeten Standardformate: Durch das Monitoring und die Anpassung der Standardformatvorgaben bei Änderungen im Auftragsvolumen ist es gelungen, wesentliche Einsparungen beim Kartonabfall in der Faltschachtelherstellung und beim Papierabfall im Packungsbeilagedruck zu erreichen. Abbildung 2 (Seite 18) zeigt den Rückgang im Faltschachtelbereich.

Insgesamt konnte der relative Karton- bzw. Papierausschuss pro Tonne um 11,2 % bzw. 20,3 % reduziert werden. Ein großer Erfolg für Ökologie und Ökonomie.

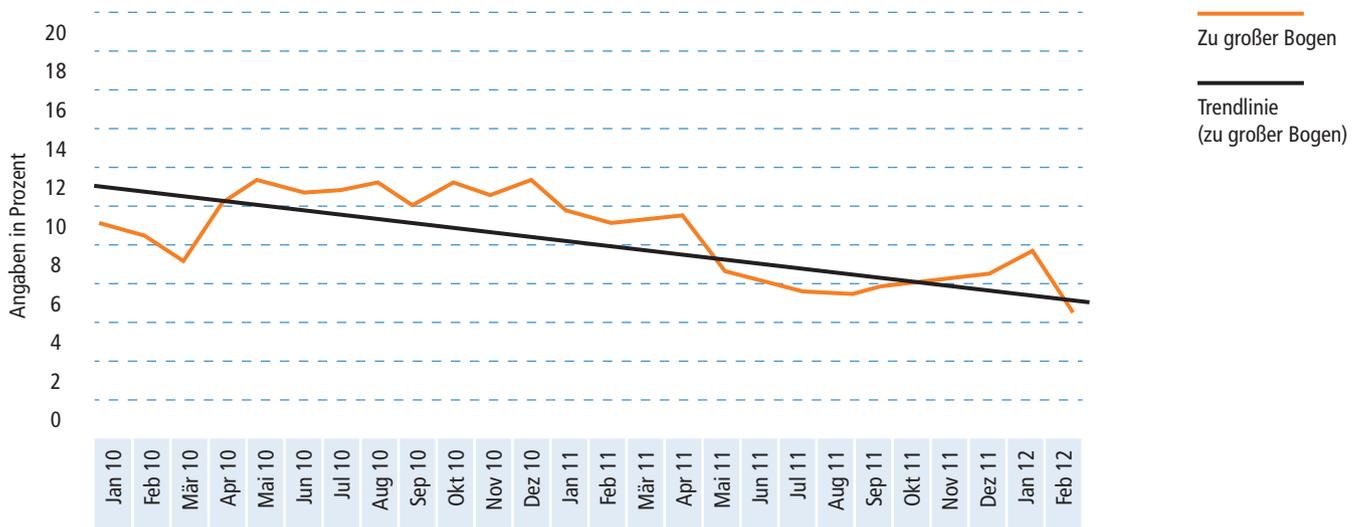
EINSPARUNGEN

In der Druckplattenproduktion wurde die Herstellung der doppelten Fläche durch technische Änderungen ermöglicht: von 4.000 m² auf 8.000 m²! Dadurch wird die Hälfte der Entwicklerflüssigkeit eingespart.

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2011 CO₂-KOMPENSIERT

Die Neuauflagen unserer Broschüren werden seit 2011 auf FSC- bzw. PEFC-zertifiziertem Papier gedruckt. Durch die Produktion des Nachhaltigkeitsberichtes 2010 mit einer Auflage von 4.300 Exemplaren entstanden Treibhausgas-Emissionen in Höhe von 1,2 Tonnen CO₂-Äquivalenten, die wir über First Climate CO₂-kompensiert haben: Diese Emissionen wurden durch Emissionseinsparungen aus dem gemäß Goldstandard zertifizierten Klimaschutzprojekt Windenergie in Yuntdag in der Türkei ausgeglichen und die entsprechenden Emissionsminderungszertifikate stillgelegt.

ABBILDUNG 2: SINKENDE ABFALLANTEILE DURCH ANGEPASSTE KARTONBOGENGRÖSSE IM PSC FS



ALKOHOLFREIES DRUCKEN

Alkohol als Getränk ist natürlich am Arbeitsplatz untersagt, aber als Zusatz in den Feuchtmitteln ist er noch in vielen Druckereien im Einsatz. Anders bei Faller: 2011 haben im PSC Faltschachteln der Druckereileiter Jürgen Herr und der Leiter des DruckService, Matthias Schmieder, aus eigener Initiative die Umstellung auf IPA-freien Druck von Faltschachteln angestoßen. Wichtig ist dies, weil IPA-Zusätze die Atemwege unter Umständen geringfügig reizen können und somit die Gesundheit der Mitarbeiter belasten. Ein zusätzlicher Effekt ist, dass der alkoholfreie Druck auch die Kosten reduziert. Aktuell muss nur noch an der SM 52 Anicolor ein zweiprozentiger Alkoholanteil im Feuchtmittel verwendet werden, weil dies derzeit aus technischen Gründen noch erforderlich ist. An allen anderen Maschinen wird in Waldkirch seit Oktober 2011 ausschließlich mit neu entwickelten Feuchtmittelzusätzen und somit alkoholfrei gearbeitet. Alle Mitarbeiter im Bereich Druck haben die Umstellung auf alkoholfreien Druck tatkräftig unterstützt und damit gemeinsam den Druckprozess umwelt- und gesundheitsverträglicher gestaltet.

ARBEITSUNFÄLLE 2011

2011 mussten wir insgesamt 27 meldepflichtige Unfälle verzeichnen. Alle Unfälle wurden wie immer routinemäßig analysiert. Trotz der deutlichen Zunahme gegenüber 2010 (14 meldepflichtige Unfälle) konnten wir keine signifikanten Cluster, Zusammenhänge oder Auffälligkeiten feststellen, die wir durch maschinentechnische Sicherheitsvorkehrungen oder verstärkte Schulungsmaßnahmen verhindern könnten.

DIE UMWELTKENNZAHLEN

Aufgrund der Reorganisation unserer PharmaServiceCenter im Jahr 2009 ist es nötig geworden, die Kennzahlen neu zu strukturieren. Seit 2010 werden die Kennzahlen für die Produktion von Faltschachteln und Kombiprodukten in Waldkirch, von Packungsbeilagen in Binzen und Großbeeren und von Haftetiketten in Schopfheim getrennt erfasst und bieten somit eine höhere Aussagekraft über den Umweltschutz in der Produktion.

UMWELT-KENNZAHLEN

Ökologie	Definition	2011	2010	Verbrauch zum Vorjahr in %
Energie ges. pro Tonne Bedruckstoff PSC* Faltschachteln	kwh Energieverbrauch pro Tonne Bedruckstoff	565	553	2,2
Energie ges. pro Tonne Bedruckstoff PSC* Packungsbeilagen	kwh Energieverbrauch pro Tonne Bedruckstoff	684	677	1,0
Energie ges. pro Tonne Bedruckstoff PSC* Haftetiketten	kwh Energieverbrauch pro Tonne Bedruckstoff	1.698	1.868	-9,1
CO ₂ aus Energieverbrauch pro Tonne Bedruckstoff PSC* Faltschachteln	kg CO ₂ pro Tonne Bedruckstoff	92	101	-8,6
CO ₂ aus Energieverbrauch pro Tonne Bedruckstoff PSC* Packungsbeilagen	kg CO ₂ pro Tonne Bedruckstoff	61	62	-3,0
CO ₂ aus Energieverbrauch pro Tonne Bedruckstoff PSC* Haftetiketten	kg CO ₂ pro Tonne Bedruckstoff	213	254	-16,2
Gefährliche Abfälle PSC* Faltschachteln	kg gefährlicher Abfall pro Tonne Bedruckstoff	1,1	1,0	7,5
Gefährliche Abfälle PSC* Packungsbeilagen	kg gefährlicher Abfall pro Tonne Bedruckstoff	0,7	1,2	-41,2
Gefährliche Abfälle PSC* Haftetiketten	kg gefährlicher Abfall pro Tonne Bedruckstoff	5,5	6,9	-21,4
Kartonausschuss PSC* Faltschachteln	kg Kartonausschuss pro Tonne Karton	422	476	-11,2
Papierausschuss PSC* Packungsbeilagen	kg Papierausschuss pro Tonne Papier	197	248	-20,3
Haftmaterialausschuss PSC* Haftetiketten	kg Haftmaterialauschnuss pro Tonne Haftmaterial	339,4	347	-2,2

* PharmaServiceCenter

SOZIALES

Dass ein Unternehmen zu einem lebenswerten Umfeld beitragen will, ist nichts Neues. Auch nicht für Faller. Seit der Unternehmensgründung 1882 gehört die Förderung sozialer und kultureller Projekte zum Selbstverständnis von Faller. Die Basis dafür ist seit jeher unser wirtschaftlicher Erfolg, an dem wir unsere Mitarbeiter und aktive Menschen in unserer Umgebung nach Möglichkeit gerne beteiligen.

Denn Lebensqualität ist uns wichtig.

GESUNDHEIT IM GESPRÄCH

Im letzten Nachhaltigkeitsbericht hatten wir über die Einführung der Krankenrückkehr-Gespräche im PSC Packungsbeilagen berichtet. Die Fortbildung und das kontinuierliche Coaching der Führungskräfte haben sich positiv ausgewirkt. Die anfängliche Skepsis der Mitarbeiter hat sich gewandelt in das Gefühl, dass sie in den Gesprächen als Person wahrgenommen werden und, wenn nötig, Unterstützung erhalten. Den Rahmen hierfür schafft eine eigene Betriebsvereinbarung.

Gesundheitsförderung haben sich interne Arbeitsgruppen an den Standorten auf die Fahne geschrieben. Mit Angeboten zu gesunder Ernährung, Sportkursen wie Pilates, Rückenschule, Massageangeboten oder auch Veranstaltungen in Kooperation mit Krankenkassen wollen sie die Kollegen dazu bewegen, aktiv etwas für ihre Gesundheit zu tun. Faller bezuschusst die Angebote, die Mitarbeiter bezahlen nur einen geringen Teil der Kosten. Die Aufgabe bleibt, auch weniger Interessierte zu erreichen.

WAHRNEHMUNG UNTERSTÜTZEN

Jedes Jahr organisieren die Auszubildenden ein gemeinsames soziales Projekt. Von der Auswahl des Projektes über die Teamorganisation, Kalkulation bis zur Arbeitsplanung tragen die Azubis die Verantwortung für die Realisierung der gewählten Aufgabe. Spannend wird es für gewöhnlich, wenn es darum geht, Sponsoren für die Arbeitspakete zu gewinnen: Gebraucht werden interne Unterstützer, aber auch Handwerker und andere Unternehmen in der Region, die Sachspenden leisten. Die Azubis sprechen diese selbstständig an und bitten sie um Unterstützung für das Projekt. Betreut werden sie von den verantwortlichen Ausbildern und am Projekttag von den Ansprechpartnern vor Ort. 2011 kümmerte sich das Team um die Sehbehindertenschule St. Michael in Waldkirch. Dort bauten sie zwei Hochbeete (Foto 2), die auch Rollstuhlfahrern die Arbeit am Gartenbeet ermöglichen. Die Dächer von zwei Schuppen in der Gartenanlage bekamen eine wetterfeste Abdichtung, einige Sozialräume einen neuen Anstrich (Foto 3), Außentreppen versahen sie mit einem speziellen Anstrich mit Leuchtfarbe (Fotos 1 und 4).



[1]



[2]



[3]



[4]



[5]

WEGE IN DEN BERUF FÖRDERN

Dem sich abzeichnenden Fachkräftemangel in der Verpackungsbranche begegnet Faller mit besonderer Unterstützung der beruflichen Qualifizierung von Jugendlichen. Neben der eigenen betrieblichen Ausbildung unterstützen wir seit 1999 die Waldkircher Beschäftigungsinitiative (WABE), deren Ausbildungsverbund seit 2006 mehr als 120 Jugendlichen eine unternehmensübergreifende Ausbildung ermöglicht hat.

Das Ziel des Wabe e. V. und der Wabe gGmbH ist, jugendliche Arbeitslose über eine Reihe von Qualifizierungsmaßnahmen in dauerhafte Arbeitsverhältnisse zu vermitteln. 2010 waren es insgesamt 120 Jugendliche, die auf diese Weise einen Arbeitsplatz gefunden haben.

Faller trägt gemeinsam mit anderen Sponsoren die Kosten für einen Ausbildungsverbund, der Jugendlichen, die keinen Ausbildungsplatz gefunden haben, eine firmenübergreifende Ausbildung in vier Berufen ermöglicht.

Die Ergebnisse der WABE-Arbeit sind ausgezeichnet und das Konzept ist zum „Role Model“ geworden: intensive Zusammenarbeit von Unternehmen, der Stadtverwaltung und der Arbeitsagentur sichern die ökonomische Basis wie auch die soziale Ausrichtung der Initiative und deren konstante Weiterentwicklung. Die Wabe erhielt 2011 in Prag den Europäischen Enterprise Award für verantwortungsvolles und umfassendes Unternehmertum und wurde überdies im Rahmen des Wettbewerbs „AusbildungsAss“ ausgezeichnet.

Auch bei dem neuen WABE-Projekt „Ausbildungslotse“ engagiert sich Faller gemeinsam mit drei anderen Sponsoren. Das Konzept wurde 2011 erarbeitet und startete im März 2012 in den Schulen. Angesprochen werden förderungsbedürftige Schüler, denen Ausbildungslosens Orientierung bei der Berufswahl bieten sollen.

SCHULEN UND INITIATIVEN

Faller hat bereits 2006 begonnen, Lernpartnerschaften mit Schulen in Waldkirch zu pflegen, es folgten Kollnau, Gutach, Winden, Elzach und Binzen. Im Dezember 2011, nach einer dreijährigen praktizierten Lernpartnerschaft, unterzeichneten Faller und die Grund- und Werkrealschule Vorderes Kandertal in Binzen eine offizielle Kooperationsvereinbarung für eine Bildungspartnerschaft „Wege zur Berufsfindung“ im Rahmen der Aktion „Bildungspartnerschaften“ der IHK Hochrhein-Bodensee.

Im Oktober 2011 war Faller gemeinsam mit der Wasserkraft Volk AG, Gutach, Hauptsponsor der zweiten Plant-for-the-Planet-Akademie in Waldkirch. In einer „Akademie“ werden 9- bis 12-jährige Schüler mit den Themen Klimaveränderung und Kli-

magerechtigkeit spielerisch vertraut gemacht, sie lernen, einen Vortrag über Klimagerechtigkeit zu halten, und pflanzen gemeinsam Bäume im städtischen Forst. Die Setzlinge wurden von der Städtischen Forstverwaltung gespendet (Foto 5, Seite 21). Zahlreiche Vereine und Initiativen an unseren Standorten fördert Faller mit Sachspenden oder finanziellen Zuwendungen. Seit Jahren hat eine Waldkircher Theatergruppe kostenlose Räume zur Verfügung und eine Musikgruppe nutzt einen Proberaum gratis.

DIE SOZIALEN KENNZAHLEN

Erläuterungen zu der Neuorientierung bei den Mitarbeiterbefragungen finden Sie im Kapitel Ökonomie, Faller als Arbeitgeber. Ebenso zu den Investitionen in die Weiterbildung.

DIE SOZIALEN KENNZAHLEN

	2011	2010	2009	2008
Zahl der Mitarbeiter gesamt	852	842	822	816
Davon Teilzeitarbeitskräfte	41	40	38	39
Auszubildende	43	47	49	46
Fluktuationsrate in %	8,2	7,3	7,4	7,4
Gesundheitsstand (100 % - x)	93,9	94,0	93,8	94,6
Anzahl Frauen im mittleren und oberen Management	8	8	5	6
Anteil Frauen im mittleren und oberen Management in %	19	19	12	–
Unfallquote pro 1.000 Mitarbeiter	25	17	26	22
Personalkosten für externe Weiterbildungsmaßnahmen in %	0,9	0,7	0,6	1,2
Zufriedenheit aus Mitarbeiterbefragung (Skalierung: 1=super, 7= schlecht)	n. a.	3,27	n. a.	n. a.

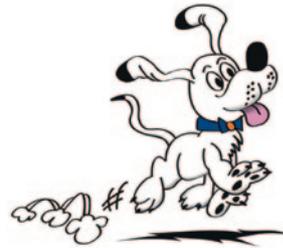
AKTUELLES

PROZESSVERBESSERUNGEN

Neben Produktinnovationen tragen auch effizientere Arbeitsprozesse dazu bei, besser zu werden: Wichtig ist uns dabei auch, besondere Leistungen in allen Prozessen zu würdigen, in der Produktion und in der Verwaltung. Die Spezialisten für Lean Management und den Kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) sind gemeinsam mit dem Verantwortlichen für das im Juni 2011 installierte Ideenmanagement in allen Bereichen aktiv. Lean Management bindet Mitarbeiter aller Hierarchieebenen in Workshops ein, in denen Verbesserungen für definierte Arbeitsabläufe erarbeitet werden.

Das Ideenmanagement wird von einem Lean-Management-Spezialisten geleitet, der 22 Ideenkoordinatoren in allen Fachbereichen ausgebildet hat und allen mit Rat und Tat bei der Umsetzung der eingereichten Vorschläge zur Seite steht. Mit Erfolg: Über 170 umgesetzte Ideen von Juni bis Dezember 2011 haben große und kleine Verbesserungen in den Arbeitsbereichen der Einreicher bewirkt. Im Juni 2011 trat „Ideefix“ in das Arbeitsleben der Faller-Mitarbeiter. Klein, wendig und mitarbeiternah – die sympathische Figur will alle für das neu installierte Ideenmanagement begeistern. Und das ist gelungen.

Das Ideenmanagement ist ein Teilbereich der Abteilung Integrierte Managementsysteme (IMS), die außerdem für Qualitätssicherung, Lean Management/KVP verantwortlich ist. Qualität ist neben Liefertermintreue und Preis das wichtigste Kriterium für unsere Kunden aus der Pharmaindustrie. Daher ist es naheliegend, das Management der Verbesserungsprozesse in der dafür verantwortlichen Abteilung „anzusiedeln“.



PROJEKT „WIR MACHEN QUALITÄT“

Firmenübergreifende Workshops mit den Kollegen und Kolleginnen der Karl Knauer KG hatten erstmals 2010 stattgefunden und wurden 2011 unter dem Motto „Wir machen Qualität“ weitergeführt. Der gemeinsame Austausch über alle Werke und Firmengrenzen soll den Führungskräften helfen, Probleme nachhaltig abzustellen und damit unsere Qualität weiterzubessern. Mit der Methodik der Problemanalyse werden konkrete Fallbeispiele behandelt, um immer wieder auftretende Probleme zu lösen.

GRENZÜBERSCHREITENDE LÖSUNGEN

Im Bericht 2010 haben wir über die Anfänge der firmenübergreifenden Lean-Management-Workshops berichtet. 2011 fanden KVP-Projekte über die wichtigsten Teile der Supply Chain vom Rohstofflieferanten über die interne Prozesskette bis hin zu den Abpackprozessen bei Kunden statt. Die Methode erwies sich als ausgesprochen effektiv und effizient, um gemeinsam Qualitätsthemen nachhaltig zu bearbeiten. In einem Kundenprojekt konnte dessen Anlageneffizienz verdoppelt werden.



Fotos: 12 der 22 Ideenkoordinatoren

von links oben: Lutz Benz (Leiter Ideenmanagement), Verena Burger, Nicole Dörflinger, Richard Disch, Marco Beier, Hannes Allgaier, Bianca Vozar, Heidi Kammerer, Achim Eble, Jürgen Kleile, Walter Ziegenbein, Wolfram Vogel

STARKE WERTE

Die Grundlage unseres Handelns ist eine wertegeprägte Unternehmenskultur. Alle Mitarbeiter sind gefordert, sich in ihrem alltäglichen Handeln an den Grundwerten zu orientieren:

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

Über die Unternehmenswerte wird auch im Kapitel „Ökonomie“ berichtet.

Einige Mitarbeiter haben die Werte in einer Broschüre mit Beispielen aus ihrem Arbeitsalltag erläutert. Sie zeigen, dass jeder an seinem Arbeitsplatz einen eigenen Beitrag dazu leisten kann, die Unternehmenswerte in allen Bereichen und auf allen Ebenen umzusetzen. Diese Broschüre wurde an alle Mitarbeiter verteilt und gehört neben einem ausführlichen „Handbuch für Neueinsteiger“ zum „Starter-Kit“ für neue Mitarbeiter.

FSC-ZERTIFIZIERTER KARTON FÜR NATURKOSMETIK

Die Nachfrage nach zertifizierten Kartonsorten, die gemäß den FSC- oder PEFC-Richtlinien erzeugt werden, ist für Pharmaverpackungen nach wie vor noch sehr verhalten. Deshalb freuen wir uns sehr, dass unser Kunde SPEICK Naturkosmetik mit der Silbermedaille als „Nachhaltiger Hersteller 2011“ ausgezeichnet wurde. Und Faller hat mit FSC-zertifiziertem Material für Kartonverpackungen der traditionsreichen Speick-Marke auch ein wenig dazu beigetragen. Spannend war dabei, dass dies einer der ersten Aufträge war, die Faller nach der erfolgreichen Zertifizierung mit FSC-Materialien umgesetzt hat.

IM DIALOG

Ob Verbände oder politische Parteien: Faller ist offen für den Dialog mit Menschen, die sich aktiv für die Gestaltung und die Entwicklung unserer Gesellschaft einsetzen. Der geschäftsführende Gesellschafter der August Faller KG, Dr. Michael Faller, war 2011 Sprecher des Vorstandes des Fachverbandes der Faltschachtelindustrie (FFI), in der IHK Südlicher Oberrhein engagiert er sich als Vorsitzender des Umwelt- und Energieausschusses und seit Mitte 2011 als Vizepräsident der IHK.



DAMIT GESUNDHEIT BESSER ANKOMMT

Wir arbeiten gemeinsam, „DAMIT GESUNDHEIT BESSER ANKOMMT“. Dieser Anspruch an uns selbst ist gleichzeitig ein Versprechen an unsere Kunden. 2011 haben wir uns intensiv mit dem „Besser-Ankommen“ beschäftigt, um uns auf das Ziel und den Zweck unserer Arbeit zu konzentrieren und uns zu inspirieren: zu Entwicklungen, die Patienten helfen, Medikamente zuverlässig einzunehmen („Compliance“) und neue Möglichkeiten zu schaffen, Arzneimittel durch intelligente Verpackungen vor Fälschungen zu schützen. Patienten brauchen Verpackungen, die sowohl eine einfache Entnahme der Arznei als auch deren sichere Aufbewahrung ermöglichen und vor Fälschungen schützen. Und unsere Entwicklungsexperten bieten unseren Kunden solche Konstruktionen für innovative Anwendungen und bessere Verarbeitung. Mehr zu unseren Produktinnovationen finden Sie im Kapitel Produkte und Dienstleistungen.

MITTEN IM GESCHEHEN



Die Auszubildenden von Faller haben's drauf – und drunter und drüber und mittendrin. Das zeigen die vielfältigen Motive für den neuen Faller Azubi-Kalender im Stile der beliebten Bildwelt unserer Unternehmenskommunikation. Aber Vorsicht: Der Schein trügt. Denn unsere Azubis haben beim freien Spiel mit Faltschachteln, Packungsbeilagen und Haftetiketten am Computer kräftig nachgeholfen. Gut gemacht!



Impressum

Alle Rechte vorbehalten. © August Faller KG, Waldkirch 2012, www.august-faller.de

Ausgabe: Mai 2012

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

