



KONICA MINOLTA

BRANCHE

ITK Dienstleister

BESCHÄFTIGTE

rund 2.500

FIRMENPROFIL

Die Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH ist als IT Services Provider ein führender Anbieter von Komplettlösungen für die unternehmensweiten Dokumenten- und Druckworkflows im B2B-Bereich. Als Projekt- und Lösungsexperte bietet das Unternehmen umfassende Beratung, Hard- und Softwarelösungen sowie Dienstleistungen und Support für individuelle, leistungsfähige Gesamtlösungen. Mit seinem strategischen Geschäftsfeld Optimized Print Services setzt das Unternehmen im Bereich der Managed Print Services bereits seit langem Standards. Ganzheitliche Konzepte bietet Konica Minolta mit Managed Content Services auch zum Thema Dokumentenmanagement, Archivierung und Erfassung von Informationen.

Im Rahmen der Konica Minolta Gruppe umfasst das Angebot von Konica Minolta gemeinsam mit seinen verbundenen Unternehmen die Bereiche Output Solutions, IT Services, Professional Printing, Marketing Services, IP Video Solutions, Medical Solutions, Digitale Fertigung und Media.

Technologische Kompetenz definiert sowohl die Basis der wirtschaftlichen als auch ökologischen Nachhaltigkeit Konica Minoltas. Somit will das Unternehmen nicht nur produkttechnischen Mehrwert bieten, sondern im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit auch die Umwelt schonen.

NEUE WERTE SCHAFFEN

Nachhaltiges Handeln ist seit jeher Bestandteil von Konica Minoltas Managementphilosophie. Das Unternehmen verbindet seine Geschäftstätigkeit mit Bestrebungen, auch sozial und ökologisch wertvolle Beiträge zu leisten. Unternehmerische Wertschöpfung

KONICA MINOLTA

Business Solutions Deutschland GmbH
Europaallee 17
30855 Langenhagen
www.konicaminolta.de/business

ANSPRECHPARTNERIN

Melanie Eibisch
Referentin Unternehmenskommunikation
Tel. +49 (0)511 / 74 04 - 58 53
Melanie.Eibisch@konicaminolta.eu

B.A.U.M.-MITGLIED SEIT 2012



und die Wahrung gesellschaftlicher Werte gehen hierbei Hand in Hand.

UMWELTPIONIER

Den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren war bereits Unternehmensleitbild, bevor Umweltschutz gesamtgesellschaftlich relevant wurde: 1980 erschien der erste Kopierer mit Tonerrecyclingsystem. Als eines der ersten Unternehmen weltweit wurde Konica Minolta bereits 1992 mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet.

Ein weiterer ökologischer Meilenstein war die Entwicklung eines energiesparenden Polymerisationstoners mit Biomasseanteil im Jahr 2000. Darüber hinaus bietet Konica Minolta seit 2015 klimaneutrales Drucken an. Um über drei Millionen Kilogramm wurde die CO₂-Bilanz bereits verbessert. Nicht zuletzt aufgrund dieser Bemühungen wird Konica Minolta in internationalen CSR-Rankings regelmäßig in Top-Positionen gelistet.

ÖKOVISION 2050

Mit der Ökovicision 2050 hat Konica Minolta seine langfristige ökologische Perspektive formuliert. Ausgehend von den Werten des Referenzjahres 2005 hat sich das Unternehmen verpflichtet, die CO₂-Emissionen, die während des gesamten Produktlebenszyklus entstehen, bis zum Jahr 2050 um 80 Prozent zu reduzieren. Aufgrund umfangreicher Initiativen wurde der Ausstoß von CO₂ bis 2016 bereits um rund 49 Prozent gesenkt.



INTERVIEW MIT JOHANNES BISCHOF, PRESIDENT KONICA MINOLTA BUSINESS SOLUTIONS DEUTSCHLAND GMBH

Herr Bischof, welche Bedeutung hat das Thema nachhaltiges Investieren für Sie?

Für Konica Minolta sind Investitionen dann sinnvoll, wenn sie Geschäftsmodelle unterstützen, die einem umfassenden Verständnis von Nachhaltigkeit folgen. Wir sind seit Jahren in Indices an der Spitze, die genau diesen Ansatz abbilden: wirtschaftliche, ökologische und soziale Kriterien werden umfassend gemessen. Beispielsweise sind wir erst kürzlich zum fünften Mal in Folge im Dow Jones Sustainability World Index aufgeführt worden. Er gilt als wichtigste Beurteilung für Social Responsible Investments (SRI) überhaupt. Übrigens: Viele Anleger denken nach wie vor, dass ein nachhaltiges Investment Renditeverzicht bedeutet. Das ist nach unseren Erfahrungen unzutreffend.

Was macht für Sie ein nachhaltiges Projekt bzw. Unternehmen aus?

Wirklich nachhaltige Unternehmen beschränken sich nicht darauf, umweltschonende Technologien zu nutzen. Konica Minolta ist das beste Beispiel dafür. Unsere Top-Rankings sind Folge unserer Unternehmensphilosophie: Wir schaffen geschäftliche, ökologische und auch soziale Werte. Diese Variablen widersprechen sich nicht, das Konzept leben wir über die gesamte Lieferkette hinweg. Wir teilen beispielsweise mit unseren Lieferanten und unseren Kunden unser Umweltschutz-Know-how und erreichen so unsere ehrgeizigen Ziele schneller und in besserer Qualität. Über Produktion und Services reicht der Ansatz bis zur Forschung. Weltweit entwickeln wir in unseren Business Innovation Center Technologien und Anwendungen für den Arbeitsplatz der

Zukunft. Wir wissen: Der smarte Arbeitsplatz wird helfen, die Umwelt zu schonen.

Welche Rolle spielt nachhaltiges Investieren in Ihrer Kundenkommunikation?

Eine unserer zentralen Botschaften, auch an unsere Kunden, lautet: Unternehmerischer Erfolg und Nachhaltigkeit können Hand in Hand gehen. Ihnen vermitteln wir: Unsere Modelle zur digitalen Transformation unterstützen sie dabei, sie nutzen nicht nur der Umwelt, sondern sind gleichzeitig Motor für Wertschöpfung und wirtschaftlichen Erfolg. Die Dimension unseres Prinzips – ökonomischen Erfolg mit ökologischem Nutzen zu koppeln – zeigt eine aktuelle Zahl. Im Geschäftsjahr 2016/2017 haben wir rund 64 Prozent aller Umsatzerlöse mit 204 zertifizierten „Green Products“ erzielt.

Haben Sie zum Thema nachhaltiges Investieren Wünsche an die Politik?

Die Politik hat sich der Nachhaltigkeit verschrieben, sie setzt den wirtschaftspolitischen Rahmen für nachhaltiges Investieren und Finanzprodukte. Leider können sich immer noch zu viele Anlageformen ohne unabhängige Überprüfung nachhaltig nennen. Auch wenn hier bereits Fortschritte erzielt wurden: Klare gesetzliche Standards würden für bessere Vergleichbarkeit sorgen.

