UPJ
unternehmen. verbinden. gestalten

econsense
Forum Nachhaltige Entwicklung
der Deutschen Wirtschaft

Gefördert durch:
Bundesministerium
für Arbeit und Soziales
aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

PRAXISTAGE FÜR MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN

Lieferketten verantwortlich gestalten
Über Nachhaltigkeit berichten

4. Mai 2017, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Hannover

Veranstaltungspartner

Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

IHK Industrie- und Handelskammer Hannover

UVN Unternehmerverbände Niedersachsen e.V.

Niedersachsen
Allianz für Nachhaltigkeit

Workshop C

Umsetzung von Nachhaltigkeitsanforderungen durch den Einkauf

Dr. Dorli Harms
Leuphana Universität Lüneburg

Axel Holzhauer
Konica Minolta Business Solutions Deutschland

Lena Peleikis
Otto Group

Moderation: Moritz Blanke, UPJ

LEUPHANA
UNIVERSITÄT LÜNEBURG

Workshop: Praktische Umsetzung von Nachhaltigkeitsanforderungen durch den Einkauf

Dr. Dorli Harms

Centre for Sustainability Management (CSM)
Leuphana Universität Lüneburg

www.leuphana.de/csm

Praxistag ‚Lieferketten verantwortlich gestalten – Über Nachhaltigkeit berichten'

Hannover, 04.05.2017

Centre for Sustainability Management

Nachhaltige Beschaffung

UN Guiding principles

Sustainable Development Goals (SDGs)

Nachhaltiger Konsum

Kooperation

Machtunterschiede in der Lieferkette

Carbon Footprint

Nachhaltigkeitsstrategie

Audits

ISO 26000

Refurbishing/Recycling

Code of Conduct

Lieferantenschulung

Kennzahlen (ökon., ökol. und sozial)

Kinderarbeit

ISO 9000

Regionale Beschaffung

Kreislaufwirtschaft/ Product Life Cycle

Grüne Wertschöpfung

Liefertreue

Lieferantenauswahl

ISO 14001

Nachhaltigkeitskodex

Knappe personelle Ressourcen

Produktinnovation

Externer Druck

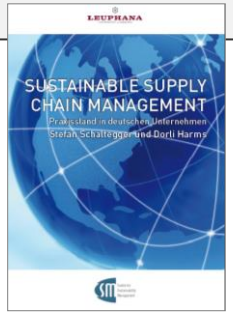
Nachhaltige Beschaffung & Sustainable Supply Chain Management

- baut auf **konventionellen** Ansätzen des Supply Chain Mgmt. (SCM) auf: Steuerung von Ressourcenflüssen (Material, Kapital, Informationen) entlang der Wertschöpfungskette
- Integration **ökologischer, sozialer und ökonomischer Ziele** in das SCM
- **Interaktion** zwischen Akteuren entlang und in Bezug zu der Lieferkette
- **Instrumente**
  - Aus bestehender/bewährter Supply Chain Management-Praxis (z.B. Lieferantenbewertung, Audits)
  - Mit weiterer Nachhaltigkeitsorientierung (z.B. Produktentwicklung unter Berücksichtigung Kreislaufwirtschaft, Lieferantenentwicklung)

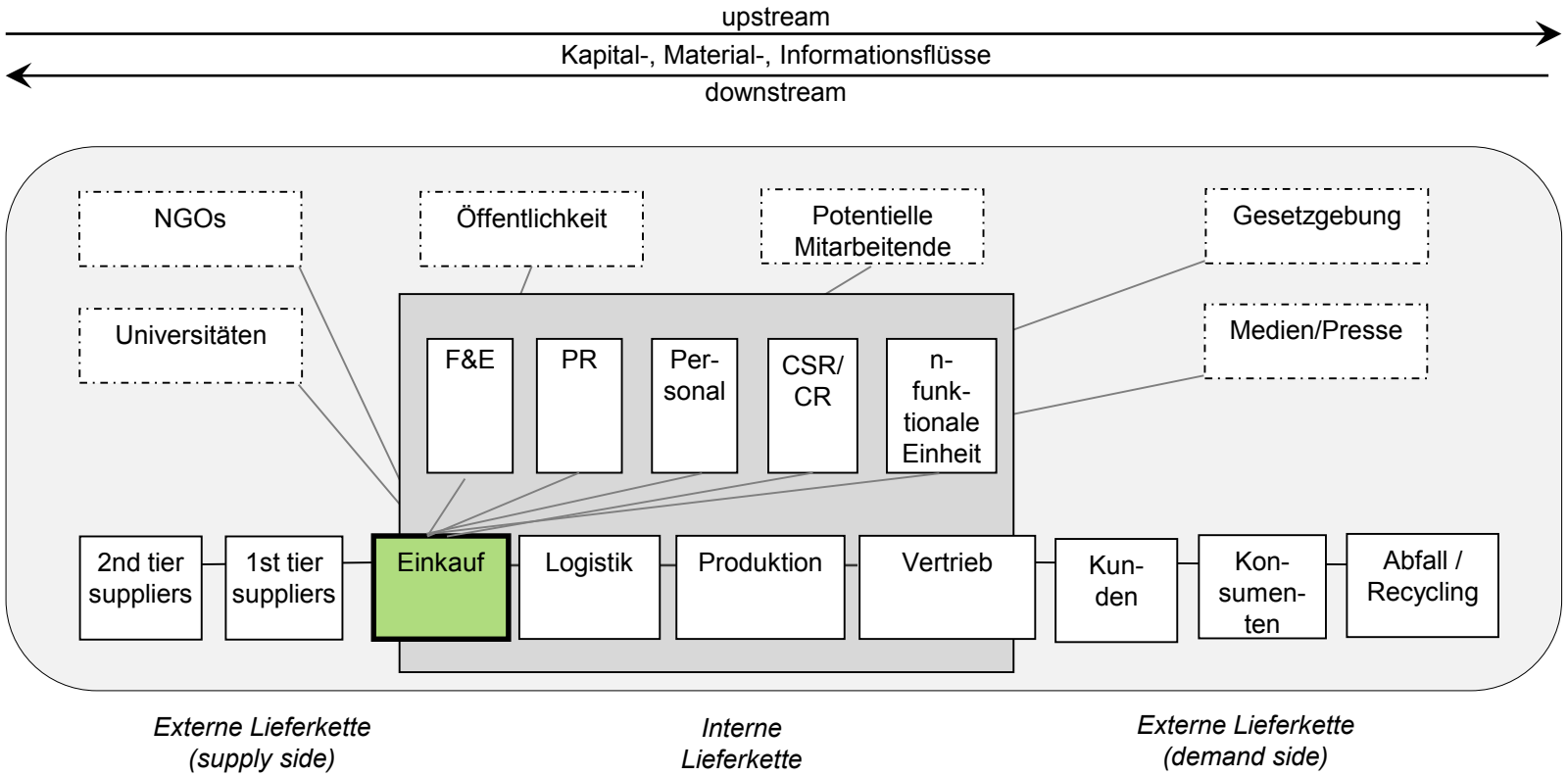
Risiko- und chancenorientierte Strategien

Kriterien	**Risiko-orientierte Strategie**	**Tatsächliche SSCM Strategie**	**Chancen-orientierte Strategie**
SSCM angesehen als	Reduzieren und managen von Risken/Kosten		Entwicklung nachhaltiger Produkte (z.B. lebenszyklusorientiert)
Ziele von SSCM	Reputationsmanagement, Risikoreduktion		Marktführerschaft anstreben, F&E fördern
Externe Treiber	Gesetzgebung, Presse/Medien		Kunden/Konsumenten
Interne Treiber	GF, Einkauf, Compliance		GF, Marketing, F&E
Lieferantenmanagement-Prozesse	Supplier Evaluation and Auswahl		Lieferantenentwicklung
Maßnahme/korrektive Aktivitäten bei Lieferanten	Beendiung Lieferanten-Einkaufs-Beziehung im Fall von Nicht-Compliance		Dialog mit Lieferanten, Training

Schriftliche Umfrage bei deutschen Großunternehmen (DAX/MDAX) zum Praxisstand des SSCM im Herbst/Winter 2008/09
(angelehnt an Harms et al. 2013, 209)



Stakeholder im Sustainable Supply Chain Management



(angelehnt an Harms & Klewitz 2013, 113; Harland 1996, 63; Seuring & Müller 2008, 1700)

Interaktion im SSCM – Mögl. Funktionen des Einkaufsbereichs

Fachexperten (z.B. bei der Definition von Mgmt-Prozessen)

Gatekeeper (z.B. durch Lieferanten-auswahl, -entwicklung)

Relation zum Unternehmen

Relation zur Lieferkette	Extern	Intern
Innerhalb der Lieferkette (Primäre Supply Chain Stakeholder)	**Inter**-organisational (z.B. Lieferanten, Kunden)	**Intra**-organisational (z.B. Einkauf, Produktion, Vertrieb)
Verbunden mit der Lieferkette (Sekundäre Supply Chain Stakeholder)	**Supra**-organisational (z.B. NGOs, Universitäten, Wettbewerber)	**Sub**-organisational (z.B. Nachhaltigkeit/ CSR, Personal, Compliance)

Impulsgeber (z.B. in Brancheninitiativen)

Boundary spanner, d.h. brücken-schlagende Funktion (abteilungs-übergreifende Projektteams)

Potentiale für nachhaltige Beschaffung

- Ressourcensicherung (Qualität, Energie, Material, Mitarbeiter)
- Nachhaltigkeitsaspekte (z.B. Arbeitsbedingungen, ökologische Produktion) als Einkaufskriterium
- Weiterentwicklung und Implementierung von Instrumenten
- Gestaltung nachhaltiger Lieferketten (-netzwerke)
- Teilelement für nachhaltiges Angebotsportfolio
- Zusammenarbeit (zur Risikominimierung) mit Kunden/Lieferanten (B2B)
- Attraktivität und Identifikation nach innen und außen
- Vorbildrolle

LEUPHANA
UNIVERSITÄT LÜNEBURG

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

Dr. Dorli Harms

Studiengangskoordinatorin und Teamleiterin
MBA Sustainability Management

Centre for Sustainability Management (CSM)
Leuphana Universität Lüneburg
+49 (0)4131 677-2210
dharms@uni.leuphana.de

Centre for Sustainability Management

KONICA MINOLTA

PRAKTISCHE UMSETZUNG VON NACHHALTIGKEITSANFORDERUNGEN

Axel Holzhauer
Environmental and Recycling Manager

ACCOUNTABLE

KONICA MINOLTA
WELTWEIT

UMSATZVERTEILUNG NACH REGIONEN (GJ 2015)

41.600 Mitarbeiter

Aktiv in

173

Ländern weltweit

Konzern-umsatz
(Stand: 31. März 2016)

7,8 Mrd. €

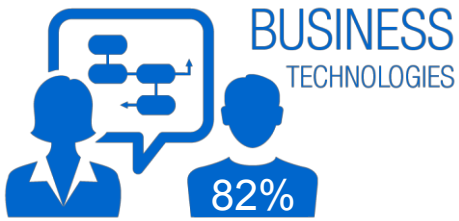
Giving Shape to Ideas

ACCOUNTABLE

KONICA MINOLTA
MEHR ALS DRUCKEN

Unternehmens-technologien

- Nr. 1 in Europa beim Produktionsdruck, A3-Bürofarbdruck und Tintenstrahl-Textildruck
- Mehr als 3.500 Kunden optimieren ihre Prozesse mit Konica Minolta-MPS

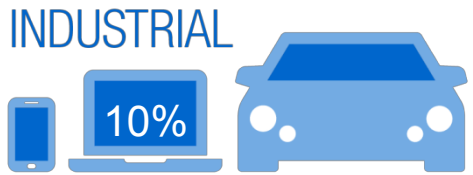


Gesundheits-wesen

- Weltweit erstes digitales Röntgen-Mammographie-system mit Phasenkontrast-technik
- Nr. 1 in Japan bei digitalen Kassetten-Radiographie-systemen

Industrieller Bereich

- Nr. 1 bei Pick-up-Linsen für Blu-Ray-, DVD- und CD-Player
- Nr. 2 bei TAC-Beschichtungen für Anzeigebildschirme (z. B. Mobilgeräte, TV)
- Nr. 1. bei Farbmessgeräten für Bildschirme



Sonstige

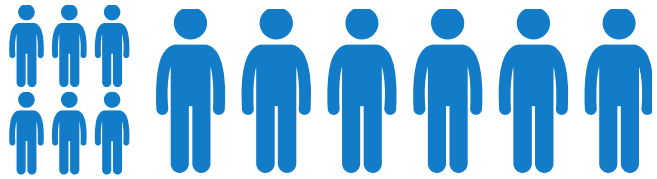
- Einer von vier Lieferanten für Planetarien weltweit

DIE KONICA MINOLTA GRUPPE IN DEUTSCHLAND

KONICA MINOLTA IN DEUTSCHLAND

28
OFFICES
DEUTSCHLANDWEIT

2.200 MITARBEITER
RUND DEUTSCHLANDWEIT



Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH

Europaallee 17
30855 Langenhagen
Deutschland
www.konicaminolta.de

31.03.2016

GESAMTUMSATZ
500 MILLIONEN €
RUND

800
SERVICE MITARBEITER

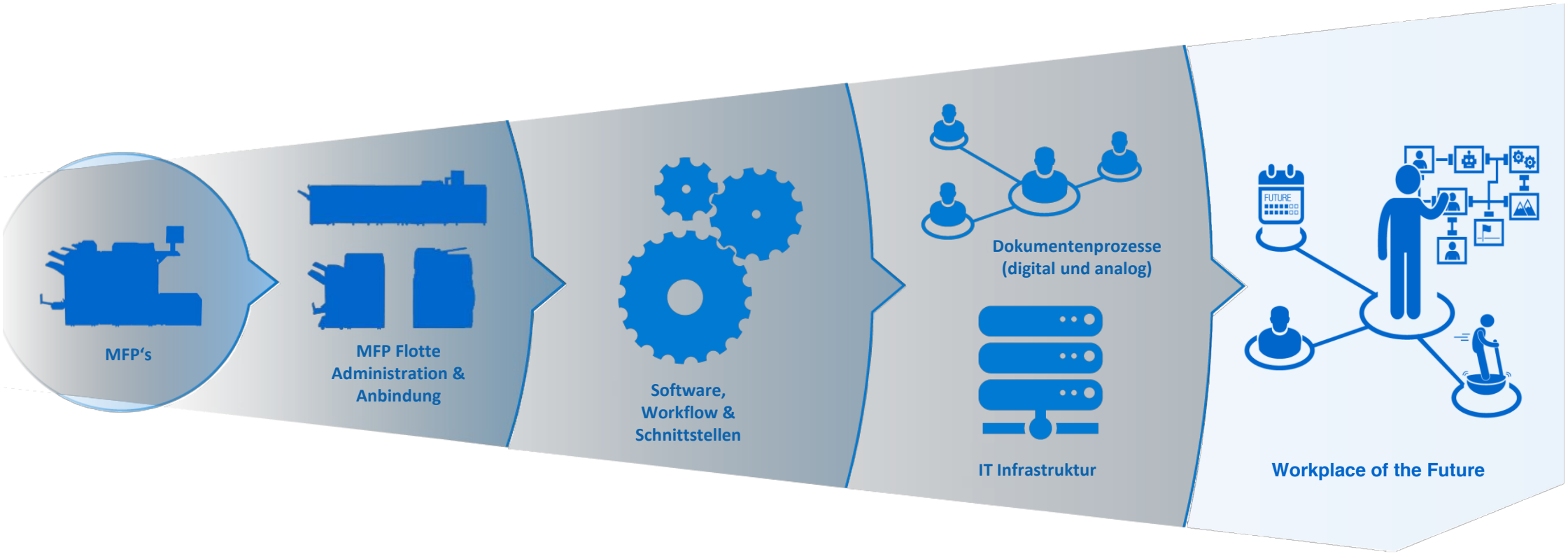
800
SALES MITARBEITER

Giving Shape to Ideas

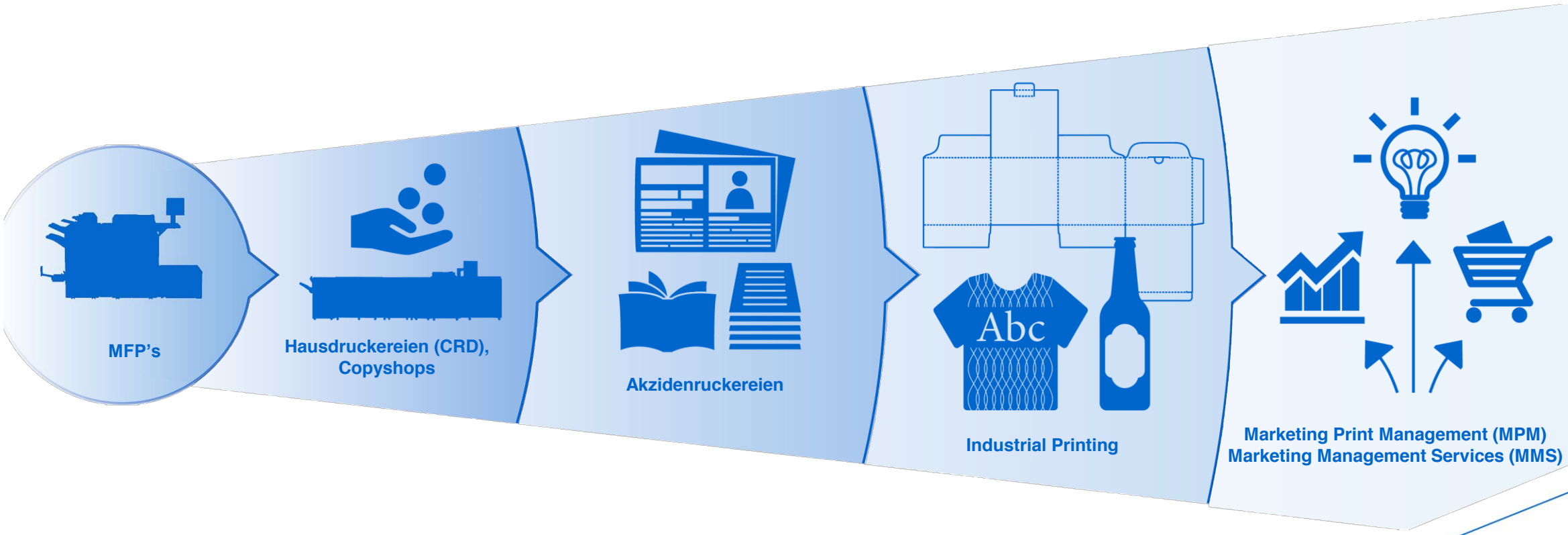
ACCOUNTABLE

EXPERTE FÜR DOKUMENTENINTENSIVE GESCHÄFTSPROZESSE

KONICA MINOLTA



VON HARDWARE ZU MARKETING PRINT MANAGEMENT
DIE WELT WIRD IMMER DIGITALER



NACHHALTIGKEIT

KONICA MINOLTA

ACCOUNTABLE

CSR POLITIK

- Konica Minoltas CSR-Aktivitäten orientieren sich an der **Managementphilosophie und-vision des Unternehmens**, die auf dem Verhaltenskodex der Gruppe basieren.
- Die Leitlinie der Konica Minolta Gruppe für den **Verhaltenskodex** ist weltweit gültig und zeigt wünschenswertes Verhalten in den einzelnen Kategorien des Kodex auf, um das Verständnis und die Umsetzung entsprechender Verhaltensweisen zu erleichtern.
- In der Leitlinie kommt Konica Minoltas Verpflichtung zur Einhaltung internationaler gesellschaftlicher Normen zum Ausdruck, wie beispielsweise der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und des **Global Compact** der Vereinten Nationen, den das Unternehmen unterzeichnet hat.

GLOBAL COMPACT

KONICA MINOLTA

Menschenrechte

Prinzip 1 Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs unterstützen und achten und

Prinzip 2 sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

Arbeitsnormen

Prinzip 3 Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren sowie ferner für

Prinzip 4 die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit,

Prinzip 5 die Abschaffung der Kinderarbeit und

Prinzip 6 die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung eintreten.

Umweltschutz

Prinzip 7 Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen,

Prinzip 8 Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen, und

Prinzip 9 die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.

Korruptionsbekämpfung

Prinzip 10 Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

VERHALTENSKODEX DER KONICA MINOLTA GRUPPE

- Unternehmen, die als wirtschaftliche Einheiten gewinnorientiert im fairen Wettbewerb stehen, sollten darüber hinaus auch der Gesellschaft als Ganzes Nutzen bringen. Deshalb muss sich die Konica Minolta-Unternehmensgruppe gesellschaftlich verantwortungsbewusst verhalten und dafür Sorge tragen, dass all ihre Direktoren, Führungskräfte und Mitarbeiter sich eindeutig zu diesem Verhaltenskodex bekennen. Die Unternehmensführung muss erkennen, dass es ihre Aufgabe und Verantwortung ist, die sinngemäße Bestimmung des Verhaltenskodices zu erfüllen, und muss die Initiative ergreifen um sicherzustellen, dass alle Direktoren, Führungskräfte und Mitarbeiter den Verhaltenskodex grundlegend verstehen. Darüber hinaus muss die Geschäftsführung der Meinung interner und externer Parteien stets Beachtung schenken und den Einsatz wirksamer Systeme zur Sicherstellung ethischer Unternehmensgrundsätze fördern.
- 1. Nützliche und sichere Produkte
  Wir müssen das Vertrauen von Anwendern und Kunden zu gewinnen suchen, indem wir gesellschaftlich nützliche Produkte und Dienstleistungen unter Berücksichtigung eines Höchstmaßes an Sicherheitsaspekten entwickeln und bereitstellen.
- 2. Faire und offene Unternehmensaktivitäten
  Wir müssen im Zuge fairer und offener Unternehmensaktivitäten die geltenden Gesetze und Vorschriften einhalten und in Übereinstimmung mit internationalen Richtlinien und unserer Satzung handeln.
- 3. Kommunikation mit der Gesellschaft und Veröffentlichung von Informationen
  Wir müssen mit der Gesellschaft im Allgemeinen kommunizieren und Unternehmensdaten auf faire und angemessene Weise offen legen.
- 4. Umweltschutz
  Wir müssen uns der Ernsthaftigkeit weltweiter Umweltfragen bewusst sein und uns freiwillig und überzeugt für den Schutz der Umwelt engagieren.
- 5. Beitrag zur Gesellschaft
  Wir müssen unter globalen Gesichtspunkten zur Gesellschaft beitragen und gleichzeitig lokale Gebräuche und Kulturen respektieren.
- 6. Respekt gegenüber den Mitarbeitern
  Wir müssen uns bemühen, unseren Mitarbeitern ein angenehmes und erfülltes Leben zu ermöglichen, ihnen ein sicheres Arbeitsumfeld zu bieten und die Persönlichkeit und Individualität eines jeden Mitarbeiters zu respektieren.
- 7. Verantwortungsbewusstes Handeln
  Wird gegen die Grundsätze dieses Verhaltenskodices verstoßen, muss die Unternehmensführung zur Lösung des Problems die Ursachen des Verstoßes untersuchen und im Einklang mit den Verfahren zur Einhaltung und Befolgung Verbesserungsmaßnahmen entwickeln, die einen erneuten Verstoß vermeiden. Es hat unverzüglich und umfassend eine Veröffentlichung und Erklärung in Bezug auf den Verstoß zu erfolgen und die Verantwortung für den Verstoßes muss geklärt werden. Faire und strenge disziplinarische Maßnahmen müssen ergriffen werden, bei allem Respekt auch gegen Mitglieder der Unternehmensführung, sofern dies erforderlich ist.

NACHHALTIGE GESELLSCHAFT
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

NACHHALTIGKEITSZIELE
ÖKOLOGISCHE HERAUSFORDERUNGEN - GLOBAL UND DRINGLICH

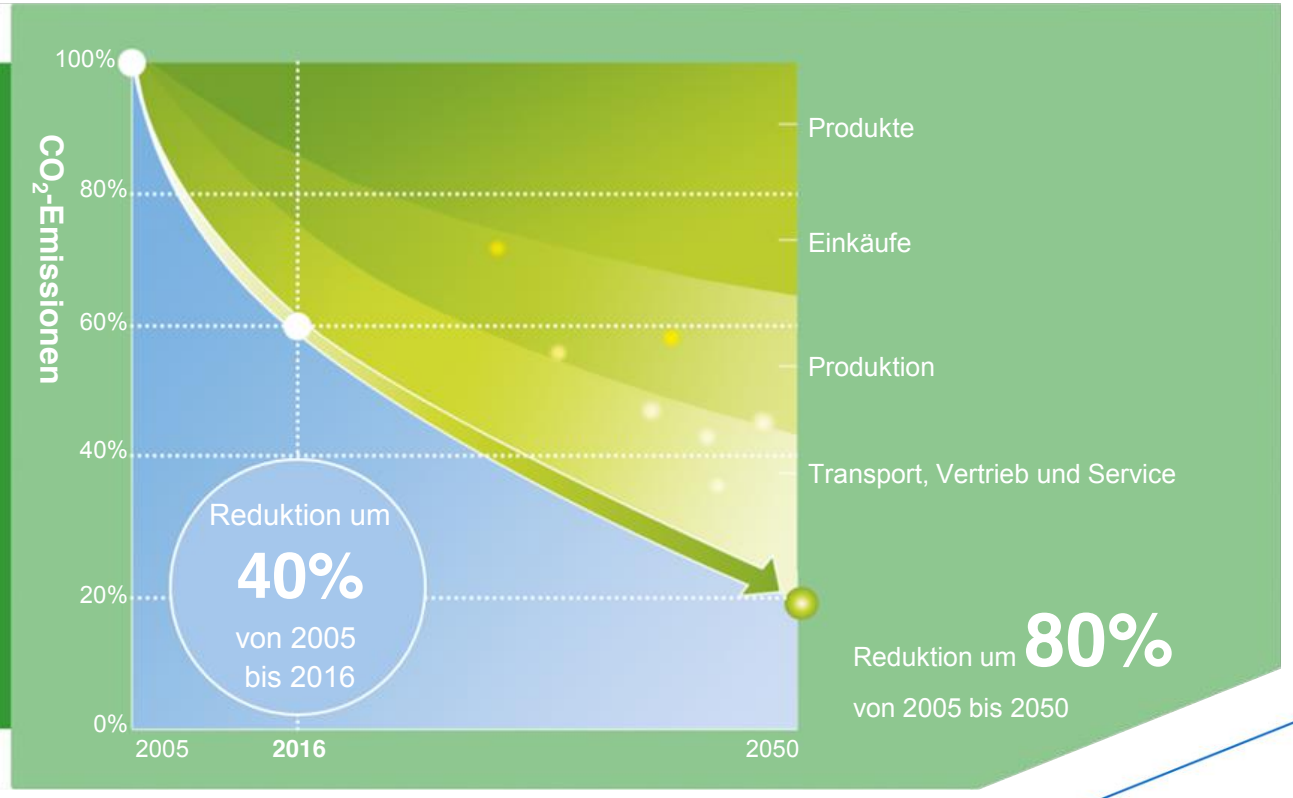
KONICA MINOLTA

Öko-Vision 2050

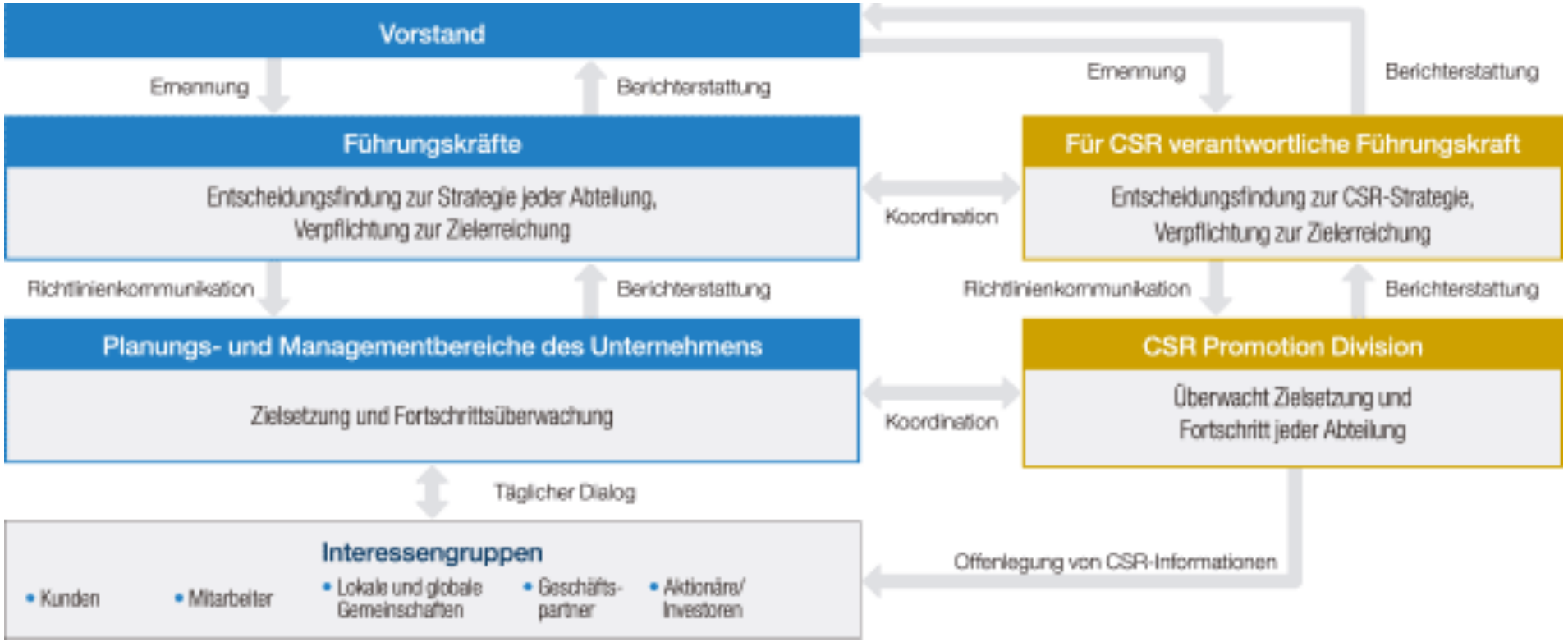
1. Senkung des CO_2-Ausstoßes im gesamten Produktlebenszyklus um 80% bis 2050 (bezogen auf die Werte des Geschäftsjahres 2005)

2. Förderung des Recyclings und der effizienten Nutzung der begrenzten Ressourcen der Erde

3. Unterstützung von Wiederherstellung und Erhalt der Biodiversität



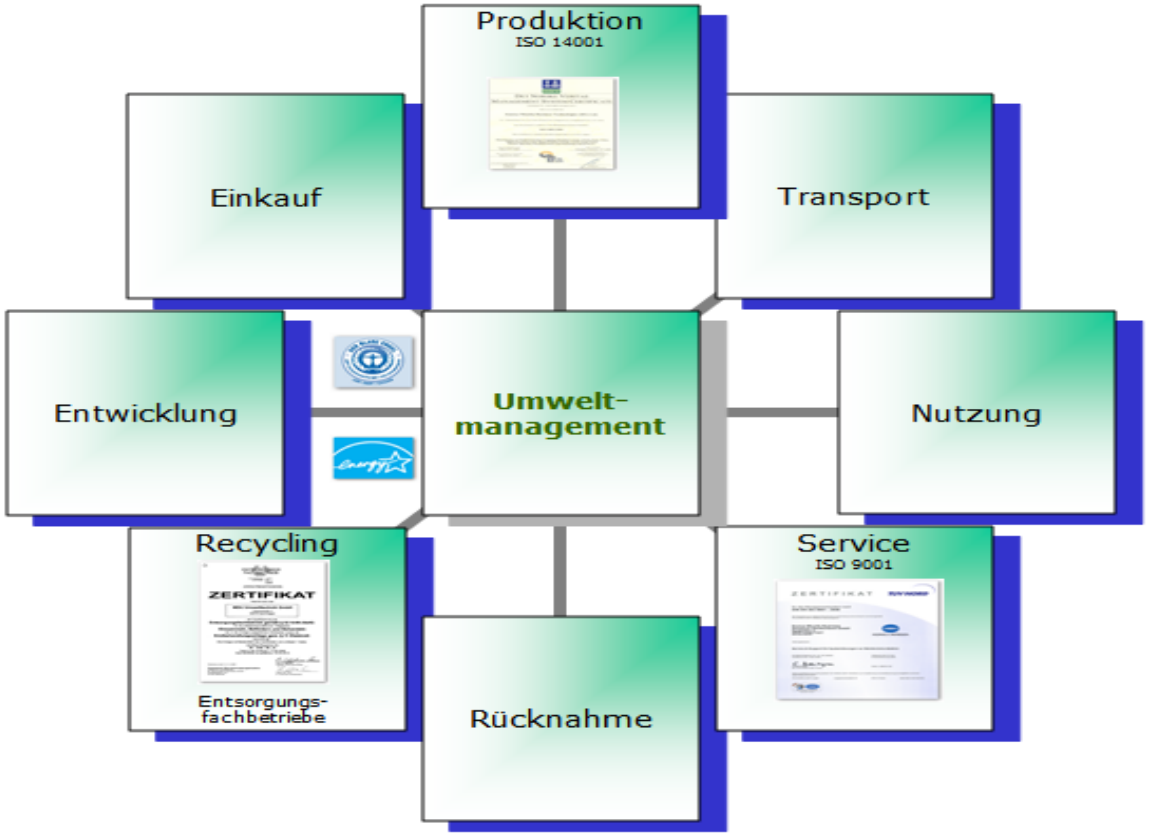
CSR MANAGEMENTSYSTEM



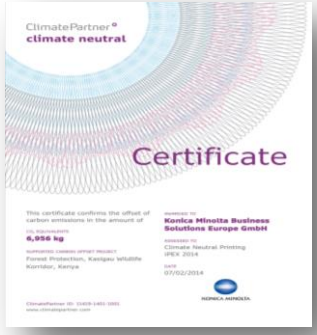
ALS VERTRIEBSUNTERNEHMEN SIND WIR DAS BINDEGLIED ZWISCHEN UNSEREN KUNDEN UND LIEFERANTEN

- REACH, RoHS, Blauer Engel, Energy Star, GS, Social Responsibility…

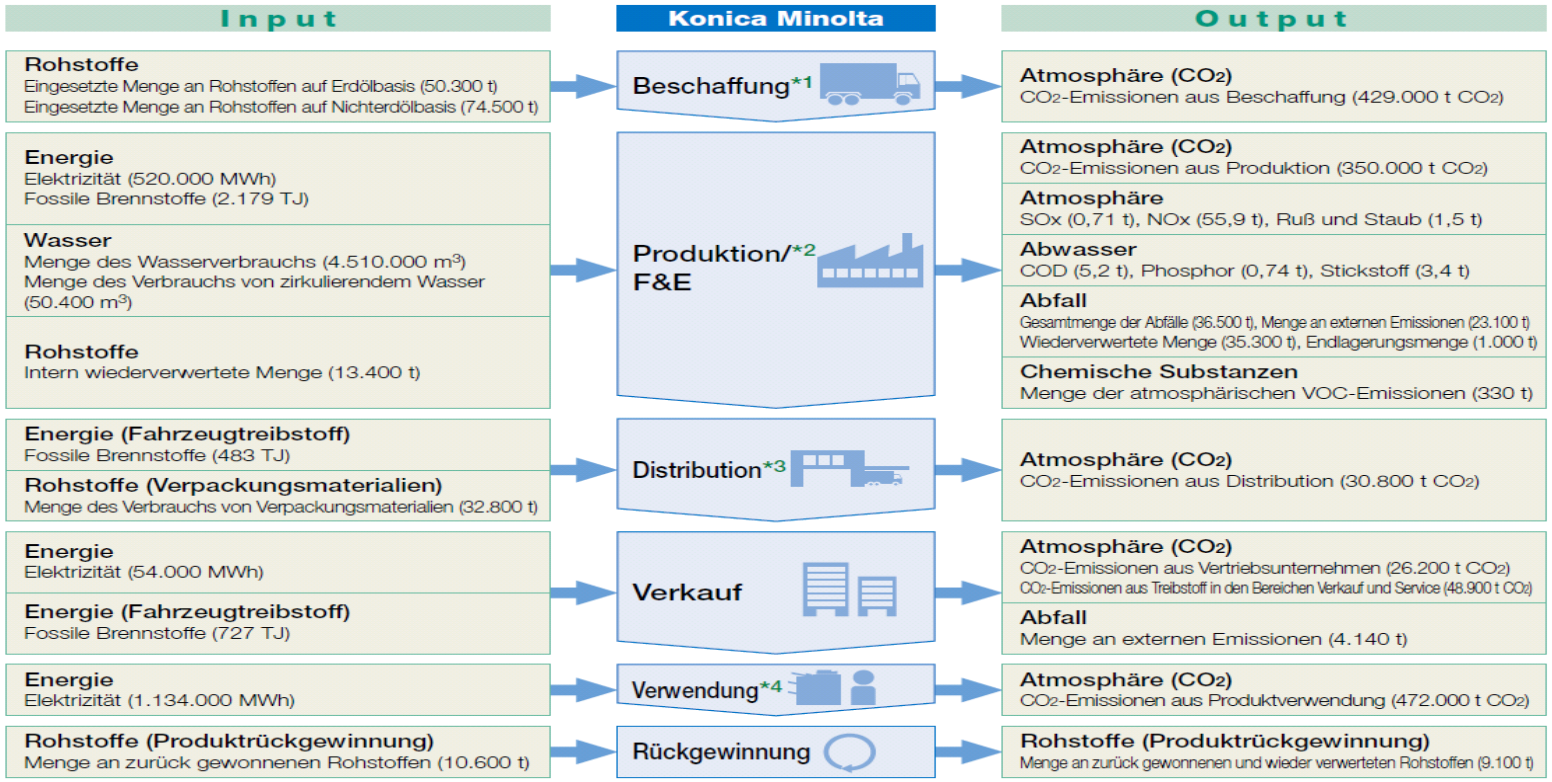
LEBENSZYKLUSBETRACHTUNG



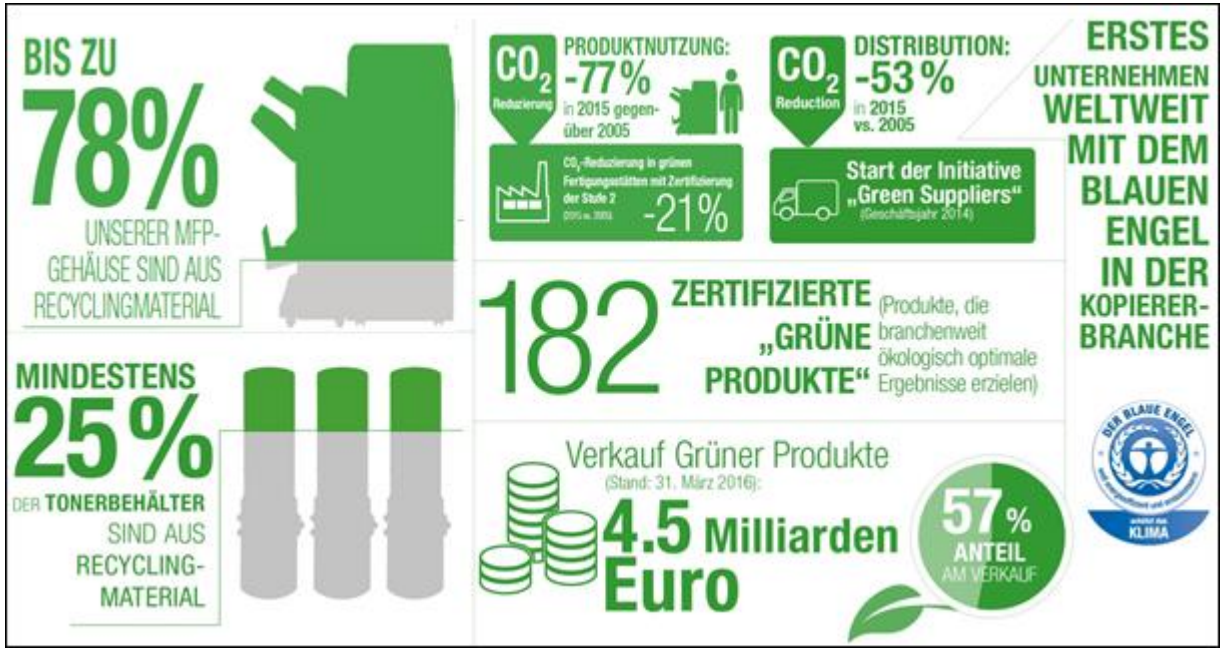
CO2 Kompensation

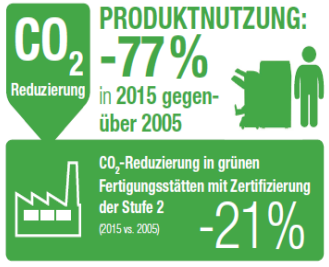


UMWELTBILANZ - INPUT-OUTPUT ANALYSE



GRÜNE ZAHLEN & FAKTEN





LIEFERANTEN

Wesentliches Thema 4

Verantwortungsvolle Lieferkette

Lieferanten von Rohstoffen und Teilen, Auftragnehmer für Produktfertigungen und Logistikanbieter sind wichtige Geschäftspartner, mit deren Hilfe Konica Minolta Beiträge zur Gesellschaft leistet. Um diese Partnerschaften auszuweiten, ist Konica Minolta dabei, seine CSR-Aktivitäten durch koordinierte Aktivitäten mit seinen Geschäftspartnern zu erweitern.

FÖRDERUNG VON CSR IN DER LIEFERKETTE

KONICA MINOLTA

Verantwortungsvolle Lieferkette	Förderung von CSR in der Lieferkette	• Aufforderung der Lieferanten zur Umsetzung von CSR • Durchführung von CSR-Bewertungen und -Audits • Klärung von Unterstützungsprogrammen für Lieferanten • Klärung von Anreizprogrammen für Lieferanten
		• Ordnungsgemäße Veröffentlichung von Informationen • Weitere Verbesserung der Antwortquote und -genauigkeit bei Umfragen zu Konfliktmineralien

MAßNAHMEN LIEFERANTEN

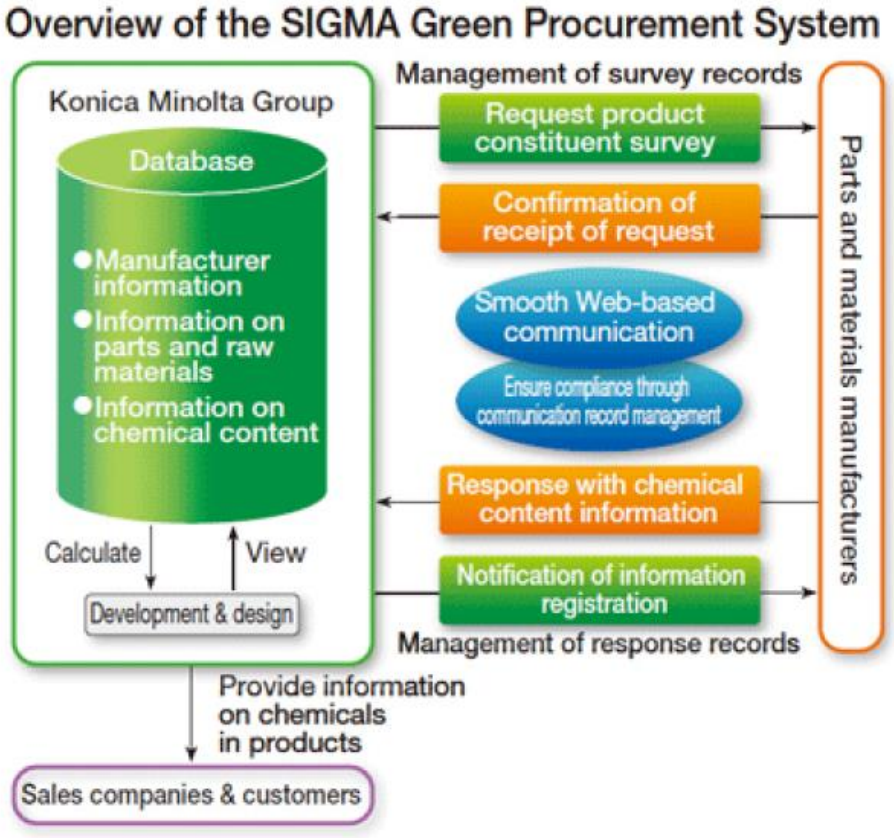
- **Beschaffung**
- Aufforderung an Lieferanten zur Teilnahme an CSR-Aktivitäten: 100% Umsetzung
- Bis Ende GJ 2016 Abschluss an allen 20 Produktionsstandorten der Konica Minolta Gruppe und ca. 130 wichtigen Partnerstandorten (Lieferanten)
- CSR-Audits an ausgewählten Poduktionsstandorten der Konica Minolta Gruppe und an Partnerstandorten
- **Logistik**
- Bis Ende GJ 2016 Abschluss der Umsetzung und von Verbesserungen bei 8 Logistikanbietern

LIEFERANTEN - TEILNAHME AN CSR AKTIVITÄTEN UND BEWERTUNGEN

- Über seine Beschaffungsrichtlinie und seinen Verhaltenskodex für Lieferanten fordert Konica Minolta seine Partner zur Teilnahme an CSR-Aktivitäten auf.
- Durch Setzen bestimmter Ziele und Standards in Bereichen wie Umweltschutz, Gesundheit und Sicherheit, Ethik und Arbeitsbedingungen (Menschenrechte) sollen diese Aktivitäten Verbesserungen in Partnerunternehmen fördern.
- Um den Grad der Umsetzung von CSR-Aktivitäten zu ermitteln, fördert Konica Minolta mithilfe von Selbstbewertungsfragebögen CSR-Bewertungen an Produktionsstandorten der Gruppe und in wichtigen Partnerunternehmen.
- Die Fragebögen basieren auf EICC-ON, der Onlinedatenbank von EICC.
- Standorten wird abhängig von ihrem CSR-Umsetzungsgrad ein Rang von A bis C zugewiesen.
- Das Ziel für Produktionsstandorte der Gruppe ist Rang A, Partner sollten mindestens Rang B anstreben.
- Im Geschäftsjahr 2015 ergaben CSR-Bewertungen an 16 Produktionsstandorten der Gruppe und 57 Partnerstandorten, dass alle Standorte ihre Ziele erreichten.

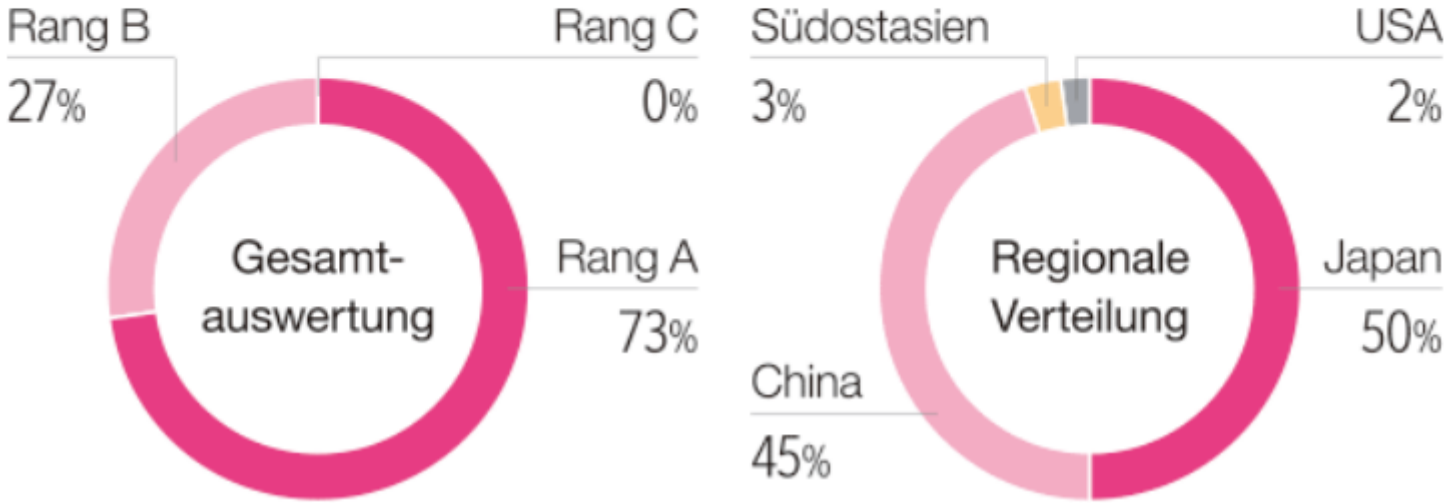
GREEN PROCUREMENT SYSTEM

KONICA MINOLTA



RANGFOLGE AUS CSR- BEWERTUNGSERGEBNISSEN

Rang A (100% - 85%):	Gesellschaftliche Anforderungen weitgehend erfüllt.
Rang B (85% - 65%):	Es gibt Verbesserungsmöglichkeiten; freiwillige Verbesserungen werden erwartet.
Rang C (65% - 0%):	Es besteht Verbesserungsbedarf; Verbesserungen bezüglich der Vorlage eines Verbesserungsplans dringend erforderlich.



GEMEINSAME WERTE MIT KUNDEN SCHAFFEN

OPS - OPTIMIZED PRINT SERVICES

1. Drucksysteme

Welche Drucksysteme nutzen Sie? Wofür, wie und zu welchen Kosten? Und wie verwalten und überwachen Sie diese?

2. Workflow

Wie können Sie besser, zielgerichteter, günstiger und schneller drucken – und welchen Druck kann man einsparen?

3. Kostenplan

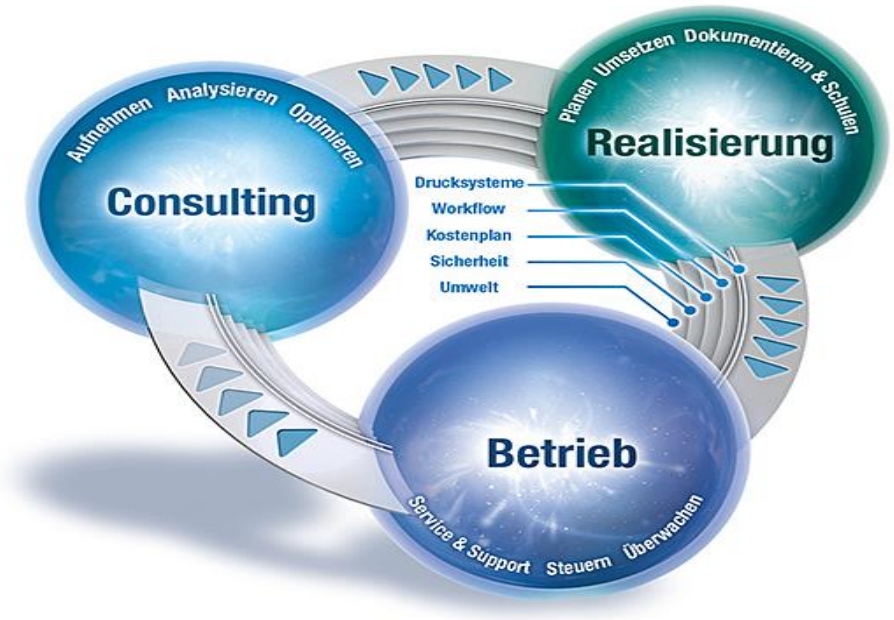
Was möchten Sie in Zukunft investieren, welche Kauf- oder Leasingoptionen gibt es? Wir helfen bei der Berechnung.

4. Sicherheit

Wie steht es um die Sicherheit Ihrer Daten? Wer muss wann und wie darauf zugreifen? Wie kann Authentifizierung Ihre Drucke schützen?

5. Umwelt

Wie können Sie den Energieverbrauch in Ihrem Unternehmen verringern? Durch welche Maßnahmen kann der Papierverbrauch reduziert werden?



OPTIMIZED PRINT SERVICES – UMWELT
BERATUNG FÜR NACHHALTIGES DRUCKEN

- **Produktauswahl**
  - Hardware optimieren
  - Produktkonzept nach Segmenten
    - Arbeitsplatz
    - Arbeitsgruppe
    - Etage
    - Produktion
- **Software**
  - Follow me Printing
  - Scannen
  - bizhub Boxen
  - CS Remote Care

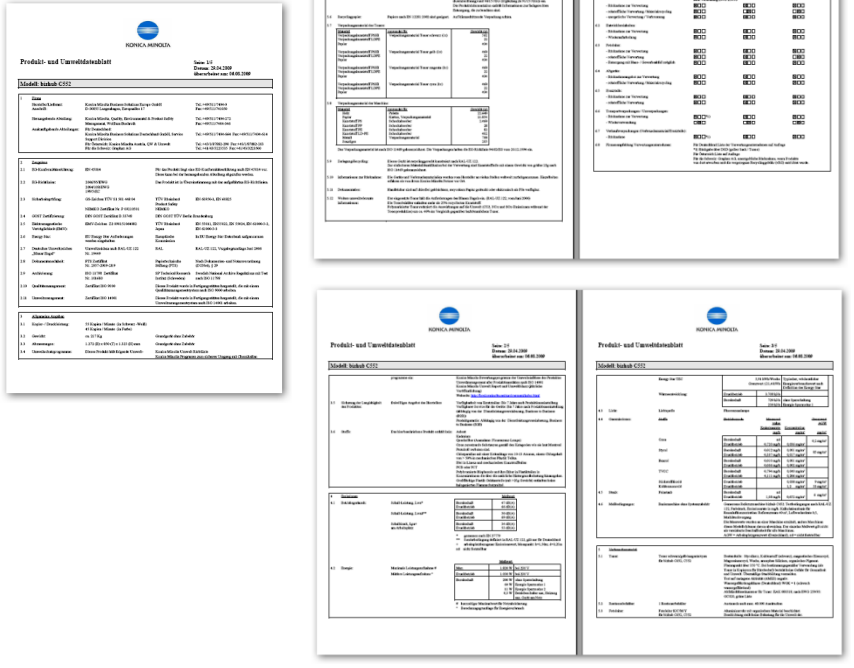
- **Energieverbrauch**
  - minimieren
  - Sparfunktionen optimal einstellen
- **Papierverbrauch**
  - Minimieren
  - Papiersparfunktionen einstellen
  - Recyclingpapier benutzen
- **Abfallkonzept**

BLAUER ENGEL / ENERGY STAR

- für bessere Innenraumluft: geringe Belastung durch Schadstoffe
- strenge Anforderungen an die Freisetzung von feinen und ultrafeinen Partikeln während des Druckbetriebes bei Laserdruckern
- für mehr Klimaschutz: geringer Energiebedarf im Druckbetrieb und im Leerlauf
- für mehr Ressourcenschutz: geeignet für Recyclingpapier und Duplexeinrichtung für doppelseitiges Bedrucken bei Geräten mit höherem Seitendurchsatz
- Geringer Energieverbrauch / Energiesparfunktionen

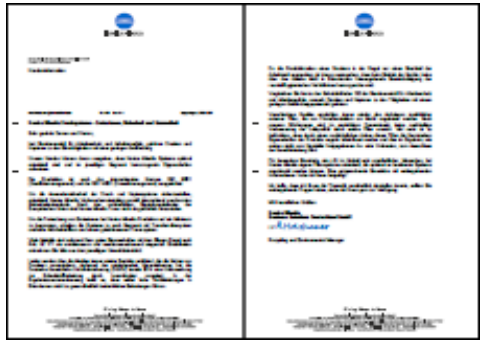
AUSKUNFT ZU UMWELT-, SICHERHEIT PRODUKT UND UMWELTDATENBLATT

- Einhaltung von Normen, Gesetzen
- Angaben zu Energieverbrauch, Emissionen, Verbrauchsmaterial, Verpackungsmaterial



KUNDENINFORMATIONSDOKUMENTE

- Arbeitsschutz, Arbeitssicherheit
- Datensicherheit
- Aufstellbedingungen
- Akustik
- Brandschutz
- Emissionen, Filter
- RoHS, REACH
- Energieverbrauch, -sparfunktionen
- Papiereinsatz, Recyclingpapier
- Abfallrücknahme, Verwertung
- …



GREEN FEATURES – GRÜNE TECHNOLOGIEN

KONICA MINOLTA IN
INDIZES FÜR SOZIAL VERANTWORTLICHES HANDELN

KONICA MINOLTA

ROBECOSAM
Sustainability Award
Silver Class 2016

2016
CSR Rating
GOLD
ecovadis

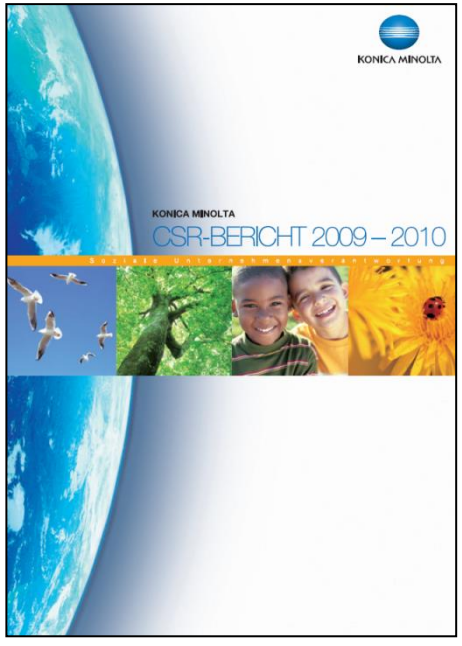
MEMBER OF
Dow Jones
Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM

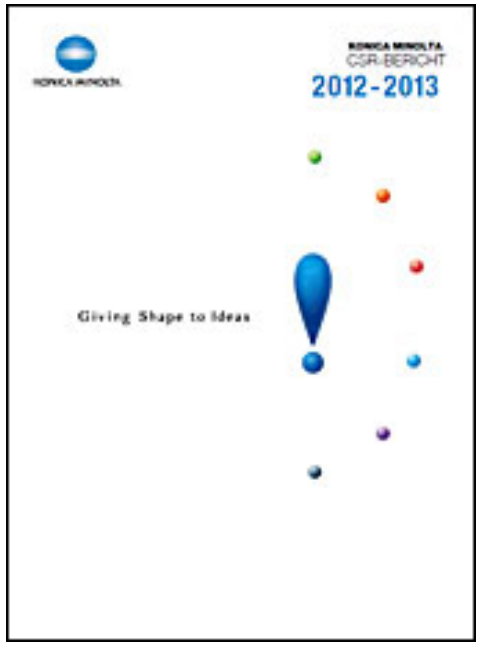
CDP
CLIMATE
DISCLOSURE
LEADER 2015

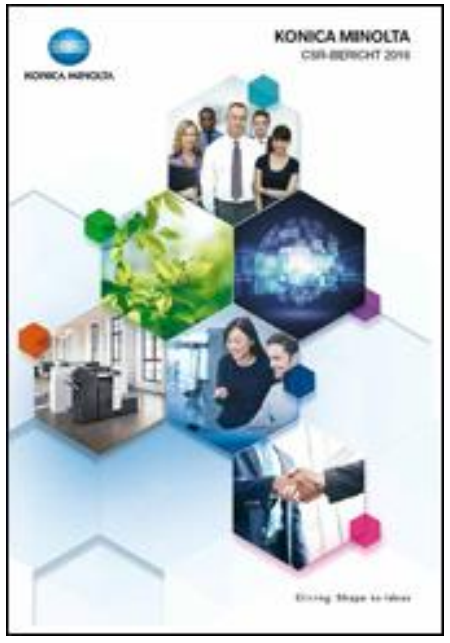
FTSE4Good

Corporate
Responsibility
Prime
rated by
oekom research

CSR BERICHTE







https://www.konicaminolta.com/about-de/csr/csr/download/index.html

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

Axel Holzhauer
Recycling and Environmental Manager

Konica Minolta
Business Solutions Deutschland GmbH
Europaallee 17
D-30855 Langenhagen

Phone: +49 (0)511 7404-664
Fax: +49 (0)511 7404-614

Axel.Holzhauer@KonicaMinolta.de

www.konicaminolta.de

KONICA MINOLTA
Enabling Carbon neutrality

Otto Group

Nachhaltigkeitsstrategie und die Umsetzungsverantwortung des Einkaufes

Lena Peleikis, 4. Mai 2017

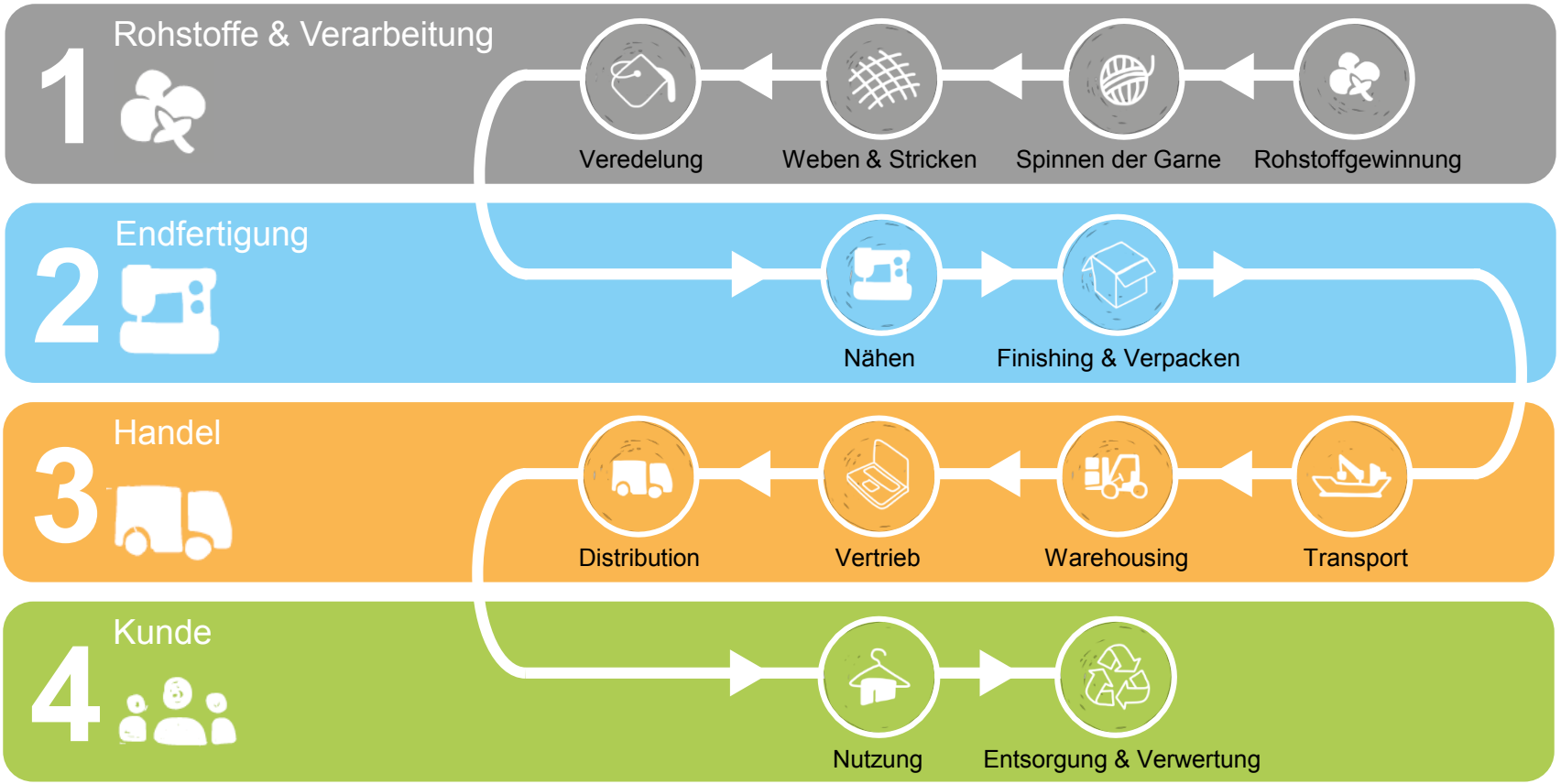
otto group

Mehr als 100 Konzernunternehmen, circa 50.000 Mitarbeiter und drei Geschäftsfelder: Multichannel-Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und Service

otto group

Nachhaltigkeitsmanagement in der Lieferkette

Komplexitätsreduktion durch vier Wertschöpfungsstufen/ Beispiel Textilien



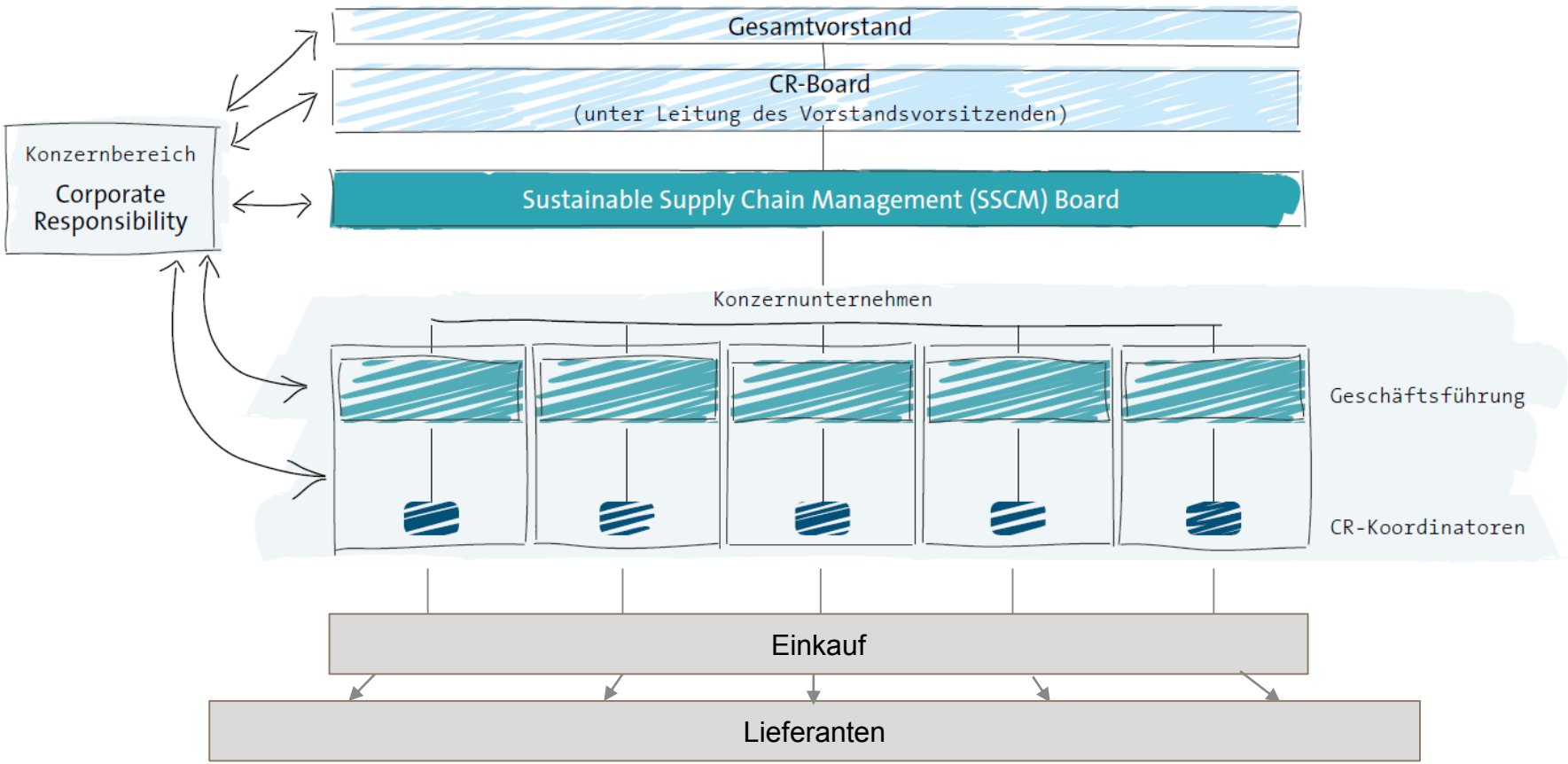
otto group

CR-Strategie 2020

Teilstrategie	Textil	Möbel	Papier	Klima	Sozial
Ziel 2020	**100% CmiA- & Bio-Baumwolle**	**100% FSC®-zertifizierte Möbel**	**50% FSC®-zertifiziertes Katalogpapier**	**50% Reduktion der CO_2 Emissionen gegenüber 2006**	**100% Integrierte Lieferanten**
Stand 2016	49%	46%	33%	-34%	80%

otto group

Organisationsstruktur Nachhaltigkeitsmanagement



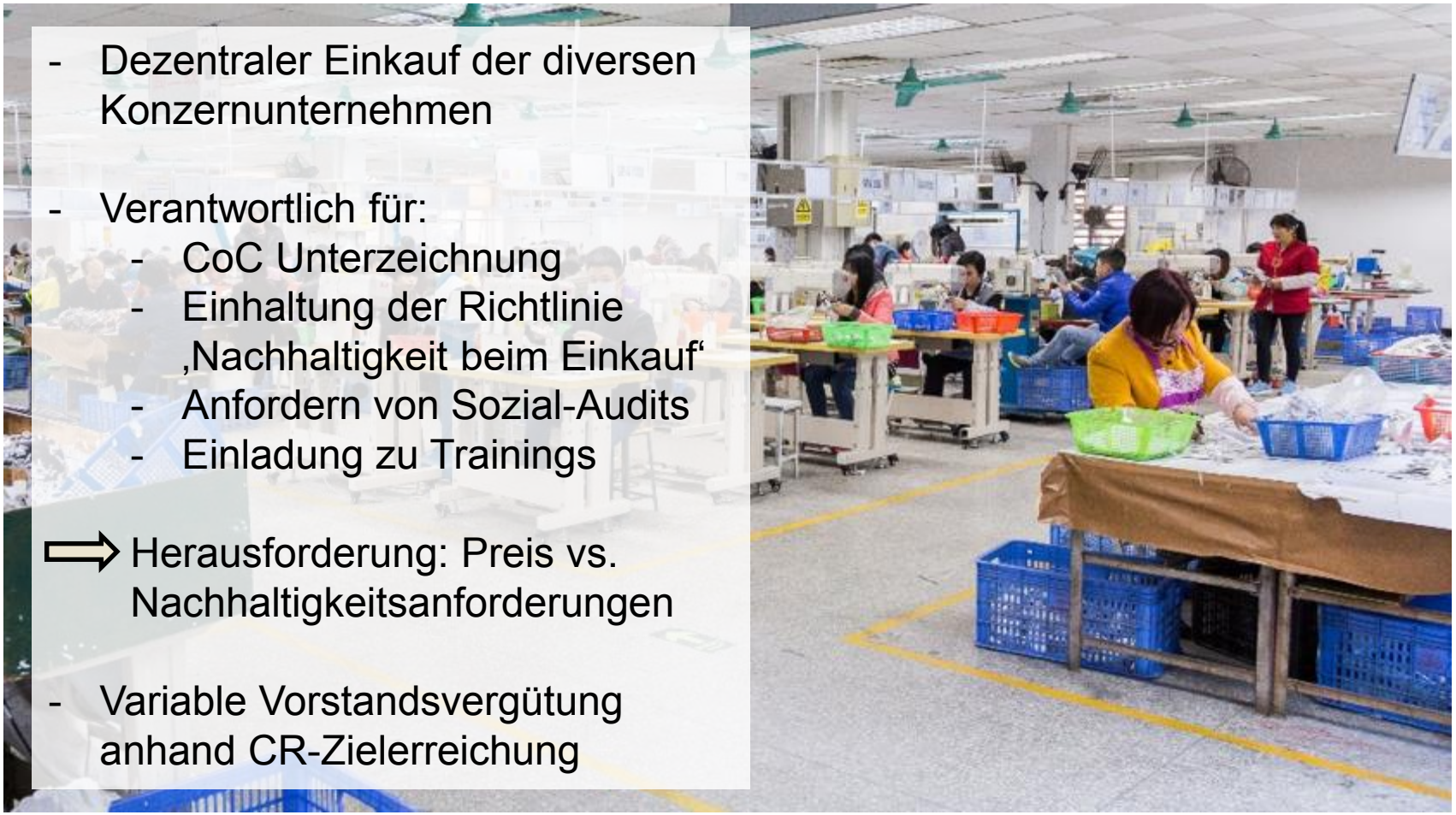
otto group

Engagement in diversen Brancheninitiativen

- Verankerung im Kerngeschäft als eigener Anspruch der Otto Group
- Hoher externer Fokus auf Nachhaltigkeit bei Textilien
- Mitglied in Brancheninitiativen wie
  - Textilbündnis
  - BSCI
  - Accord

otto group

Rolle und Aufgaben des Einkaufes am Beispiel ‚Sozialprogramm‘



- Dezentraler Einkauf der diversen Konzernunternehmen

- Verantwortlich für:
  - CoC Unterzeichnung
  - Einhaltung der Richtlinie ‚Nachhaltigkeit beim Einkauf‘
  - Anfordern von Sozial-Audits
  - Einladung zu Trainings

⇨ Herausforderung: Preis vs. Nachhaltigkeitsanforderungen

- Variable Vorstandsvergütung anhand CR-Zielerreichung

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Lena Peleikis

Manager Social Management
Sustainable Supply Chain Management
Nachhaltigkeitsmanagement Otto Group

Lena.Peleikis@ottogroup.com

Weitere Infos im Otto Group Nachhaltigkeitsbericht 2015:

http://www.ottogroup.com/nachhaltigkeitsbericht

…und ab dem 17.5.2017 im Geschäftsbericht 2016

otto group