

Faber-Castell Soziale Verantwortung und ökologische Holzwirtschaft gehören zu den Prinzipien des Unternehmens.

Im Ausland ist Fingerspitzengefühl gefragt

Gemeinsam mit der IG Metall kontrolliert Faber-Castell die Umsetzung von Sozial-Standards

Von Heike Leitschuh

Wer bei Faber-Castell in Stein bei Nürnberg einen Arbeitsplatz gefunden hat, gibt ihn so schnell nicht wieder her. Bezahlung, soziale Leistungen, Arbeitsbedingungen und auch das Betriebsklima sind offensichtlich so gut, dass viele der 660 Mitarbeiter schon ihr 25- oder gar 40-jähriges Jubiläum feierten.

Seit langem ist der Hersteller von Schreib- und Zeichenstiften als sozial und ökologisch vorbildliches Unternehmen bekannt. Inhaber Graf Anton-Wolfgang von Faber-Castell hält am Standort bei Nürnberg fest, doch die Mehrheit der weltweit 6500 Beschäftigten arbeitet längst in fernen Fabriken in Brasilien, Malaysia, Indonesien, Indien – oder in China. Wie aber sehen dort die Arbeitsbedingungen aus?

Beschäftigte in Brasilien bekommen das Dreifache des üblichen Lohns

Gemeinsam mit der IG Metall verabschiedete Faber-Castell 2000 eine Sozial-Charta, mit der sich das Unternehmen verpflichtet, in allen Werken die Standards der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) umzusetzen. Papiere solcher Art gibt es viele, doch der besondere Charme ist hier: Die Gewerkschaft ist eng einbezogen, wenn regelmäßig kontrolliert wird, ob die Bestimmungen über Menschenrechte, Arbeitsbedingungen oder Vereinigungsfreiheit auch umgesetzt werden.

Alle zwei Jahre schickt die Firma und IG Metall ein Land aus, um die Fabriken von Faber-Castell zu inspizieren. „In Brasilien läuft es seit vielen Jahren recht gut, in China hingegen gibt es noch dicke Bretter zu bohren“, sagt der Gewerkschafter Bert Römer. Das brasilianische Werk ist das größte, die 2800 Beschäftigten bekommen das Dreifache des im Land üblichen Lohns, haben 30 Tage Urlaub, nutzen allerlei Sport- und



Gegen Moderegag: Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell. DPA

Freizeiteinrichtungen, und das Unternehmen zahlt gar den größten Teil ihrer Kosten im Krankheitsfall. In China herrscht ein völlig anderes Bild: „Gewerkschaftsfreiheit gibt es nicht, Interessensvertretung sieht deshalb ganz anders aus.“ So machte der chinesische Manager große Augen, als ihm die Deutschen mitteilten, sie seien nicht einverstanden, dass er die Position des Managers, Betriebsrats und des betrieblichen Parteifunktionärs gleichzeitig wahrnimmt.

Auch die Begrenzung von Arbeitszeiten ist so ein Problem, denn die meist jungen Frauen haben oft kein Interesse an freien Tagen. Sie wollen in kurzer Zeit möglichst viel Geld verdienen, um in ihre Heimatorte zurückzukehren. Da ist Verständnis für die kulturellen Besonderheiten gefragt, aber auch Moderationsgeschick. Das besitzt offensichtlich Martina Szauner, Personalleiterin von Faber-Castell, die vor Ort immer mit dabei ist.

Wenn es schon nicht leicht ist, hohe Sozialstandards in eigenen Produktionsstätten von Faber-Castell durchzusetzen: Richtig herausfordernd wird es bei den mehreren Hundert Zuliefererbetrieben. „Für viele sind wir mit drei bis vier Prozent Umsatz nur ein kleiner Fisch. Deshalb können wir nicht mit Druck arbeiten, wie das Firmen wie Adidas tun“, erklärt Szauner. „Wir wollen es aber

auch nicht. Wir setzen auf Überzeugung und Hilfestellung.“ Wenn es allerdings allzu hart kommt, trennt sich die Firma vom Zulieferer – wie unlängst, als man von Kinderarbeit bei einem brasilianischen Lieferanten erfuhr.

Wo steht Faber-Castell auf einer Skala von null bis zehn bei der Umsetzung der Sozial-Charta? Zwischen 7 und 8, meint die Managerin, eher bei 5 oder 6, der Gewerkschafter. Einig sind sich beide, dass das Unternehmen konsequent vorangeht. So wird die Charta nun überarbeitet, die Erfahrungen der letzten Jahre einbezogen, die Ziele höher gesteckt. Ob und wie sich dieses Engagement ökonomisch auszahlt, dazu „will der Graf keine Statistik sehen“, sagt Szauner. „Es ist gut und richtig, das reicht ihm.“

Was haben die Beschäftigten in Stein davon, wenn es ihren Kollegen in den Entwicklungs- und Schwellenländern besser geht? Die Unterschiede bei den Arbeitskosten werden langfristig geringer, und somit nimmt der Druck ab, Arbeitsplätze auszulagern. Um den Standort Stein fürchtet der Betriebsratsvorsitzende Holger Heimbrecht derzeit nicht. „Wir fertigen hier sehr hochwertige Produkte und sind damit wettbewerbsfähig.“ Aber „geschenkt kriegen auch wir nichts. Auch wir müssen kämpfen. Das vergessen die Kollegen manchmal.“

DIE BLEISTIFFIRMA

Die ersten Bleyweißstifte fertigt der Schreiner Kaspar Faber in Stein bei Nürnberg 1761, verkauft sie auf dem Nürnberger Markt und legt damit den Grundstein für Faber-Castell.

In der achten Generation wird das Unternehmen seit 1978 von dem heute 67-jährigen Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell geführt.

Umsatzsteigerungen von fünf bis sechs Prozent per annum verzeichnet Faber-Castell seit zehn Jahren. 6500 Beschäftigte erwirtschafteten 2007/08 Erlöse von 4,16 Millionen Euro.

Die zwei Milliarden jährlich gefertigten Bleistifte tragen zu 30 Prozent zum Umsatz bei. Etwa 2500 Produkte befinden sich im Sortiment, darunter auch Luxusfüller oder Kajalstifte für die Kosmetik.

Eigene Plantagen in Brasilien betreibt Faber-Castell schon seit 1984. Auf 10 000 Hektar werden schnell wachsende Hölzer ökologisch angebaut. 80 Prozent der Holzressourcen sind nach dem strengen FSC-Label zertifiziert. Allein 500 Beschäftigte arbeiten in dem Plantagenprojekt.

„Man muss Nein sagen können“

Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell rennt nicht jedem Trend hinterher und hält am Standort Deutschland fest

Graf von Faber-Castell, nach fast 250 Jahren verdient Ihr Unternehmen sein Geld noch zu einem erheblichen Teil mit Bleistiften. Wieso sind Sie nach wie vor so erfolgreich?

Wir machen gewöhnliche Dinge ungewöhnlich gut, für uns zählt Qualität. Wir sind nicht bei Blei- und Buntstiften stehen geblieben, auch exklusive Schreibgeräte und Accessoires sind im Sortiment. Zwei Strukturkrisen haben wir erfolgreich überstanden: den Abschied vom Rechenschieber in den 70er Jahren und den Bedeutungsverlust des manuellen technischen Zeichnens in den 80er Jahren. Wir waren nicht immer

schnell genug, haben es aber geschafft. Sie dürfen sich nie zurücklehnen. Selbst einen Bleistift kann man immer noch ein bisschen besser machen.

Glauben Sie wirklich an die Zukunft des Bleistifts, wenn die Kinder mit dem PC aufwachsen? Auf jeden Fall! Die Hirnforschung lehrt uns, dass Kinder manuell schreiben und malen müssen, um ihre mentalen Fähigkeiten zu entwickeln. In Europa stagniert der Absatz zwar auf hohem Niveau, doch in den Entwicklungsländern, wo der PC noch lange nicht selbstverständlich ist, wächst die Nachfrage erheblich.

In der Wirtschaft herrscht ein hohes Veränderungs-Tempo. Werden Sie davon nicht angesteckt? Man muss Nein sagen können! Faber-Castell sagt Nein zu modischem Schnick-Schnack, Nein zu Produkten, die nicht unserem Qualitätsanspruch entsprechen und auch Nein zu Rabattschlachten.

Wie das? Sie sind doch nicht allein auf dem Markt. Natürlich nicht, aber man muss nicht alles mitmachen. Ich lehne Neuerungen ab, die keine echten Innovationen sind, die nicht wirklich ein Problem lösen oder die Funktion des Produktes verbessern, sondern nur Moderegag sind.

Sie können Nein sagen zu den Ansprüchen der Finanzmärkte, das Unternehmen gehört ihnen zu 90 Prozent.

Stimmt, das macht uns freier. Viele Manager sind auf kurzfristigen Erfolg orientiert und suchen das Heil nur in Billiglohnländern. Das tun wir nicht, wenngleich auch wir in solchen Ländern für den lokalen Markt arbeiten. Wir halten am Standort Deutschland fest.

Wie vermitteln Sie Ihren Kunden, dass diese Art zu Wirtschaften auch ihren Preis hat?

Das tun wir noch zu wenig. Kaum jemand weiß etwas über unser Aufforstungsprojekt in Brasilien.

Sie sagen, bei Faber-Castell handle es sich um ein „menschliches Unternehmen“. Wie meinen Sie das?

Meine Eltern haben mir beigebracht, Angestellte immer respektvoll zu behandeln. Mein Ur-Ur-Großvater engagierte sich sozial sehr, die folgenden Generationen, also auch ich, haben diese Verpflichtung übernommen. Die Sozialcharta schützt unsere Mitarbeiter vor Diskriminierung, Kinderarbeit etc. Als Unternehmer muss man sein Geld „anständig“ im doppelten Wortsinn verdienen. Die schlechten Beispiele in der Wirtschaft bestärken mich umso mehr, so weiter zu machen.