Aktivistin für CSR? - Interview mit Daniela Matysiak



Daniela Matysiak ist als CSR-Managerin bei Kyocera Document Solutions tätig und verantwortet in dieser Funktion die Erarbeitung und Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens in Deutschland und Österreich.

Auf dem 3. Deutschen CSR-Kommunikationskongress ist Daniela Matysiak Gast im Workshop "Kommunikatoren und Manager: Aktivisten für CSR?"

Sie sind Panelistin des Workshops "Kommunikatoren und Manager: Aktivisten für CSR?" auf dem 3. Deutschen CSR-Kommunikationskongress. In welcher Weise bedarf es bei Kyocera einer Aktivistin und welche Rolle spielt die Kommunikation dabei?

Das Thema Nachhaltigkeit spielt für Kyocera Document Solutions seit Unternehmensgründung eine zentrale Rolle und ist fest in der Unternehmensphilosophie verankert. Gleichzeitig sind wir aber ein Unternehmen, das einen starken vertrieblichen Fokus setzt und hier deutschlandweit mit Fachhandelspartnern zusammenarbeitet, was ich spannend finde. Mein Ziel ist es daher sowohl unseren eigenen Mitarbeitern als auch unseren Partnern zu zeigen, was CSR ist und wie CSR und unternehmerisches Handeln zusammenpassen. Hierzu ist eine offene und transparente Kommunikation der Schlüssel. Dazu entwickele ich gemeinsam mit meinen Kollegen aus anderen Fachbereichen und externen Organisationen und NGOs Dialogformate, Konzepte und Kampagnen und setzte diese um. Dieser Austausch mit den Kollegen und Stakeholdern ist mir bei meiner Arbeit besonders wichtig.

Kyocera ist ein Unternehmen mit japanischen Wurzeln und "Respekt" Bestandteil der Unternehmens-DNA. Wie macht sich das im täglichen Leben, besonders aber im Umgang mit Nachhaltigkeitsthemen bemerkbar?

Schon unser Gründer hat festgelegt, dass ein respektvoller Umgang mit Mensch und Natur die Grundlage unserer Geschäftsaktivitäten zu sein hat. Dadurch genießt das Thema Nachhaltigkeit bei Kyocera schon immer einen hohen Stellenwert. Als Beispiele sind hier unsere ressourcenschonende ECOSYS-Technologie zu nennen oder auch die seit 1987 bestehende Partnerschaft mit der Deutschen Umwelthilfe und unser Print-Green-Programm, in dessen Rahmen wir seit dem Jahr 2013 klimafreundliches Drucken fördern und hiermit internationale Gold-Standard-Projekte unterstützen. Nachhaltigkeit ist bei Kyocera somit nicht nur ein Lippenbekenntnis, sondern seit Unternehmensgründung Teil unserer Strategie. Dies spüren wir auch in unserem täglichen Arbeiten und Handeln.

Ihr Unternehmen arbeitet seit vielen Jahren mit der Deutschen Umwelthilfe zusammen, denen Kritiker ein fragwürdiges Geschäftsmodell vorwerfen (Capital 12/2017). Sie erleben damit eine vergleichbare Situation wie NGOs, die mit Unternehmen zusammenarbeiten, die im Kreuzfeuer der Kritik stehen. Welche Einflüsse hat das auf Ihre (Nachhaltigkeits-)Kommunikation?

Tatsächlich gehen wir mit diesem Thema sehr unaufgeregt um. Die Deutsche Umwelthilfe hat sich zu den Vorwürfen ja bereits öffentlich geäußert, unter anderem auch auf unserem Blog. Hier ist uns die offene und transparente Kommunikation zu unseren Stakeholdern wichtig. Mit der DUH stehen wir auch bei diesem Thema in einem offenen Dialog. Dies ist sicherlich der langen und stets offenen Partnerschaft geschuldet, die uns verbindet.