Interaktion mit unseren Stakeholdern

Kunden

- Regelmäßige Kundenbesuche
- Einladung in unsere Showrooms
- Teilnahme an Ausstellungen, Messen, Events
- Innovations-Workshops mit Kunden
- Themenspezifische Webinare
- Online-Masterclasses um Wissen zu teilen
- „Net Promoter Score – NPS“: halbjährliche Überprüfung der Kundenzufriedenheit
- Vorstellung des „One-Stop-Shop“-Prinzips (Synergien nutzen)
- Bewusste Positionierung und Kommunikation unserer nachhaltigen Produkte und Kundenlösungen

Banken/Investoren

- Regelmäßige Investorengespräche
- Dialog mit Kernbanken und Anlagemanagern
- Halbjährliche Meetings und Finanzpräsentationen
- Persönlicher ESG-bezogener Dialog mit Kernbanken auf Vorstandsebene

Lieferanten

- Kontinuierlicher Dialog
- Aktualisierung unseres Verhaltenskodex für Lieferanten
- Definition Aktionspläne gemeinsam mit Lieferanten
- Regelmäßig stattfindende Lieferantentage
- Townhall-Meetings
- Ziel-Kommunikation: Körber will bis 2025 CO2-neutral sein

Gesellschaft

- Direkter Austausch über Kontaktformular Internetseite
- Kontinuierlicher offener Dialog über soziale Medien
- Stärkung der Verbindung zu Wissenschafts- und Bildungseinrichtungen
- Engagement in Branchenverbänden
- #ZusammengegenCorona

Mitarbeiter

- Offener und konstruktiver Dialog auf allen Ebenen
- Intranet mit Dialogfunktion
- Email-Adresse für Nachhaltigkeit
- Konzernweiter Teams-Kanal mit Wissen zu Nachhaltigkeit
- 24-stündiger Körber Career Day
- Dialog mit allen Gremien der Mitbestimmung
- Deutscher Betriebsräte-Preis 2021 für Fabrik der Zukunft