

ENTWICKLUNG VERTRAUENSWÜRDIGER PRODUKTE

Shift 2021

Daniel Hahn, DACH Sustainability Manager
Roswitha Eichberger, Senior Strategic Account Executive





AGENDA

1. Vertrauenswürdige Produkte?
2. Werkzeuge
3. Digitale Ethik bei Canon

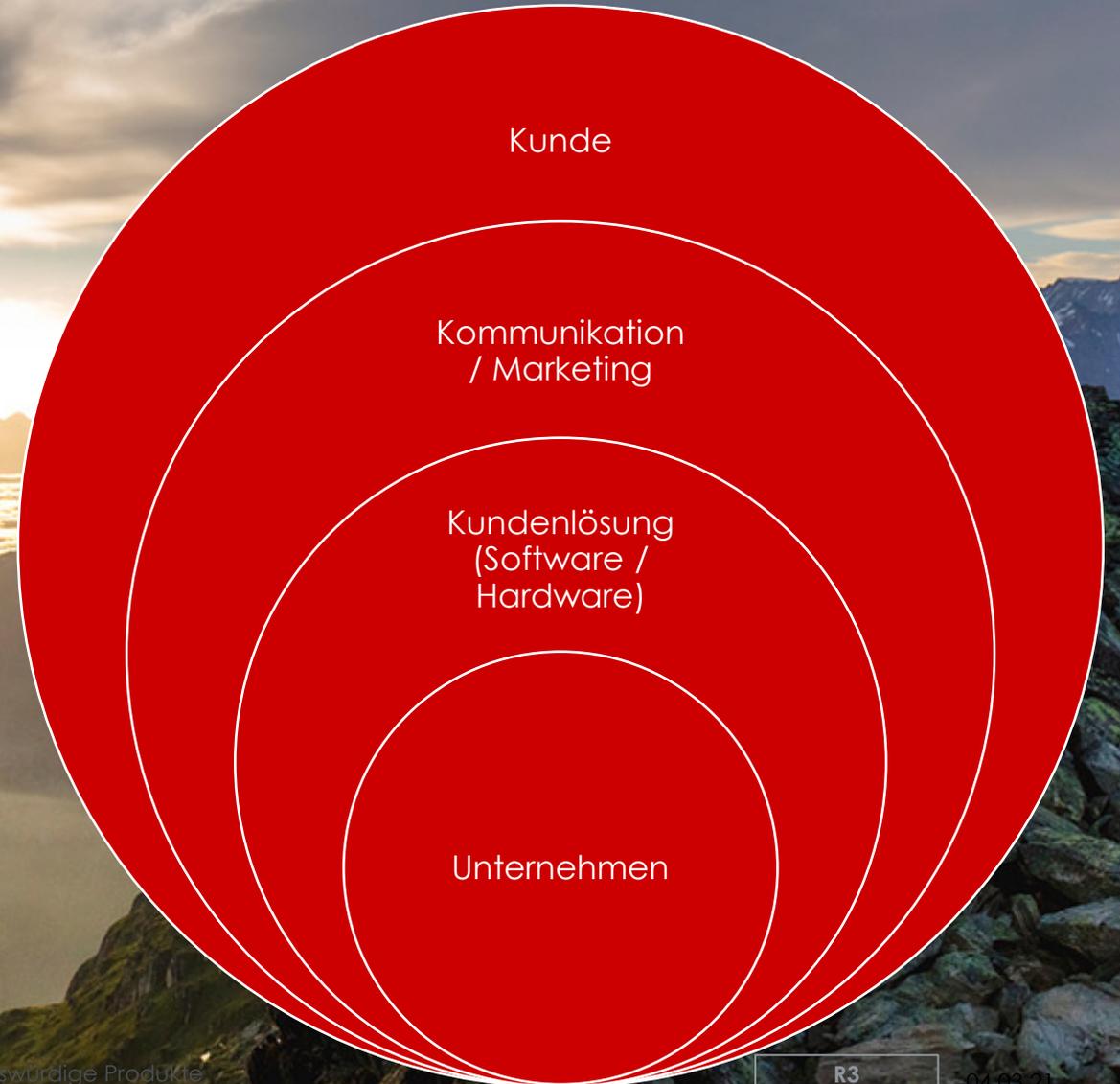


WANN HABE ICH ALS KUNDE VERTRAUEN IN EIN PRODUKT?

1. Marke / Hersteller
2. Herkunft
3. Struktur des Produktes
(Transparenz, Inhaltsstoffe,...)
4. Verwendungsmöglichkeiten des Produktes
5. Was muss ich als Nutzer tun?
Welchen Einfluss hat die Nutzung auf mich?
6. Storytelling & Wahrnehmung & Darstellung
(Presse / soziale Medien / Marketing)
7. Persönliche Meinung jedes Kunden zu
verantwortungsvollem Handeln & Konsum

VERTRAUENSWÜRDIGE PRODUKTE?

Vertrauen ist vielschichtig.



VERTRAUENSWÜRDIGE PRODUKTE!

Unternehmen	Menschen & Kultur <ul style="list-style-type: none">• Corporate Governance & Code of Conduct• Interne Regelwerke & regelmässige Schulungen• Unternehmensziele
Kundenlösung / Dienstleistung (Hardware und /oder Software)	Responsible Design <ul style="list-style-type: none">• Lebenszyklus-Analyse - Auswirkungen bewerten und optimieren (Rohstoffe → Fertigung → Nutzung → Reuse / End of Life)• Datennutzung / Datenschutz (Schutz – vor Angriffen, Falschnutzung, Datenlöschung)• Nutzbarkeit für alle Menschen• Kontrollprozesse
Kommunikation / Marketing	<ul style="list-style-type: none">• Marketing – Unabhängige Labels & Auszeichnungen, Bewertungen, Events• Öffentlichkeitsarbeit – Sensibilisierung für verantwortungsvolle Kommunikation
Kunde	<ul style="list-style-type: none">• Verantwortungsvolle Nutzung• Fortlaufende Kommunikation mit Kunden

DIGITALE ETHIK @ CANON

Design

- Unternehmenskultur ("Kyosei")
- Lebenszyklusansatz in Produktentwicklung

Protect

- Datensicherheit im End2End-Prozess
- Datenlöschung bei Vertragsende

Enable

- Optionen für besondere Bedürfnisse
- Auf Kunden zugeschnittene Lösungen



PRODUKTWELTEN

DOCUMENT SOLUTIONS

SURVEILLANCE

MEDIZINTECHNIK

HALBLEITERINDUSTRIE



PRODUCTION
PRINTING
PRODUCTS

CANON
BUSINESS
SERVICES

DIGITAL IMAGING

Canon

CANON

• Mehr als Fotografie!



Umsatz (2020)
Weltweit
29,4 Mrd. €

REPUTATION
INSTITUTE 

2020 Global RepTrak 100 –
Die renommiertesten Unternehmen
Platz 14



Patentanmeldungen
Top 3
Investition in F&E
8% des Jahresumsatzes



Mitarbeiter
190.000 / 1.500
Welt / Deutschland

共生

Kyosei

Zusammen leben
und arbeiten für
das Allgemeinwohl.

Die Canon "DNA"



83 Jahre
Technikpionier



92%
der Kunden würden
Canon empfehlen

ISO 14001 konsolidierte
Zertifizierung für mehr als
800 Standorte weltweit



共生

KYOSEI - Unternehmensphilosophie

Canon



© Lucia Grigi - Canon Ambassador

VIELEN DANK!

daniel.hahn@canon.de

roswitha.eichberger@canon.ch

Canon