



## Neues Job-Tandem leitet Tchibo Unternehmensverantwortung

Hamburg, 28. März 2023 – Doppelte Verantwortung: Seit Anfang des Jahres verantworten mit **Johanna von Stechow** eine Direktorin - und mit **Pablo von Waldenfels** ein Direktor den Bereich Unternehmensverantwortung. Beide führen den CR-Bereich im Job-Tandem. Die Umweltexpertin Johanna von Stechow ist seit 16 Jahren bei Tchibo und hatte u.a. die Positionen ‚Director Corporate Development‘ und ‚Head of Environmental Protection‘ inne. Für die Mutter von vier Söhnen ist Nachhaltigkeit eine Herzensangelegenheit, genauso wie für Pablo von Waldenfels. Der Deutsch-Uruguayer arbeitet seit zwei Jahren bei Tchibo, er startete in der Position des ‚Head of Sustainable Coffee‘.

Johanna von Stechow: „Die Möglichkeit eine spannende Führungsposition mit der Familie zu verbinden und gleichzeitig komplexe Führungsaufgaben zu zweit besser anzugehen, ist perfekt. Deswegen „splitten“ wir den Job nicht, sondern „sharen“ ihn zu großen Teilen. Wir ergänzen uns im Know How und in den Charakteren. Gemeinsam wollen wir unser nachhaltiges Geschäftsmodell weiter voranbringen.“

Pablo von Waldenfels: „Unsere größte Herausforderung und gleichzeitig unsere größte Chance ist es, Nachhaltigkeit zum integralen Bestandteil von allen Unternehmensentscheidungen zu machen. Sowohl strategisch wie auch operativ, etwa beim Einkauf von Produkten oder der Auswahl von Lieferanten.“

Nach 17 Jahren Aufbauarbeit stellt sich die Frage: Wohin und wie will sich Tchibo weiter in ein nachhaltiges Unternehmen transformieren? Wo sind die Stellschrauben? Was ist wichtig, was nicht?

Johanna von Stechow: „Wir erleben gerade einen fundamentalen Wechsel von Freiwilligkeit zur rechtlich verankerten Integration von nachhaltigem Handeln, etwa mit dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz und der Ökodesignrichtlinie. Hinzu kommt der berechnete gesellschaftliche Druck: Ein Produkt wird nicht automatisch gekauft, weil es nachhaltig ist. Tatsächlich werden Kundinnen und Kunden langfristig nur noch



Unternehmen in ihre Kaufentscheidung einbeziehen, die insgesamt verantwortungsvoll herstellen. Nachhaltiges Handeln wird die ‚licence to operate‘.“

Pablo von Waldenfels: „Der Fokus geht weg vom nachhaltigen Produkt hin zum Unternehmen. Am Ende muss das Material des T-Shirts natürlich nachhaltig sein - oder der Kaffee fair gehandelt. Aber die Kundin guckt auf das ganze Unternehmen.“

Johanna von Stechow: „Die Folgen des Klimawandels sind für die Menschen in unseren Lieferketten absolut existenzbedrohend – deshalb im Endeffekt auch für Tchibo. Es geht für uns darüber hinaus um Wasserverschmutzung, Kreislaufwirtschaft, den Verlust von Artenvielfalt und auch die Menschenrechte. All diese Themen werden unsere Agenda der nächsten Jahre prägen.“

Pablo von Waldenfels: „Durch das deutsche Lieferkettengesetz hat sich für alle Unternehmen die Lage insofern geändert, dass sie das Thema Menschenrechte wirklich in ihre Kernrisikoprozesse integrieren müssen. Gleichzeitig sind auch viele administrative Anforderungen dazu gekommen, wie Reportings, die Ressourcen besetzen. Trotzdem sind wir der Meinung, dass das Gesetz eine gute Grundlage dafür ist, Menschenrechtsthemen in der Breite in der deutschen Wirtschaft voranzubringen.“

Weitere Gedanken und Pläne für die nachhaltige Zukunft von Tchibo hören Sie bei „5 Tassen täglich“, Podcast Folge #73 „Johanna & Pablo – das nachhaltige Job-Tandem“.

[www.tchibo.de/podcast](http://www.tchibo.de/podcast)

Ansprechpartnerin für Medienschaffende:

Sandra Coy Tchibo GmbH, Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 - 2818

E-Mail: [sandra.coy@tchibo.de](mailto:sandra.coy@tchibo.de)

[www.tchibo.com](http://www.tchibo.com), [www.tchibo.com/blog](http://www.tchibo.com/blog), [www.twitter.com/tchibo\\_presse](https://www.twitter.com/tchibo_presse), [www.tchibo.de/podcast](http://www.tchibo.de/podcast)

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo rund 900 Shops, über 24.200 Depots im Einzelhandel sowie nationale Online-Shops. Über dieses Multichannel-Vertriebssystem bietet das Unternehmen neben Kaffee und den Einzelportionssystemen Cafissimo und Qbo die wöchentlich wechselnden Non Food Sortimente und Dienstleistungen, wie Reisen oder Mobilfunk, an. Tchibo erzielte 2021 mit international rund 11.230 Mitarbeitenden 3,26 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist



# PRESEINFORMATION

Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Tschechien und Ungarn und gehört zu den führenden E-Commerce-Firmen in Europa.

Für seine nachhaltige Geschäftspolitik wurde das 1949 in Hamburg gegründete Familienunternehmen mehrfach ausgezeichnet: 2012 mit dem Preis für Unternehmensethik und dem Umweltpreis Logistik sowie 2013 mit den CSR-Preisen der Bundesregierung und der EU. 2016 wurde Tchibo als nachhaltigstes Großunternehmen Deutschlands ausgezeichnet.