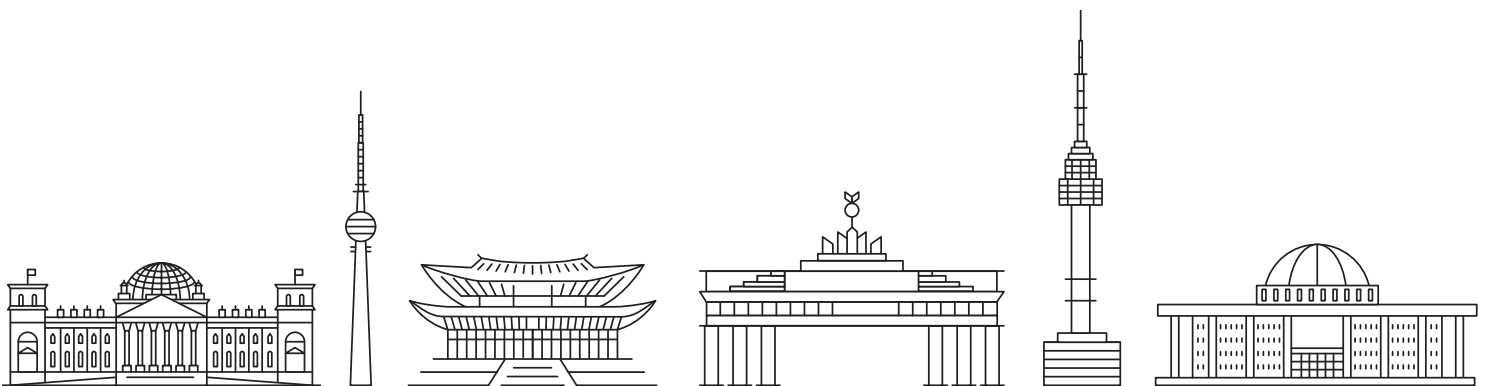


2020/2021 CSR REPORT

OF GERMAN COMPANIES IN KOREA



CONTENTS

2020/2021
CSR REPORT
OF GERMAN COMPANIES IN KOREA

KGCCI CSR Report
Seventh Edition, November 2021

©KGCCI DEinternational Ltd. 2021

8th Fl., Shinwon Plaza, 85, Dokseodang-ro,
Yongsan-gu, Seoul 04419
T +82 2 37804 600 F +82 2 37804 637
www.kgcci.com

A portion of the proceeds from this brochure
will be donated to a charity project in Korea.

6
❏
Audi Volkswagen
Korea

16
❏
Bayer

22
❏
Boehringer Ingelheim
Korea

10
❏
Mercedes-Benz

18
❏
Siemens

23
❏
Porsche
Korea

14
❏
BASF

20
❏
TÜV SÜD
Korea

24
❏
KGCCI & KGCCI
DEinternational



Dear Readers,

Korea and Germany are joining hands - both in the public and in the private sector - to overcome the economic and social effects of the COVID-19 pandemic as well as tackle challenges associated with pressing environmental issues, such as climate change. This gives us a chance to rebuild better, greener and fairer.

In order to address social, economic, and environmental issues in a comprehensive approach team efforts at the global level as well as close cooperation between public and private stakeholders are essential.

Corporate social responsibility (CSR) plays a fundamental role in addressing today’s challenges. It relates to a variety of aspects such as ensuring the welfare of employees, using environment-friendly technologies, developing resource-efficient procedures and offering educational opportunities for future generations.

One of the many reasons why companies take CSR very seriously is that it is in their own interest. CSR is not a luxury, but something which benefits a company’s business in a sustainable, long-term manner, as many successful examples in this report show. If a company is successful, it benefits the whole society through investments and the creation of jobs. CSR is a clear win-win.

There are many well-reasoned action plans and charters on CSR, in Germany as well as internationally. Their backbone, however, is the entrepreneurial commitment towards the economy, the environment and the society. Globally active German companies have been at the forefront of promoting transparency and bringing CSR standards to the next level.

In this report, with its 7th publication, the Korean-German Chamber of Commerce and Industry along with 5 individual German companies in Korea continue to showcase many successful examples of CSR practice in Korea. They are impressive examples of how companies can “make a difference”. I would like to sincerely thank those companies for their efforts and congratulate the Korean-German Chamber of Commerce and Industry and the participating companies to the 7th edition of the CSR Report of German Companies in Korea.

Peter Winkler

Chargé d’Affaires a.i.

친애하는 독자 여러분,

한국과 독일은 COVID-19 팬데믹의 경제적, 사회적 영향을 극복하고 기후 변화와 같은 긴급한 환경 문제와 관련된 도전 과제들을 해결하기 위해 공공 부문과 민간 부문에서 모두 함께 손잡고 노력하고 있습니다. 이런 노력을 통해 우리는 더 좋은, 더 푸른, 더 공정한 세상을 만들어 나갈 수 있을 것입니다.

사회, 경제, 환경 현안을 포괄적으로 접근해 해결하려면 글로벌 차원에서의 공동의 노력과 더불어 공공과 민간 이해관계자 간의 긴밀한 협력이 필수적입니다.

기업의 사회적 책임(CSR)은 현대의 도전들을 해결하는 데 있어서 근본적인 역할을 수행합니다. 특히 직원들의 복리후생, 친환경 기술의 사용, 자원 효율적인 공정의 개발, 미래 세대를 위한 교육 기회 제공 등에서 CSR의 역할이 큼니다.

기업들이 CSR을 매우 진지하게 받아들이는 여러 이유 중 하나는 CSR이 기업의 이익에 부합하기 때문입니다. 이번 보고서에 소개된 다수의 성공 사례들이 보여주듯이CSR은 사치가 아니라 지속 가능하고 장기적인 방식으로 기업의 비즈니스에 이익을 가져다 줍니다. 기업이 성공하면 투자와 일자리 창출을 통해 사회 전체에 이익이 됩니다. CSR은 명백한 윈윈(win-win)입니다.

독일뿐만 아니라 국제적으로도 CSR과 관련된 훌륭한 실행 계획과 현장이 다수 있습니다. 그러나 이를 뒷받침 하는 것은 경제, 환경, 사회를 위한 기업의 참여입니다. 세계를 무대로 활동 중인 독일 기업들은 투명성을 제고하고 CSR 기준을 한 단계 끌어올리는 데 앞장서 왔습니다.

올해 일곱 번째로 발간되는 CSR 보고서에서 한독상공회의소는 한국에서 활동하는 독일 기업 다섯 곳과 함께 국내 CSR 성공사례들을 소개하고 있습니다. 기업들이 어떻게 “변화를 이끌어 낼 수” 있는지 보여주는 인상적인 사례들입니다. 기업들의 그간의 노고에 진심으로 감사 드리며, 한독상공회의소와 참여 기업들이 제7차 주한 독일기업 CSR보고서를 발간하게 된 것을 축하 드립니다.

페터 빙클러

대사대리

Dear Readers,

With all places of the globe affected by COVID-19, businesses have faced the challenges of adapting to the consequences of the pandemic, disruption of supply chains, business uncertainty, etc. Nevertheless, companies have been committed more than ever to their Corporate Social Responsibility (CSR) activities, continuing to impact all sides of society especially in the fields of sustainability and education.

CSR is an important instrument for integrating social responsibility into a company’s core business. While social responsibility can be implemented differently according to the industry, region, or size, it always creates economic added value. Companies that get involved do so voluntarily and take social responsibility very seriously. This is especially the case for German companies. They have a long history of practicing corporate social responsibility and are usually prominent players in their local communities. Subsidiaries of German companies abroad take this tradition along to the countries they do business in. We can see that this tradition, their determination, and their commitment remain firm even during these uncertain times. With the perception that Korea is more than just a market, German companies strive for ways to have a positive impact in the long run and to strengthen mutual trust and understanding.

This is already the seventh “KGCCI CSR Report of German Companies in Korea”. It features examples of how German companies in Korea engage in the field of CSR. The report depicts that they are influential and active contributors to society and life in Korea. The mentioned companies are a few of the many examples that exist in the German-Korean business community today. We hope that these examples will inspire many companies to follow and to share their stories as well.

Martin Henkelmann

President & CEO
Korean-German Chamber of Commerce and Industry



친애하는 독자 여러분,

전세계 모든 지역이 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)의 영향을 받고 있는 가운데, 기업들은 코로나19로 입은 피해, 공급망 불안, 불확실한 미래 등 현재까지 수많은 위기를 넘겼고 지금도 헤쳐 나가고 있습니다. 이러한 어려운 상황 속에서도 기업들은 사회공헌활동(CSR)에 그 어느 때보다 전념하고 있으며, 특히 지속가능성과 교육 분야에서 선한 영향력을 널리 퍼트리고 있습니다.

CSR은 기업의 핵심 사업에 사회적 책임을 통합하는 중요한 도구입니다. 산업이나 지역, 규모에 따라 다르게 구현될 수 있지만 항상 경제적 부가 가치를 창출합니다. CSR 활동을 펼치는 기업들은 자발적으로 하고 있으며, 보다 깊은 사회적 책임감을 느끼고 있습니다. 특히 독일 기업들의 경우가 그런 것 같습니다. 독일 기업들은 아주 오랜 기간동안 사회적 책임 경영 및 사회 공헌 활동에 대한 전통을 이어오고 있으며, 해외 주재 독일 기업의 자회사들 또한 이 전통을 바탕으로 각 나라의 사회 구성원으로서 사회 공헌에 기여하고 있습니다. 무엇보다 이렇게 불안정한 상황 속에서도 독일 기업들은 그들의 전통, 결단력, 그리고 헌신이 굳건하다는 것을 보여주고 있습니다. 한국이 단순 시장이 아닌, 그 이상이라는 마인드와 함께 독일 기업들은 장기적으로 긍정적인 영향을 미치고 상호신뢰를 더욱더 강화하기 위한 방안을 끊임없이 모색하고 있습니다.

본 책자는 어느덧 “KGCCI CSR Report of German Companies in Korea”의 일곱 번째 발간입니다. 해당 리포트는 한국 주재 독일 기업들이 CSR 분야에서 어떤 활동을 하고 있는지 다양한 사례를 통해 보여주고 있습니다. 이들은 한국 사회에 선한 영향력을 전파하며 CSR 활동에 적극적으로 참여하고 있습니다. 또한, 리포트에 소개된 기업사례들은 오늘날 한국-독일 비즈니스 커뮤니티에 존재하는 수많은 케이스 중 극히 일부라고 할 수 있습니다. 앞으로 보다 많은 한국 주재 독일 기업들이 본 리포트에 참여해 기업만의 따뜻하고 뜻깊은 이야기를 들려줄 수 있기를 기대합니다.

마틴 행켈만

한독상공회의소 대표

Audi Volkswagen Korea

Audi Volkswagen Korea

Audi Volkswagen Korea(AVK) is a national sales company in Korea, 100% invested by Audi AG. AVK has contributed to the growth of Korea's import car market by offering a wide range of brands – from Volkswagen to Audi, Bentley, and Lamborghini – in correspondence with the lifestyle and characteristics of Korean customers. As of September 2021, each brand has own dealers in operation and AVK has 91 showrooms and 77 service centers in total.

아우디폭스바겐코리아(주)는 아우디그룹에서 100% 투자한 국내 판매법인입니다. 폭스바겐과 아우디, 벤틀리, 람보르기니 등 고객의 다양한 라이프스타일과 개성에 부합하는 폭넓은 브랜드를 수입, 판매하며 한국 수입차시장의 성장을 견인하고 있습니다. 2021년 9월 기준, 각 브랜드 별로 딜러를 보유하고 있으며 총 75개의 전시장과 79곳의 서비스 센터를 운영 중입니다.

Company Profile



Established in Germany
설립연도
1909



Start of Business in Korea
한국지사 설립연도
2004



Number of Employees in Korea
한국 직원 수
188



Line of Business
사업분야
Automotive



Website
홈페이지
AVK 뉴스룸: www.avknewsroom.com
AVK 사회공헌 투모로우: www.avktomorrow.com

AUDI VOLKSWAGEN KOREA'S TOMOROAD



TOMOROAD is the CSR initiative of Audi Volkswagen Korea, which focuses on fostering future talents for the sustainable growth of Korean society and addressing climate change by engaging in climate projects including the creation of a carbon-neutral forest. TOMOROAD is a word that combines “tomorrow,” meaning the future, and “road,” meaning a road to the future. With TOMOROAD, AVK is committing to become a future partner on the path to tomorrow. Under

TOMOROAD, AVK endeavors to foster young talents by creating the educational, environmental, and cultural infrastructure and helping the underprivileged for a healthier community.

투모로드(TOMOROAD)는 아우디폭스바겐코리아의 사회공헌 이니셔티브로, 한국사회의 지속가능한 성장에 기여하기 위해 미래인재를 양성하는 데 있습니다. 이와 함께, 기후변화와 지속가능한미래에 대한 사회적 책임을 갖고 탄소중립 숲 조성 및 환경문제 개선에도 앞장서고 있습니다. 투모로드는 ‘미래(tomorrow)’와 ‘길(road)’의 합성어로, 미래인재들이 퓨처 모빌리티에 대해 배우고 경험하며 4차산업의 길을 선도해 나갈 수 있도록 지원하는 미래지향적인 동행을 의미합니다. 아우디폭스바겐코리아는 사회공헌 이니셔티브 투모로드를 통해 대한민국의 퓨처 모빌리티와 4차산업혁명 시대를 이끌 미래인재를 양성하고 교육·환경·문화 인프라의 구축과 함께, 소외계층을 지원하고 건강한 지역사회를 만들어가기 위해 노력하고 있습니다.

Education Program

1. TOMOROAD School Since 2018

Audi Volkswagen Korea's TOMOROAD School is a problem-solving convergence education program where students can learn and apply future technologies under the theme of future mobility. Its goal is to help develop the 4Cs (Critical thinking, Communication, Collaboration, and Creativity) and software capabilities, which are the core competencies required of future talent. In addition to learning theories, the program teaches coding using robot cars, helps the students to explore their future career, and foster problem-solving skills through various situations in the urban environment that will be changed by new concepts of mobility.

TOMOROAD School was developed as part of the exam-free semester for the 1st-grade middle school students in Korea, which was introduced by the Ministry of Education in 2019. Since 2020, the program was converted to an online program in the wake of the COVID-19 breakout and in total of 3,958 students participated until the first semester of 2021.

아우디폭스바겐코리아의 투모로드 스쿨은 학생들이 퓨처 모빌리티를 주제로 자동차를 활용해 미래사회의 기술들을 학습, 구현해보는 문제해결형 융합 교육프로그램입니다. 미래형 인재에게 요구되는 핵심역량인 4C(비판적 사고력, 커뮤니케이션 능력, 협업 능력, 창의력) 및 소프트웨어 역량 함양을 목표로 하고 있습니다. 이론 수업에 더해 코딩로봇자동차의 활용, 미래 진로 탐색, 퓨처 모빌리티가 변화시킬 미래도시의 교통환경 설계 및 구현 수업 등이 진행됩니다.

투모로드 스쿨은 2019년 교육부가 중학교 1학년을 대상으로 처음 도입한 자유학년제 프로그램의 일환으로 시작되었습니다. 2020년도부터는 코로나 19 상황으로 인해 온라인 형태로 진행되고 있으며, 2021년 1학기까지 총 3,958명의 학생들을 대상으로 실시되었습니다.



2. Barrier-free TOMOROAD School Since 2020

Audi Volkswagen Korea signed an MOU with the National Institute of Special Education under the Ministry of Education in December 2020 to develop a barrier-free TOMOROAD School program for students with disabilities. Under the MOU, the TOMOROAD school curriculum was modified to make it more friendly for students with disabilities. Also, sign languages for coding were newly developed and subtitles for the Hard-of-Hearing (SDH) were added. After receiving positive reinforcements from students with disabilities, AVK launched the barrier-free program as part of the regular program as of 2021. The barrier-free TOMOROAD School is carried out at 10 special education schools and classes every semester.

아우디폭스바겐코리아는 2020년 12월, 교육부 산하 국립특수교육원과 업무협약을 맺고 장애 학생들을 위한 배리어프리(Barrier-free) 투모로드 스쿨 프로그램을 개발했습니다. 이를 위해 기본적인 이론 수업 내용은 물론, 프로그램의 핵심인 코딩로봇자동차를 활용해 자율주행 기능들을 직접 구현해 보는 커리큘럼을 모두 수화언어로 구현했습니다. 배리어프리 프로그램에 대한 장애 학생들의 관심과 교육의 실효성을 확인한 아우디폭스바겐코리아는 2021년부터 배리어프리 투모로드 스쿨을 정규 프로그램으로 진행중입니다. 청각장애 특수학교 및 일반학교 특수학급 등 총 각 학기 별 10개교에서 수업을 진행하고 있습니다.



3. Think! TOMOROAD ONTACT Contest Since 2021



“Think! TOMOROAD Ontact Contest” is an idea-based competition for 4th to 6th grade elementary school students nationwide. It is part of Audi Volkswagen Korea's education program to provide software coding education to foster future talents. Through this contest, students express various ideas about the future environment and social changes brought about by future mobility by utilizing lego education coding program designed to foster talents for 4th Industrial Revolution and future mobility. Although both preliminary and final round were conducted online due to COVID-19, all schools participated so enthusiastically that the contest could end successfully in September.

전국 초등학교 4~6학년을 대상으로 한 아이디어 경진대회 ‘핑크! 투모로드 온택트 콘테스트’는 아우디폭스바겐코리아가 미래인재 양성을 위해 소프트웨어 코딩 수업을 제공하는 교육사업의 일환입니다. 4차산업 및 퓨처 모빌리티를 선도할 인재 육성을 목표로 레고 에듀케이션 코딩 프로그램 교육을 통해 미래 환경과 사회적 변화에 대한 다양한 아이디어를 표현하는 경연 프로그램입니다. 코로나 19로 인해 예선과 결선 모두 비대면으로 진행되었음에도 모든 학교가 열정적으로 참여하여 지난 9월 성황리에 마칠 수 있었습니다.

UNSDGs

The United Nation's Sustainable Development Goals (SDGs) refer to 17 common goals of humanity to take action for realizing sustainable development adopted at the 70th United Nations General Assembly. AVK fully identifies with the ideology of the UN SDGs and is an active participant. TOMOROAD activities fulfill the UN SDGs, including ‘Quality Education (SDG 4),’ ‘Sustainable Cities and Communities (SDG 11),’ ‘Climate Action (SDG 13).’ The main programs under TOMOROAD are carried out in the categories of education, culture, environment and local community.

2015년 제70차 UN 총회에서 2030년까지 달성하기로 결의한 지속가능발전목표 (SDGs: Sustainable Development Goals)는 지속가능발전의 이념을 실현하기 위한 인류 공동의 17개 목표입니다. 아우디폭스바겐코리아는 UN 지속가능발전목표의 이념에 공감하고 적극적으로 동참합니다. 투모로드 활동은 UN 지속가능발전목표 중 ‘양질의 교육 (SDG 4),’ ‘지속가능한 도시와 공동체 (SDG 11),’ ‘기후 조치 (SDG 13)’ 등과 맞닿아 있습니다. 투모로드는 교육, 문화, 환경, 지역사회에 대한 활동으로 구성되어 있습니다.



Environment Program

Audi Volkswagen Korea is carrying out the environment initiative called 'goTOzero', to contribute to carbon neutrality. As a part of it, various programs such as the exhibition, Green School Walkway, Classroom Forest, etc are introduced as CSR activities.

1. goTOzero Exhibition Since 2021

Audi Volkswagen Korea held the 'goTOzero' exhibition to inform the severity of climate change and the need for carbon emission reduction, to practice it in real life and to develop social consensus. The exhibition lead sympathy of 10,297 visitors by delivering a message of carbon neutrality as a countermeasure against global climate change in the entire process related to electric vehicles.

At the 'goTOzero' exhibition, AVK received signatures from the visitors on action oath of their effort to carbon reduction, as a means to urge the citizens' participation in carbon neutrality. In total of 2,092 citizens, who consented to our purpose, signed and showed their will to get involved in carbon-zero for the future.

아우디폭스바겐코리아는 기후변화의 심각성과 탄소저감의 필요성을 알리고, 이를 일상 생활 속에서 실천하고 사회적 공감대를 형성하는데 기여하고자 '고 투 제로(goTOzero)' 전시를 개최했습니다. 전시회에서는 전기차와 연관된 전 과정에 있어 지구의 기후변화에 맞서는 대응책으로 탄소중립을 추구하는 메시지를 전하며 10,297명의 관람객의 공감을 이끌어냈습니다.

'고 투 제로(goTOzero)' 전시와 더불어 아우디폭스바겐코리아는 탄소중립에 대한 시민들의 동참을 촉구하기 위한 노력의 일환으로, 전시 기간 중에 관람객들을 대상으로 탄소감축 노력을 위한 행동 실천 서약서를 받았습니다. 이와 같은 취지에 공감한 시민들, 총 2,092명이 서약에 동참해 미래를 위한 탄소 제로 실천 의지를 다졌습니다.

2. Green School Walkway Since 2019

The Green School Walkway project was pursued as part of the Seoul Metropolitan Government's initiative entitled, "2022-3000 Tree Giving Initiative," which aims to plant 30 million trees by 2022 to address environmental issues like climate change and deteriorating air quality. Audi Volkswagen Korea is pushing ahead with the project to fill areas surrounding schools with greenery and to create a pleasant and safe educational environment for future talents.

From 2019 to 2021, one school is selected every year for the Green School Walkway project. The first school was Gangmyeong Elementary-Middle School located in Gangdong-gu, followed by Younghee Elementary School & Jungdong High School in Gangnam-gu, and Seoul Seryun Elementary School in Songpa-gu. A total of 2,000 meter-long walkway was built in the three locations, which ensures the safety and health of the children by protecting them from the dangers of fine dust and traffic accidents both inside and outside the school.

'초록빛 꿈꾸는 통학로'는 서울시와 협업체, 통학로 주변 집중 녹화를 통해 미래인재들을 위한 쾌적하고 안전한 교육환경을 구축하는 것을 목표로 합니다. 이는 급변하는 기후변화와 환경문제에 대한 대응력을 높이기 위해 서울시가 2022년까지 총 3,000만 그루의 나무를 심는 '2022-3000, 아낌없이 주는 나무심기 프로젝트'의 한 축입니다.

'초록빛 꿈꾸는 통학로'는 2019년부터 2021년까지 매년 1개교를 선정해 프로젝트를 진행하고 있습니다. 서울시 강동구에 위치한 강명초등학교-중학교를 시작으로 강남구에 위치한 영희초등학교와 송파구 소재 서울세륜초등학교에 통학로가 조성되었습니다. 세 개 지역에 총 2,000m의 통학로는 학교 안팎에서 아이들을 미세먼지와 교통사고 위험으로부터 보호해 안전하고 건강하게 성장하고 생활할 수 있도록 돕고 있습니다.

아우디폭스바겐코리아는 탄소중립 실현에 이바지하고자 '고 투 제로(goTOzero)'라는 환경 이니셔티브를 추진하고 있습니다. 그 일환으로 전시회, 통학로, 교실숲 등 다양한 프로그램을 사회공헌 활동으로 진행하고 있습니다.



3. Classroom Forest Since 2019

"Classroom Forest" is part of the "Green School Walkway" project, which aims to bring the benefits of environmental projects to the schools that are not able to have school walkways built due to geographic limitations. For children whose immune systems are less mature than adults and who are vulnerable to fine dust, the classrooms are filled with Areca palm trees and Sophie rubber trees, which were selected by NASA as air-purifying plants. It helps to protect them by blocking fine dust and hazardous substances from the outside and to maintain humidity in classrooms. Since our first Classroom Forest, Audi Volkswagen Korea had donated in total of 1,100 companion plants to a total of 110 classrooms in 4 different schools and is planning to plant 500 more in 2 schools in the second half of 2021.



'교실숲'은 '초록빛 꿈꾸는 통학로' 사업의 일환으로, 이를 통해 지역적 특성으로 통학로 조성이 여의치 않은 학교들에게도 환경사업의 혜택을 균등하게 제공하고자 합니다. 교실숲은 성인에 비해 면역체계가 완전하지 않고 미세먼지에 취약한 어린 학생들을 위해 미국 항공우주국(NASA)에서 선정한 공기정화식물(아레카야자, 소피아고무나무 등)로 채워집니다. 이를 통해 외부로부터의 미세먼지와 유해물질을 차단하고 공기정화, 천연가습과 같은 순기능을 제공합니다. 2020년 첫 교실숲을 진행한 이후 2021년까지 총 4개교 110학급에 1,100그루의 반려식물이 기증되었으며, 2021년 하반기에 2개 학교에 500그루의 반려나무를 더 심을 예정입니다.

Local Community Program Secret Santa & Warm Winter Kit Since 2018

Audi Volkswagen Korea has been hosting "Secret Santa" since 2018 to deliver Christmas gifts to children in need. The company received a wish list from each child, and each employee was individually assigned to become their Secret Santa. The relevant employees donated 50% of the fund required to purchase the gift, while the company covered the remaining 50%. With the passionate employee's participation, this year AVK will present dreams and hope to children in Gyeongbuk Andong area, which has been damaged by forest fire.

The Warm Winter Kit is an activity that helps underprivileged neighbors to spend a warm winter and stay healthy in limited situations such as COVID-19. For the elders in difficult situations, 400 boxes of winter kits consisting of blankets, neck warmers, winter hats, sleeping socks, hot packs, and KF94 masks were delivered to Songpa Senior Welfare Center in Seoul and will be delivered again in December 2021.

아우디폭스바겐코리아는 2018년부터 임직원과 회사의 1대1 매칭펀드를 통해 돌봄이 필요한 아동에게 성탄절 선물을 전달하는 '시크릿 산타'를 진행하고 있습니다. 이를 위해 아동으로부터 선물 희망 목록을 받은 후 이들의 '시크릿 산타'가 되고자 하는 임직원과 아동을 맺어주었고, 선물과 성금은 임직원들이 자발적으로 참여해 모은 금액에 회사가 1대1 매칭펀드를 더해 마련했습니다. 아우디폭스바겐코리아는 임직원들의 적극적인 동참을 바탕으로 2021년도에는 경북 안동 산불 피해지역 아동들에게 꿈과 희망을 선물할 것입니다.

겨울 방한 키트는 코로나19와 같은 제한적 상황에서 소외된 이웃들이 겨울을 따뜻하고 건강하게 보낼 수 있도록 지원하는 아우디폭스바겐코리아의 나눔 활동입니다. 영하의 추운 날씨 속에 홀로 겨울나기를 해야 하는 독거노인들을 위해 2020년 12월 담요와 넥워머, 방한모자, 수면양말, 핫팩, KF94 마스크 등으로 구성된 겨울 방한 키트 400상자를 비대면 방식으로 서울시 송파노인종합복지관에 전달했으며, 2021년 12월에도 전달할 예정입니다.



Mercedes-Benz

Mercedes-Benz Korea Ltd. (President & CEO Thomas H. Klein) was founded in January, 2003 as a local subsidiary of Daimler AG. In the spirit of its founding fathers Gottlieb Daimler, “The best or nothing”, and Carl Benz, “The love of inventing never dies”, Mercedes-Benz Korea offers customers a diverse selection of cutting-edge products and differentiated services at 61 showrooms and 75 service centers across the country. Contributing to Korean society with long-term endeavors to fulfill its corporate social responsibility on a sustainable scale, Mercedes-Benz Korea, in partnership with Daimler affiliates in Korea and 11 official dealer companies, is actively engaged in its corporate social responsibility program, ‘Mercedes-Benz Promise’.

메르세데스-벤츠 코리아(주) (대표이사 사장 토마스 클라인)는 끊임없는 혁신과 최고의 기술력을 선보이며 세계 자동차 업계를 선도하는 메르세데스-벤츠의 한국 법인으로 2003년 1월 1일 출범했다. 세계 최초의 자동차 발명가이자 다임러 AG의 창립자인 칼 벤츠의 “발명을 향한 우리의 열정은 결코 잠들지 않는다”와 고틀립 다임러의 “최고가 아니면 만들지 않는다”는 창업 정신을 바탕으로, 현재 메르세데스-벤츠 코리아는 전국 총 61개 공식 전시장 및 75개 공식 서비스센터 운영을 통해 최고의 제품과 차별화된 서비스를 제공하고 있다. 또한 한국 사회에 장기적인 기여와 사회적 책임을 다하기 위해 국내 다임러 계열사 및 11개 공식 딜러사와 함께 ‘메르세데스-벤츠의 약속’ 사회 공헌 프로그램을 활발히 진행하고 있다.

Company Profile



Established in Germany
설립연도
1886



Start of Business in Korea
한국지사 설립연도
2003



Number of Employees in Korea
한국 직원 수
248



Line of Business
사업분야
Automobile wholesale,
retail and import business



Website
홈페이지
www.mercedes-benz.co.kr

MERCEDES-BENZ PROMISE

On June 2014, Mercedes-Benz Korea officially launched its CSR initiative, ‘Mercedes-Benz Promise’ to contribute to the Korean society with long term endeavors in partnership with Daimler affiliates in Korea (Mercedes-Benz Korea, Daimler Truck Korea, and Mercedes-Benz Financial Services Korea) and its 11 authorized dealer companies. It has steadily conducted sincere commitment for Korean Society with five big pillars of programs utilizing its core competencies as global leading automotive brand.

2014년 6월 29일, 메르세데스-벤츠 코리아는 다임러 트럭 코리아, 메르세데스-벤츠 파이낸셜 서비스 코리아 등 국내 다임러 3개 계열사와 11개 공식 딜러사와 함께하는 사회공헌프로그램인 ‘메르세데스-벤츠의 약속 (Mercedes-Benz Promise)’ 공식 출범하였다. ‘메르세데스-벤츠의 약속’은 자동차 업계를 선도하는 브랜드로서 특화된 전문성과 핵심역량을 바탕으로 한국 지역사회에 보다 장기적으로 기여하기 위한 다섯 가지 프로그램으로 구성되었다.

메르세데스-벤츠 모바일키즈: www.mobilekids.kr 메르세데스-벤츠 모바일아카데미: www.mobileacademy.kr 메르세데스-벤츠 올투게더: www.all-together.or.kr 메르세데스-벤츠 기브앤 레이스: www.givenrace.com 메르세데스-벤츠 그린플러스: www.greenplus.or.kr 메르세데스-벤츠 CSR 인스타그램: https://www.instagram.com/mercedes_benz_promise/

“Mercedes-Benz Green+” Since 2021

Mercedes-Benz CSR Committee has launched ‘Mercedes-Benz GREEN+,’ a new CSR program under the theme of sustainability to achieve carbon neutrality and protect environment, and commenced a public social media campaign on Sep 2021. The MB GREEN+ campaign is the fifth pillar of Mercedes-Benz Promise program newly launched in addition to the existing four CSR programs: traffic safety, industry-academic cooperation, local community service and donations through sports activities. The new program consists of various activities that can contribute to environmental protection. The ‘GREEN Plus CARBON Minus’, the first activity of program is designed to encourage public practicing small things in daily lives to shape a sustainable future. It is open to anyone interested in climate and environmental protection, will give eco-friendly kit through a lottery to 10,000 participants who have fulfilled various activities for carbon neutrality and shared them through their social media. Furthermore its second environmental campaign, ‘GREEN+ Plogging’, is also carrying out with the entire participation of MB Network. All the employees have been voluntarily participating in environmental clean-up activity for local community where participants pick up litter while running. Also, it has been conducting in cooperation with the local governments and volunteer centers across the country. As a responsible corporate citizen, the Committee will do our best to spread message around the importance of carbon neutrality and environmental protection and to restore the environment with citizens, customers, and Mercedes-Benz employees carrying out various eco-friendly activities.



지난 2021년 9월, 메르세데스-벤츠 사회공헌위원회는 탄소중립을 실천하고 기후환경 보호에 앞장서기 위한 지속가능성 주제의 새로운 사회공헌활동 ‘메르세데스-벤츠 그린플러스 (Mercedes-Benz GREEN+)’를 출범하고 대중과 함께 하는 SNS 캠페인을 시작했다.

‘그린플러스’는 위원회가 교통안전, 산학협력, 지역사회나눔, 스포츠를 통한 기부 등 기존 4개의 사회공헌 프로그램에 이어 새롭게 시작하는 다섯 번째 주제의 사회공헌 활동으로, 지속가능한 미래를 위해 기여할 수 있는 다양한 활동으로 구성된다. ‘그린플러스’의 첫 번째 활동으로 진행되는 ‘그린더하기 탄소빼기’ SNS 캠페인은 기후 변화의 위험성을 인식하고 탄소중립에 대한 중요성을 상기함과 동시에 일상 속 작은 행동실천으로 지속가능한 내일을 도모하자는 취지로 기획됐다. 기후 및 환경 보호에 관심 있는 누구나 참여 가능한 이번 SNS 캠페인은, 탄소중립을 위한 활동 3개를 실천한 뒤 SNS에 올려 공유한 1만 명에게 추첨을 통해 친환경 소재의 에코 키트를 증정한다. ‘그린플러스’의 두번째 활동은 전사 임직원 참여에서도 이어졌다. 메르세데스-벤츠 네트워크 전사 임직원들이 달려 거리 쓰레기를 줍는 ‘그린플러스 플로깅’을 통해 전국의 지자체 및 자원봉사센터 등과 협력해 지역사회 내 환경정화 활동을 실시하고 있다. 위원회는 임직원들의 자발적인 친환경 활동은 물론이고 추후 일반고객, 사회적기업, 소셜 벤처 등 다양한 참가자들과 함께 지속가능한 미래를 위한 환경정화 및 보호 활동을 펼쳐 나갈 계획이다.

“Mercedes-Benz GIVE” Since 2017

“Mercedes-Benz GIVE” has been cultivating a participatory donation culture through a sharing campaign in a combination of sports with the public. Starting with the first “GIVE ’N RACE” held in 2017, the Committee expanded the campaign to “GIVE ’N BIKE” in 2018, and “GIVE ’N GOLF” in 2019. Despite the difficult situation in 2020 & 2021 due to the COVID-19 pandemic, the MB CSR Committee has continued the most beautiful run influencing sharing culture in an ‘untact’ way: the GIVE ’N RACE Virtual Run in the era of the “new normal”. The participants ran their own race when and wherever they want during the event. In addition, the event added an extra enjoyable element through a GPS-based mobile application so that participants were also able to track their own records and rankings. The entire participation fees and additional donations has been delivered to underprivileged children and teenagers through the social welfare organization Kids & Future Foundation. Meanwhile, the 8th GIVE ’N RACE Virtual Race Busan was successfully finished with over 10,000 participants nationwide for two days on October 9 and 10. The charity run, held in the Busan region for the second time since last year’s event, received an enthusiastic response from citizens, with applications reaching 10,000 people and closing 15 minutes after the application began.



With this, Mercedes-Benz GIVE ’N RACE has attracted around 75,000 participants and raised more than KRW 4.1 billion on accumulative basis. In particular, it has taken the lead in creating a new type of donation culture since 2020 by holding four events of the charity run in an untact manner. The Committee will continuously make efforts to contribute to Korean Society in the long-term leading donation culture spread through various programs where all can enjoy sharing.

메르세데스-벤츠는 ‘메르세데스-벤츠 기브’ 프로그램을 통해 기부문화 확산에 앞장서고 있다. 2017년 달리기와 기부를 접목한 ‘기브앤 레이스’를 시작으로, 2018년 기부 자전거 대회 ‘기브앤 바이크’ 등으로 확장하고, 특히 2019년부터는 메르세데스-벤츠의 전통적인 행사인 ‘메르세데스-벤츠 트로피’에서 기브 시리즈를 함께 선보이며 ‘기브앤 드라이브’, ‘기브앤 골프’ 등의 다양한 사회공헌 프로그램을 통해 고객들과 나눔 문화를 공유하고 있다. 위원회는 코로나19의 어려운 상황 속 2020년과 2021년 ‘언택트(Untact)’ 방식의 ‘기브 앤 레이스 버추얼 런(GIVE ’N RACE Virtual Run)’ 대회를 연속 네 차례 개최하며 따뜻한 기부 문화를 이어나가고 있다. 행사는 대회 기간 48시간 동안 참가자들이 각자 자신이 원하는 시간과 장소에서 자신만의 레이스를 수행하고, GPS 기반의 스마트폰 건강 애플리케이션 ‘스트라바(STRAVA)’를 활용하여 본인의 기록과 순위 등을 확인할 수 있도록 하여 기존의 기부 레이스에 특별함을 더했다. 참가비 및 추가 기부금 전액은 사회복지법인 아이들과미래재단을 통해 취약계층 아동 및 청소년들을 위한 의료비 및 교육비 기금으로 전달한다.

이번 제 8회 ‘기브앤 레이스 버추얼 런 부산’은 지난 10월 9일부터 이틀간 부산 포함 전국 지역에서 약 1만여 명이 참여하며 접수 시작 15분 만에 1만 명의 등록이 마감되는 등 뜨거운 시민들의 호응을 얻은 바 있다. 메르세데스-벤츠 기브앤 레이스는 누적 참가자 7만 5천여 명, 누적 기부액 41억여 원을 기록하며, 위원회는 앞으로도 남녀노소 누구나 즐겁게 나눔을 실천할 수 있는 다양한 스포츠 프로그램을 통해 기부 문화 확산에 앞장설 예정이다.



■ “Mercedes-Benz MobileKids” Since 2014

The traffic safety education program for children ‘Mercedes-Benz MobileKids’ provides a tailored hands-on program for children to naturally practice traffic safety and learn how to cope with traffic accidents. It is the world’s first children’s traffic safety program developed by Daimler AG in 2001 and has been provided to around 2 million children from 13 countries, including Germany. About 25,500 children in Korea have participated in the program since it was introduced in 2014.

The education program reflecting local traffic conditions was held in 1,251 elementary schools and local child centers in the Seoul metropolitan area and Busan. In addition, the committee has been actively promoting the importance of traffic safety through the ‘Traffic Safety Drawing Contest’ since 2017, with a total of 3,700 children participated in the past 5 contests. Furthermore, the MobileKids program has also launched its online and offline blended education platform ‘Play the Safety with MobileKids’ to establish a new educational environment in the preparation of the post-COVID-19 era. By recruiting ‘Moki Teachers’ as MobileKids traffic safety ambassadors for teachers nationwide, it has successfully continued children traffic safety education in COVID-19 times.

어린이 교통안전을 위한 ‘메르세데스-벤츠 모바일키즈(Mercedes-Benz MobileKids)’를 통해 어린이들이 교통사고 대처 방법을 자연스럽게 익히고 교통사고를 스스로 예방할 수 있도록 맞춤형 체험 교육을 제공하고 있다. 이 프로그램은 독일 다임러 본사가 2001년 개발한 이래 독일을 포함한 13개국의 200여만 명의 어린이가 참여하고 있는 세계 최초의 어린이 교통안전 교육 프로그램으로, 2014년 국내에 처음 소개된 이후 약 2만 5

천 5백명의 어린이들이 프로그램에 참여한 바 있다. 지금까지 서울 및 수도권, 부산 지역 1,251곳의 초등학교와 지역아동센터를 대상으로 교육을 진행했으며, 이에 더해 2017년부터 시작한 어린이 교통안전 캠페인 ‘플레이더세이프티(Play the Safety)’를 통해 총 5번의 교통안전 그림 공모전을 진행하며 총 3천 700여 명의 어린이가 참여하는 등 교통안전의 중요성을 적극적으로 알리고 있다. 또한, 포스트 코로나인 뉴노멀 시대에 대비한 새로운 교육환경구축을 위해 온·오프라인 혼합형 교육 플랫폼인 ‘모키와 함께하는 온라인 플레이더세이프티’를 론칭하고, 전국 기관 교사 대상 아이들의 안전을 위한 모바일키즈 앰배서더인 “모키티쳐스” 프로그램을 성공적으로 운영하며 지속되는 코로나19 상황 속에서도 어린이들이 지속적으로 교통안전교육을 습득할 수 있도록 다양한 노력을 기울이고 있다.



■ “Mercedes-Benz Mobile Academy” Since 2014

The industry-academy cooperation program ‘Mercedes-Benz Mobile Academy’ provides Mercedes-Benz’s technology and global training know-how directly to automotive colleges in Korea to contribute to the development of the automotive industry in Korea. As of Nov 2021, the program provided on-site training and 17 vehicles for practice to 12 colleges and a total of 986 students graduated from this program. Also, 140 outstanding students out of 734 graduates were given the opportunity to visit Mercedes-Benz’s headquarters in Germany. As many of the graduates successfully found employment in the MB network and are continuing their careers in the automotive industry, it has become an exemplary model of an industry-academy cooperation program receiving great responses from stakeholders. Also, the Mobile Academy conducts a ‘Career Development Workshop’ to provide a deeper understanding of the automobile industry through deep-dive mentoring with top management and Senior/Junior mentors in the MB network. In addition, the Mobile Academy has started to provide the ‘Special Lecture’ program since 2018 with over 3,095 students in technical high schools and institutes receiving the opportunity to learn trends of the automotive industry and business future.

‘메르세데스-벤츠 모바일 아카데미(Mercedes-Benz Mobile Academy)’는 메르세데스-벤츠의 우수한 기술력과 글로벌 교육 노하우를 국내 대학 자동차 관련 학과에 직접 제공하는 산학협동 프로그램이다. 현재까지 국내 자동차 관련 대

학 12곳에 현장 강의와 17대의 실습용 차량을 제공했으며, 총 986명의 학생이 해당 교육을 수료했다. 배출된 졸업생 중 우수학생 총 140명에게는 독일 본사 탐방 기회를 지원했다. 졸업생 중 대다수가 전문성을 살려 메르세데스-벤츠 네트워크 취업 및 자동차 산업으로 진로를 이어가는 등 모바일 아카데미는 성공적인 산학협력 프로그램으로 자리잡고 있다. 또한 경력개발워크숍 내 현장 전문가들과 함께하는 심화 멘토링 프로그램과 리더와의 대화를 통해 학생들에게 직무에 대한 궁금증을 해소하고 향후 직업 선택과 경력개발에 도움을 주고 있다. 그밖에도 자동차 관련 전문 기술원 및 고등학생 대상 ‘모바일 아카데미 특강’을 통해 3,095명의 학생들에게 자동차 산업 동향과 미래 직무 선택에 대한 멘토링을 실시해 기술 인재양성과 진로 준비를 적극 지원하고 있다.



■ “Mercedes-Benz All Together” Since 2014

As an Employee Participation program to contribute to local communities, ‘Mercedes-Benz All Together’ has been carried out with the participation of 2,852 employees of Daimler affiliates and dealers in Korea. Since 2014, the Committee has held around 258 CSR projects, including the renovation of welfare facilities for the disabled, school zone wall painting, Kimjang sharing, storytelling, volunteer work to improve the residential environment as well as delivering emergency relief supplies to overcome the COVID-19 crisis. In addition, since 2016, the Committee has been supporting children and teenagers at over 737 social welfare organizations and facilities nationwide selected through the Open Grant and Employee Recommendation program with yearly educational funds of around 500 million KRW. Since its foundation, the program successfully collected a total of around 3.7 billion KRW. In addition, a total of 34 MB vehicles have been donated to local social welfare organizations and facilities for the disabled since 2017



■ “COVID-19 Contingency Fund” Since 2020

While the entire society was in a state of emergency due to the spread of COVID-19, the Committee has promptly donated a total of 1.8 billion KRW which is the largest donation sum in the Korean imported car industry. The committee has been carrying out various activities since last year to help community members suffering from COVID-19: Not only providing emergency relief supplies to the underprivileged and medical staff but also donating COVID-19 testing booths to hospitals nationwide as well as supporting disinfection services to 200 social welfare institution to support healthy environment for underprivileged children in the blind spot.

The MB CSR Committee will continue to engage in utmost efforts to contribute towards a healthy Korea through various CSR activities under the ‘Mercedes-Benz Healthier Together’ campaign.

메르세데스-벤츠 사회공헌위원회는 코로나19의 위기 극복을 위해 수입차 업계 최대 규모인 총 18억원을 기부했다. 코로나 19의 여파로 도움이 손길이 필요한 국내 재난 위기 가정과 의료진 뿐만 아니라 노년층, 소상공인, 의료기관 등 여러 지역사회 구성원들을 폭넓게 지원하기 위해 다양한 방식으로 사용됐다.

위원회는 코로나19 장기화로 어려움을 겪고 있는 사회 구성원을 돕고 포스트 코로나에 대

to improve the accessibility to medical and social, as well as cultural activities for the socially disadvantaged.

뿐만 아니라 지역사회의 발전을 위한 임직원 참여형 프로그램 ‘메르세데스-벤츠와 함께 (Mercedes-Benz All Together)’를 진행해 현재까지 다임러 계열사 및 딜러사 임직원 총 2,852명이 참여하는 등 봉사활동을 꾸준히 진행 중이다. 2014년부터 장애인복지시설 개보수, 스쿨존 벽화 그리기, 김장 나눔, 구연동화, 주거환경개선 봉사, 코로나 19극복을 위한 감염예방 키트 전달 등 258여 개의 프로젝트를 수행하며 다양한 형태의 봉사활동을 전개 중이다. 이외에도 2016년부터는 공모 및 추천을 통해 선발된 전국 737개의 사회복지기관 및 시설 내 아동 청소년을 위해 매년 5억원의 교육기금을 배분해오고 있으며, 누적 약 37억원의 기금을 전달했다. 또한 전국 장애인 사회복지기관 내 사회취약계층의 이동 편의성 향상과 사회, 문화활동 및 의료 접근성을 강화하자는 취지에서 2017년부터 현재까지 메르세데스-벤츠 차량 총 34대를 기증했다.

응하기 위해 ‘메르세데스-벤츠와 함께, 함께 더 건강하게’ 캠페인 및 비대면 임직원 봉사활동을 기획해 취약계층 어린이 및 중증 환자들의 생활 방역 또한 돕고 있으며, 감염안전진료부스 기증, 감염예방키트 전달 및 전국 200개 사회복지기관 및 시설에 전문 방역 서비스 및 공기살균기를 지원한 바 있다. 또한 ‘코로나 19 진단 용품’ 및 자동 손소독 디스펜서를 전달해 방역 사각지대에 놓인 지역 내 취약계층 생활 방역 강화에 앞장서기도 했다. 앞으로도 메르세데스-벤츠 사회공헌위원회는 ‘메르세데스-벤츠와 함께, 함께 더 건강하게’ 캠페인을 통해 건강한 대한민국을 지원할 수 있도록 최선을 다할 것이다.





BASF

At BASF, we create chemistry for a sustainable future. The approximately 117,000 employees in the BASF Group work on contributing to the success of our customers in nearly all sectors and almost every country in the world. BASF has been doing business in Korea since 1954 and is a leading foreign investor in the Korean chemical industry. BASF's Korean entity, BASF Company Ltd., is a wholly-owned subsidiary of BASF SE and operates eight world-scale production sites in Korea. BASF also maintains the Electronic Materials R&D Center Asia Pacific and the regional headquarters of its Electronic Materials business in Suwon. In addition, three technical development centers are located across Korea. The sales and administration offices are located in Seoul.

바스프는 화학으로 지속가능한 미래를 만들어가는 글로벌 화학기업으로, 전세계 약 11만 7천명의 임직원이 거의 모든 산업 분야에서 고객의 성공을 지원하고 있습니다.

한국바스프(주)는 1954년 한국에 진출한 이래 외국투자기업으로서 국내 화학 업계를 선도해왔습니다. 글로벌 바스프의 100% 자회사로 전국 각지에 8개의 대형 생산 공장을 운영하고 있습니다. 또한 수원에는 바스프 아태지역 전자소재 R&D 센터와 아태지역 전자소재 사업본부가 위치해 있으며 이 외에도 3개의 기술 센터를 운영하고 있습니다. 서울에는 영업 및 관리 총괄 사무소가 위치해 있습니다.

Company Profile



Established in Germany
설립연도
1865



Start of Business in Korea
한국지사 설립연도
1954



Number of Employees in Korea
한국 직원 수
1,370



Line of Business
사업분야
Chemicals



Website
홈페이지
www.basf.com

BASF CSR ACTIVITIES IN KOREA

BASF's social engagement contributes to solving current and future social challenges. In doing so, we combine impact-oriented social activities with long-term corporate success. With our social engagement strategy, we want to open up learning opportunities. Together with our partners, we align our social engagement in an impact-oriented way. We support the achievement of these goals with donations and our own not-for-profit activities (Corporate Citizenship) as well as with business-oriented projects (Starting Ventures).

바스프는 사회 참여를 통해 현재와 미래의 사회가 직면한 도전을 해결하는 데 기여하며 장기적인 기업의 성공과 함께 하고자 합니다. 우리는 전략적으로 배움의 기회를 확대하고 지역 파트너들과 함께 사회에 영향력 있는 활동을 할 수 있도록 목표를 설정하여, 기부 및 비영리 활동과 비즈니스 관련 프로젝트 등을 실천합니다. '기업 시민의식'과 '벤처사업 지원'이라는 두 가지 방식으로 유엔의 지속가능발전목표에 기여하고자 합니다. 비영리 프로젝트를 통해, 바스프의 사업장이 위치한 전세계의 지역 공동체의 삶의 질을 향상시킵니다. 또한 바스프는 개발도상국과 신흥 국가의 저소득층 소비자 및 밸류 체인 파트너의 삶의 질을 개선하기 위한 사업 프로젝트를 시행합니다.

BASF Kids' Lab

Since 2003

BASF's social engagement activities in Korea are designed to contribute to "Quality Education", one of the United Nations Sustainable Development Goals (SDG). Since 2003, BASF in Korea has held annual science classes for elementary school students in major cities where BASF sites are located, to foster their interest in chemistry through safe and interesting experiments. In the future, there will be many problems such as lack of food and electricity, public transportation and residential space. BASF believes that "chemistry" can play a significant role in solving these problems.

So far, over 10,000 children have experienced hands-on experiments at various BASF Kids' Lab activities in Korea. To commemorate the 20th year of Kids' Lab, BASF released an online experience called Virtual Kids' Lab to inspire hopes and dreams, and cultivate talents of children anytime, anywhere.



Students conduct the "Making marble icecream" experiment at BASF Kids' Lab on-site event
바스프 키즈랩 행사의 '구슬 아이스크림 만들기'에 참여 중인 학생들

Despite the COVID-19 pandemic time, in 2020, BASF Korea has developed science experiment kits and online programs as part of its BASF Kids' Lab outreach, to continue our efforts to support young scientists. A total of 2,000 kits were donated to elementary school children in Daejeon, Ulsan and Yeosu.

바스프의 사회참여 활동은 UN의 지속가능한 성장목표 (SDG)에 근거하여 진행되며 한국에서는 SDG4, 교육 지원에 중점을 두고 있습니다. 특히 2003년에 한국에 처음 선보인 바스프의 키즈랩 프로그램은 수원, 여수, 울산 등 사업장이 위치한 지역에서 매년 정기적으로 진행되며 그 외 다양한 기회를 통해 한국의 어린이들을 찾아가입니다. 먹거리와 전기 등의 에너지 부족과 대중교통 및 주거 공간의 부족 등 미래의 많은 문제 해결에 '화학'이 중요한 역할을 할 수 있다고 믿고 있으며 키즈랩이라는 쉽고 재미있는 실험 프로그램을 통해 어린이들이 화학의 중요성을 깨닫고 화학을 통해 풍요로운 미래를 준비할 수 있도록 노력합니다.

지금까지 국내에서만 10,000명 이상의 어린이들이 바스프 키즈랩에 참여했으며 키즈랩 창립 20주년을 기념해 참여형 온라인 과학 실험 교실인 '바스프 온라인 키즈랩 (Virtual Kids' Lab)'을 새롭게 선보였습니다. 이를 통해 어린이들이 언제 어디서나 쉽고 재미있게 화학의 즐거움을 경험할 수 있도록 돕고 있습니다. 지속되는 코로나 19 시대에는 초등학생들이 비대면으로 키즈랩을 체험할 수 있도록 과학 실험 키트와 이를 위한 온라인 교육 프로그램을 개발하여 울산 및 여수, 대전 지역 초등학생 총 2천 여명에게 전달하였습니다.



BASF Kid's Lab science experiment kit donation ceremony held at Sampyeong elementary school
삼평초등학교에서 진행한 바스프 키즈랩 과학 실험 키트 기증식

Connected to Society

Since 1999

BASF Korea and local communities have built strong relationships over the long term and cooperate with each other to address social needs. BASF's 8 production sites in cities such as Ulsan, Yeosu, Gunsan, Ansan and Yesan cooperate with and contribute to local communities in Korea through employee volunteering such as making Kimchi and caring for kids with disabilities and other activities like donations to those in need. BASF has been making kimchi at Meary School, a special school for students with hearing and learning impairments annually since 2007. In 2021, BASF Korea donated 4,000 KF94 masks in total for disability centers where are severely affected by the COVID-19 pandemic, including the Seobu Community Welfare Center and Joseph's House.



Ulsan site donated cabbage for making Kimchi to Meary School
메아리복지원에서 진행된 한국바스프 울산공장의 김장물품 지원

바스프는 지역 사회 내 도움이 필요한 기관들을 장기적으로 지원해 오고 있습니다. 울산, 여수, 군산, 안산, 예산 등 각 공장이 위치한 지역내 다양한 복지 단체를 대상으로 김장 담그기 봉사, 산책 봉사 등의 다양한 봉사활동 및 기부 활동을 이어오고 있습니다. 울산 화성 공장의 임직원들은 청각 장애와 지체 장애 학생들을 위한 특수 교육 기관인 메아리 학교에서 정기적으로 자원 봉사 활동을 하고 있습니다. 2007년 학교와 공장이 자매 결연을 맺은 이래 매년 김장 봉사를 하고 있습니다. 또한 최근 한국바스프는 4천매의 KF94 마스크를 서부 장애인 종합 복지관과 요셉의 집에 기부하였습니다.



KF94 mask donation to public and private welfare foundations
전의 요셉의 집과 서부장애인복지관에 KF94 마스크 기증

Meal donation to tackle child hunger in Yesan

Since 2021



BASF Korea signed a business agreement with Yesan County and Happy Alliance to help hungry children in Yesan community
한국바스프-행복엘라이언스 '예산군 행복두끼 프로젝트' 업무 협약식

In 2020, BASF Korea signed up for the 100th member of Happy Alliance to offer more practical help for underprivileged children. The 'Happy Two Meals Project' is BASF's first social engagement activity with Happy Alliance to contribute to the mutual growth in the region and enhance the quality of life of local communities in collaboration with Yesan County, where one of BASF Korea production sites is located. The Happy Two Meals Project aims to set up a regional cooperation system to overcome child hunger. Also, it guarantees at least two meals each day for children who cannot receive welfare.

한국바스프는 2020년 기업, 정부, 시민이 협력하여 복지 사각지대에 놓인 아동문제를 해결하고자 설립된 행복엘라이언스의 100번째 멤버사로 가입하였습니다. 행복엘라이언스 멤버사로서 '행복두끼 프로젝트'에 참여하여 한국바스프의 생산공장이 운영되는 지역 중 하나인 예산군의 결식 우려 아동의 식사를 지원합니다. 행복두끼 프로젝트는 복지 사각지대에 있는 결식 우려 아동에게 최소 하루 두끼를 보장하고 있습니다.



Bayer

Bayer is a life science company with more than 150 years of history and has core competencies in healthcare and nutrition. Under the new vision “Health for all, hunger for none”, Bayer is striving to address the challenges status quo, such as disease treatment, improvement of daily healthcare and food security in preparation for the growing global population, in order to meet the fundamental human needs of health and nutrition. In 1955, Bayer Korea started its business and currently has around 400 employees. Bayer is committed to the principles of sustainable development as a responsible corporate citizen.

바이엘은 150년 이상의 역사를 자랑하는 생명과학 기업으로, 제약과 농업 분야에서 핵심역량을 지니고 있습니다. “Health for all, Hunger for none”이라는 새로운 비전 하에 건강과 영양이라는 인류의 근본적 니즈를 충족하고자 질병 치료와 일상 건강 수준 증진 및 식량 안보 등 인류가 직면하는 과제를 해결하고 지속가능한 삶을 영위하기 위해 노력하고 있습니다. 1955년 한국 시장에서 첫 발을 내딛어 현재 400여명의 직원이 근무하고 있습니다. 바이엘은 지속가능한 개발이라는 원칙을 가지고 책임감 있는 기업 시민으로서 역할을 다하고 있습니다.

Company Profile

Established in Germany
설립연도
1863

Start of Business in Korea
한국지사 설립연도
1955

Number of Employees in Korea
한국 직원 수
400

Line of Business
사업분야
Life Science

Website
홈페이지
www.bayer.co.kr

CSR ACTIVITIES IN KOREA

Bayer's corporate mission, ‘Science for a Better Life’, a new vision, ‘Health for all, Hunger for none’ offers solutions to social challenges we face. In late 2020, Bayer launched the CSE brand ‘Glück’ for long-term and strategic CSE. Bayer's CSE stands for Corporate Social Engagement, which is Bayer's ultimate way of participating in society leading to social empathy and participation. The concept of CSE is beyond CSR(Corporate Social Responsibility) which is the role and responsibility of a company as a member of the local community, and CSV(Creating Shared Value) which creates public interests and values led by corporate identity, vision, and technology. Newly launched, Glück, German word for happiness and luck, shows Bayer's willingness to do its best to ensure that all members of our society are healthy and happy through sustainable and systematic Bayer's social engagement activities. The followings are the variety of Bayer's activities under ‘Glück’.

바이엘의 기업 미션인 ‘더 나은 삶을 위한 과학’과 새로운 비전 ‘Health for all, Hunger for none’ 실현을 위해 우리가 직면하고 있는 사회적 과제에 대한 솔루션을 제시하고 있습니다. 바이엘은 2020년 말, 장기적이고 전략적인 기업의 사회참여를 위해 CSE 브랜드 ‘글뤽(Glück)’을 런칭했습니다. 바이엘의 CSE는 Corporate Social Engagement의 약자로, 기업이 지역사회의 일원으로서 마땅히 해야 할 역할과 책임 의식에 따른 활동을 의미하는 ‘기업의 사회공헌활동(CSR)’, 기업의 아이덴티티, 비전, 기술력을 바탕으로 공공의 이익과 가치를 창출하는 쌍방향 활동인 ‘공유가치창출(CSV)’의 개념을 넘어 사회적 공감과 참여를 이끌어 내는 바이엘만의 궁극적인 사회 참여방식을 의미합니다. 바이엘의 CSE 브랜드 ‘글뤽(Glück)’은 행복과 행운을 의미하는 독일어로, 바이엘 코리아가 기업시민으로서 지속가능하고 체계적인 사회참여를 통해 사회 구성원 모두가 건강하고 행복한 삶을 영위할 수 있도록 최선을 다하겠다는 의지를 담고 있습니다. 바이엘 코리아는 ‘글뤽(Glück)’의 이름으로 다음과 같이 다양한 활동을 펼치고 있습니다.

■ Coloring Kit Donations for Hospitalized Pediatric Patients 입원 환자 대상 컬러링 키트 기부

In December 2020, Bayer launched CSE brand Glück and donated 1,000 coloring kits to Samsung Seoul Hospital, Hangang SungSim Hospital, Dongtan Sungsim Hospital, and Yangsan Busan National University Hospital in partnership with Seoul branch of ChildFund Korea. Bayer's coloring kit titled ‘Adventure starting at the fingertips with Bayer’ is designed to relieve stress on pediatric patients with cancer or chronic disease who are hospitalized, to motivate and strengthen their commitment to treatments. Bayer continues to make efforts to make a sustainable society where children can grow up healthy.



바이엘은 2020년 12월 기업의 사회참여 브랜드 (Corporate Social Engagement) ‘글뤽(Glück)’을 런칭하고, 초록우산 어린이재단 서울지부와 파트너십을 통해 삼성서울병원, 한강성심병원, 동탄성심병원, 양산부산대학교 병원에 1,000개의 컬러링 키트를 전달했습니다. 바이엘의 컬러링 키트 ‘손끝에서 시작하는 모험’은 소아 암이나 만성질환으로 입원치료를 받는 환아들의 스트레스를 완화하고, 신비로운 세계를 형상화한 그림을 색칠하

며 치료에 대한 의지를 다질 수 있도록 기획했습니다. 바이엘은 아이들이 건강하게 자랄 수 있는 지속가능한 사회를 만들기 위해 노력하고 있습니다.

■ Sponsorship for ‘Art Therapy Program for Children in Care Blind Spot’ 돌봄사각지대 아동 미술치료 프로그램 후원

Bayer signed an agreement to sponsor ‘art therapy program for children in care blind spots’ operated by the Seoul branch of Child Fund and delivered a fund of 20,000 euro. The 20,000 euros sponsored by Bayer was delivered to the Yeongdeungpo Social Welfare Center of the ChildFund Korea so that 600 children who need care in the community can each receive 20 treatments. Through this agreement, Bayer will continue to sponsor the art therapy program for emotional stability of children and expand the scope of beneficiaries to hospitalized pediatric patients once the COVID-19 situation improves.



바이엘은 2021년 초록우산 어린이재단의 돌봄 사각지대 아이들을 위한 심리치료 지원사업인 ‘마인드업’ 후원을 체결하고 2만 유로의 기금을 전달했습니다. 바이엘 코리아가 후원한 2만 유로는 초록우산어린이재단 영등포종합사회복지관에 전달되어 지역사회 내 돌봄이 필요한 600명의 아동들이 각각 20회의 전문적인 미술치료를 받게 사용됩니다. 바이엘은 이번 협약을 통해 향후에도 아동들의 정서적 안정을 위한 미술치료 지원에 본격적으로 나설 예정이며, 코로나19 상황이 개선되면 환아들로 지원 대상과 규모를 확대할 계획입니다.

■ AED Donations to Senior Citizen Center 경로당 자동심장충격기(AED) 기부

Bayer has donated 13 AEDs to public facilities with high utilization rate of the elderly population in efforts to create a healthy society since 2018, and also has been conducting trainings on how to use them along with lectures by experts on heart disease prevention and management. This year, in order to strengthen the bond with the local community, 5 AEDs were donated to the senior citizen center in Changwon in cooperation with the Gyeongnam Federation of the Korean Senior Citizens. Even after donating AEDs, Bayer will continue to help to manage AEDs as supplying AED batteries and accessories for the next 10 years.

바이엘은 건강한 사회를 만들기 위한 노력의 일환으로 2018년부터 노인인구의 이용률이 높은 공공 시설에 총 13대의 AED를 기부하고, 심장질환 예방 및 관리를 위한 전문가의 강의와 함께 AED 사용법에 대한 교육을 진행해 왔습니다. 올해는 지역 공동체와의 접점을 강화하고자 대한노인회 경남연합회와 협력해 창원시 소재의 경로당에 AED 5대를 기부했습니다. 바이엘 코리아는 AED 기부 후 10년간 전문업체를 통해 소모품과 배터리를 지속 관리하도록 도울 예정입니다.



■ Donation for Female Adolescents Suffering Menstrual Disorders 여성 청소년 월경관련질환 진료 및 교육비 후원

Bayer donated total 11 million won for the consultation and education of menstrual disorders for female adolescents to the Seoul Metropolitan Female Youth Health Center

on ‘Menstrual Hygiene Day’ in 2020 and ‘International Women’s Day’ in 2021. Bayer, which has been leading the distribution of women’s health medicines for menstrual disorder and contraception, donated to raise female adolescents’ awareness of menstrual disorder and to encourage their healthier lives without menstrual disorder, joining hands with gynecologists. Bayer is committed to the distribution of medicines to protect women’s health, as well as efforts to change the social perception of female adolescents’ gynecology visits and medical treatment.



바이엘은 각각 2020년 ‘세계 월경의 날’과 2021년 ‘세계 여성의 날’을 맞아 월경관련 질환으로 고통받는 여성 청소년의 ‘월경관련 질환 진료 및 교육비’ 총 1,100만 원을 ‘서울시립십대여성건강센터 나는 봄’에 전달했습니다. 이번 기부는 월경관련 질환 및 피임 등 여성 건강 의약품 보급에 앞장서 온 바이엘이 산부인과 의료진과 뜻을 모아 월경 관련 질환에 대한 청소년의 적극적인 관심을 유도하고 월경관련 질환 없는 건강한 내일을 응원하기 위해 진행했습니다. 바이엘은 청소년들의 산부인과 방문 및 진료에 대한 사회적 인식변화를 위한 노력과 더불어, 여성건강을 지키기 위한 의약품 보급을 위해 최선을 다하고 있습니다.

■ Tree Donation to Sejong National Arboretum on Arbor Day 세종수목원 산딸나무 기부 및 식목행사

Bayer donated 550 raspberry trees and 200 royal azaleas to Sejong National Arboretum to commemorate ‘Arbor Day’ in 2021, and 20 Bayer employees participated in the tree planting event. Bayer is making concrete and practical efforts such as reduction of the greenhouse gas footprint of crop production where Bayer products are used by 30 percent



and reduction of the environmental impact of crop protection products by 30 percent by 2030 to solve environmental problems such as climate change and carbon neutrality.

바이엘은 2021년 식목일을 맞이해 국립세종수목원에 산딸나무 550주, 철쭉 200주 기부하고, 임직원 20여명이 참여해 식목 행사를 진행했습니다. 바이엘은 UN의 지속가능발전목표(Sustainability Development Goals)와 연계해 기후 변화 및 탄소중립화 등 인류가 겪고 있는 환경문제 해결을 지원하기 위해 2030년까지 제품 생산과 정에서 온실가스 30% 감소, 작물보호제 환경영향 30% 감소 등 구체적인 실질적인 노력을 더하고 있습니다.

■ Kimchi Charity for the Elderly Living Alone 사랑의 김장나눔 기부금 전달

Bayer, in a part of taking social responsibility, is actively performing volunteer activities in cooperation with Seoul Gwanak Senior Welfare Service Center since 2012. Kimchi making event called ‘Kimjang’ was held every winter with Bayer employees and their families, however, due to COVID-19 pandemics, Bayer donated 10 million won to the Seoul Gwanak Senior Welfare Center without Kimchi making event. Seoul Gwanak Senior Welfare Service Center purchased pre-packaged kimchi with the donations and shared a heart-warming moment with the community elders.



바이엘은 사회적 책임을 다하는 기업으로서 2012년부터 서울관악노인복지센터와의 협력 하에 지역 사회를 위해 다양한 자원봉사를 진행하고 있습니다. 특히, ‘바이엘 코리아 사랑의 김장 나눔’ 행사는 매년 서울 시립 관악노인종합복지관에서 바이엘 임직원들과 임직원 가족들의 참여로 이루어졌으나 2020년 연말에는 코로나19로 인해 복지관에 김장 나눔을 위한 기부금을 1,000만원을 기탁하는 것으로 대신했습니다. 서울 시립 관악노인종합복지관은 전달받은 기부금으로 완제품 김치를 구입해 지역사회 홀몸 어르신들과 온기를 나눴습니다.

SIEMENS

Siemens

Siemens, headquartered in Berlin and Munich, is a technology company that has stood for engineering excellence, quality, innovation, reliability, and internationality for more than 170 years. Siemens is focused on industry, infrastructure, transport, and healthcare. From more resource-efficient factories, resilient supply chains, and smarter buildings and grids, to cleaner and more comfortable transportation as well as advanced healthcare, Siemens creates technology with purpose adding real value for customers. By combining the real and the digital worlds, Siemens empowers its customers to transform their industries and markets, helping them to transform the everyday for billions of people. Since its foundation in the 1950s, Siemens Korea (Siemens Ltd. Seoul) has taken the initiative in providing various business cooperation efforts, active investments and development based on its technology and global experience in order to create positive ties with Korean industries.

독일 베를린과 뮌헨에 본사를 둔 세계적인 전기전자 기업 지멘스는 지난 170 년이 넘는 기간 동안 뛰어난 엔지니어링 역량과 품질, 혁신, 신뢰성, 글로벌 사업 기반을 바탕으로 성장해왔다. 지멘스는 산업, 인프라, 운송, 헬스케어 등의 분야에 역량을 집중하고 있는 세계적인 기술 기업이다. 공장의 자원 효율성 개선, 탄력적인 공급망 관리, 스마트 빌딩 및 그리드는 물론, 보다 친환경적이고 편리한 운송 서비스와 첨단 헬스케어 서비스 분야에 이르기까지 지멘스의 기술은 고객을 위한 진정한 가치를 창출하는 데에 그 목적을 둔다. 지멘스는 현실과 디지털 세계를 결합함으로써 고객이 산업과 시장을 변화시키고 더 나아가 수십억 인구의 일상을 변화시킬 수 있도록 지원한다. 1950년대 국내에 진출한 한국지멘스는 선진기술과 글로벌 경험을 바탕으로 국내 기업과의 상생을 위한 다양한 사업 협력과 적극적인 투자, 개발 활동에 앞장서고 있다.

Company Profile



Established in Germany
설립연도
1847



Start of Business in Korea
한국지사 설립연도
1971



Number of Employees in Korea
한국 직원 수
2,165



Line of Business
사업분야
Manufacturing



Website
홈페이지
www.siemens.co.kr

SUSTAINABILITY AT SIEMENS

Transforming the everyday to create a better tomorrow

Serving society while doing successful and sustainable business is at the heart of Siemens' strategy. The 17 Sustainable Development Goals (SDGs) set out in the United Nations' (UN) 2030 Agenda outline the global consensus on what constitutes humanity's progress on sustainable development. They aim to create a better future for all. We at Siemens are committed to create lasting, positive impacts to all our stakeholders and society in large through our innovative business solutions, our responsible business practices, through thought leadership and targeted citizenship activities. As part of this commitment, we continuously measure and demonstrate Siemens' contribution and value to the sustainable development in Korea based on Business to Society(B2S) methodology Siemens devised. We will continue our active cooperation as a growth partner going forward with a strong focus on improving the quality of life while sustaining the environment.

We are taking our ESG commitment to the next level with our DEGREE framework. Each letter of DEGREE represents an area where Siemens strives to achieve clear targets: Decarbonization, Ethics, Governance, Resource Efficiency, Equity and Employability. It constitutes a 360-degree approach for all stakeholders – our customers, our suppliers, our investors, our people, the societies we serve, and our planet. In addressing the three aspects of ESG, we are building a better future that helps us stay within the planetary boundaries, helps us foster a culture of trust, empowerment, and growth, supports inclusive economic opportunities, and ensures our people and businesses remain resilient and relevant for whatever the future holds.

We have set clear, very ambitious priorities for core ESG topics that we will drive internally within own operations as well as together with our customers. The DEGREE framework is built on our strong track record and on our technology with purpose that is fully embedded in our business strategy. At Siemens, we want to advance sustainability by creating value for all our stakeholders, driving sustainable growth with our customers, and creating a better tomorrow.



Only clean business is Siemens business and compliance as part of corporate responsibility is a top priority at Siemens. This means that the focus does not rest purely on adherence to laws but is much wider encompassing responsible business management, the integrity of individual employees and the formation of lasting relationships with the stakeholders. The Siemens Compliance System is divided into three action levels: Prevent, Detect and Respond. These action levels encompass a comprehensive system of activities by which Siemens intends to ensure that its business is completely in accordance with all applicable laws and regulations, as well as with internal principles and rules. Compliance in Siemens is not a one-time program, but the way of doing business.

Siemens is also active in its role as a responsible corporate citizen. In doing so, Siemens applies high management standards and strategically focuses on areas such as education, science, society, environment, where company competencies, resources and employee volunteering can make a meaningful difference.

보다 나은 미래를 위해 매일을 혁신하는 지멘스

지속가능한 사업을 성공으로 이끄는 동시에 사회에 공헌하는 것은 지멘스 전략의 핵심이다. 유엔 2030 의제에서 제시된 17개의 지속가능한 개발 목표 (Sustainable Development Goal: SDG)는 보다 나은 미래를 만들고 지속가능한 인류의 발전을 위한 세계적 합의를 나타낸다. 지멘스는 혁신적인 제품 및 솔루션, 책임감 있는 사업 수행, 전략적 리더십과 맞춤형 사회공헌 활동을 통해 모든 이해관계자와 사회에 지속적이고 긍정적인 가치를 창출 하기 위해 노력하고 있다. 지멘스는 이러한 노력의 일환으로 자사 고유의 B2S (Business to Society) 방법론을 통해 한국의 지속 가능한 발전을 위한 지멘스의 기여도와 가치를 지속적으로 측정 및 평가한다. 지멘스는 한국의 성장 파트너로서 끊임없는 협력을 통해 삶의 질 향상과 환경 보호에 힘쓸 것이다.

지멘스는 DEGREE 프레임워크를 통해 ESG 경영에 역량을 집중하고 있다. DEGREE의 각 글자는 지멘스가 목표 달성을 위해 주력하는 탈탄소화 (Decarbonization), 기업 윤리(Ethics), 경영관리 (Governance), 자원효율성(Resource Efficiency), 공정성(Equity), 역량 개발(Employability) 분야를 나타낸다. DEGREE는 고객, 공급업체, 투자자, 직원, 사회 등 모든 이해관계자 뿐 아니라 우리의 터전인 지구까지도 다각도로 고려한 전략이다. 지멘스는 ESG 경영의 3가지 측면에 주력하는 동시에 지구에서의 지속가능한 삶, 신뢰와 성장을 중시하는 문화, 폭 넓은 경제적 기회 지원, 직원과 사업부가 유연함과 능숙함을 유지할 수 있는 환경을 만들어간다.

지멘스는 명확한 ESG 목표를 수립했으며, DEGREE 프레임워크는 지멘스의 견고한 사업실적과 가치 실현에 중점을 둔 기술력을 바탕으로 구축되었다. 지멘스는 모든 이해관계자들을 위한 가치를 창출하고 또 다른 한편으로 고객과 함께 지속 가능한 성장을 추구한다. 이를 통해 보다 나은 미래를 만들어 지속가능성을 한 단계 더 발전시키고자 한다.

지멘스는 청렴한 경영만을 추구하며, 윤리 경영의 일환인 준법은 지멘스의 최우선 가치이다. 법 준수에만 초점을 두는 것이 아닌, 책임감 있는 경영과 직원 개인의 청렴성, 이해 당사자들과의 지속적인 관계 형성 등과 같이 광범위한 분야를 아우른다. 지멘스 준법 시스템은 예방(Prevent), 발견(Detect), 대응(Respond)과 같이 세 단계로 나뉜다. 여기에는 내부 원칙이나 규칙뿐만 아니라 모든 관련 법률과 규정에 완벽히 부합하는 경영을 위해 지멘스가 추구하는 포괄적인 행동 체계가 함축되어 있다. 지멘스에서 준법은 일상적인 프로그램이 아닌 사업방식을 의미한다.

지멘스는 또한 책임 있는 기업시민으로서의 역할을 수행한다. 이를 위해 높은 경영 표준을 적용하고, 교육 및 과학, 사회, 환경 등 회사 역량과 리소스, 임직원 자원봉사 등 의미 있는 기여를 할 수 있는 분야에서 전략적으로 기업 시민 활동을 실천하고 있다.

Siemens The NANUM Volunteer Corps Since January 2013

The NANUM Volunteer Corps, an in-house employee volunteering group, was established for conducting tailored eco-friendly activities. Siemens employees have participated in activities such as briquette delivery, delivery of food supplies to the elderly living alone, environmental cleaning activities along the Han River, serving meals to neighbors in need and more. Due to the COVID-19 pandemic that caused difficulties in on-site volunteering activities, Siemens is continuing various non-contact social responsibility activities such as donation of daily necessities, sanitation and meal kits.

임직원 자원 봉사단인 '더 나눔 봉사단'은 도움의 손길이 필요한 곳을 지원하는 활동과 함께 환경친화적인 활동 등 다양한 맞춤형 봉사활동을 진행하고 있다. 한국지멘스 임직원들은 연탄 나르기, 돌봄이웃 생필품 배달, 한강 환경정화활동 및 배식봉사 등의 활동을 펼치고 있다. 코로나 19로 인해 현장봉사가 어려워진 이후, 지멘스는 생필품, 위생, 식료품 키트 기부 등 다양한 비대면 형태의 사회공헌 활동을 이어가고 있다.





TÜV SÜD Korea

TÜV SÜD Korea began operations in 1992 and was incorporated in 1994 with the headquarter in Seoul and three more locations in Korea. TÜV SÜD Korea has a solid reputation for partnering customers in their business process, helping them achieve domestic and global market acceptance of their products and systems.

TÜV SÜD Korea는 1992년 한국 시장에 처음 진출하여 1994년 한국 법인을 설립하였으며 현재 서울, 부산 사무소, 구로 및 수원 시험소를 운영하고 있습니다. TÜV SÜD Korea는 독일의 우수한 노하우를 바탕으로 제품 시험 인증 및 경영시스템 인증, 교육 및 세미나 등 다양한 서비스를 고객에게 제공하고 있으며 고객의 제품 및 시스템이 세계 시장에 진출하는 데 도움을 드리고 있습니다.

Company Profile



Established in Germany
설립연도
1866



Start of Business in Korea
한국지사 설립연도
1992



Number of Employees in Korea
한국 직원 수
133



Line of Business
사업분야
Testing, Inspection, and Certification



Website
홈페이지
www.tuvsud.com/ko-kr

INSPIRING TRUST YESTERDAY, TODAY AND TOMORROW.



TÜV SÜD was founded on the principle of protecting people, property and the environment from technology-related risks. Today, this founding principle remains valid and embedded in our mission. As we look tomorrow, we have identified two strategic themes that we believe will shape the narrative of commerce and society in the decades to come: digital transformation and sustainable development.

TÜV SÜD는 기술 관련 위험으로부터 사람, 재산 및 환경을 보호한다는 원칙에 입각하여 설립됐습니다. 오늘날에도 이러한 창립 원칙은 여전히 유효하여 TÜV SÜD의 미션에 반영되어 있습니다. 미래를 내다볼 때, TÜV SÜD는 디지털과 지속가능성이라는 두 가지 핵심 트렌드가 우리 사회의 이야기를 형성할 것이라고 믿습니다.

■ The 1st TÜV SÜD Kids Safety Drawing Contest (May 2021)

TÜV SÜD Korea hosted the 1st TÜV SÜD Kids Safety Drawing Contest in celebration of Family's month. Anyone between 8 to 13-year-old children could participate the contest, which was conducted via a contact-free method to prevent the spread of Covid-19 pandemic.

Under the theme of "Future powered by safe and trusted technologies," children chose one of three sub-themes to draw the paintings - autonomous driving, cyber security, and robot safety. Jung-Wook Seo, Managing Director of TÜV SÜD Korea, said, "We're happy to provide children the opportunity to imagine a safe future with new technologies throughout this contest."

Total 66 children submitted their own imaginative art works. In liaison with the professional artist Bo-Ram Lee, TÜV SÜD Korea carefully selected the winners based on the four criteria: the theme relevancy, creativity, aesthetic impression, and completeness. TÜV SÜD Korea announced 16 winners of first, second, and third places, and all participants were awarded certificates of participation.

TÜV SÜD Korea는 5월 가정의 달을 맞아 제1회 어린이 안전 그림 그리기 대회를 개최했습니다. 코로나19 감염 예방을 위해 접수 및 행사는 비대면으로 진행됐으며, 전국 초등학교 재학생 및 동 연령대의 어린이를 대상으로 치러졌습니다.

이번 대회 주제는 '새로운 기술과 함께하는 안전한 미래의 모습'으로, 시험인증교육 서비스를 통해 새로운 기술에 대한 신뢰와 안전성을 높이고자 노력하는 TÜV SÜD의 가치가 담겨 기획되었습니다. 참여 학생들은 자율주행, 사이버보안, 로봇 안전이란 세가지 소주제 중 하나를 선택해서 그림을 그린 뒤 우편으로 작품을 제출했습니다.

TÜV SÜD Korea 서정욱 대표이사는 "가정의 달을 맞아 제 1회 어린이 안전 그림 그리기 대회를 개최하게 되어 기쁘다며, 자유로운 야외 활동이 제한되고 있는 요즘, 많은 어린이들이 새로운 기술과 함께하는 안전한 미래를 마음껏 상상해 볼 수 있는 기회가 되길 바란다"고 전했습니다.

총 66개의 작품이 출품됐으며, 시상을 위해 초등학교 저학년부와 고학년부로 나눠, 각각 대상(1명), 금상(2명), 은상(5명), 총 16명을 선정했습니다. TÜV SÜD Korea는 심사 전문성을 위해 이보람 작가와, '주제 적합성', '독창성', '심미성', '완성도'를 고루 잘 갖춘 작품들을 최종 선정하게 되었습니다. 아울러 TÜV SÜD Korea는 상상력이 풍부하고 독창적인 작품을 그린 모든 학생들에게 참가상을 수여했습니다.



Winner's work (수상 그림)

Higher-grade winner (고학년 대상 수상작)



Name 이름

Ho-Eun Lee 이호은

Grade 학년

5th grade 5학년

Work title

Meet with interactive robot and dream of safe future world!

작품명

소통하는 로봇과의 만남! 안전한 미래 세상을 꿈꿔요.

Work explanation

Hoeun imagined the happy world where is safer and better to live in through the interaction between people and robots.

작품 설명

로봇과 사람과의 소통만남으로 미래에는 내가 꿈꾸는 세상이 지금보다 더 안전하고 살기 좋은 행복한 세상을 상상하며 그렸습니다.

Winner's work (수상 그림)

Lower-grade winner (저학년 대상 수상작)



Name 이름

Jae-Won Lee 이재원

Grade 학년

3rd grade 3학년

Work title

My friend green robot assisting traffic safety

작품명

교통안전도우미 내 친구 녹색로봇

Work explanation

Since there are many auto repair shops near Jaewon's school, parents, as known as Green Parents, volunteer to help the safe commute of students. This is the reason why he imagined crossing the street with a friendly and robust robot in the future.

작품 설명

제가 다니는 학교 근처엔 자동차 공업소가 많아서 녹색 어머니가 등하교시 길 건너는 걸 도와주고 계세요. 미래엔 친절하고 튼튼한 로봇 친구와 같이 길 건너는 것을 상상해 보았습니다.

■ Nutritional Food Kit Donation to Underprivileged Children (July 2021)

TÜV SÜD Korea donated nutritional food kits to the Heart-to-Heart Foundation to help elementary students who have difficulty finding meals during their summer vacation. The donation handover ceremony was held at the foundation's office building in Songpa-gu, Seoul, with the presence of Jung-Wook Seo, Managing Director of TÜV SÜD Korea, and Jin-Ah Jang, Secretary-General of the Heart-to-Heart Foundation.

In a situation where time spent at home is increasing due to the spread and prolongation of COVID-19 pandemic, the issue of home care for the vulnerable is more important than ever. TÜV SÜD Korea decided to provide nutritious food kits in the hopes of reducing the gaps in care during vacation time. TÜV SÜD Korea took action to ensure the health of children who suffer from lack of food in the absence of school programs.

The nutritious food kits were distributed over a period of three weeks, covering three meals a day for 33 children under Seongdong Social Welfare Center located in Seongdong-gu, Seoul. A food kit covered all the major five nutrients and consists of cooked rice, soup, side dishes and snacks. In addition, food kits were varied and prepared in accordance with children's immunity and health needs, considering the pandemic situation.

Jung-Wook Seo, Managing Director of TÜV SÜD Korea, stated "We've been supporting socially vulnerable groups, such as single mothers and their children as well as seniors who live alone, for over five years. This year, we are happy to offer a warm meal to disadvantaged children, who make up our future generation. TÜV SÜD Korea will continue to make sincere social contributions through various activities."

TÜV SÜD Korea는 무더웠던 7월 여름방학 기간 동안 식사를 해결하기 어려운 학생들을 돕기 위해 영양식 키트를 후원했습니다. 기부금 전달식은 TÜV SÜD Korea 서정욱 대표

와 하트하트재단 장진아 사무총장이 참석한 가운데 서울 송파구 하트하트재단 본관에서 치러졌습니다.

코로나19의 확산 및 장기화로 인해 집에 머무는 시간이 많아지는 상황 속에서 취약계층 가정 내 돌봄의 문제가 지속적으로 제기되고 있습니다. 이에 TÜV SÜD Korea는 방학 중 돌봄의 공백을 줄이고 결식우려 아동의 건강한 성장을 위해 영양식 키트를 지원하게 되었습니다. 이번 키트는 코로나19 확산으로 강화된 방역 지침에 따라 집에서 안전하게 식사할 수 있도록 완제품 및 간편식으로 전달됐으며, 5대 영양소를 고루 갖춘 밥, 국, 반찬 및 간식으로 구성했습니다. 또한 코로나 상황 속에서 아이들의 면역력 향상과 건강을 고려해 다양한 메뉴로 준비했습니다.

TÜV SÜD Korea 서정욱 대표는 TÜV SÜD Korea가 매년 사회 취약계층을 지원해오고 있는데 올해는 미래세대의 주인공인 아이들에게 따뜻한 식사를 선물하게 되어 기쁘다며, 앞으로도 TÜV SÜD Korea는 다양한 활동을 통해 진정성 있는 사회공헌을 지속해 나갈 것이라고 전했습니다.





Boehringer Ingelheim Korea

Boehringer Ingelheim Korea is a Korean subsidiary of Boehringer Ingelheim, one of the top 20 global pharmaceutical companies. Founded in 1976, Boehringer Ingelheim Korea is committed to supplying and marketing innovative products in Human Pharma and Animal Health.

한국베링거인겔하임은 세계 20대 제약회사 중 하나인 베링거인겔하임의 한국법인으로 1976년 설립되어 인체의약품과 동물의약품 분야에서 혁신적인 의약품을 개발하고 공급하고 있습니다.

Company Profile



Established in Germany
설립연도
1885



Start of Business in Korea
한국지사 설립연도
1976



Number of Employees in Korea
한국 직원 수
243



Line of Business
사업분야
Pharmaceutical



Website
홈페이지
www.bikr.co.kr

BOEHRINGER INGELHEIM CSR ACTIVITIES IN KOREA

Corporate citizenship is an integral part of Boehringer Ingelheim's company culture. At Boehringer Ingelheim Korea, we are committed to serving humankind through research into diseases with unmet needs and the provision of new therapies and healthcare solutions that improve the lives of humans and animals.

베링거인겔하임은 기업 문화의 근간을 이루고 있는 기업시민의식을 바탕으로 각 국가 및 지역의 발전에 기여하고 있습니다. 한국베링거인겔하임은 특히 미충족 수요가 높은 질병 연구를 통해, 새로운 치료제와 해결책을 제공하여 인간과 동물의 삶에 기여하고자 합니다.

■ World Heart Day Donation Since 2021

Boehringer Ingelheim Korea has commemorated 'World Heart Day' in 2021 to raise awareness on the risk of heart disease through an internal employee health campaign and donated to the Salvation Army Christmas Kettle.

The donations were destined to support medical examinations and fund treatments for underprivileged heart disease patients.

한국베링거인겔하임은 심혈관계 질환의 위험성을 알리고 예방활동 동참을 촉구하고자 2021년 '세계 심장의 날'을 맞이하여 임직원 캠페인을 통해 기부금을 조성하고, 구세군자선 냄비본부에 전달하였습니다.

기부금은 심장질환으로 인해 치료가 시급하나, 경제적, 사회적 어려움으로 인해 적절한 치료를 받지 못하고 있는 소외계층에게 검진 및 치료비로 지원될 예정입니다.



■ Animal Shelter Support Since 2021

To support the health and wellbeing of abandoned and abused pets, Boehringer Ingelheim Animal Health Korea has been donating companion animal products to local animal shelters. In 2021, the company donated antiparasitic, heartworm preventatives and canine vaccines to shelters and associations including Yongin Animal Care Association, Hanlim Dog Shelter and Veterinarians Without Borders.

한국베링거인겔하임 동물약품은 유기된 반려동물의 질병 예방과 치료를 위해 유기견 보호소에 동물용 의약품을 기부하고 있습니다. 2021년 한 해 용인시동물보호협회, 제주 한림심터보호소, 국경 없는 수의사회 등의 보호소에 외부 구충제, 심장사상충예방약, 종합백신을 전달하였습니다.

■ Wunsch Medical Awards Since 1990

Boehringer Ingelheim Korea contributes to advance medical innovation with the Wunsch Medical Awards in partnership with the Korean Academy of Medical Sciences.

Wunsch Medical Award is one of the most prestigious medical awards, recognizing physicians who have led outstanding scientific and clinical research. The award celebrated its 31st anniversary in 2021.

한국베링거인겔하임은 한국 최초의 독일인 의사인 리하르트 분쉬 박사의 정신을 기리고 국내 의학 연구 발전에 이바지하기 위해 대한의학회와 공동으로 '분쉬의학상'을 제정하고 후원해오고 있습니다.

2021년 개최 31주년을 기념한 분쉬의학상은 매년 의학 발전에 주목할 만한 연구 업적을 남긴 저명한 의학자들을 배출하며 국내 최고 권위와 전통을 자랑하는 의학상으로 자리매김하고 있습니다.

■ Improving Stroke Care Since 2017

Boehringer Ingelheim Korea is part of the global Angels initiative whose goal is to improve stroke care by providing training and simulation workshops to response quickly when a stroke patient arrives in a hospital. In 2021, 10 in-hospital simulation workshops have been provided including a joint workshop with emergency medical service to improve pre-hospital stroke process.

In addition, the company recognizes hospitals that strive for best-in-class stroke care by recognizing their efforts with the annual WSO Angels Award ceremony.

한국베링거인겔하임 Angels 팀은 뇌졸중 치료 환경을 개선하는 것이 목표인 글로벌 Angels 이니셔티브의 일환으로, 뇌졸중 환자 발생시 신속하게 대처할 수 있도록 국내 주요 병원에서 교육과 시뮬레이션 워크숍을 진행하고 있습니다. 2021년 총 10번의 워크숍을 실시하였으며, 119 구급대원들과 연합하여 병원 이송단계의 뇌졸중 치료 향상을 위해 노력하였습니다.

또한 국내 뇌졸중 치료를 위해 노력하는 병원들을 알리고 그들의 노력을 기리기 위해 WSO Angels Award 시상식을 매해 개최하고 있습니다.



Porsche Korea

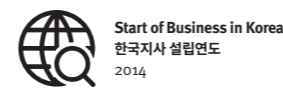
Porsche Korea Ltd. (CEO, Holger Gerrmann), the 17th subsidiary of parent company Dr. Ing h.c. F. Porsche AG, which marks its 73rd anniversary this year, has been introducing various products including the 911, an epitome of sports cars to the Korean market. With four authorized dealer partners, Porsche is running 13 Porsche Showrooms, 13 Porsche Service Centres, 3 Porsche Approved Centres, 2 Porsche Studios and Porsche Now, pop-up store in Korea.

포르쉐코리아 (대표 홀가 게어만)는 올해 브랜드 탄생 73주년을 맞은 포르쉐 AG의 17번째 자회사로, 스포츠카의 대명사 911을 비롯한 다양한 제품을 국내 시장에 선보이고 있다. 현재 4개 공식 딜러사와 함께 전국에 총13개 포르쉐 전시장과 13개 서비스센터, 3개의 포르쉐 인증 중고차 센터, 2개의 포르쉐 스튜디오, 그리고 포르쉐 팝업 스토어 '포르쉐 나우'를 운영하고 있다.

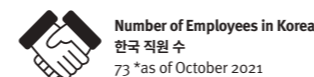
Company Profile



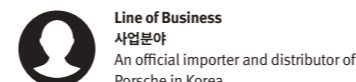
Established in Germany
설립연도
1948



Start of Business in Korea
한국지사 설립연도
2014



Number of Employees in Korea
한국 직원 수
73 *as of October 2021



Line of Business
사업분야
An official importer and distributor of Porsche in Korea



Website
홈페이지
www.porsche.com/korea/ko/

THE (BRAND) PHILOSOPHY BEHIND CSR

With Porsche's brand identity "Dream" as the concept, the "Porsche Do Dream" campaign was organized to provide practical help to the needy in Korean society. In addition, Porsche Korea is taking direct action to engage closely with the Korean society in recognition of their positive reception in the Korean market adding the notion of "knocking on the door" to take one step closer to Korean society. Porsche Korea will gradually increase its authentic social responsibility activities, which correspond to the core values of Porsche, including 'Humanitarian', 'Talent', 'Education', 'Environment', and 'Sustainability' support.

'포르쉐 두드림(Do Dream)' 캠페인은 포르쉐의 브랜드 정체성인 '꿈'을 콘셉트로, 따뜻한 손길이 아쉬운 한국 사회의 구성원들에게 실질적인 도움을 제공하기 위해 기획되었다. 또한, 한국 시장에서 큰 관심과 사랑을 받는 포르쉐코리아가 한국 사회에 더 가까이 다가가기 위해 문을 두드린다는 의미를 더했다. '인도주의', '재능', '교육', '환경', '지속가능성' 등 포르쉐가 추구하는 핵심가치에 부합하는 사회공헌 활동을 점차적으로 확대해 나갈 예정이다.

■ CSR Activities Since 2017

Porsche Korea launched its Corporate Social Responsibility program, "Porsche Do-Dream," in 2017, which aims to embody the company's value of "Dream"ing and "Passion." Under the overarching campaign, "Porsche Do-Dream," various programs were introduced. One such program is "Porsche Dream Playground," which builds indoor gyms in schools and other educational facilities to provide students with the ability to play in areas that previously did not have adequate places to do so. Also benefitting students is "Porsche Do-Dream"--a project that seeks to support students' "Dreams" through the "Porsche Dream Up" program which supports gifted students, including students no longer subject to social care, in various fields within arts and sports, helping them on their path toward becoming more self-reliant. Moreover, since 2019 Porsche Korea expanded its range of CSR business even further by introducing new initiatives such as "Porsche Dream Circle," which involves planting trees and installing solar panels. Porsche Korea's ambition to help create a healthy environment extends even beyond sustainability efforts and into social care by providing emergency monetary support to the community during the COVID-19 crisis, supporting performing artists experiencing low turnout due to social distancing regulations, as well as the "Dream Art Ttareungi" program, which is a public art project. Porsche Korea has contributed a total of 2.64 billion KRW in donations and will continuously seek various ways to engage and expand its supporting targets and range within the fields of culture, art, education, and the environment.



포르쉐코리아는 지난 2017년 '꿈'과 '열정'의 가치를 반영한 '포르쉐 두드림' 캠페인을 론칭했다. 아이들의 놀 권리를 보장하는 '포르쉐 드림 플레이그라운드' 프로그램을 통해 일반학교 및 특수학교에 실내 체육관을 건립을 지원하고 다양한 분야 예체능 인재 아동의 꿈을 지원하고 보호종료 아동의 자립 역량을 돕는 '포르쉐 드림 업' 프로그램을 통해 예술 분야의 차세대 주역을 발굴하고 학생들의 꿈을 지원해왔다. 또한, 2019년부터 포르쉐코리아의 사회공헌 사업 확대 및 신규 프로그램으로 숲 공간과 태양광 패널을 설치하는 '포르쉐 드림 서클'을 새롭게 선보였다. 코로나 19로 인한 재난 상황 극복을 위해 공식 딜러사와 긴급 지원금을 조성했으며, 사회적 거리 두기 규정으로 상황이 악화된 공연 예술 업계를 지원하는 '포르쉐 두드림 사이 채움' 그리고 공공예술 프로젝트를 지원하는 '포르쉐 드림 아트 따릉이' 까지 지속 가능한 환경을 조성하기 위해 끊임없이 기여하고 있다. 포르쉐코리아는 2021년까지 총 26억3,900만원의 기부금을 지원했으며 앞으로도 사회공헌 활동의 지원대상과 범위를 문화, 예술, 교육, 환경 등 더욱 확장된 범위의 활동을 선보일 계획이다.



KGCCI & KGCCI DEinternational

The Korean-German Chamber of Commerce and Industry (KGCCI) is the second-largest foreign chamber of commerce in Korea and has been promoting the economic relations between the Federal Republic of Germany and the Republic of Korea since its foundation in 1981. The activities of KGCCI for its 500 members and the demand for its professional services have increased continuously. KGCCI is also part of the worldwide German Chamber Network with 79 Chambers in Germany (IHK), 140 offices abroad (AHK) and its umbrella organization DIHK with offices in Berlin and Brussels.

주한외국상공회의소 중 두 번째로 큰 규모의 한독상공회의소는 지난 1981년 설립 이래 대한민국과 독일연방공화국간의 경제교류 활성화를 위한 업무를 수행하여 왔다. 약 500개의 회원사들을 위한 한독상공회의소의 활동과 전문 서비스에 대한 수요도 증가해왔다. 한독상공회의소는 전 세계 140 개의 외국 주재 독일상공회의소(AHK)와 독일 내 79 개의 지역 상공회의소(IHK) 그리고 독일 베를린과 벨기에 브뤼셀에 소재하고 있는 AHK 및 IHK의 상부단체인 독일연방상공회의소(DIHK)와 글로벌 네트워크를 형성하고 있다.

Company Profile



Established in Germany
설립연도
Around 1872



Start of Business in Korea
한국지사 설립연도
1981



Number of Employees in Korea
한국 직원 수
25



Line of Business
사업분야
Business association



Website
홈페이지
www.kgcci.com

GERMAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

German companies have a longstanding tradition with CSR, long before this term was even coined. The idea of the “honorable merchant”, a concept which has been one of the leading principles of German companies and the German Chamber organization for centuries. It emphasizes that merchants shall create value to their communities and act according to an honorable set of codes, wherever they do business. While being active in Korea, these ideals are also emphasized and practiced by German companies and their Korea subsidiaries. The CSR activities of German companies are numerous and diverse in their forms. From free healthcare services or scholarship programs to the support of underprivileged children or single-parent households, German companies have shown that they are active and engaged in their local Korean communities and Korean society.

독일 기업들은 “기업의 사회적 책임(CSR)”라는 용어가 탄생하기 훨씬 전부터 이와 관련하여 오래된 관례를 가지고 있다. ‘존경받는 상인’이라는 개념은 지난 몇 세기 동안 독일 기업과 상공회의소들의 주요 원칙으로 여겨지고 있다. 이 개념에 따라 상인은 지역사회에 가치를 창출해야 하며 명예로운 상인의 원칙에 따라 행동을 해야 한다는 점을 강조하는데, 이는 현대 한국 사회에서 독일기업들과 그들의 한국 내 자회사들에 의해 여전히 중요시되고 행해지고 있다. 독일기업의 CSR 활동은 그 형태가 수없이 많고 다양하다. 무료 의료서비스, 장학금 프로그램부터 저소득층 자녀, 한부모가정의 지원까지 독일기업들은 한국 지역사회에 적극적으로 관여를 하고 있는 모습을 보여주고 있다.

Children’s Traffic Safety Challenge

On June 2021, the Korean-German Chamber of Commerce and Industry (KGCCI) Vice President Susanne Woehrle took part in the “Children’s Traffic Safety Relay Challenge.” The challenge was initiated by the Ministry of the Interior and Safety (MOIS) in December last year to raise public awareness on children’s traffic safety and put it as top priority on the road. Participants of the challenge should take a photo with the official slogan “First (1) Stop, To (2) Look Around, Three (3) Seconds to Wait, For (4) Preventing Accident” and upload it on a social media. Ms. Susanne Woehrle was challenged by Mr. Max Burger, President of MAN Truck & Bus Korea, a member company of KGCCI. She then nominated Mr. Yan Uhl, CFO and Representative Director of SAP Korea.

한독상공회의소 수잔네 뵘알레 부대표가 지난 6월에 ‘어린이 교통안전 릴레이 챌린지’에 참여했다. 어린이 교통안전 챌린지는 어린이 교통사고 예방에 대한 국민적 공감대 형성과 어린이 보호 최우선 문화 정착을 위해 행정안전부에서 지난해 12월 추진했다. 앞서 대국민 아이디어 공모를 통해 선정된 어린이 교통안전 표어인 ‘1단 멈춤! 2쪽 저쪽! 3초 동안! 4고 예방!’을 표현한 사진을 소셜미디어(SNS)에 공유하고 다음 참여자를 지목하는 방식으로 진행된다. 뵘알레 부대표는 맥스 버거 만트럭버스코리아 사장의 지명을 받아 챌린지에 참여했으며 다음 참가자로 안 페터 올 SAP코리아 부사장을 지목했다.



The 26th Annual Hilton Christmas Train

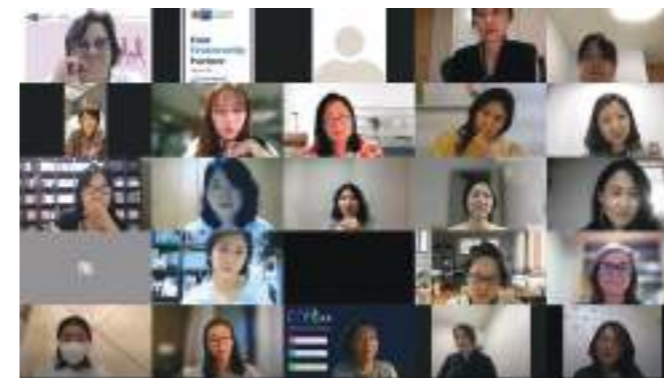
From November 16, 2021, until February 6, 2022, KGCCI will take part in the annual Hilton Christmas Train display which has become an important and popular festive tradition for many families and visitors in Seoul during the holiday season. Including KGCCI's contribution of KRW 1,500,000, profits of the Christmas trains will be donated to a local orphanage, Hyeshimwon.



Women in Korea (WIR) Mentorship Program Since 2018

On August 12, KGCCI held an online kick-off meeting for the new WIR Mentorship Program. Mentors and mentees of the 4th generation had a lively virtual meet-and-greet in a delightful atmosphere. The WIR mentors and mentees exchanged their opinions and thoughts, especially on leadership, commonalities, relations, and expectations.

Along with the kick-off meeting, the 4th WIR generation will participate in a variety of online/offline programs designated for the successful support of the career development of female employees in middle management. In November, KGCCI's WIR group and Kyobo Life Insurance's KWIN (Korea Women's Innovative Network) co-hosted the “online lunch WIR talk.”



한독상공회의소는 지난 11월 16일부터 2022년 2월 6일까지 열리는 ‘2021년도 밀레니엄 힐튼 크리스마스 열차’ 행사에 참가한다. 올해로 26주년을 맞이한 ‘2021년도 밀레니엄 힐튼 크리스마스 열차’는 연말시즌이 다가오면 수많은 방문객들이 찾는 인기 연말행사로 자리매김했다. 한독상공회의소의 후원금 150만원을 포함한 수익금 전액은 부근 아동복지시설인 혜심원에 전달된다.



In its session, three WIR mentors, Hee-Kyung (Jo) Min, Executive Vice President of CJ Corporation, May, Youngmi Kim, President of Henkel Korea, and Sang-Kyung Kim, CEO of Korea International Finance Institute, shared their work-life balance experiences. Listening to the stories of the female representatives working for Korean and foreign companies and organizations, WIR mentees and other female employees got advice on how to balance their careers and lives.

지난 8월 12일, 한독상공회의소는 여성 리더십 증진을 위해 마련된 제4기 위어(WIR) 멘토십 프로그램의 멘토들과 멘티들이 첫 만남을 가지는 온라인 킥오프 행사를 개최했다. 이 자리에서 위어 멘토들과 멘티들은 ‘리더십’, ‘공통성’, ‘관계성’, ‘기대점’을 주제로 각자의 의견과 생각을 공유하는 뜻깊은 시간을 가졌다.

제4기 위어 멘토십 프로그램은 8월 킥오프 미팅을 시작으로 앞으로 10개월 간 진행되며, 이 기간 동안 중간 관리자급 여성 실무자들의 성공적인 커리어 패스를 지원하기 위한 다양한 온/오프라인 프로그램이 시행된다. 지난 11월에는 한독상공회의소의 위어(WIR) 그룹과 교보생명의 KWIN (Korea Women's Innovative Network)이 공동으로 ‘온라인 런치 위어톡(Online Lunch WIR Talk)’을 개최했다.

비대면 세션에서는 ‘멘토들이 들려주는 위라벨 이야기’를 주제로 CJ제일제당 민희경 부사장, 헬켈코리아 김영미 대표이사 사장, 한국국제금융연수원 김상경 대표가 연사로서 위라벨에 대한 경험을 공유했다. 행사에 참여한 위어 멘티들을 비롯한 여러 여성 실무자들은 국내 및 외국계 기업/기관의 여성 대표들로부터 커리어와 삶의 균형을 유지하는 법에 대한 조언을 얻을 수 있었다.

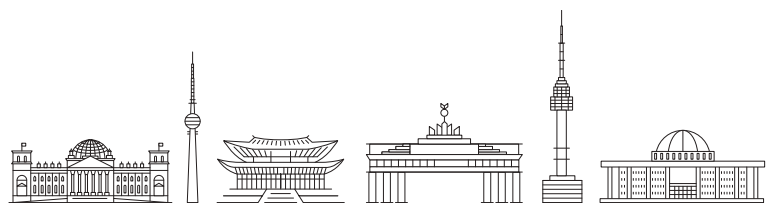


KGCCI CSR Report
Seventh Edition, November 2021

©KGCCI DEinternational Ltd. 2021

8th Fl., Shinwon Plaza, 85, Dokseodang-ro,
Yongsan-gu, Seoul 04419
T +82 2 37804 600 F +82 2 37804 637
www.kgcci.com

A portion of the proceeds from this brochure
will be donated to a charity project in Korea.



2020/2021 CSR REPORT

OF GERMAN COMPANIES IN KOREA