

11th Edition

2025 CSR Report of German Companies in Korea

11 | Edition

2025
CSR Report
of German Companies in Korea

KGCCI CSR Report
11th Edition, November 2025

©KGCCI DEinternational Ltd. 2024

41-7, Jahamun-ro 24-gil, Jongno-gu, Seoul 03042
T +82 2 3780 4600
E info@kgcci.com
www.kgcci.com

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

Contents

Bayer	6
Boehringer Ingelheim	8
Henkel	10
Mercedes-Benz	12
Robert Bosch	16
Siemens	18
TÜV SÜD	20
Armacell	22
Porsche	23
KGCCI	24



Georg Schmidt
German Ambassador to Korea

게오르크 슈미트
주한독일대사

Dear Readers,

Korean-German Chamber of Commerce and Industry (KGCCI) presents its 11th annual Corporate Social Responsibility (CSR) Report. While this report series has showcased the deep commitment of German businesses in Korea for over a decade, this year feels particularly significant.

I am truly impressed and encouraged to see that the joint CSR initiatives driven by KGCCI have reached a new peak, attracting a record-high number of supporters. This remarkable growth is not just a statistic; it is a powerful testament to the expanding impact and shared values of the German-Korean business community.

A striking example of this spirit is the "Guide Walkers" joint CSR event held in September. Over 700 participants from the German-Korean community walked side-by-side with visually impaired individuals. The annual event is a profound demonstration of active inclusion and solidarity and perfectly illustrates how corporate responsibility, when put into practice, moves beyond boardrooms and directly enriches the community.

This hands-on engagement is a living expression of Germany's Social Market Economy. It reinforces our core belief that sustainable economic success and social responsibility go hand-in-hand. Businesses are integral parts of society, and integrating social and environmental considerations is not only an ethical imperative but a clear pathway to long-term resilience and innovation.

The activities detailed in this 2025 report once again highlight the outstanding contributions German companies are making across Korea. I express my sincere gratitude to KGCCI for its tireless efforts in championing these crucial initiatives and for compiling this insightful report. My heartfelt thanks also go to every participating company and individual. Your dedication is building lasting bridges and actively shaping a more inclusive and sustainable future for us all.

I look forward to seeing this impressive momentum continue to grow.

친애하는 독자 여러분,

주한독일상공회의소(KGCCI)는 11번째 기업의 사회적 책임(CSR) 연례보고서를 발표하게 되었습니다. 지난 10여 년간 이 보고서는 한국 내 독일 기업들의 깊은 헌신과 책임 의식을 기록해왔습니다.

올해는 그 어느 때보다 특별한 의미를 지니고 있습니다. KGCCI가 공동으로 진행한 사회공헌 프로젝트가 그 어느 해보다 활발히 전개되어, 역대 최다의 참여자와 후원자를 모았다는 사실이 매우 인상적이고 고무적입니다. 이러한 성장은 단순한 숫자의 증가가 아니라, 한-독 비즈니스 커뮤니티가 공유하는 가치와 사회적 영향력이 한층 확산되고 있음을 보여주는 생생한 증거입니다.

그 대표적인 예가 바로 9월에 개최된 '가이드 워커(Guide Walkers)' 공동 사회공헌프로젝트입니다. 700명 이상의 한-독 커뮤니티 구성원들이 시각장애 인들과 함께 걸으며 포용과 연대의 의미를 몸소 실천했습니다. 이 행사는 매년 이어지는 KGCCI의 대표적인 활동으로, 기업의 사회적 책임이 회의실을 넘어 지역사회로 확장될 때 얼마나 큰 울림을 전할 수 있는지를 잘 보여줍니다.

이러한 참여는 독일의 사회적 시장경제 정신을 그대로 반영하고 있습니다. 지속 가능한 경제적 성공은 사회적 책임과 분리될 수 없으며, 두 요소가 함께할 때 진정한 혁신과 회복력이 가능하다는 우리의 확신을 다시 한 번 확인시켜줍니다. 기업은 사회의 일원으로서, 사회·환경적 가치를 경영에 통합하는 것은 더 이상 선택이 아닌 지속 가능한 미래로 나아가는 필수 조건입니다.

이번 보고서에 담긴 다양한 활동들은 다시 한 번 한국 내 독일 기업들이 보여주고 있는 탁월한 공헌과 실천의 사례를 보여줍니다. 이 뜻깊은 이니셔티브들을 이끌고 본 보고서를 정성껏 발간한 KGCCI의 헌신적인 노력에 깊이 감사드립니다. 또한 참여해주신 모든 기업과 임직원분들에게 진심으로 감사드립니다. 여러분의 지속적인 헌신이 양국 간의 상호 신뢰와 협력의 다리를 더욱 단단히 세우고, 모두를 위한 포용적이고 지속 가능한 미래를 만들어가고 있습니다.

앞으로도 이러한 감동적인 흐름이 더욱 힘차게 이어지기를 기대합니다.

Dear Readers,

It is with great pride that I present the 11th edition of the CSR Report of German Companies in Korea. Over more than a decade, this publication has become a testament to the strong and lasting commitment of German companies to creating a positive impact within Korean society.

Corporate Social Responsibility is more than a business obligation—it reflects a genuine dedication to sustainable growth, social inclusion, and active community engagement. German companies in Korea continue to embody these values by supporting education, environmental initiatives, cultural exchange, and social welfare programs.

A highlight of this year was the Joint CSR initiative "Guide Walkers", where we were delighted to see the largest number of participants since the start of the program in 2023 to commemorate the 140th anniversary of Korean-German diplomatic relations. The overwhelming response from member companies and their employees illustrates the deep-rooted willingness of our community to contribute to inclusion and solidarity, while also strengthening the ties between our businesses and Korean society.

I would like to extend my sincere thanks to all the companies that not only participated in our CSR initiatives but also contributed to this report. By sharing your stories and best practices, you demonstrate how German businesses in Korea are driving meaningful change and setting standards for responsible corporate citizenship.

As we reflect on these achievements, I wish to express my heartfelt gratitude to all participating companies, partners, and colleagues who have made these initiatives possible. Your continuous dedication shows how business can be a force for good—fostering collaboration, mutual understanding, and lasting change.

Looking ahead, KGCCI will remain committed to supporting and amplifying CSR efforts, ensuring that German companies in Korea continue to lead by example in building a sustainable and inclusive future.

친애하는 독자 여러분,

주한 독일기업들의 CSR 리포트 제11호를 발간하게 되어 매우 뜻깊게 생각합니다. 지난 10여 년 동안 이 보고서는 독일 기업들이 한국 사회에 긍정적인 변화를 만들기 위해 지속적으로 노력해 온 발자취를 잘 보여주는 기록이 되어 왔습니다.

기업의 사회적 책임(CSR)은 단순한 의무를 넘어섭니다. 이는 지속 가능한 성장, 사회적 포용, 그리고 공동체 참여에 대한 진정한 헌신을 반영합니다. 주한 독일기업들은 교육, 환경 보호, 문화 교류, 사회 복지 프로그램을 통해 이러한 가치를 지속적으로 실천하고 있습니다.

올해의 하이라이트는 회원사와 함께하는 공동 사회공헌 프로젝트 '가이드 워커(Guide Walkers)'였습니다. 2023년 한-독 수교 140주년을 기념하며 시작된 이 프로그램은 올해 사상 최대 규모의 참여를 기록했습니다. 회원사와 임직원들의 뜨거운 호응은 우리 공동체가 포용과 연대에 기여하고자 하는 깊은 의지를 보여주는 동시에 독일기업과 한국 사회 간의 유대를 한층 더 강화하는 계기가 되었습니다.

CSR 활동에 직접 참여해 주셨을 뿐 아니라 본 보고서 제작에 함께해 주신 모든 기업에 깊이 감사드립니다. 여러분의 다양한 CSR 활동 사례와 모범적인 실천을 나눔으로써 주한 독일기업들이 어떻게 의미 있는 변화를 만들어가고 있는지, 그리고 책임 있는 기업 시민으로서 어떠한 기준을 세우고 있는지를 잘 보여주고 있습니다.

이러한 성과를 돌아보며, 이번 활동을 가능하게 해주신 모든 회원사, 파트너, 그리고 동료 여러분께 진심 어린 감사의 말씀을 드립니다. 여러분의 지속적인 헌신은 기업이 협력, 상호 이해, 그리고 지속 가능한 변화를 이끄는 선한 힘을 담고 있습니다.

앞으로도 주한독일상공회의소는 CSR 활동을 적극 지원하고 확산해 나가며, 주한 독일기업들이 모범을 보이며 지속 가능하고 포용적인 미래를 만들어갈 수 있도록 최선을 다하겠습니다.



Marie Antonia von Schönburg
President & CEO
Korean-German Chamber
of Commerce and Industry

마리 안토니아 폰 쉐부르크
주한독일상공회의소 대표



Bayer

Establishment in Germany 설립연도 1863	Start of Business in Korea 한국지사 설립연도 1955	Number of Employees in Korea 한국 직원수 395	Line of Business 사업분야 Life Science	Website 홈페이지 www.bayer.co.kr
--	---	---	--	------------------------------------

Bayer is a life science company with more than 160 years of history and has core competencies in healthcare and nutrition. Under the mission '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. Bayer Korea, which started business in the Korean market in 1955, marks its 70th anniversary this year and currently has about 395 employees. Bayer is committed to the principles of sustainable development as a responsible corporate citizen.

바이엘은 160년 이상의 역사를 지닌 생명과학 기업으로, 제약과 농업 분야에서 핵심역량을 지니고 있다. 'Health for all, Hunger for none'이라는 미션 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 있다. 바이엘의 한국지사인 바이엘 코리아는 올해로 한국 진출 70주년을 맞이했으며, 현재 395명의 직원이 함께하고 있다. 바이엘은 지속가능한 개발이라는 원칙을 가지고 책임감 있는 기업 시민으로서 역할을 다하고 있다.

Sustainability at Bayer

As the world's leading healthcare and nutrition company, Bayer contributes to solving these global challenges through its businesses under the mission 'Health for all, Hunger for none'. Sustainability is part of our corporate strategy to be able to do this. We see sustainability as new business opportunity to drive value and growth. Sustainability is integrated within our business strategy, operations and decision-making. Bayer is a company that provides innovative products and services, while also creating a good influence for sustainability on the planet and society, and we select and practice the seven most contributing SDGs in conjunction with the UN SDGs. In the corporate context, sustainability means not only focusing on financial performance but also considering the social and environmental impacts. The impact on people, the planet, and profit are also referred to as the 'triple bottom line'.

바이엘은 건강과 영양분야를 선도하는 글로벌 생명과학기업으로서 'Health for all, Hunger for none'이라는 미션 하에 우리의 비즈니스를 통해 지구가 직면한 문제들을 해결하는데 기여하고 있다. 지속가능성은 이를 가능케 하는 바이엘 그룹의 전략 중 하나로서 바이엘은 지속가능성을 가치(Value)와 성장(Growth)을 주도하는 새로운 비즈니스 기회로 여기고, 비즈니스의 전략과 운영, 의사결정 과정에 이를 투영한다. 바이엘은 혁신적인 제품과 서비스를 제공하는 기업임과 동시에 지구와 사회에 지속가능성을 위한 선한 영향력을 만드는 기업이 되고자 하며 아래와 같이 UN 지속가능성 목표와 연계하여 가장 기여도가 높은 7개 SDGs (No poverty, Zero hunger, Good health and well-being, Gender equality, Clean water and sanitation, Climate action, Life on land)를 선택해 실천하고 있다. 여기에는 제조 과정에서의 탄소중립을 위한 활동, 처방약이나 셀프케어에 대한 접근성 향상 및 소규모 농가지원 등 지속가능한 발전을 위한 다양한 활동들이 포함된다. 이처럼 바이엘에게 지속가능성이란 재무적인 성과에만 집중하는 것이 아니라 인류(People), 지구(Planet), 이윤(Profit)이라는 세 가지 주요한 가치가 균형을 이루는 것을 의미한다.

[Climate Action] Sustainability Challenge



Bayer Korea successfully completed the 'Sustainability Challenge: Plogging with Your Team and Everyday Challenges' for a month which starting from Earth Day on April 22. This is an extension of Bayer Korea's flagship environmental protection campaign, 'Plogging', which was launched in 2022. During this campaign, all employees were encouraged to accomplish at least one team-based plogging mission starting from Earth Day, while also individually undertaking three additional challenges in their daily lives: the Eco Commute Challenge, the Eco Shopping Bag Challenge, and the Goodbye Disposable Cup Challenge. The campaign aimed to help employees reflect on the values of sustainability through small actions in their day-to-day lives. To allow employees to feel the impact of their sustainability practices and to inspire greater motivation, Bayer Korea analyzed activity data from all employees over the month to quantify the carbon reduction effects and actual environmental contributions by mission.

바이엘 코리아는 세계 지구의 날인 4월 22일부터 한 달 간 사내 환경 보호 캠페인의 일환으로 '서스테이너빌리티 챌린지(Sustainability Challenge): 팀별 플로깅과 일상 속 도전'을 성공적으로 진행했다. 이번 서스테이너빌리티 챌린지는 2022년부터 시작한 바이엘 코리아의 대표 환경 보호 캠페인인 '전 직원 플로깅'의 확장판으로 바이엘 코리아 전 직원이 지구의 날부터 한 달 동안 1번 이상 팀별로 플로깅 미션을 달성하고, 더불어 개별적으로는 일상 속에서 ▲एको 출근 챌린지 ▲장바구니 챌린지 ▲굿바이 일회용품 챌린지 등 세 가지 추가 미션을 수행하도록 해 일상 속 작은 실천을 통해 지속가능성의 가치를 되새겨 볼 수 있도록 기획했다. 직원들이 지속가능성 실천 활동의 임팩트를 직접 느끼고 이것이 더 큰 동기부여로 이어질 수 있도록 한 달간 바이엘 코리아 전 직원의 활동 데이터를 분석해 미션별 탄소저감 효과와 실질적인 환경기여도를 수치화하기도 했다.

[Zero Hunger] Challenge for 'Mealbox with Love'



Bayer Korea has celebrated its 70th anniversary in Korea on April 29, 2025, by donating 7 million KRW with multivitamin products, One a Day Fruit Bites to World Vision's program for underfed children, 'What do you have on your Weekend?'. This donation is part of corporate social engagement initiative to practice its sustainability values and was conducted in conjunction with the 'Mealbox with Love' volunteer activity which was participated in by the Country Leadership Team of Bayer Korea. As a leading global life science company, Bayer have responsibility for one of sustainable development goal 'Zero Hunger'. To foster a corporate culture where employees can actively contribute to social engagement initiatives, Bayer has been participating in the volunteering program 'Mealbox with Love' in collaboration with World Vision since 2023.

바이엘 코리아는 2025년 4월 29일 한국 진출 70주년을 기념해 월드비전의 결식아동 지원 프로그램 '주말에 뭐먹니'에 700만원을 기부하고 자사 멀티비타민 제품인 원데이 프루트 바이트를 후원했다. 이번 후원은 바이엘의 지속가능성 가치 실천을 위한 사회공헌 활동의 일환으로, 바이엘 코리아의 컨트리 리더십 팀이 직접 참여한 '사랑의 도시락' 봉사활동과 함께 진행됐다. 바이엘은 인류의 건강과 영양을 선도하는 글로벌 기업으로서 기아 종식이라는 지속가능개발목표에 대한 무거운 책임감을 가지고 직원들이 적극적으로 사회 참여활동에 기여할 수 있는 기업문화를 조성하고자 2023년부터 월드비전과 협력을 통해 연간 챌린지 형식으로 사랑의 도시락 봉사활동 프로그램에 참여하고 있다.

[DE&I] Drawing Contest of Developmental Disabilities 2025



Bayer Korea participated as volunteers in the 'Drawing Contest of Developmental Disabilities 2025' held on June 5, 2025, at Boramae Park alongside its employees and their families. In this activity, approximately 40 employees including Sustainability Ambassadors of Bayer Korea participated, taking on roles such as guiding, distributing lunch boxes, cleaning environment and operating event booths. Consumer Health Division of Bayer Korea operated the multivitamin Berocca booth, energizing participants and their families on-site. Striving for the values of diversity, equity, and inclusion, Bayer Korea supports the activity for individuals with developmental disabilities, helping them to confidently unleash their potential as members of society, while also contributing to the creation of a community where people with disabilities and those without can live together harmoniously.

바이엘 코리아는 2025년 6월 5일 보라매공원에서 열린 '서울 발달장애인 사생대회'에 임직원 및 가족과 함께 자원봉사자로 참여해 행사 운영을 지원했다. 이번 봉사 활동에는 바이엘의 서스테이너빌리티 앰버서더를 비롯한 약 40여명의 직원들이 참여해, 길안내, 도시락 배분, 환경미화뿐만 아니라 화분 만들기 및 체험존 부스 운영 등 맡아 진행했다. 바이엘 코리아 컨슈머헬스사업부에서는 이날 서울 보라매공원에서 멀티비타민 베로카 부스를 운영하며, 발달장애인 사생대회 참가자 및 가족들에게 에너지를 불어 넣었다. 다양성과 형평, 포용의 가치를 추구하는 바이엘 코리아는 발달장애인 봉사활동을 통해 발달장애인이 사회구성원으로서 당당하게 잠재력을 펼칠 수 있도록 도우며, 장애인과 비장애인이 함께 어울려 살아가는 사회를 만드는데 동참하고 있다.

[DE&I] 11th Harmony Marathon with the Visually Impaired



Bayer Korea participated as guide walkers with its employees and their families at the '11th Harmony Marathon with the Visually Impaired', held at Sangam World Cup Park on September 7, 2025. The Harmony Marathon is part of corporate social engagement initiative co-hosted by KGCCI and Bayer Korea has participated since 2023. Through the event, Bayer Korea is practicing its core values of Diversity, Equity and Inclusion (DE&I), strengthening communication with local community members and contributing to the spread of inclusive culture where everyone can live together without discrimination.

바이엘 코리아는 2025년 9월 7일 상암 월드컵공원에서 열린 '제11회 시각장애인과 함께하는 어울림 마라톤 대회'에 임직원과 가족이 가이드 워커로 참여했다. 어울림 마라톤은 주한독일상공회의소(KGCCI)가 공동주관하는 사회공헌활동의 일환으로, 바이엘 코리아는 2023년부터 꾸준히 참여해 다양성·형평성·포용성(DE&I)이라는 핵심 가치를 실천하며 지역사회 구성원과의 소통을 강화하고 모두가 차별 없이 함께 살아가는 포용적 사회 문화 확산에 기여하고 있다.

Boehringer Ingelheim



Establishment in Germany 설립연도	Start of Business in Korea 한국지사 설립연도	Number of Employees in Korea 한국 직원수	Line of Business 사업분야	Website 홈페이지
1885	1976	246	Pharmaceutical	www.boehringer-ingelheim.com/kr

Founded in 1976 as a Korean subsidiary of Boehringer Ingelheim, one of the world's 20 leading pharmaceutical companies, Boehringer Ingelheim Korea develops and delivers breakthrough therapies in sectors of Human Pharma and Animal Health. Under its global corporate vision of 'Value through Innovation,' Boehringer Ingelheim Korea prioritizes supplying new medicines to the patients of Korea and improving lives of humans and animals by promoting their health.

한국베링거인겔하임은 세계 20대 제약회사 중 하나인 베링거인겔하임의 한국 법인으로, 국내 1976년 설립되어 인체의약품과 동물의약품 분야에서 혁신적인 의약품을 개발 및 공급하고 있다. 한국베링거인겔하임은 '혁신을 통한 가치 창조'라는 글로벌 기업 비전 아래, 한국 환자들에게 우수한 신약을 우선적으로 제공하며, 인류와 동물의 건강을 증진함으로써 이들의 삶을 개선해 나가기 위해 노력하고 있다.

Boehringer Ingelheim CSR Activities in Korea

In 2021, Boehringer Ingelheim established the global initiative of 'Sustainable Development – For Generations (SD4G),' to contribute to creating solutions to global challenges, and to help enable sustainable change. SD4G initiative is defined into three pillars of 'More Health (Good Health for People & Animals),' 'More Potential (Good Health for Communities & Our People),' and 'More Green (Good Health for the Planet).'

베링거인겔하임은 지난 2021년 전세계 임직원과 함께 더 나은 미래를 위한 지속 가능한 발전에 기여하고자 '모든 세대를 위한 지속 가능한 개발(SD4G, Sustainable Development - For Generations)'이라는 글로벌 이니셔티브를 제정했다. SD4G는 More Health(사람과 동물의 건강을 위해), More Potential(지역 사회와 임직원의 성장을 돕는 발전을 위해), More Green(건강한 지구를 위해) 라는 세 가지 핵심과제를 중심으로 활동을 펼치고 있다.

More Health-Wunsch Medical Awards

The Wunsch Medical Award, jointly established in 1990 by the Korean Academy of Medical Sciences (KAMS) and Boehringer Ingelheim Korea, marks its 35th anniversary this year. Named in tribute to Dr. Richard Wunsch, the first German physician to practice in Korea, the Wunsch Medical Award annually selects and honors researchers who have made significant contributions to the development of Korean medicine, based on a fair and objective evaluation of their academic papers. With its long-standing history, the award is widely regarded as the "Korean Nobel Prize in Physiology or Medicine."

분취의학상은 1990년 대한의학회와 한국베링거인겔하임이 공동으로 제정해 올해로 35회를 맞이했다. 한국 최초의 독일인 의사인 리하르트 분취 박사의 정신을 기리는 분취의학상은 연구 논문에 대한 공정하고 객관적인 심사를 통해 국내 의학 발전에 주목할 만한 연구 업적을 남긴 의학자들을 매년 선정 및 시상하고 있으며, 오랜 역사를 토대로 '한국의 노벨 생리의학상'으로 평가받고 있다.



More Potential-B-effect (Butterfly effect)

B-effect is a social contribution project launched jointly with Ashoka, a global non-profit organization, which conducts global CSR activities relevant to social agenda needed in local communities each year. In 2025, under the theme of mental health, Boehringer Ingelheim Korea carried out emotional support volunteer activities for the "Voices of Hope" choir, composed of children with rare diseases. The program included mental health education for patients and caregivers, digital learning sessions for the choir's activities. These efforts contributed to raising public awareness of rare diseases and fostering a shared understanding of the importance of mental health care for rare diseases.

B-effect는 글로벌 비영리단체인 아쇼카(Ashoka)와 함께 진행하는 사회공헌활동으로 매년 지역사회에 요구되는 다양한 사회적 아젠다 관련 글로벌 사회공헌활동 프로그램을 진행하고 있다. 2025년에는 '정신 건강 (Mental health)'을 주제로 희귀·난치성 질환 환자 및 형제·자매로 구성된 '희망의 소리' 합창단 대상 정서적 지원 봉사를 진행했다. 환우 및 보호자들의 정신건강관리 중요성 교육, 디지털 교육 등을 통해 희귀·난치성 질환에 대한 사회적 인식 개선 및 정신 건강 관리 중요성에 대한 공감대를 확산하는 데 기여했다.



More Health – Improve Stroke Care (Angels)

Boehringer Ingelheim has globally launched 'Angels Initiative', in partnership with the European Stroke Organization (ESO), the World Stroke Organization (WSO), and many other national stroke societies, companies and health institutions. In 2025, the team partnered with regional hospitals to deliver stroke awareness and prevention education for children, based on the internationally recognized FAST Heroes campaign approved by the World Stroke Organization (WSO). In addition, Boehringer Ingelheim Korea donated portable LED lights to key fire departments, including those in Gwangju and Gangneung, to support timely transportation of stroke patients during ambulance transfers — helping ensure treatment within the golden hour.



베링거인겔하임은 유럽뇌졸중학회, 세계뇌졸중학회를 비롯한 다양한 국가의 학회, 의료기관과 협력하여 '엔젤스 이니셔티브(Angels)' 글로벌 프로그램을 전개하고 있다. 한국베링거인겔하임 의학부의 엔젤스(Angels) 팀은 뇌졸중 질환에 대한 인식 제고와 치료 환경 개선을 목표로, 올해 세계뇌졸중기구(WSO)의 승인을 받은 국제 캠페인 'FAST Heroes' 프로그램을 기반으로 지역 거점 병원과 협력하여 어린이 대상의 뇌졸중 인식 개선 및 예방 교육을 실시했다. 또한, 광주 및 강릉 소방서를 포함한 주요 지역 소방본부에 휴대용 LED 라이트를 기부하여, 급급자 탑승 시 뇌졸중 환자의 골든 타임 내 이송이 가능하도록 지원했다.

More Green - Green IT

Boehringer Ingelheim Korea is actively implementing Green IT, which promotes environmental sustainability by donating IT devices and minimizing operational waste. The program supports both carbon footprint reduction and employee engagement in environmentally responsible practices. donated to the Korea Organization for Rare Diseases (KORD), supporting digital education for children with rare diseases.



한국베링거인겔하임은 IT 기기를 기부해 운영 폐기물을 줄여 지속 가능한 환경을 조성하는 'Green IT' 프로그램을 진행하고 있다. Green IT 프로그램은 탄소 배출 감소에 기여하고, 직원들의 친환경적인 행동을 장려하고 있다. 올해에는 사내에서 사용하지 않는 약 40여대의 중고 노트북과 중고 아이패드를 한국희귀·난치성 질환 연합회 (KORD)에 기부했다.

More Potential – Moving Forward Campaign

Boehringer Ingelheim Korea signed a MOU with the non-profit organization MUUI and launched the "Moving Forward" campaign to enhance accessibility for people with limited mobility. The campaign was carried out under the theme "Every life deserves to move forward." It aimed to enhance social access and inclusion for people with limited mobility. The Moving Forward campaign holds special significance as it represents the first initiative by a global pharmaceutical company in Korea to support people with limited mobility, following the landmark ruling by the Supreme Court in December 2024 that recognized accessibility for individuals with disabilities as a constitutional right.



한국베링거인겔하임은 사단법인 무의와 국내 교통약자 접근권 제고를 위한 지역사회 활동 업무 협약(MOU)을 체결하고, 무빙포워드 (Moving Forward) 캠페인을 론치했다. 캠페인은 '모두의 삶은 앞으로 나아가야 한다'라는 주제로, 사회 시설 이용 및 접근에 제약 받는 교통약자의 사회적 접근과 참여를 제고하는 경사로 설치 지원 봉사를 진행했다. 무빙포워드 캠페인은 지난 2024년 12월 대법원에서 장애인 접근권을 헌법상 기본권으로 최초로 인정한 이후, 글로벌 제약사 차원에서 최초로 이뤄지는 국내 교통약자 지원 사업이다.

More Health – Animal Health – Product Donation

Boehringer Ingelheim Animal Health Korea is actively collaborating with various organizations and academic societies to support disease prevention and protection efforts for abandoned companion animals. In 2025, the company partnered with the Gyeonggi Veterinary Medical Association, Konkuk University College of Veterinary Medicine, and Kyungpook National University College of Veterinary Medicine to provide essential veterinary medicines that support the health and welfare of dogs in shelters.

한국베링거인겔하임동물약품에서는 다양한 단체, 학회 등과 협업하여 유기된 반려동물의 건강을 지키기 위해 질병 예방 및 보호 활동에 동참하고 있다. 2025년에는 경기도수의사회, 건국대학교 수의학과, 경북대학교 수의학과와 함께 유기견 보호소의 동물들의 건강한 일상을 지켜줄 수 있는 주요 동물약품을 지원했다.

More Potential - A Day of Service

Boehringer Ingelheim Korea is committed to contributing to the local community and building a sustainable society by running employee-driven volunteer programs. Last year, the company organized a flea market featuring approximately 200 personal items donated by employees. All proceeds from the sales were donated to the social enterprise named 'Beautiful Store' to support vulnerable groups in the community. Moreover, employees participated in a plogging activity at Seoul Children's Grand Park in Gwangjin-gu. Through this event, both the company and its employees actively promoted a culture of resource circulation.

한국베링거인겔하임은 지역 사회에 기여하며 지속 가능한 사회를 만들기 위해 비영리단체와 협력하여 직원 중심 자원봉사 프로그램을 꾸준히 진행하고 있다. 지난해에는 임직원들이 기부한 개인 소장품 약 200여 점을 판매하는 플리마켓을 열어 판매 수익금 전액은 재단법인 아름다운가게에 기부했다. 또한, 서울 어린이대공원에서 전 직원들과 함께 플로깅 활동(Plogging)을 진행하며 기업과 임직원이 함께 자원 순환 및 나눔의 문화를 실천하였다.

Henkel



Establishment in Germany 설립연도	Start of Business in Korea 한국지사 설립연도	Number of Employees in Korea 한국 직원수	Line of Business 사업분야	Website 홈페이지
1876	1989	650	Adhesive Technologies and Consumer Brands	www.henkel.co.kr

With its brands, innovations and technologies, Henkel holds leading market positions worldwide in the industrial and consumer businesses. The company's three strongest brands are Loctite, Persil and Schwarzkopf. Sustainability has a long tradition at Henkel, and the company has a clear sustainability strategy with specific targets. Henkel was founded in 1876 and today employs a diverse team of about 48,000 people.

헨켈은 브랜드와 혁신, 테크놀러지를 통해 소비재와 산업용 비즈니스에서 글로벌 시장을 선도하고 있다. 주요 브랜드로는 록타이트, 퍼실, 슈와츠코프가 있다. 헨켈은 지속가능성과 관련하여 오랜 전통을 가지고 있으며, 구체적인 목표와 명확한 지속 가능성 전략을 가지고 있다. 헨켈은 1876년에 설립되었으며, 현재 다양한 배경의 48,000여명 직원들이 근무하고 있다.

Anchoring Sustainability in Everything We Do

For Henkel, sustainable growth is not only a core value of the company but also an indispensable element for running a successful long-term business and fulfilling corporate social responsibility. Henkel strives towards innovative sustainability growth solutions under the goal of 'Achieve More with Less,' aiming to maximize the efficiency of limited resources. We are committed to creating more value with fewer resources, contributing to customers, consumers, partners, and the local community.

헨켈에게 있어 지속가능한 성장은 기업의 주요 가치일 뿐만 아니라 장기적으로 성공적인 비즈니스를 운영하고 기업의 사회적 책임을 실천하는 데에 필수불가결한 요소이다. 헨켈은 'Achieve More with Less'라는 목표로, 한정된 자원의 효율성을 극대화할 수 있는 혁신적인 지속가능성장 솔루션을 추구한다. 더 적은 자원으로 더 많은 가치를 창출하여 고객, 소비자, 파트너, 그리고 지역 사회에 기여할 수 있도록 노력하고 있다.

Henkel Corporate Garden – Picnic Ground by HENKEL



Henkel continued its participation in the Seoul International Garden Expo by creating a corporate garden at Boramae Park in 2025, following last year's involvement. Henkel Korea's nature-inspired garden, "Picnic Ground by HENKEL," offers visitors a moment of relaxation in the city, much like a casual picnic. Welcomed by many citizens, the garden has become a space for play and rest, where people can directly experience and connect with nature. Special features such as picnic sets with mats and baskets, meditation programs with music, and photo frame activities for social media sharing encouraged interactive participation and deeper engagement. This garden reflects Henkel's commitment to sustainability and coexistence with local communities, and the company will continue to create initiatives that bring people closer to nature.

헨켈코리아는 2024년에 이어 2025년에도 서울국제정원박람회에 참여하여 서울 보라매공원에 기업동행정원을 조성했다. 헨켈코리아의 자연주의 정원 '피크닉 그라운드 by HENKEL'은 도심 속 작은 피크닉처럼 여유로운 순간을 제공한다. 자연을 직접 느끼고 체험할 수 있는 이곳은 많은 시민들이 다녀가며 다양한 형태로 놀이와 휴식을 즐길 수 있는 공간으로 사랑받고 있다. 특히 돛자리와 바구니가 마련된 피크닉 체험, 음악과 함께하는 명상 프로그램, 포토 프레임을 활용한 SNS 인증 이벤트 등 참여형 활동을 통해 시민들이 정원과 더욱 가까이 소통할 수 있도록 했다. 이번 정원은 헨켈코리아가 추구하는 지속가능성과 지역사회와의 공존 가치를 담은 결과물로, 앞으로도 자연과 사람을 연결하는 다양한 활동을 이어갈 예정이다.

Guide Walker Volunteer Activity



Henkel Korea participated as guide walkers in a walking event with visually impaired individuals, along with other KGCCI member companies for 3 consecutive years. The 'guide walker' volunteer activity involves assisting visually impaired participants by serving as their eyes, guiding them along the route. Henkel employees walked side by side with the participants, engaging in meaningful conversations and creating memorable moments together. At the Henkel booth, Henkel's household products with Braille tags for the visually impaired were displayed. The Braille tags, designed to be attached to products with hooks, are engraved in Braille to help distinguish between products such as detergent, fabric softener, and shampoo. Additionally, Henkel donated its own product Persil and Homemat, as a gift for all participants. Through this volunteer activity, Henkel Korea aims to promote awareness of disabilities and put into practice the values of diversity, equity, and inclusion.

헨켈코리아는 KGCCI 회원사들과 함께 시각장애인과 함께 하는 걷기대회에 3년 연속 가이드워커로 참여했다. '가이드 워커' 봉사활동은 시각 장애인 참가자들이 걸을 때 그들의 눈이 되어 길을 안내해주는 활동으로, 헨켈코리아 직원들은 시각장애인 참가자들과 나란히 걸으며 소중한 대화를 통해 의미 있는 순간을 함께 만들었다. 현장의 헨켈코리아 부스에서는 시각장애인용 점자 태그가 부착된 자사 생활용품도 소개되었다. 이 점자 태그는 세탁세제·주방세제·샴푸 등을 뜻하는 점자를 한글로 표기해 제품 구분을 도와줄 수 있게 제작되었으며, 위생적이고 다양한 규격의 제품에 사용될 수 있도록 설계되었다. 헨켈코리아는 이러한 봉사 활동을 통해 장애인 인식 개선과 사회 참여를 촉진하는 등 사회 공헌의 가치를 실천하고 있다. 또, 헨켈의 제품인 세탁세제 퍼실과 가정용 모기퇴치제 홈매트를 참가자 기념품으로 기부하기도 했다.

Inclusive Art Museum for the Visually Impaired



Henkel Korea supported the meaningful exhibition 'Dark Museum for the Visually Impaired', which was designed to expand cultural and artistic accessibility for people with visual impairments, and invited students from the Seongbuk Youth Orchestra for the Visually Impaired to join. As the first exhibition of its kind in Korea, it showcased about 20 world-famous masterpieces reproduced through 3D modeling, allowing visitors to appreciate the works by feeling their textures and shapes with their fingertips. Henkel will continue its efforts to raise awareness of disabilities and promote greater social inclusion.

헨켈코리아는 시각장애인의 문화예술 접근성을 넓히기 위해 마련된 뜻깊은 전시 '시각장애인을 위한 어두운 미술관'을 후원하고, 성북구립장애청소년합주단 학생들을 초대했다. 이번 전시는 국내 최초의 시각장애인 맞춤형 영화 전시로, 약 20여 점의 세계 명화를 3D 모델링으로 재현해 관람객이 손끝으로 질감과 형태를 느끼며 작품을 감상할 수 있도록 했다. 헨켈코리아는 앞으로도 장애인 인식 개선과 사회적 포용성 확대를 위해 꾸준히 활동할 계획이다.

Barrier-Free Film Recording Volunteer Activity

Henkel Korea supported the production of barrier-free films, which are specially adapted to ensure that people with visual or hearing impairments can fully enjoy their content. A barrier-free film includes audio descriptions as well as subtitles and dubbing that convey dialogue, music, and sound effects. Henkel Korea employees took part in this initiative by volunteering their voices for dubbing and narration. They dedicated themselves to the process, practicing repeatedly to deliver lines not just by reading scripts, but by expressing the right emotions and context. With the joy of knowing that their voices could help others, the employees contributed to a barrier-free film that will be screened at the Seoul Barrier-Free Film Festival. Going forward, Henkel Korea will continue striving to expand cultural and artistic opportunities for people with disabilities and to promote greater social inclusion.

헨켈코리아가 배리어프리 영화 제작을 후원했다. '배리어프리영화'는 시각 및 청각 장애인들이 충분히 영화의 내용을 즐길 수 있도록 기존 제작된 영화에 음성해설과 대사, 음악, 소리 정보를 알려주는 배리어프리 자막과 더빙이 삽입된 영화이다. 헨켈코리아 직원들은 배리어프리 영화 더빙 및 음성해설 재능 기부 활동에 직접 참여했으며, 단순히 지문을 읽는 것이 아니라 상황과 감정에 맞는 대사 전달을 위해 여러 차례 연습하며 최선을 다했다. 본인들의 목소리로 누군가에게 도움이 될 수 있다는 즐거운 마음으로 봉사에 임한 직원들이 참여한 작품은 지난 11월 서울배리어프리영화제에서 첫 선을 보였다. 헨켈코리아는 앞으로도 장애인의 문화예술 향유 기회를 넓히고 사회적 포용성 강화를 위해 기업으로서 다양한 활동을 전개하려고 한다.





Mercedes-Benz

Establishment in Germany 설립연도	Start of Business in Korea 한국지사 설립연도	Number of Employees in Korea 한국 직원수	Line of Business 사업분야	Website 홈페이지
1926	2002	322	Automotive Import and Distribution	www.mercedes-benz.co.kr

As a leader in the automobile industry, Mercedes-Benz Korea carries out diverse CSR activities for sustainable growth together with Korean society, leveraging the global automotive brand's specialized expertise and capabilities. On June 2014, Subsidiaries of Mercedes-Benz Group AG and 11 official dealers in Korea came together and launched the Mercedes-Benz CSR Committee. Ever since the Mercedes-Benz CSR Committee has been conducting 5 pillars of CSR programs to contribute to Korean society in a long-term perspective under the official slogan 'Mercedes-Benz Promise' with 'education' and 'sustainability' as the key values. Since its launch in 2014, it has donated 48.5 billion KRW to society over 10 years, recording the highest donation amount in the imported car industry, and continues to respond to the consistent love and interest in the Korean Market.

메르세데스-벤츠 코리아는 자동차 업계를 선도하는 글로벌 브랜드로서, 전문성과 핵심역량을 활용해, 한국 사회와 함께 성장하기 위한 다양한 사회공헌활동을 펼치고 있다. 지난 6월 29일, 국내 메르세데스-벤츠 및 관계사 그리고 11개 공식 딜러사와 함께 '메르세데스-벤츠 사회공헌위원회'를 출범하여, '메르세데스-벤츠의 약속(Mercedes-Benz Promise)'이라는 공식 슬로건 하에 한국 사회에 보다 장기적으로 기여하기 위해 '교육'과 '지속가능성'이라는 핵심가치를 중심으로 5가지 사회공헌 프로그램을 진행하고 있다. 지난 2014년 출범 이후 10년간 국내 사회에 약 485억원을 기부하는 등 수입차 업계 1위 기부 금액을 기록하며 한국 시장에 지속적인 사랑과 관심에 보답해 나가고 있다.

“Mercedes-Benz GIVE” : Donation Culture Spreading Campaign with Sports Initiative (2017~)



Mercedes-Benz GIVE has initiated the spread of donation culture by combining sports with giving. GIVE 'N RACE has solidified its position as the most influential CSR Campaign in Korea which has good causes to support underprivileged children and youth. The 12th GIVE 'N RACE was successfully held at Busan with donation of 1,015.59 million KRW and 20,001 runners in April 2025. Over 151,643 runners have participated, raising over 7.6 billion KRW in total. Entire donations have been donated to medical & educational support for underprivileged children and youth in need nationwide. As a responsible corporate citizen, the Mercedes-Benz CSR Committee will continuously make efforts to contribute to Korean Society in the long term, leading the spread of a donation culture through various programs.

메르세데스-벤츠 기브는 대표 행사인 'GIVE 'N RACE' 를 통해 스포츠와 기부를 결합하며 기부 문화 확산을 선도하고 있다. GIVE 'N RACE는 달리기 행사를 통해 즐거움과 함께 소외된 아동 및 청소년을 지원하는 선한 목적을 가지고, 한국에서 가장 영향력 있는 CSR 캠페인으로 자리매김했다. 지난 4월 부산에서 열린 제12회 GIVE 'N RACE는 총 1,015.59 백만 원의 기부금과 20,001명의 참가자 수를 기록하며 성공적으로 개최되었다. 부산의 인기 관광지인 벡스코, 광안리 해수욕장, 광안대교 등을 지나는 코스로 마련되어, 현장에는 인기 뮤지션들의 축하공연과 포토존, SNS 이벤트 등 다양한 즐길거리도 준비돼 참가자들의 선한 달리기엔 힘을 보탤다. GIVE 'N RACE는 달리기를 하면서 기부 활동도 실천하는 좋은 취지가 매년 확산되며, 올해 행사를 포함해 지금까지 총 151,643명의 참가자가 참여했으며, 약 76억 원의 기부금을 모금해, 해당 기부금은 전액 소외된 아동과 청소년을 위한 의료 및 교육 지원에 기부되었다. 앞으로도 보다 많은 이들이 함께 나눔을 즐기며 참여할 수 있는 다양한 사회공헌활동을 통해 더욱 책임감 있는 기업으로 자리매김할 예정이다.



“Mercedes-Benz GREEN+” : Environmental Practice Program for Sustainability & De-carbonization (2021~)

The Mercedes-Benz CSR Committee has introduced its fifth pillar, 'Mercedes-Benz GREEN+', focusing on sustainability to promote carbon neutrality and environmental protection since 2021. This program emphasizes ESG initiatives through activities such as environmental education for the next generation and impactful partnerships with local governments, demonstrating leadership in sustainability within Korean society.

메르세데스-벤츠 사회공헌위원회는 2021년부터 새로이 신설된 미래 세대를 위한 탄소중립 기후행동 실천 프로그램인 '그린플러스'를 통해 다양한 사회공헌활동을 진행하며 기후환경보호에 앞장서고 있다. 그린플러스는 어린이 환경교육, 전사 임직원 환경 정화 활동, 지자체 도시숲 조성 및 산림복구 파트너십, 대중 캠페인 등 환경보호의 중요성과 인식 개선을 위한 ESG 활동으로 사회적가치를 창출하며 지속가능한 녹색문화를 만들어가고 있다.

- **'GREEN+ Kids', Children's Environment Education:** Over 51,982 children have been educated and able to develop a sense of responsibility towards carbon neutrality and incorporate carbon-neutral practices into their daily lives. In 2023, the program was designated as an 'Outstanding Environmental Education Program' by the Ministry of Environment.
- **'GREEN+ Plogging', Company-wide Environmental Leadership Activity:** Over 2,328 MB employees have participated in this cleanup initiative, engaging local government and volunteers nationwide.
- **'GREEN+ City Forest', Greenery Restoration Project:** Created City Forest by planting approx. 17,662 trees to reduce fine dust in the city and respond to the climate change crisis in collaboration with the Seoul Metropolitan Government. Furthermore, the Committee donated 500 million KRW to support recovery efforts from the massive wildfires in North Gyeongsang province. Total of 33,424 trees have been planted to revitalize neglected urban spaces in Seoul and restore forests in Uljin of North Gyeongsang Province and Gangneung.
- **'GREEN+ Carbon - Public Campaign':** Raised awareness about climate action, encouraging the public to adopt carbon-neutral habits focusing on "Reuse," "Recycle," and "Reduce" via the Mercedes-Benz Promise SNS channel. Additionally, 10 'GREEN+ Zones' have been established at the Mercedes-Benz showrooms and service centers to inspire customers and the public to take climate action alongside Mercedes-Benz.

- **'그린플러스키즈', 어린이 환경교육:** 총 5만 1천여명의 어린이들에게 탄소중립에 대한 책임감을 고취 하고 일상생활에서 탄소중립 실천을 독려했다. 이 프로그램은 지난 2023년 환경부로부터 '우수 환경 교육 프로그램'으로 선정되었다.
- **'그린플러스 플로깅', 전사적 환경 리더십 활동:** 현재까지 메르세데스-벤츠 임직원 2,328여 명이 지자체와 자원봉사자와 협력해 전국 곳곳에서 환경정화 활동에 참여했다.
- **'그린플러스 도시숲', 서울시와 함께하는 숲조성 프로젝트:** 도심 내 유휴지 및 내대지에 7개의 도시숲을 조성하며 기후변화 대응 및 도시경관 개선에 앞장서고 있다. 또한 지난 2025년 경북 및 강원 지역에 발생한 대규모 산불피해 복구를 위해 긴급지원금 5억 원을 기부했으며 이로써 그린플러스 런칭 이후 총 3만 3천여 그루의 나무식재로 녹색문화 만들어 가고 있다.
- **'그린플러스 캠페인', 대중인식개선캠페인:** 메르세데스-벤츠 CSR 인스타그램과 전국 메르세데스-벤츠 그린플러스존에서 탄소저감을 위한 일상 속 환경보호 활동을 소개하고 고객 및 대중의 동참을 유도하며 기후환경 보호에 대한 인식개선에 앞장서고 있다.



“Mercedes-Benz MobileKids”: Children’s Traffic Safety Education Program (2014~)



Mercedes-Benz MobileKids, the world’s first traffic safety education program for children, was introduced in Korea in 2014, tailored to the country’s traffic environment and regulations. It has started to educate children to learn the importance of traffic safety and how to prevent and handle in case of accidents. In particular, the program has been even more reinforcing in collaboration with the Ministry of Interior and Safety and the Green Mothers Society by educating over 58,000 children at 2,843 social welfare centers and elementary schools in the MobileKids program. Additionally, Since 2023, Mercedes-Benz Korea has reinforced its commitment to child road safety through a public awareness partnership with the Ministry of the Interior and Safety, delivering more than 2,200 traffic safety education sessions and school zone campaigns nationwide.

Building on this foundation, the company in 2025 expanded its efforts with a national radio campaign under the Ministry’s “Child First” initiative, spreading the message that “Children’s Safety Comes First.”

In partnership with the Korean National Police Agency, Mercedes-Benz Korea also launched the “Child Seat Belt Campaign,” promoting proper seat belt usage and fostering a stronger culture of child road safety across the country.

세계 최초의 어린이 교통안전 교육 프로그램인 ‘모바일키즈’는 2014년 국내 교통 환경과 규정을 반영해 도입된 이후, 지금까지 총 5만8천여명의 아동에게 교통안전 교육을 제공해 왔다. 특히 사회복지기관과 지역아동센터 등 교통안전 교육의 기회가 부족한 아동을 대상으로 사고예방과 위기 대처를 다루는 체험형 교육을 운영해 왔다. 2023년부터는 행정안전부와 협력하여 교통안전 교육과 스쿨존 캠페인을 추진했으며, 특히 2025년에는 ‘어린이 보호구역에서 일단 멈춤, 아이먼저’의 라디오 캠페인과 경찰청과의 ‘어린이 안전벨트 착용 캠페인’을 통해 행동 실천 중심의 어린이 교통안전 문화를 확산하고 있다.



“Mercedes-Benz Mobile Academy”: Academy-Industrial Cooperation Program (2014~)

Mercedes-Benz Mobile Academy is an academy-industrial partnership program that has contributed significantly to Korea’s automotive industry by cultivating future talents. The program helps students in 11 automotive colleges develop their solid career paths and become experts in associated fields by providing them with Mercedes-Benz’s advanced technologies and global education expertise. Since its launch in 2014, it has offered a 1-year course lecture to 1,429 students taught by professional trainers. Throughout this curriculum, students gain knowledge of MB’s global expertise and cutting-edge technologies via on&offline education as well as broadening perspective through ‘Career Development Workshop’. Furthermore, outstanding students have provided opportunities to visit its German headquarters every year. The program has helped many graduates successfully employed by Mercedes-Benz’s network, continuing their careers in the automotive industry receiving an exemplary virtuous model of industry-academy cooperation program from stakeholders. Since 2017, Mobile Academy are also supported ‘Special Lectures’ for 3,064 students from technical high schools and institutes, offering insights into the latest trends in the automotive industry and its future, thus actively fostering technical talent and career development.

메르세데스-벤츠 모바일 아카데미는 국내 총 11개 대학 내 자동차 학과 학생들을 대상으로 메르세데스-벤츠의 우수한 기술력과 글로벌 교육 노하우를 직접 제공함으로써, 학생들이 미래를 준비할 수 있는 실질적 산학협력 프로그램으로 설계되었다. 국내 자동차 관련 대학 11곳에 전담 강사진을 통한 강의와 실습 교육을 제공하고 있으며, 지금까지 총 1,429명의 졸업생을 배출하고, 우수학생 173명에게 독일 본사탐방 기회를 지원했다. 다수의 졸업생이 메르세데스-벤츠 네트워크 및 자동차 산업으로 진로를 이어가며 대표적 산학협력 모델로 자리 잡았다. 또한 경력개발 및 채용안내 워크숍을 통해 학생들의 직무 이해와 진로 설계를 지원하고 있으며, 2017년부터는 자동차 관련 고등학교 3,064명의 학생을 대상으로 산업 동향과 미래 모빌리티 기술을 주제로 한 ‘고교특강’을 통해 기술 인재양성과 진로준비도 적극 지원하고 있다.



“Mercedes-Benz All Together”: Employee Participation Program for Local Empowerment Project (2014~)

Mercedes-Benz All Together demonstrates a strong commitment to local society by engaging in company-wide employee participation. So far, over 3,003 employees have been engaged in over 384 volunteer projects together such as the renovation of welfare facilities for the disabled, school zone safety enhancements, Kimjang share, storytelling for the blind children as well as delivering emergency relief supplies during the pandemic. Additionally, the Committee has been providing educational support to children and teenagers, a total of 4.75 billion KRW has been donated across 884 social welfare organizations through the Open Grant and Employee Recommendation Program since 2016. Furthermore, 74 Mercedes-Benz vehicles were donated to enhance transportation convenience for the socially disadvantaged, particularly the disabled, allowing for better access to medical, social, and cultural activities. As promised to Korean society in 2014, Mercedes-Benz will continue its commitment to corporate citizenship and local community growth through this program.

메르세데스-벤츠 올투게더는 지역사회 발전을 위해 임직원이 직접 참여하는 프로그램으로, 모든 메르세데스-벤츠 임직원들이 직접 사회공헌기금 조성에 동참하며 봉사활동주제와 지역사회에 필요한 세부 활동을 제안하고 참여하며 ‘지역사회와 함께하는 파트너십 문화’를 만들어 가고 있다. 지금까지 3,003여명의 임직원이 복지시설 개보수, 어린이보호구역 벽화봉사, 김장, 구연동화봉사활동, 코로나19 긴급구호물품 전달 등 384개 이상의 프로젝트에 참여했다. 이외에도 2016년부터 공모 및 임직원 추천을 통해 선발된 전국 884개의 전국 사회복지기관·시설 내 아동 및 청소년을 위해 매년 약 5억원의 교육기금을 지원해오고 있으며, 누적 47.5억원을 지원했다. 또한 사회취약계층의 이동편의를 돕고 의료, 사회, 문화 활동 접근성을 개선하기 위해 74대의 메르세데스-벤츠 차량을 기증했다. 메르세데스-벤츠는 앞으로도 책임감 있는 기업시민으로서 한국 사회와의 동반성장을 위한 다양한 사회공헌활동을 전개해 나갈 것이다.



Robert Bosch



Establishment in Germany 설립연도 1886	Start of Business in Korea 한국지사 설립연도 1985	Number of Employees in Korea 한국 직원수 1,890	Line of Business 사업분야 Mobility, Industrial Technology, Consumer Goods	Website 홈페이지 www.bosch.co.kr
--	---	---	---	------------------------------------

The Bosch Group is a leading global supplier of technology and services, with around 418,000 associates worldwide and 2024 sales of €90.3 billion. Its four business sectors - Mobility, Industrial Technology, Consumer Goods, and Energy & Building Technology - focus on key trends such as automation, electrification, digitalization, connectivity, and sustainability. Bosch leverages its strengths in sensor technology, software, and AI to deliver cross-domain, user-friendly, and sustainable solutions. With operations in over 60 countries and R&D at 136 global locations, Bosch remains a driving force in innovation, committed to improving quality of life with technology 'Invented for life'.

보쉬 그룹은 전 세계적으로 약 418,000명의 임직원을 보유한 글로벌 선도 기술 및 서비스 공급업체로, 2024년 매출은 903억 유로에 달했다. 모빌리티, 산업 기술, 소비재, 에너지 및 빌딩 기술의 4대 사업 부문을 통해 자동화, 전기화, 디지털화, 연결성, 지속 가능성과 같은 핵심 트렌드에 집중하고 있다. 보쉬는 센서 기술, 소프트웨어, 인공지능(AI) 분야의 강점을 바탕으로 도메인 간 통합된, 사용자 친화적이며 지속 가능한 솔루션을 제공하고 있다. 60개국 이상에서 사업을 운영하고 있으며, 136개 글로벌 거점에서 연구개발(R&D)을 통해 혁신을 선도하는 기업으로 자리매김하고 있다. '생활 속의 기술'이라는 슬로건 아래, 보쉬는 삶의 질 향상과 자원 보호를 목표로 기술을 개발하고 있다.

Sustainability at Bosch



We see sustainability as the balance between the economic, ecological and social dimensions of our business activities as part of responsible corporate governance. We have summarized the focal points of our sustainability management in the 'New Dimensions' target vision. It describes six topic areas that set the framework for our activities in the coming years.

Our sustainability efforts span the entire value chain - from material procurement and production to product use and end-of-life. We align these activities with the UN Sustainable Development Goals (SDGs) and regularly assess where we can make meaningful contributions

보쉬는 지속가능성을 책임 있는 기업 경영의 일환으로서 사업 활동의 경제적, 생태적, 사회적 측면 간의 균형으로 이해하고 실천하고 있다. 당사는 지속가능성 경영의 핵심 요소들을 '새로운 차원(New Dimensions)'이라는 목표 비전으로 통합하여 추진해 나가고 있다. 이러한 목표 비전은 앞으로의 기업활동에 방향을 잡아줄 여섯 가지 영역에서 다루어진다. 보쉬의 지속 가능성 활동은 자재 조달과 생산에서부터 제품 사용 및 폐기에 이르기까지 전 가치 사슬에 걸쳐 이루어지며, 유엔 지속 가능 개발 목표(SDGs)에 부합하도록 조정되고 있다. 또한, 보쉬는 지속적으로 자사의 활동이 의미 있는 기여를 할 수 있는 영역을 평가하고 있다.

Driving the Circular Economy through Green Boshi Flea Market

Robert Bosch Korea is committed to environmental responsibility in line with the Bosch Group's sustainability target. The "Green Boshi Flea Market, held at the Yongin head office in June 2025 as a pilot project, brought the Bosch Circular Economy initiative to life. Employees donated pre-loved items, giving them a second life and experiencing the true value of circularity. Volunteers from various departments, known as "Greenies (Ambassadors)", led the event's planning and execution, actively promoting resource reuse and sustainability across the company. All proceeds and unsold items were donated to Beautiful Store. Moving forward, Robert Bosch Korea will continue to grow initiatives like the Green Boshi Flea Market, empowering employees to participate, grow, and make a meaningful impact.

*Bo (보) - from Bosch (보쉬), Shi (시) - from 시장 (Si-jang), meaning 'market' in Korean.

로버트보쉬코리아는 보쉬 그룹의 지속가능성 목표에 발맞춰 환경 책임을 다하고 있다. 2025년 6월 용인 본사에서 시범 사업으로 개최된 그린 보시 벼룩시장은 보쉬 순환 경제 이니셔티브를 구현한 행사였다. 직원들이 사용하던 물품을 기부하여 다시 한번 가치를 부여하고, 순환 경제의 진정한 의미를 체험했다. '그리니(Greenies 앰버서더)'라 불리는 다양한 부서의 자원봉사자들이 행사 기획과 실행을 주도하며, 회사 전반에 자원 재사용과 지속 가능성을 적극적으로 알렸다. 수익금과 판매되지 않은 물품은 모두 아름다운가게에 기부되었다. 앞으로도 로버트보쉬코리아는 그린 보시 벼룩시장과 같은 이니셔티브를 지속적으로 발전시켜, 직원들이 참여하고 성장하며 의미 있는 변화를 만들어 갈 수 있도록 지원할 것이다.



Bridging Workplace Safety and Sustainability through Safety Hero Award



Robert Bosch Korea launched the biennial Safety Hero Award in 2023, a company-wide competition promoting proactive safety efforts across Leadership, Innovation, Teamwork, and Risk Awareness. Open to all employees and inhouse contractors, the program expanded in 2025 to include all domestic subsidiaries — Bosch Electronics, Bosch Rexroth, ETAS Korea, and KB Wiper System — fostering a safety-first culture company-wide. Notably, Kinder Bosch daycare staff and children actively contributed to a safer environment, earning widespread appreciation from employees.

로버트보쉬코리아는 2023년을 시작으로 하여 2년마다 전자 차원의 안전 우수상인 '세이프티 히어로 어워드'를 개최해 오고 있다. 이 대회는 리더십, 혁신, 팀워크, 위험 인식 및 개선이라는 주제 아래 사전 예방적 안전 활동을 장려한다. 이 어워드에는 모든 직원과 사내 협력사 직원 이 참여할 수 있다. 2025년에는 이 프로그램이 보쉬전장, 보쉬렉스로스코리아, 이타스코리아, 케이비와이퍼시스템을 포함한 국내 전 보쉬그룹의 자회사로 확대되어 전사적으로 안전 우선 문화를 더욱 확산시키고 있다. 특히 사내 직장 어린이집 킨더보쉬에서는 직원과 아이들이 함께 안전한 환경 조성에 기여하여 높은 호응을 얻었다.

Leading Workplace Health in the New Normal

In the post-COVID 'new normal', Robert Bosch Korea remains dedicated to fostering a healthy and supportive work environment for all employees. The company has also introduced Inspiring Work Conditions (IWC), which enable flexible working arrangements regardless of location, hours, or methods. To further enhance health and safety beyond the office, Robert Bosch Korea has moved beyond the traditional approach of assigning first-aid responders by location. Instead, the goal is to equip all employees with the skills to perform high-quality CPR (Cardiopulmonary Resuscitation). First-aid training is offered not only to employees at the Yongin headquarters but also to those working at tenant companies. Company leaders, including Robert Bosch Korea's Representative Marcello Lusuadi, actively participate in hands-on training, exemplifying strong leadership in cultivating a resilient, safe, and health-conscious workplace fit for the new era of work. Through their participation in these programs, Bosch Korea hopes employees will extend the benefits of their actions from the workplace to the local community, fostering a safer and healthier society.

포스트 코로나 시대의 '뉴노멀' 환경 속에서 로버트보쉬코리아는 모든 직원이 건강하고 일하기 좋은 근무 환경을 조성하기 위해 꾸준히 노력하고 있다. 이를 위해 장소, 근무 시간, 방식에 구애받지 않는 유연한 근무를 가능하게 하는 '영감을 주는 근무 환경(Inspiring Work Conditions, IWC)'을 도입하였다. 사무실을 넘어 건강과 안전 증진을 위해, 로버트보쉬코리아는 기존의 장소별 응급처치 담당자 지정 방식을 개선하고, 모든 직원이 수준 높은 심폐소생술(CPR)을 수행할 수 있도록 하는 것을 목표로 하고 있다. 응급처치 교육은 용인 본사 직원뿐만 아니라 입주사 직원들에게도 제공되고 있다. 마철훈 루수아르디 사장을 비롯한 회사 리더들은 직접 교육에 참여하며, 새로운 업무 환경에 맞는 회복력 있고 안전하며 건강을 중시하는 직장 문화를 만드는 데 강력한 리더십을 발휘하고 있다. 로버트보쉬코리아는 이러한 프로그램 참여를 통해 직원들의 실천이 직장을 넘어 지역사회로 확산되어, 더욱 안전하고 건강한 사회로 이어지기를 기대하고 있다.



Siemens

SIEMENS

Establishment in Germany 설립연도 1947	Start of Business in Korea 한국지사 설립연도 1967	Number of Employees in Korea 한국 직원수 2,360	Line of Business 사업분야 Manufacturing	Website 홈페이지 www.siemens.co.kr
--	---	---	---	--------------------------------------

Siemens, a leading technology company headquartered in Berlin and Munich, has been driving innovation for nearly 180 years since its founding in 1847, focusing on industry, infrastructure, mobility, and healthcare. With its engineering excellence, quality, innovation, reliability, and internationality, Siemens creates technology to transform the everyday, for everyone – in factories, buildings, grids, trains, and healthcare systems. By combining the real and the digital worlds, Siemens empowers customers to accelerate their digital transformation to become more competitive, resilient, and sustainable, helping to make factories more efficient, cities more livable, and transportation more sustainable. Since its entry into the local market in the 1950s, Siemens Korea (Siemens Ltd. Seoul) has been taking the initiative in expanding business cooperation, investments, R&D, while nurturing local talent in advanced technology sectors and actively engaging in various corporate citizenship programs.

독일 베를린과 뮌헨에 본사를 둔 세계적인 기술 선도 기업 지멘스는 1847년 설립 이래 약 180년 동안 산업, 인프라, 모빌리티, 헬스케어에 역량을 집중하며 혁신을 주도해 왔다. 지멘스는 뛰어난 엔지니어링 역량과 품질, 혁신, 신뢰성, 글로벌 사업 기반을 바탕으로 공장, 빌딩, 전력망, 열차, 의료 시스템 등에 기술을 적용하며 모든 사람들의 일상을 변화시키고 있다. 또한, 현실과 디지털 세계를 결합함으로써 고객의 디지털 전환을 가속화하고, 경쟁력과 회복 탄력성, 지속 가능성을 높이는 데 기여할 뿐 아니라 더 살기 좋은 도시와 높은 효율의 공장, 친환경적인 교통을 만들어 나간다. 1950년대 국내에 진출한 한국지멘스는 국내 사업 협력 및 투자, 연구 개발을 확대하며 첨단 기술 분야 인재 양성에 앞장서는 한편, 다양한 사회공헌 활동을 펼치고 있다.

Transforming the Everyday to Create a Better Tomorrow



Serving society while doing business successfully and sustainably is at the heart of Siemens' strategy. With its "DEGREE" framework, Siemens measures impact through a 360-degree approach to customers, planet and society, and across the company's operations, products and people. DEGREE ambitions map against three key impact areas: Decarbonization & energy efficiency, resource efficiency & circularity, and people centricity & society. Each letter in DEGREE represents six fundamental pillars: Decarbonization, Ethics, Governance, Resource Efficiency, Equity and Employability. Siemens applies high management standards and strategically focuses on these areas, where company's competencies, resources, and employee volunteerism can make a meaningful difference.

사업을 지속 가능한 방식으로 성공으로 이끄는 동시에 사회에 공헌하는 것은 바로 지멘스 전략의 핵심이다. 지멘스는 'DEGREE' 프레임워크를 통해 고객, 지구와 사회, 그리고 지멘스 자체 운영 및 제품, 인력 전반에 걸친 360도 접근 방식으로 영향을 측정한다. DEGREE의 목표는 '탈탄소화 & 에너지 효율성', '자원 효율성 & 순환성', '사람 중심 & 사회'라는 세 가지 핵심 영역에 맞춰져 있으며, DEGREE의 각 글자는 탈탄소화

(Decarbonization), 기업 윤리(Ethics), 경영 관리(Governance), 자원 효율성(Resource Efficiency), 공정성(Equity), 역량 개발(Employability)을 나타낸다. 지멘스는 이러한 영역에 높은 경영 표준을 적용하고 전략적으로 집중하여 회사의 역량과 자원, 임직원들의 참여를 통해 보다 의미 있는 기여를 창출하고 있다.

Invasive Plant Removal ESG Campaign

In May 2025, around 60 employees from Siemens Korea took part in an ESG campaign at Saetgang Ecological Park in Seoul, focused on removing invasive plant species. The initiative aimed to safeguard native habitats and biodiversity by eliminating fast-spreading, allergenic plants such as ragweed, white snakeroot, bur cucumber, and humulus japonicus. Volunteers carried out the cleanup along the waterway and willow forest between Yeouigyo and Seoulgyo Bridges. Through this effort, Siemens Korea reaffirmed its commitment to sustainability and long-term environmental stewardship.

2025년 5월, 한국지멘스 임직원 약 60명이 서울 여의도 셋강생태공원에서 ESG 캠페인에 참여해 생태계 교란 식물 제거 활동을 펼쳤다. 이 캠페인은 토종 생물의 서식지와 생물다양성을 보호하기 위해 빠르게 번식하고 알레르기를 유발할 수 있는 돼지풀, 미국자리굴, 가시박, 환상당굴 등의 유해 식물을 제거하는 데 목적을 둔다. 자원봉사자들은 여의교부터 서울교까지 이어지는 수로와 버드나무 숲 구간에서 해당 식물들을 정리했으며, 한국지멘스는 이번 활동을 통해 지속가능성과 장기적인 환경 보호에 대한 기업의 의지를 다시 한번 강조했다.



First Aid Training to Siemens Korea Employees

From January to March 2025, Siemens Korea organized a series of first aid training sessions at its headquarters and local offices for all employees. Aimed at raising awareness and strengthening employees' abilities to emergency response capabilities effectively in critical situations, the sessions focused on CPR and AED techniques using simulators, emphasizing the importance of immediate action during cardiac arrest. Siemens Korea plans to continue offering such programs to further improve first aid readiness across the organization.

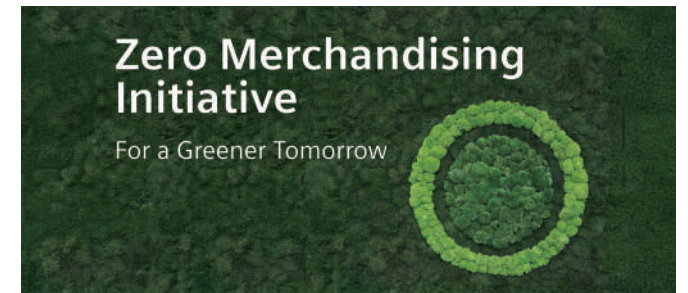
2025년 1월부터 3월까지 한국지멘스는 전 직원을 대상으로 본사 및 지방 사무소에서 응급처치 교육을 실시했다. 이번 교육은 위기 상황에서 효과적으로 대응할 수 있는 직원들의 역량을 강화하고, 응급 상황에 대한 인식을 높이는 것을 목표로 진행되었다. 시뮬레이터를 활용한 심폐소생술(CPR) 및 자동심장충격기(AED) 사용법을 중심으로 구성되었으며, 특히 심정지 발생 시 즉각적인 대응의 중요성을 강조했다. 한국지멘스는 앞으로도 조직 전반의 응급처치 대응력을 향상시키기 위한 교육 프로그램을 지속적으로 제공할 계획이다.



Earth Day Campaign

In celebration of Earth Day in April 2025, Siemens Korea carried out a series of meaningful activities to reaffirm the importance of environmental protection and encourage sustainable practices. Amid growing concerns over climate change, the company emphasized the message that 'small changes in daily habits can lead to positive environmental impact'. Employees actively participated by organizing digital spaces, using reusable containers, opting for public transportation, conserving water, and turning off building lights during lunch hour. With sustainability at the core of all operations, Siemens Korea remains committed to fostering an ethical and responsible organizational culture that contributes to a healthier planet.

2025년 4월 지구의 날을 맞아 한국지멘스는 환경 보호의 중요성을 되새기고 지속가능한 실천을 독려하는 다양한 활동을 펼쳤다. 기후 위기가 점점 심화되고 있는 가운데, '작은 습관의 변화가 환경에 긍정적인 영향을 준다'는 메시지를 중심으로, 한국지멘스 임직원들은 디지털 공간 정리, 대화용기 사용, 대중교통 이용, 물 절약, 점심시간 건물 소등 등 일상 속 실천 가능한 행동들을 실천하였다. 지속가능성을 모든 활동의 핵심 가치로 삼는 한국지멘스는 앞으로도 윤리적이고 책임 있는 조직 문화를 바탕으로 지구를 위한 긍정적인 변화를 만들어 나갈 계획이다.



Zero Merchandizing Campaign

As part of its ongoing commitment to sustainability, Siemens Korea is implementing the company wide 'Zero Merchandising Initiative' to reassess the use of physical resources and transition toward more sustainable operations. This initiative was launched in recognition of the reality that many items produced annually - such as diaries, calendars, and promotional materials - often go unused, remaining in storage or ultimately being discarded. Rather than simply focusing on recycling or donating surplus items, the campaign aims to reduce unnecessary production at its source. Through this effort, Siemens Korea seeks not only to elevate employees' digital mindset, but also to fundamentally reduce carbon emissions and waste generation. This initiative reflects the company's dedication to driving meaningful changes through practical and responsible action.

한국지멘스는 회사에서 사용하는 물적 자원을 다시 한번 성찰하고, 보다 지속 가능한 방식으로 운영하기 위한 노력의 일환으로 '제로 머천다이징(Zero Merchandising)' 이니셔티브를 전사적으로 추진하고 있다. 매년 제작되는 다이어리, 캘린더, 판촉물 등이 실제로는 사용되지 않은 채 보관되거나 폐기되는 경우가 적지 않다는 현실을 인식하면서 시작된 이번 캠페인은, 단순히 남은 물품을 재활용하거나 기부하는 차원을 넘어 불필요한 생산 자체를 줄이는 데 초점을 맞추고 있다. 이를 통해 임직원의 디지털 마인드셋을 한 단계 끌어올리는 동시에, 탄소 배출과 폐기물 발생을 근본적으로 줄이고자 한다. 한국지멘스는 이러한 실천을 통해 의미 있는 변화를 만들어가고 있다.



CO2 Reduction at Siemens Gimpo Factory

At the Siemens Gimpo Factory where smart building and fire safety products are manufactured, photovoltaic panels have been installed and operated to contribute to the reduction of CO2 emissions by approximately 120 tons annually. The factory plans to continue expanding the installation of high-efficiency solar systems. It produces renewable energy on-site, utilizes top-grade energy-efficient HVAC systems, and minimizes total energy consumption by significantly reducing unnecessary usage through individual zone settings. Through these high-efficiency products and solutions, Siemens Korea actively supports the transformation of public and private buildings in Korea into Zero Energy Buildings (ZEB).

스마트 빌딩 및 소방 제품군을 생산하는 한국지멘스 김포공장은 태양광 발전 시스템을 도입하여 연간 약 120톤의 탄소 배출을 감축했으며, 향후에도 고효율 태양광 시스템을 설치를 지속적으로 확대해 나갈 계획이다. 해당 공장은 건물 내에서 재생에너지를 직접 생산하고, 에너지 1등급의 고효율 냉난방 시스템을 활용하며, 개별 구역 설정을 통해 불필요한 에너지 사용을 현저히 줄임으로써 총 에너지 소비를 최소화하고 있다. 한국지멘스는 이러한 고효율 제품 및 솔루션을 통해 국내 공공 및 민간 건물이 ZEB(제로 에너지 빌딩)로 전환될 수 있도록 적극 지원하고 있다.



TÜV SÜD

Establishment in Germany 설립연도	Start of Business in Korea 한국지사 설립연도	Number of Employees in Korea 한국 직원수	Line of Business 사업분야	Website 홈페이지
1866	1994	173	Testing, Inspection, and Certification	www.tuvsud.com/ko-kr

TÜV SÜD entered the Korean market in 1992, launching ISO 9001 certification services and establishing a presence in the form of an agency. In 1994, the Korean subsidiary was founded, and in 2014, TÜV SÜD became the first global testing and certification organization to open a large-scale battery testing facility in Suwon. As of 2025, TÜV SÜD Korea employs about 170 staff members across offices and testing facilities in Yeouido (headquarters), Guro, Suwon, Busan, Daegu, and Shinan. Leveraging German expertise, a global network, and specialized knowledge, TÜV SÜD Korea not only contributes to enhancing product quality and safety throughout Korean society but also supports domestic companies' international market entry through global certifications.

티유브이 슈드는 1992년 ISO 9001 인증 서비스를 한국 시장에 런칭하며 에이전시 형태로 한국 시장에 진출했다. 이후 1994년 한국법인을 설립했고 2014년에는 글로벌 시험인증기관으로서 최초로 수원에 중대형 배터리 시험소를 개소했다. 2025년 현재 티유브이슈드코리아는 여의도 본사를 비롯해 구로, 수원, 부산, 대구, 신안의 사무소 및 시험소에서 약 170명의 임직원이 근무하고 있다. 독일의 기술력과 글로벌 네트워크 및 전문성을 활용하여 한국 사회 전반의 제품 품질 및 안전 증진에 기여할 뿐만 아니라, 글로벌 인증을 수여함으로써 국내 기업의 해외 시장 진출을 지원하고 있다.

Together, TÜV SÜD: Driving Sustainable Impact

Guided by our corporate strategy 2025+, "The Next Level. Together.", TÜV SÜD continues to advance our ESG journey, strengthening our position as a sustainability-driven organization. In shaping our corporate direction, we not only align with business objectives but also place equal emphasis on our societal mission and the environmental impact of our actions. Sustainability and responsibility remain at the heart of everything we do.

In 2025, we are further intensifying our efforts by setting measurable ESG targets, strengthening our partnerships with local communities, and launching new initiatives that extend beyond compliance to create long-term value for society.

Our ambition in social responsibility goes beyond donations we aim to deliver meaningful impact through active participation, long-term collaborations, and projects initiated by our employees worldwide. By promoting and implementing charitable and community-oriented projects, we provide broad support for societal challenges and contribute to the common good.

TÜV SÜD is determined to play a proactive and leading role in the sustainable development of our society not only by supporting, but also by shaping solutions together with our stakeholders.

티유브이 슈드는 2025+ 기업 전략 "The Next Level. Together."에 따라 ESG 목표 달성을 넘어, 지속가능성을 핵심 가치로 하는 조직으로 발전해 나가고 있다. 기업의 방향을 설정할 때 단순히 비즈니스 목표에 그치지 않고, 사회적 사명과 기업 활동이 사회와 환경에 미치는 영향을 함께 고려한다. 지속가능성과 사회적 책임은 티유브이 슈드의 모든 활동에 뿌리내려 있다. 2025년 티유브이 슈드는 측정 가능한 ESG 목표를 설정하고, 지역사회와의 협력을 강화하며, 단순한 준법을 넘어 사회에 장기적 가치를 창출하는 새로운 이니셔티브를 추진했다.

사회적 책임에 있어서 티유브이 슈드의 지향점은 기부 활동을 넘어선다. 임직원의 적극적인 참여, 장기적인 협업, 그리고 자체적으로 발의한 프로젝트를 통해 사회문제 해결에 기여하며, 공공의 이익을 위한 실질적 변화를 만들어가고자 한다.

티유브이 슈드는 사회의 지속 가능한 발전을 위해 단순히 지원하는 수준을 넘어, 이해관계자와 함께 해법을 형성하고 주도하는 역할을 이어갈 것이다.

TÜV SÜD Korea Launches Regional CSR Campaign with Ap-hae Elementary School in Shinan: "Together, TÜV SÜD"



On August 22, TÜV SÜD Korea carried out its regional CSR campaign, "Together, TÜV SÜD" at Ap-hae Elementary School in Shinan, Jeollanam-do, in line with the ongoing wind power development project in the region. The campaign focused on two key initiatives:

- Wind energy education for all students
- A development fund to nurture future talent

The goal was to expand learning opportunities for local children and foster the next generation of talent in the era of energy transition.

The wind energy education program was tailored to different grade levels. Younger students created learning tools to experience the principles of wind power firsthand, while older students participated in advanced lessons that included discussions and presentations to deepen their understanding. The sessions were led by Munbeom Heo, Team Leader of the IS GES at TÜV SÜD Korea, and received enthusiastic participation from the students.

On the same day, during the opening ceremony of the school's new multi-purpose auditorium, Jung-Wook Seo, CEO of TÜV SÜD Korea, donated a development fund. The contribution will be used to support the education and growth of future local talent.

This initiative also drew media attention. On August 22, Mokpo MBC News reported on the wind power education provided to 18 students of Ap-hae Elementary School and the donation of a development fund, highlighting the significance of TÜV SÜD Korea's regional coexistence CSR campaign.

글로벌 시험인증기관 티유브이슈드코리아는 전남 신안군에 조성 중인 풍력 발전 사업과 보조를 맞춰, 지난 8월 22일 신안군 압해동초등학교에서 지역 상생 CSR 캠페인 '투게더, 티유브이슈드(Together, TÜV SÜD)'을 진행했다. 이번 캠페인은 전교생 풍력 에너지 교육과 미래 인재 육성을 위한 발전기금을 주요 내용으로 하며, 지역 아동의 학습 기회 확대와 에너지 전환 시대의 지역 인재 양성을 목표로 전개되었다. 전교생 대상 풍력 발전 교육은 학년별 수준에 맞추어 진행되었다. 저학년 학생들은 교구를 직접 제작하며 풍력 발전의 원리를 체험했고, 고학년 학생들은 심화 교육을 받은 뒤 토론과 발표를 통해 배운 내용을 공유했다. 교육은 티유브이슈드코리아 인더스트리 서비스(Industry Services) 부서의 허문범 부장이 맡아 학생들의 높은 호응을 얻었다.

같은 날 진행된 압해동초등학교 다목적 강당 개관식에서 서정욱 대표이사가 발전기금을 전달했다. 해당 기금은 지역 미래 인재 육성에 활용될 예정이다.

이번 활동은 언론에서도 주목받았다. 목포MBC 뉴스는 8월 22일 보도를 통해 압해동초등학교 학생 18명을 대상으로 한 풍력 발전 교육과 발전기금 기탁 소식을 전하며, 티유브이슈드코리아의 지역 상생 CSR 캠페인의 의미를 알렸다.



TÜV SÜD Korea Participated in a Harmony Marathon with the Visually Impaired



On September 7, TÜV SÜD Korea participated in the 11th "Harmony Marathon for the Visually Impaired," held at Sangam World Cup Park in Seoul, South Korea. As part of its corporate social responsibility (CSR) efforts, TÜV SÜD Korea joined the event again this year, donating sports towels for visually impaired participants. In addition, employees volunteered as guide walkers, supporting visually impaired runners in completing the 5 km walking course.

지난 9월, 서울 상암 월드컵 공원 평화광장에서 열린 '제11회 시각장애인과의 함께하는 어울림 마라톤대회'에 티유브이슈드코리아 임직원과 가족이 참여했다. 티유브이슈드코리아는 사회공헌활동(CSR)의 일환으로 이번 대회에 참가했으며, 올해도 시각장애인 참가자를 위해 스포츠 타월을 기부했다. 또한, 임직원들은 도우미(가이드 워커)로 참여해 시각장애인 참가자들의 5km 걷기 코스 완주를 지원했다.

TÜV SÜD Korea and Soongsil University Launch 'Energy Talent Development R&D Field Training Program'

On September 29, TÜV SÜD Korea, in collaboration with the Soongsil University Industry-Academic Cooperation Foundation, conducted the "Energy Talent Development R&D Field Training Program". This program aims to support the development of future talents in Korea's energy policy and technology convergence sectors, while also contributing to strengthening TÜV SÜD Korea's employer brand and building a talent pipeline for securing outstanding professionals.

A total of eight undergraduate and graduate students from Soongsil University participated in the program, which was held from September 29 to October 1, over three days and 20 hours. Hosted at TÜV SÜD Korea's Yeouido headquarters, the program offered participants hands-on opportunities to experience and learn about TÜV SÜD Korea's key businesses and brand.

Through this collaboration, TÜV SÜD Korea seeks to not only foster specialized professionals in the energy field.

지난 9월, 티유브이슈드코리아는 송실대학교 산학협력단과 함께 '에너지인력양성사업 R&D 현장 실습 프로그램'을 진행했다. 이번 프로그램은 국내 미래 에너지 정책 및 기술 융합 분야 인재 양성을 지원하고, 동시에 티유브이슈드코리아의 고용주 브랜드(Employer Brand) 제고와 우수 인재 확보를 위한 Talent Pipeline 구축에 기여할 것으로 기대된다.

프로그램에는 송실대학교 학부생 및 대학원생 8명이 참여하였으며, 9월 29일부터 10월 1일까지 3일간, 총 20시간에 걸쳐 진행되었다. 티유브이슈드코리아 여의도 본사에서 진행된 이번 프로그램을 통해 참가자들은 티유브이슈드코리아의 주요 비즈니스와 브랜드를 직접 체험할 수 있는 현장 실습 과정에 참여했다.

티유브이슈드코리아는 이번 협력을 통해 에너지 분야 전문 인력 양성과 더불어, 미래 인재와의 교류를 확대하여 사회적 책임을 다하는 동시에 기업의 대외 이미지를 강화해 나갈 계획이다.





Establishment in Germany 설립연도 1860	Start of Business in Korea 한국지사 설립연도 2012	Number of Employees in Korea 한국 직원수 80	Line of Business 사업분야 Manufacturer and provider of flexible elastomeric foam and aerogel	Website 홈페이지 www.armacell.com/ko-KR
--	---	--	--	---

As the inventor of flexible foam for equipment insulation and a leading provider of engineered foams, Armacell develops innovative and safe thermal and mechanical insulation solutions that create sustainable value for its customers. Armacell's products significantly contribute to driving energy efficiency worldwide. With more than 3,300 employees and 26 production plants in 20 countries, Armacell operates two main businesses, Advanced Insulation and Engineered Foams. Armacell focuses on insulation materials for technical equipment, high-performance foams for acoustic and lightweight applications, recycled PET products, next-generation aerogel technology and passive fire protection systems.

세계 최초 설비 단열용 고무발포 단열재의 발명기업이자 엔지니어드 폼의 선두 기업인 아마셀은 지속 가능한 가치를 창출하는 혁신적이고 안전한 단열, 방음 및 설비용 솔루션을 개발하고 있다. 아마셀 제품은 전 세계적으로 에너지 효율성을 향상시키는데 크게 기여하고 있다. 당사는 20개국, 26개 제조 시설에서 3,300여 명의 임직원과 함께 고성능 단열재와 엔지니어드 폼을 주요 사업 군으로 운영하고 있으며 설비용 고급 단열재와 첨단 기술이 접목된 경량 애플리케이션을 위한 고성능 폼, 재활용 PET, 그리고 차세대 에어로젤 블랭킷 기술 및 패시브 화재 방지 시스템을 적용한 제품 개발에 집중하고 있다.

Sustainability : Driving Energy Efficiency

DRIVING ENERGY EFFICIENCY – our new tagline reflects the growing global awareness of the need for more energy-efficient solutions. But since day one, Armacell has been driving energy efficiency through energy-saving solutions for technical equipment. Our investments in innovative insulation technology and human expertise are fuelling advances in energy efficiency, preserving resources and contributing to a more sustainable future.

DRIVING ENERGY EFFICIENCY – 아마셀의 새로운 태그라인은 보다 에너지 효율적인 솔루션에 대한 전 세계적인 인식이 커지고 있음을 반영하고 있다. 아마셀은 기술 장비를 위한 에너지 절약 솔루션을 통해 에너지 효율성을 꾸준히 추진해왔다. 혁신적인 단열 기술과 인적 전문성에 대한 아마셀의 투자는 에너지 효율성 향상을 촉진하고, 자원을 보존하며, 보다 지속 가능한 미래에 기여하고 있다.

Highlight of CSR Activities

In celebration of Global Armacell Day 2025, we participated in a programme held at the Cheonan Institute of Science & Technology Platform. Aligned with this year's theme, 'Driving Energy Efficiency and Bright Ideas for 2025', the event featured training on carbon emissions reduction and an upcycling activity. These experiences strengthened our understanding of how each of us can contribute to a more sustainable future.

The first session was a special lecture titled "The Story of Plastic", delivered by Professor Minji Han from the Korea Legislation Research Institute. We gained valuable insights about the environmental and social impacts of plastic use, and policy directions aimed at achieving carbon neutrality.

The second session was a hands-on activity where we crafted card wallets using leftover leather pieces. This upcycling exercise demonstrated how value can be created beyond conventional recycling, reinforcing the notion that every "Bright Idea" has the potential to support carbon neutrality.

At Armacell, we are committed to developing sustainability-driven solutions and embedding sustainability principles into our business strategy. Through initiatives such as the Global Armacell Day, we continue to foster a culture of sustainability, innovation, and shared responsibility, empowering our teams to make a meaningful impact on the journey towards a more sustainable future.



2025 Global Armacell Day를 맞이하여 천안 과학 산업진흥원에서 열린 프로그램에 참여했다. 올해 주제인 'Driving Energy Efficiency and Bright Ideas for 2025'에 맞춰 탄소 배출 저감 교육과 업사이클링 활동이 진행되었다. 이를 통해 개인이 보다 지속 가능한 미래에 어떻게 기여할 수 있는지에 대한 이해를 높이는 계기가 되었다.

첫 번째 프로그램으로 한국법제연구원 한민지 교수님의 '플라스틱 이야기' 강의를 들으며 플라스틱 사용이 환경과 사회에 미치는 영향과 탄소중립 달성을 위한 정책 방향에 대해 배웠다.

두 번째는 폐가족 조각으로 카드 지갑을 제작하는 실습 프로그램이었다. 이 업사이클링 활동은 단순한 재활용을 넘어 가치가 창출될 수 있음을 보여주었고, 모든 'Bright Idea'가 탄소중립을 실현할 잠재력을 지닌다는 인식을 강화했다.

아마셀은 지속 가능성 중심의 솔루션을 개발하고, 지속 가능성 원칙을 경영 전략에 반영하고자 한다. 또한 Global Armacell Day와 같은 활동을 통해 지속 가능성과 혁신, 공동 책임의 문화를 조성하며, 보다 지속 가능한 미래를 향한 여정에 의미 있는 변화를 만들어 갈 수 있도록 지원하고 있다.



Establishment in Germany 설립연도 1948	Start of Business in Korea 한국지사 설립연도 2014	Number of Employees in Korea 한국 직원수 91	Line of Business 사업분야 Official importer and distributor of Porsche in Korea	Website 홈페이지 www.porsche.com/korea/ko
--	---	--	---	---

Porsche Korea Ltd. (CEO, Mathias Busse), the 17th subsidiary of parent company Dr. Ing h.c. F. Porsche AG, which marks its 77th anniversary this year, has been introducing various products to the Korean market, including the iconic 911, the all-electric sports car Taycan. With four authorized dealer partners, Porsche is running 13 Porsche Centres, 15 Porsche Service Centres, 5 Porsche Approved Centres, and 5 Porsche Studios.

포르쉐코리아는 올해 브랜드 탄생 77주년을 맞은 포르쉐 AG의 17번째 자회사로, 스포츠카의 아이콘 911을 비롯해 순수 전기 스포츠카 타이칸 등 다양한 제품을 국내 시장에 선보이고 있다. 현재 4개 공식 딜러사와 함께 전국에 13개 포르쉐 전시장과 15개 서비스센터, 5개의 포르쉐 인증 중고차 센터, 5개의 포르쉐 스튜디오를 운영하고 있다.

Porsche Korea CSR Campaign 'Porsche Do Dream'

With Porsche's brand identity 'Dream' as the concept, the 'Porsche Do Dream' campaign was designed to provide practical help to beneficiaries, encompassing socially vulnerable people who need assistance. In addition, Porsche Korea, which is a brand receiving great love in the Korean market, added the meaning of 'knocking on the door' to take one step closer to Korean society. Porsche Korea will gradually expand its authentic social responsibility activities, which correspond to the core values of Porsche, including 'Humanitarian', 'Talent', 'Education', 'Environment', and 'Sustainability.'

'포르쉐 두드림(Do Dream)' 캠페인은 포르쉐의 브랜드 정체성인 '꿈'을 콘셉트로, 따뜻한 손길이 아쉬운 사회 취약계층과 수혜자들에게 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.

Highlight of CSR Activities

Since 2017, Porsche Korea has actively carried out various social contribution programs. This year, ten programs were implemented under five themes. In the education sector, the 'Dream Up' program supported 78 children from socially vulnerable backgrounds, including arts and sports scholarship recipients and youth transitioning out of protective care, helping them pursue their dreams.

As part of its youth talent development program, Porsche Korea is running the 'Porsche Turbo for Dreams', providing ballet and football talents with opportunities to strengthen their capabilities and broaden their horizons through global experiences. In addition, Porsche Korea continues to donate for the systematic preservation and succession of Korea's important cultural heritage and, in partnership with the Make-A-Wish Foundation, fulfils the wishes of children with critical illnesses. This year, six children were supported to help them maintain hope and pursue their dreams. Porsche Korea is also committed to biodiversity and eco-friendly spaces through programs such as 'Dream Circle', 'Dream Park', 'Believe in Dream'.

Through the 'Do Dream' program, Porsche Korea has supported over 30,000 beneficiaries across 134 organizations with donations totaling approximately 9.8 billion KRW over the past nine years. Going forward, the company will continue introducing various initiatives that create a positive impact on society in the future.

포르쉐코리아는 2017년부터 다양한 사회공헌 활동을 전개하고 있으며, 올해는 5가지 주제 아래에 10개의 사회공헌 프로그램을 운영했다. 교육 분야의 '드림 업' 프로그램을 통해 예체능 장학생과 보호 종료 청소년 등을 포함한 총 78명의 사회 취약계층 아동을 지원하며 그들이 꿈을 키울 수 있도록 도왔다.

인재 아동 양성 프로그램의 일환으로 터보 포 드림을 실시하여 발레와 축구 유망주 아이들에게 역량 강화와 글로벌 무대 경험의 기회를 제공했다. 또한 한국 중요 국가유산의 체계적인 보존과 전승을 위한 기부활동을 이어가고 있으며, 매년 Make-A-Wish 재단과 협력해 난치병 환아들의 소원을 이뤄주는 활동도 지속하고 있다. 올해에는 6명의 아이들이 희망을 잃지 않도록 꿈을 응원했다. 더블어 드림 서울, 드림 파크, 빌리브 인 드림 등 여러 프로그램을 바탕으로 생물 다양성 보존과 자연 친화적 공간 조성에도 힘쓰고 있다. 포르쉐코리아는 '두드림' 프로그램을 통해 9년 동안 134단체와 3만 명 이상의 수혜자들에게 약 98억 이상의 기부금을 지원하였으며 앞으로도 사회에 선한 영향력을 일으킬 수 있는 다양한 프로그램을 선보일 예정이다.



KGCCI



Establishment in Germany 설립연도 1894	Start of Business in Korea 한국지사 설립연도 1981	Number of Employees in Korea 한국 직원수 26	Line of Business 사업분야 Business association	Website 홈페이지 www.kgcci.com
--	---	--	--	----------------------------------

The Korean-German Chamber of Commerce and Industry (KGCCI) has been serving as an official representative of German Business in Korea since its foundation in 1981. It is the second-largest foreign chamber of commerce in Korea with a network of around 500 members. As the first point of contact for German and Korean companies exploring business opportunities in each country, KGCCI and its subsidiary KGCCI DEInternational serve as a communication channel and offer professional services to support market entry and expansion. The services include, among others, market research, business partner matching, trade fair business, delegation trips, and investment promotion. Additionally, KGCCI supports governmental initiatives such as the Korean-German Energy Partnership and contributes to Korean society through its various initiatives such as Ausbildung (Dual Vocational Training) and WIR (Women in Korea) Mentorship.

주한독일상공회의소(KGCCI)는 1981년 설립 이래 대한민국과 독일연방공화국 간 경제교류 활성화 업무를 수행해 왔다. 주한 외국상공회의소 중 두 번째로 큰 규모를 자랑하며 회원사는 약 500여곳이다. 독일 경제 및 산업에 대한 대표성을 가지는 KGCCI는 한국과 독일에서 사업 기회를 모색하는 양국 기업의 중요 소통 창구이자 시장 진입 및 사업 확장을 위한 비즈니스 파트너로 자리매김했다. KGCCI는 자회사 KGCCI디인터네셔널과 더불어 시장 조사와 사업 파트너 발굴, 박람회 참가 지원, 투자 유치, 산업시찰 프로그램 등의 전문 서비스를 제공하며 한-독 에너지 파트너십 등의 정부 주도 양자 협력 사업을 지원하고 있다. 나아가 독일식 일·학습병행 인재양성 프로그램인 아우스빌둥(Ausbildung), 여성 리더십 증진을 위한 위어(WIR, Women in koRea) 멘토십 등 다양한 이니셔티브를 통해 한국 사회에 기여하고 있다.

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” 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 healthcare support and environmental protection to the support of underprivileged children, people with disabilities, and many more. German companies have shown that they are active and engaged in their local Korean communities.

KGCCI supports governmental initiatives such as the Korean-German Energy Partnership and contributes to Korean society through its various initiatives such as Ausbildung (Dual Vocational Training) and WIR (Women in Korea) Mentorship. KGCCI belongs to the global German Chamber Network Abroad (AHK) with more than 150 German Chamber offices in 93 countries and over 50,000 members worldwide. Its umbrella organization is the German Chamber of Industry and Commerce (DIHK) with offices in Berlin and Brussels, serving the 79 Chambers in Germany (IHK) and their 3.6 million German member companies.

독일 기업들은 “기업의 사회적 책임(CSR)”라는 용어가 탄생하기 훨씬 전부터 이와 관련해 오래된 관례를 가지고 있다. ‘존경받는 상인’이라는 개념은 지난 몇 세기 동안 독일 기업과 상공회의소들의 주요 원칙으로 여겨지고 있다. 이 개념에 따라 상인은 지역 사회에 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. 독일 기업의 CSR활동은 그 형태가 수없이 많고 다양하다. 의료 지원, 환경 보호부터 사회 취약계층 지원까지 독일 기업들은 한국 지역사회에 적극적으로 관련하고 있는 모습을 보여주고 있다.

KGCCI는 한-독 에너지 파트너십 등의 정부 주도 양자 협력 사업을 지원하고 있다. 나아가 독일식 일·학습병행 인재양성 프로그램인 아우스빌둥(Ausbildung), 여성 리더십 증진을 위한 위어(WIR, Women in koRea) 멘토십 등 다양한 이니셔티브를 통해 한국 사회에 기여하고 있다. KGCCI는 전 세계 93개국 150개소에 달하는 외국 주재 독일상공회의소(AHK) 네트워크에 속해있다. 상부 단체인 독일상공회의소(DIHK)는 독일 내 79개 지역 상공회의소를 두고 회원사 약 360만 곳을 확보하고 있다.

Joint CSR “Guide Walkers” (2023~)

KGCCI hosted “Guide Walkers” joint CSR event on September 7, 2025, at Sangam World Cup Park in Seoul, South Korea. This year’s event marked a milestone, with over 700 colleagues and partners from KGCCI and its member companies joining as “Guide Walkers” for individuals with visual impairments at the 11th Harmony Marathon with the Visually Impaired, co-organized by Seoul Disabled Sports Association and KGCCI. Launched in 2023 to commemorate 140th anniversary of Korea-Germany diplomatic relations, the Guide Walkers initiative has grown annually, reaching its largest turnout in 2025.

The event brought together prominent leaders and public figures, including Joern Beissert, Deputy Head of Mission at the German Embassy Seoul; Marie Antonia von Schönburg, President & CEO of KGCCI; HaJoong Chung, KGCCI Vice Chairperson and President & CEO of Siemens Korea; May Young-Mi Kim, President of Henkel Korea; Jisook Lee, Managing Director of Bayer CropScience; David Jones, Head of Offshore Development & Country Manager Korea of RWE Renewables Korea; Tai Yoen Choi, Representative Director of Armacell Korea; other KGCCI board members, Yeaji Kim, a member of the National Assembly; Sooyoung Choi, singer-actress from Girls’ Generation and goodwill ambassador for the Harmony Marathon; and Joo-ho Park, former Borussia Dortmund football player and Korean national football player.

At the opening ceremony, Beissert praised the initiative: “It is truly inspiring to see the German-Korean community come together in such record numbers for the joint CSR initiative Guide Walkers. This event beautifully embodies our shared values of social responsibility and inclusion. By walking side-by-side, we are not

just guiding but also learning from one another. Every step we take together is a powerful stride towards a more inclusive future.”

Alongside KGCCI and the German Embassy in Seoul, over 30 KGCCI member companies actively supported the event, including Armacell Korea, AUMOVIO Korea, BASF Korea, Bayer Korea, Boehringer Ingelheim Korea, Brita Korea, Crown Worldwide Korea, EEW Korea, German Trade & Invest, Goethe-Institut Korea, Henkel Korea, LBBW, Merck Korea, Robert Bosch Korea, RWE Renewables Korea, Siemens Korea, TK Elevator Korea, TRUMPF Korea, TÜV NORD Korea, TÜV SÜD Korea and Yulchon LLC.

As part of its commitment, KGCCI donated 200 white canes for the visually impaired, and all participation fees were allocated to improving transportation accessibility for this community. Henkel Korea and TÜV SÜD Korea donated their products for all participants, while Bayer Korea and Merck Korea operated their event booths product sampling and engagement.

Hyun-Nam Park, Korean Chairperson of KGCCI & Chief Country Officer of Deutsche Bank Group Korea, said: “With the record participation this year, KGCCI’s joint CSR initiative has firmly established itself as a leading platform where Korean and German companies have been putting the values of inclusion and solidarity into practice for three consecutive years. KGCCI will continue to uphold its social responsibility and open the way for more people to walk this journey together.”





Hyung-seok Cho, President of the Seoul Blind Sports Association, added: "Thanks to KGCCI, its member companies, volunteers, and participants, this event was a great success. This program uniquely brings together people with and without disabilities, and I hope it continues to thrive for years to come."

KGCCI는 시각장애인과 함께하는 사회공헌 활동에 역대 최대 규모로 참여했다. 지난 9월 서울 상암동 월드컵공원에서 열린 '제11회 시각장애인과 함께하는 어울림 마라톤 대회'에 공동 주관으로 참여해 회원사 임직원과 가족 700여명이 참여해 시각장애인들의 가이드 워커(Guide Walker) 역할을 수행했다.

행사에는 정하중 KGCCI 부회장 (한국지멘스 대표), 김영미 헨켈코리아 대표, 이지숙 바이엘크롭사이언스 코리아 대표, 최태연 아마셀코리아 대표, 데이비드 존스 RWE 리뉴어블즈 코리아 지사장, 이경재 한국 머크 대표, 이우석 한국바스프 대표이사, 성인모 티유브이슈드코리아 상무 등 KGCCI 이사진 등 주요 기업 경영진이 대거 참석했다. 또한 김예지 국회의원, 어울림 마라톤의 홍보대사인 소녀시대 가수 겸 배우 최수영, 전 축구 국가대표 박주호 선수와 가족, 방송인 김혜선·스테판 한·독 부부, 에바 포피엘 등 연예인들도 함께 의미를 더했다.

외른 바이셔트 주한독일부대사는 축하에서 "한·독 커뮤니티가 이렇게 큰 규모로 함께한 모습은 감동적"이라며, "사회적 책임과 포용이라는 우리의 공통 가치를 보여주는 행사"라고 평가했다. 그는 "함께 걸으며 서로를 배우는 시간이 됐으며, 한 걸음 한 걸음이 더 포용적인 미래를 향한 발걸음"이라고 덧붙였다.



KGCCI는 시각장애인을 위한 흰지팡이 200여개를 기부했으며, 헨켈코리아와 티유브이 슈드는 참가자들을 위한 기념품을 전달했다. 헨켈코리아는 전자 태그를 부착한 생활용품 전시를 통해 시각장애인들이 제품을 쉽게 구별할 수 있도록 했으며, '점자 책갈피 만들기' 체험 프로그램을 운영했다. 바이엘 코리아는 멀티비타민 '베로카' 시음 이벤트를, 한국머크는 회사 역사 퀴즈와 난임 관련 정보 제공 부스를 운영했다.

행사에는 KGCCI 회원사인 독일무역투자진흥처(GTAI), 로버트보쉬코리아, 바이엘 코리아, 법무법인 율촌, 브리타 코리아, 아마셀코리아, 아우모비오(구.몬티넬), 주한독일문화원, 크라운 월드와이드, 티케이엘리베이터코리아, 한국머크, 한국바스프, 한국베링거인겔하임, 한국지멘스, 한국트럼프, 헨켈코리아, EEW코리아, LBBW, RWE 리뉴어블즈 코리아, TÜV NORD, TÜV SÜD 등 약 30여개 기업과 기관이 함께 참여했다. 참가비는 시각장애인의 이동권 개선 및 실명예방연구 발전기금을 위해 전액 기부될 예정이다.

박현남 KGCCI 회장(도이치은행 그룹 한국대표)은 "올해 역대 최대 인원이 함께하며 어울림 마라톤은 3년째 한국과 독일 기업이 포용과 연대의 가치를 실천하는 대표적 장으로 자리매김했다"며 "주한독일상공회의소는 앞으로도 사회적 책임을 다하고 더 많은 이들이 동행할 수 있는 길을 열겠다"고 강조했다.

조형석 서울시각장애인스포츠연맹 회장도 "성공적인 대회 개최를 가능케 한 주한독일상공회의소와 회원사, 자원봉사자들에게 감사드린다"며 "앞으로도 시각장애인과 비장애인이 함께하는 의미 있는 대회로 발전하기를 기대한다"고 전했다.



MoU with Seoul Blind Union to Expand Joint CSR for the Visually Impaired



KGCCI는 서울특별시시각장애인연합회와 시각장애인을 위한 사회공헌 프로젝트 추진을 위해 업무협약(MOU)을 체결했다. 이번 협약은 2023년 한독수교 140주년을 기념해 회원사들과 함께 참여했던 '어울림 마라톤'의 성과를 기반으로 하고 있다. 2024년 '제 10회 어울림 마라톤 대회'에서 회원사 임직원 460여 명이 5km 걷기 부문에 참여해 시각장애인과 함께 걸으며 의미 있는 연대의 장을 만들었다. 양 기관은 이번 협약을 계기로 '제 11회 시각장애인과 함께하는 어울림 마라톤'을 공동 주관하고, 시각장애인을 위한 다양한 사회공헌 활동과 인식 개선 캠페인을 함께 펼쳐 나갈 예정이다.

KGCCI has signed a Memorandum of Understanding (MoU) with Seoul Blind Union to deepen their cooperation and advance joint CSR efforts focused on inclusion and support for individuals with visual impairments. The MoU, signed on April 30th, marked a meaningful milestone in KGCCI's growing social impact agenda and underscored the German business community's collective commitment to creating a more inclusive and compassionate society in Korea beyond business. This partnership builds upon the success of the "KGCCI Joint CSR Guide Walkers" event held in August 2024. More than 450 participants from KGCCI member companies and partners served as guide walkers at the 10th Harmony Marathon for the Visually Impaired. Originally launched in 2023 to mark the 140th anniversary of Korean-German diplomatic relations, the joint initiative has become a flagship symbol of Korean-German solidarity and community engagement. Under this partnership, KGCCI and the Seoul Blind Union co-hosted the 2025 Harmony Marathon and related awareness events, coordinating joint CSR activities supporting the visually impaired.

DEI Commitment with ‘Dialogue in the Dark’ Partnership

KGCCI signed a Memorandum of Understanding (MoU) with NVISIONS (operating Dialogue in the Dark) to strengthen their partnership and advance shared values of inclusion, diversity, and responsible business practices. This partnership marks a significant milestone in KGCCI's efforts to foster diversity, equity, and inclusion (DEI) through impactful CSR programs. Originating in Germany, Dialogue in the Dark is globally recognized for its immersive exhibitions and experiential workshops led by visually impaired guides in complete darkness. This MoU underscores KGCCI's expanding commitment to creating social value through its CSR initiatives, reinforcing its dedication to community engagement beyond the business sphere. As part of the MoU, NVISIONS and KGCCI offered member companies and their partners the opportunity to participate in Dialogue in the Dark workshops ahead of the 2025 KGCCI Joint CSR 'Harmony Marathon'. These workshops helped participants build a deeper understanding of their supportive role as guide walkers for individuals with visual impairments, while also providing companies a meaningful way to put their DEI values into action and cultivate inclusive leadership and team cultures.



KGCCI는 체험형 전시 '어둠속의대화(Dialogue in the Dark)'를 운영하는 주식회사 엔비전스와 다양성·형평성·포용성(DEI) 증진을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다. '어둠속의대화'는 1988년 독일에서 시작되어 전 세계 약 1,200만 명이 참여한 체험 전시로, 빛이 완전히 차단된 공간에서 참가자들이 전문 가이드의 안내를 받으며 청각, 촉각, 후각 등 시각 이외의 감각을 활용해 경험하는 참여형 전시이다. 이번 협약에 따라 KGCCI는 지난 6월과 7월, 회원사를 대상으로 '어둠속의대화' 특별 워크숍을 진행했다. 해당 프로그램은 KGCCI가 서울특별시시각장애인연합회와 함께 공동 주최하는 '제11회 시각장애인고 함께하는 어울림 마라톤'의 사전 행사로 마련됐다. 참가자들은 워크숍을 통해 걷기 도우미로서 보다 깊은 공감과 이해를 바탕으로 활동을 이어가게 되었다. 특히 이번 프로그램은 시각장애인에 대한 인식을 개선하고, 기업이 DEI 가치를 실천할 수 있는 계기를 제공했다는 점에서 큰 의미가 있었다. 약 100분간 진행되는 전시는 단순한 체험을 넘어 포용적 조직문화 확산에도 긍정적인 영향을 미쳤다.

Women in koRea (WIR) Mentorship Program (2018~)



KGCCI's Women Leadership Group "Women In koRea" (WIR – pronounced 'we are') is a mentorship program that consists of an international network of woman managers from all industries and countries. First launched in 2018 with a primary focus on gender, generations and geography, it aims to identify leadership potential of local female professionals and enables them to develop and use a value-based leadership approach.

On March 7, WIR group held a successful kick-off event, marking its 7th edition of annual mentoring program. Jointly hosted by the Embassy of Switzerland in Korea, the kick-off event brought together over 80 participants, including women executive mentors and mentees from various sectors and organizations, as well as women ambassadors in Korea. Distinguished attendees included H.E. Dagmar Schmidt Tartagli, Ambassador of Switzerland to Korea; Joern Beissert, Deputy Ambassador of German Embassy in Korea; H.E. Peter van der Vliet, Ambassador of the Netherlands to Korea; H.E. Emmy Jerono Kipsoi, Ambassador of Kenya to Korea; H.E. Sindiswa Ntombolimo Mququ, Ambassador of South Africa to Korea; and Dr. Shiva Maya Tumbahamphe, Ambassador of Nepal to Korea; and Yeaji Kim, a member of the Korean National Assembly.

주한독일상공회의소의 여성 리더십 단체 "Women In koRea"(WIR"위어"/ 독일어: "우리")는 2018년 최초로 출범해 산업과 국가를 막론한 여성 경영자들의 국제적 네트워크로서, 성(gender), 세대(generations)와 지리 (geography)에 중점을 두고 국내 여성 직원들의 리더십 잠재력을 발굴하고 가치 중심의 리더십을 이끌어 내는 활동을 하고 있다.

지난 3월 KGCCI는 주한스위스대사관과 함께 2025년 세계 여성의 날 기념 행사를 개최했다. 이 행사는 WIR 멘토십 프로그램에 선발된 7기 멘티를 축하하고, 다양한 분야에서 활약하는 멘토들의 기여를 조명하며, 여성 리더십 강화를 위한 협력과 연대의 중요성을 강조하기 위해 이 행사는 마련됐다. 이날 행사에는 다그마 슈미트 타르탈리 주한스위스대사, 요른 바이서트 주한독일부대사, 페터르 반 데르 플리트 주한네덜란드대사, 신디스와 은툼볼리모 음쿠쿠 주한남아프리카공화국대사, 시버 마야 톰바함페 주한네팔대사, 김예지 국회의원, 윌릭스 칼코스키 KGCCI 부사장을 비롯해 교보생명, 도이치은행, 바이엘 코리아, 브리타, 성주재단, 오스뮈 인스티튜트 코리아, 자이스코리아, 지멘스에너지, 한국베링거인겔하임, 헨켈 코리아, LBBW 서울지점, RWE 리뉴어블즈 코리아 등 정재계 여성 리더들과 임직원 80여 명이 참석했다.

Plogging for Greener Seoul



On June 15, KGCCI co-hosted a plogging event together with Pickup Luck and the German Embassy Seoul at the KGCCI premises. More than 30 participants joined the event, including Marie Antonia von Schönburg, President & CEO of KGCCI, who actively took part. The program began with a warm welcome by Ms. Juhee Jung, founder of Pickup Luck, followed by inspiring remarks from Jorn Beissert, Deputy Ambassador of the German Embassy, and Marie Antonia von Schönburg, underlining KGCCI's strong commitment to sustainability and cross-sector collaboration in shaping a greener future. Participants engaged in a short presentation on climate issues, networking opportunities, and a quiz session, where winners received eco-friendly prizes. The plogging walk around Gyeongbokgung Palace encouraged everyone to roll up their sleeves and contributed to a cleaner and greener Seoul.



지난 6월 KGCCI는 '정주는 준준강'과 주한독일대사관과 함께 플로깅 행사를 공동 개최했다. 마리 안토니아 폰 쉐부르크 KGCCI 대표를 비롯해 약 30여 명의 참가자들은 독일의 재생에너지 및 기후변화 관련 발표와 퀴즈 세션을 통해 기후위기 대응과 실천 방안에 대해 활발히 논의한 후, 경복궁 인근에서 플로깅 활동을 진행했다. 플로깅은 조깅과 쓰레기 줍기를 결합한 환경보호 운동으로 참가자들은 직접 거리 청소로 나서며 서울의 환경 개선에 기여했다.

Join WIR

Mentorship Program



Connect, Collaborate, Thrive

KGCCI's "Women In koRea" (WIR - pronounced "we are" and also meaning "we" in German) is a mentorship program which consists of international network of women professionals from all sectors of industry and country. First launched in 2018 with a primary focus on gender, generation, and geography, it aims to identify leadership potential of local female professionals and enables them to develop and facilitate a value-based leadership approach.

Benefits

C-Level, Middle & Junior Level

Join a group tailored to your career stage

Networking

Build strong and diverse professional networks

Skills

Enhance your skills through workshops and mentorships

Application Guideline

Criteria

- Mentee : Middle Level (5-10 years experience)
- Junior Level (2-5 years experience)

Qualification

Anyone who are interested in career development and women empowerment

Requirement

Participating in at least four events during a year is mandatory for all mentors and mentees.

Application

Applications are accepted through the website on a rolling basis.

- Submission Deadline : Every January 31st
- Result : Mid-February



Speaker Inquiries & Partnership
Email: wir@kgcci.com

Begin your Sustainable Development of
Human Resources with KGCCI!

Berufsbildung (Vocational Training)
Train the Trainer (AdA International)

Your Future Employment in the Right Way.



Ever wondering how
a company can develop its
key competencies and keep
sustainable employment
at the same time?

- Implement **Germany's Berufsbildung system**, a successful VET model that enables smooth education-to-work transitions of your employees.
- Get to know **Train-the-Trainer (TtT)**, an action-oriented pedagogical approach towards developing a holistic occupational competence.
- Please contact Ausbildung Team at KGCCI for further information



2025 CSR Report

of German Companies in Korea