

# Direkt

Zeitung für die Mitarbeiter der Clariant in Deutschland \_\_ 4/2018



Foto: Clariant

**Chemie zum Anfassen:** Rund 30.000 Besucher kamen zum „Tag der Offenen Tür“ an die Standorte der Clariant. Bei Werksbesichtigungen konnten sie – teilweise bei laufendem Betrieb – erfahren, wie die Produktion von Additiven bis Masterbatches funktioniert. Großes Staunen gab es immer wieder aufs Neue darüber, in welchen Verbraucherprodukten auch Clariant steckt. Die Clariant-Mitarbeiter gaben alles, um die Gäste mit Informationen, aber ebenso mit Spaß und Spannung zu versorgen. Dafür gilt ihnen großer Dank! \_\_ Lesen Sie weiter auf Seite 8

## Einigung erzielt

**SULZBACH (ab)** \_\_ Die Chemie-Arbeitgeber und die IG BCE haben eine Einigung im Tarifkonflikt erzielt. Die Entgelte werden für eine Laufzeit von 15 Monaten um 3,6 Prozent erhöht, Auszubildende erhalten bis zu neun Prozent mehr Geld. Die ersten beiden Monate der Laufzeit werden mit einem Pauschalbetrag von 280 Euro vergütet, der aus wirtschaftlichen Gründen wegfallen kann. Das tarifliche Urlaubsgeld wird von 614 Euro auf 1.200 Euro jährlich angehoben. Die Einigung gilt für 580.000 Beschäftigte in 1.900 Betrieben der deutschen Chemie- und Pharmaindustrie. BAVC und IG BCE haben zudem vereinbart, unverzüglich Gespräche über eine Modernisierung der Chemie-Tarifverträge aufzunehmen.

## Ausbildung gestartet

**SULZBACH (ab)** \_\_ Mit dem Start ins neue Ausbildungsjahr haben 115 junge Menschen ihre Ausbildung in den Betrieben der Clariant in Deutschland begonnen. Damit bietet das Unternehmen in diesem Jahr 21 Ausbildungsplätze mehr als im letzten Jahr an. Clariant bildet die meisten Nachwuchskräfte zu Chemikanten und Chemielaboranten aus. Aber auch für Elektroniker, Maschinen- und Anlagenführer, Industrie- und Verfahrensmechaniker oder Industriekaufleute, Kaufleute für Büromanagement und Fremdsprachenkorrespondenten gibt es Ausbildungsplätze.

## Neues Mitglied im EC

**MUTTENZ (red)** \_\_ Mit Wirkung zum 12. Oktober 2018 ist Dr. Hans Bohnen zum Mitglied des Executive Committee bestellt worden. Er hat dort die Verantwortung für den Geschäftsbereich Plastics & Coatings übernommen sowie für Global Business Services, Group Information Technology, Digital4Clariant und die Regionen Latein- und Nordamerika. Bislang leitete der promovierte Chemiker die Global Business Services der Clariant, wo er die interne Shared-Service-Organisation aufgebaut hat. Gleichzeitig hat sich Britta Fuenfstueck entschieden, Clariant zum 31. Oktober 2018 zu verlassen. Sie wird CEO der Hartmann Group, einem international führenden Anbieter von Medizin- und Hygieneprodukten. „Wir bedauern das Ausscheiden von Britta Fuenfstueck und möchten uns ausdrücklich für ihre Rolle in den erfolgreichen strategischen Entwicklungen von Clariant über die vergangenen Jahre bedanken. Wir wünschen ihr für ihre neue Aufgabe alles Gute“, sagte Hariolf Kottmann, bis Mitte Oktober CEO von Clariant.

## Überzeugende Aussichten

Clariant wird von verbessertem Portfolio profitieren



**Das Spezialitätengeschäft** von SABIC – ein attraktives Portfolio.

Grafik: Sabic

**MUTTENZ (red)** \_\_ Clariant macht einen bedeutenden Schritt in Richtung höherwertiger Spezialitäten: Mit dem durch die Transaktion mit SABIC entstehenden neuen Geschäftsbereich High Performance Materials sowie den sehr guten Aussichten für die Business Units Care Chemicals, Catalysis und Natural Resources wird der Konzern in der Lage sein, ein verbessertes Portfolio und verbesserte Lösungen für seine Kunden anzubieten. So kann der Konzern sein volles Potenzial noch besser ausschöpfen und schneller höheres Wachstum und eine höhere Profitabilität erzielen.

Die sich daraus ergebende Steigerung der Ertragsqualität und des operativen Cashflows wird es der Gruppe ermöglichen, eine attraktive Dividendenpolitik aufrechtzuerhalten, das heißt, die absolute Dividende in Schweizer Franken jährlich zu erhöhen oder zumindest zu halten.

Mitte September kündigte Clariant zudem eine aktualisierte Strategie und einen aktualisierten Finanzausblick sowie die Unterzeichnung einer Absichtserklärung mit SABIC über eine bedeutende Möglichkeit der Zusammenarbeit zwischen beiden Unternehmen im Bereich High Performance Materials an.

Der Konzern beabsichtigt, stärker zu expandieren, indem er sich auf kundenspezifische Produkte und Lösungsangebote mit attraktiven Wachstumsaussichten und einem überdurchschnittlichen Wertpotenzial fokussiert.

Clariant präsentiert sich somit einmal mehr als ein engagierter und starker Partner, der innovative, spezialisierte Lösungen für profitables Wachstum und eine nachhaltige Zukunft bietet.

Lesen Sie mehr auf Seite 2.

## Neue Führung des Konzerns

Generalversammlung genehmigt Vereinbarungen

**MUTTENZ (red)** \_\_ In einer Governance-Vereinbarung haben Clariant und SABIC die Grundlage für ihre langfristige strategische Beziehung festgelegt. Die Vereinbarung unterstreicht das langfristige Bekenntnis von SABIC, als strategischer Ankeraktionär den Unternehmenswert für alle Stakeholder zu steigern. Bei der ausserordentlichen Generalversammlung in Basel am 16. Oktober haben die Aktionäre der Clariant AG, alle Tagesordnungspunkte und Vorschläge des Verwaltungsrats zur Governance-Vereinbarung genehmigt. Die anwesenden 264 Aktionäre vertraten

232.674.947 Aktien oder 70,10 Prozent des Aktienkapitals von Clariant. Dazu Hariolf Kottmann, Verwaltungsratspräsident: „Ich freue mich sehr über die Wahl und die dadurch zum Ausdruck gebrachte Unterstützung unserer Aktionäre. In meiner neuen Rolle werde ich eng mit dem Verwaltungsrat und CEO Ernesto Occhiello kooperieren, damit wir weiter gemeinsam auf unser langfristiges Ziel hinarbeiten können, einer der Weltmarktführer in der Spezialchemie zu werden.“

Lesen Sie weiter auf Seite 2.



**Neuer Vorstandschef:** Ernesto Occhiello, bisher Executive Vice President des Specialties-Geschäfts von SABIC.



**Neuer Verwaltungsratspräsident:** Hariolf Kottmann, bislang Vorsitzender des Clariant-Vorstands.



**Künstliche Wirklichkeiten:** Im Rahmen von Digital Marketing setzt Clariant verstärkt auf moderne Technologien wie Virtual Reality oder Augmented Reality. \_\_ Seite 4



**Großer Erfolg:** Der Standort Knapsack wurde mit dem Platinum Safety Award 2018 für überdurchschnittliche Anstrengungen in der Arbeitssicherheit ausgezeichnet \_\_ Seite 10

# Stabilität und neue Möglichkeiten

Zusammenarbeit mit SABIC: Townhalls mit Hariolf Kottmann

**SULZBACH (red)** \_\_In Townhall Meetings an den größten Standorten in Deutschland und der Schweiz – Sulzbach, Frankfurt-Hoechst, München und Muttenz – ergriff der scheidende CEO von Clariant, Hariolf Kottmann, jetzt die Gelegenheit, seine Perspektiven über die Entwicklung der Clariant und die Zusammenarbeit mit SABIC mit den anwesenden Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen zu teilen und deren Fragen zu beantworten.

Er erläuterte den Hintergrund und die Entwicklungen, die zu der Zusammenarbeit geführt haben, und beschrieb die strategische Bedeutung der Transaktion für Clariant. „Die Zusammenarbeit mit SABIC bietet Stabilität und eröffnet eine Reihe neuer langfristiger Wertschöpfungsmög-

lichkeiten“, so Hariolf Kottmann. Er fuhr fort mit den Erläuterungen dazu, dass es eine hohe kulturelle Übereinstimmung zwischen Clariant und den Geschäften von SABIC gibt, wenn man bedenkt, dass das internationale Team aus 2.700 SABIC-Mitarbeitenden vor allem aus Asiaten, Amerikanern und Europäern besteht.

Bei der Beantwortung der Fragen aus den Reihen der Clariant-Kollegen aus den verbleibenden Geschäftsteilen des Plastics & Coatings-Geschäfts stellte Hariolf Kottmann fest, dass ihm bewusst sei, wie besorgt die Menschen in den betreffenden Geschäften wären und über die Ungewissheit, die im Zusammenhang mit dem geplanten Verkauf aufgetaucht ist. „Ich bin sehr zuversichtlich, dass diese Geschäfte

unter dem neuen Besitzer gedeihen und ihr volles Potenzial entfalten können“, sagte er dazu. „Ein neuer Eigentümer zahlt nicht viel Geld, um dann den Laden zuzuschließen. Er zahlt für etwas Wertvolles. Das bedeutet, dass sich das Geschäft von einem Bargeschäft hin zu einem strategischen Kern verändert.“ Insgesamt haben die weitreichenden Bekanntmachungen vom 18. September viele Fragen von Seiten der Clariant-Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen aufgeworfen. Schon im September wurden die ersten Townhall Meetings mit den Leitern der Region und der Business Units weltweit abgehalten, um die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen über die möglichen Auswirkungen auf die Regionen und Geschäfte zu informieren.



Der scheidende CEO Hariolf Kottmann informierte über seine Perspektiven zur Entwicklung der Clariant und die Zusammenarbeit mit SABIC.

## Überzeugende Aussichten

Clariant wird einzigartig positionierter Anbieter von Hochleistungsmaterialien

**FORTSETZUNG SEITE 1** \_\_Nach der Schaffung des Geschäftsbereichs High Performance Materials und der Veräußerung des verbleibenden Geschäftsbereichs Plastics & Coatings erwartet Clariant, ab 2021 einen bedeutend höheren Umsatz von rund neun Milliarden Schweizer Franken (CHF), eine EBITDA-Marge von etwa 20 Prozent und einen Operating Cashflow von über 1,2 Milliarden CHF zu erzielen. „Die Aufwertung des Portfolios zusammen mit der Fortsetzung der Strategie von Clariant ermöglichen dem Unternehmen einen bedeutenden Schritt in Richtung höherwertiger Spezialitäten zu tätigen. Dies wird dem Konzern erlauben, die Wertschöpfung für alle Stake-

holder erheblich zu steigern“, sagte Hariolf Kottmann, CEO von Clariant.

Die beabsichtigte Kombination von Clariants Geschäften mit Additiven und hochwertigen Masterbatches (Farbmasterbatches, Hochtemperatur-Kunststoffe und Health Care) mit Teilen des SABIC Specialties-Geschäft wird einen einzigartig positionierten Anbieter von sehr kundenspezifischen Hochleistungsmaterialien unter dem Namen High Performance Materials schaffen.

Dieser neue Geschäftsbereich wird eine kundenspezifische, durch Anwendungs-Know-how getriebene und wettbewerbsgünstige Produktpalette



von thermoplastischen Hochleistungskunststoffen für anspruchsvolle thermische, elektrische, optische und mechanische Umgebungen, Spezialadditive und Masterbatches zusammen mit einer herausragenden globalen Compounding-Plattform anbieten.

## Neue Führung des Konzerns

**FORTSETZUNG SEITE 1** \_\_„Es war mir eine Ehre, all die Jahre für Clariant tätig sein zu dürfen. Ich freue mich, dass ich die Verantwortung zu einem Zeitpunkt in neue Hände übergeben kann, zu dem das Unternehmen gut dasteht und bereit ist für den nächsten Schritt in seiner Entwicklung“, sagte Rudolf Wehrli, der bisherige Verwaltungsratspräsident.

Ernesto Occhiello, Clariants neuer CEO: «Ab heute bin ich Mitarbeiter von Clariant und empfinde großen Stolz darüber. Ich werde gemeinsam mit meinen Kolleginnen und Kollegen alles dafür tun, Clariant zu einem Marktführer bei hochwertigen Spezialchemieprodukten zu machen.»

Die nominierten Abdullah Mohammed Alissa (62, Saudi-Arabien), Calum MacLean (54, Großbritannien), Geoffrey Merszei (67, USA) und Dr. Khaled Hamza Nahas (69, Saudi-Arabien) wurden mit Mehrheit in den Verwal-

tungsrat gewählt. Rudolf Wehrli und Peter Chen legten ihre Sitze im Verwaltungsrat nieder. Rudolf Wehrli trat auch als Präsident der Clariant AG zurück und schied aus dem Vergütungsausschuss aus. Der Verwaltungsrat von Clariant wurde somit auf zwölf Mitglieder vergrößert. Hariolf Kottmann wurde mit großer Mehrheit zum Verwaltungsratspräsidenten gewählt. Darüber hinaus wurde der Vergütungsausschuss von drei auf fünf Mitglieder vergrößert. Die vorgeschlagenen Kandidatinnen und Kandidaten Abdullah Mohammed Alissa, Claudia Suessmuth Dyckerhoff und Susanne Wamsler wurden ebenfalls mit Mehrheit gewählt.

Alle neu gewählten Mitglieder des Verwaltungsrats bleiben bis zur Clariant Generalversammlung 2019 im Amt, die am 1. April 2019 stattfinden soll. Clariant bleibt weiterhin ein unabhängiges, börsennotiertes Unternehmen mit Sitz in der Schweiz und unter Schweizer Corporate Governance.

## EDITORIAL

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,

über einen Mangel an Nachrichten können wir uns derzeit in der Clariant wirklich nicht beklagen. Mit Ernesto Occhiello hat ein neuer CEO die Leitung des Unternehmens übernommen und Hariolf Kottmann ist als Präsident an die Spitze des Verwaltungsrates gerückt. Die Vereinbarungen mit SABIC eröffnet die Aussicht auf eine neue Geschäftseinheit mit überdurchschnittlichem Wachstum und höherer Profitabilität. Teile des Unternehmens sollen verkauft werden, und in Rumänien haben wir den Startschuss für die erste Großanlage zur Produktion von Bioethanol der zweiten Generation gegeben. Hier zahlt sich der lange Atem aus, den wir bei der Entwicklung unserer zukunftsweisenden und nachhaltigen Sundliquid-Technologie hatten.

Ich weiß, dass manche dieser Nachrichten, wie der angekündigte Verkauf der Geschäftseinheit Pigmente und Teilen von Masterbatch, auch Sorgen bei den Betroffenen auslösen. Die Masterbatch-Standorte in Deutschland sind gemäß derzeitiger Pläne zwar nicht betroffen, doch viele der Mitarbeiter unseres weltweit größten Standortes in Höchst sind in der Geschäftseinheit Pigmente tätig. Wie sieht unsere Zukunft aus, wie wird ein neuer Eigentümer mit uns umgehen, fragen sie sich. Ich hoffe, dass die rasch angesetzten Townhalls mit dem Leiter der Geschäftseinheit Pigmente und mir dazu beigetragen haben zumindest einen Teil dieser Sorgen zu nehmen. So hat Michael Grosskopf klar festgehalten, dass er für dieses solide Geschäft gute Chancen für eine positive Entwicklung bei einem neuen Eigentümer sieht. Erfolgreiche Beispiele anderer bereits verkaufter Einheiten haben wir in den Townhalls beleuchtet.

Wichtig für alle Mitarbeiter der Clariant war auch die Botschaft, dass die Pläne für eine Zusammen-



Landesleiter Oliver Kinkel

arbeit mit der SABIC auf Wachstum ausgerichtet sind. Kostensenkungen bzw. das Heben von Synergien spielen bei der geplanten Kooperation eine vergleichsweise geringe Rolle. Gerade für die Mitarbeiter in den Funktions- und Serviceeinheiten können sich durch die Integration zusätzlicher Geschäfte neue interessante Aufgaben und Perspektiven ergeben. Mut machen möchte ich auch ganz speziell unseren Auszubildenden. Es lohnt sich gute Leistungen zu bringen. Wer sich die demographische Entwicklung in Deutschland und die altersbedingten Abgänge bei der Clariant in den kommenden Jahren ansieht erkennt rasch, wie gut die Chancen auf eine dauerhafte Beschäftigung sind.

Über Ausbildungs- und Karrierechancen haben sich auch beim diesjährigen Tag der offenen Tür im September wieder viele junge Menschen informiert. 30.000 Besucher an zehn Clariant-Standorten sind stolze Zahlen. Der Blick hinter die Kulissen in Produktion und auf Beispiele für unsere Leistungen in Produkten des täglichen Lebens war nur durch das Engagement vieler Mitarbeiter möglich. All denen, die sich in der Vorbereitung und auch vor Ort an ihrem freien Samstag engagiert haben möchte ich herzlich danken. Wir haben uns als guter sympathischer Nachbar und ebenso innovatives wie transparentes Unternehmen präsentiert. Das war nur durch Ihre Mitarbeit möglich.

Ihr Oliver Kinkel

## Der neue CEO: Ernesto Occhiello

Mit Wirkung vom 16. Oktober 2018 wurde Ernesto Occhiello zum neuen CEO der Clariant ernannt, mit Zuständigkeit im Vorstand für Unternehmensplanung und -strategie (Corporate Planning & Strategy), Konzernkommunikation (Group Communications), Personalwesen im Konzern (Group Human Resources), Konzernrechtsabteilung (Group Legal) und Clariant Excellence.

Ernesto Occhiello kommt zu Clariant von SABIC, wo er Executive Vice President Specialties war. Er verfügt über einen fundierten Hintergrund auf dem Gebiet Spezialchemie ebenso wie Forschung und Entwicklung und Innovation. Bevor Ernesto Occhiello bei SABIC eintrat, war er für The Dow Chemical Company, EniChem und Montedison tätig. Ernesto Occhiello verfügt über eine nachweisbare Erfolgsbilanz in Unternehmenstransformationen: Die mehrere Milliarden große Specialties-Geschäftseinheit von SABIC baute er zu einer Organisation aus, die einzigartige Technologien mit einer Ertragskraft bietet, die über dem Doppelten des Wettbewerbs-



durchschnitts liegt. Zudem gestaltete er erfolgreich die Forschungs- und Entwicklungsabteilungen global tätiger Spitzenunternehmen der chemischen Industrie um, indem er sie auf die geschäftlichen Abläufe ausrichtete, und dabei gleichzeitig Profitabilität und Innovationsfähigkeit verbesserte.

Der italienische Staatsbürger Occhiello wurde am 31. August 1960 in Rondissone bei Turin geboren. Er ist seit 1986 verheiratet und hat einen Sohn. Er besitzt einen Hochschulabschluss cum laude in Chemie von der Universität Turin.

# Zukunftsweisende Investition

## Erster Spatenstich für Clariants sunliquid-Zellulose-Ethanol-Anlage in Rumänien

**MUTTENZ (red)** „Mit dem traditionellen ersten Spatenstich hat Clariant offiziell den Bau der ersten sunliquid-Großanlage zur Produktion von Zellulose-Ethanol aus Agrarreststoffen begonnen. Dabei kommt erstmals die im Unternehmen entwickelte sunliquid-Technologie im industriellen Maßstab zum Einsatz.“

An der Zeremonie in Podari bei Craiova im Südwesten Rumäniens nahmen offizielle Vertreter der rumänischen Regierung und der Schweizer Botschafter Urs Herren teil. Clariant-Vorstandsmitglied Christian Kohlpaintner hob hervor: „Nach mehr als zehn Jahren Forschungs- und Entwicklungsarbeit investiert Clariant über 100 Millionen Euro in ihre erste sunliquid-Anlage.“

Diese Technologie ist nicht nur in Europa, sondern weltweit zukunftsweisend. Im Zusammenspiel mit europäischen und nationalen Institutionen unterstützt Clariant mit dieser signifikanten Investition die weitere industrielle Konversion einer Region. Das Projekt stellt das größte industri-

elle Engagement eines internationalen Unternehmens in dieser Region dar. Bei voller Kapazitätsauslastung wird die neue Anlage zirka 250.000 Tonnen Weizen- und anderes Getreidestroh pro Jahr, das von lokalen Landwirten bezogen wird, zu 50.000 Tonnen Zellulose-Ethanol verarbeiten. Im Prozess entstehende Nebenprodukte werden zur Erzeugung erneuerbarer Energie verwendet. Ziel ist die Unabhängigkeit der Anlage von fossilen Energiequellen. Daher ist das entstehende Zellulose-Ethanol ein praktisch treibhausgasneutraler, fortschrittlicher Biokraftstoff.

### Gesicherte Versorgungslage und Infrastruktur

Die Vorzeiganlage belegt die Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit der sunliquid-Technologie im großtechnischen Maßstab und erfüllt damit gleichzeitig eine wichtige Aufgabe als Referenzanlage für die weltweite Vermarktung der sunliquid-Lizenzen.

Die Entscheidung für das rumänische Craiova fiel sowohl aufgrund der gesicherten regionalen Versorgungslage

mit dem Ausgangsmaterial Stroh als auch wegen der dort vorhandenen logistischen und industriellen Infrastruktur.

### Bau bietet viele Vorteile: Arbeitsplätze für die Region

Für die Region bietet der Bau der Anlage eine ganze Reihe von Vorteilen. So können Bauern den bisher kaum zu nutzenden Agrarreststoff Stroh erstmals industriell vermarkten. Beim Bau der Anlage werden mehrere Hundert Arbeitskräfte aus Betrieben beschäftigt, die möglichst aus der näheren Umgebung kommen sollen.

Nach Fertigstellung werden rund 300 dauerhafte Arbeitsplätze in Gewerbebetrieben im Umland geschaffen, die für die Unterstützung des Standortes sowie für Transport und Lagerung des Strohs sorgen. In der Anlage selbst werden 100 bis 120 Mitarbeiter beschäftigt sein. Clariant plant, die Stellen mit Arbeitnehmern aus der Region zu besetzen, die dafür in den Laboren in Planegg bei München und der Pilotanlage in Straubing in Bayern ausgebildet werden sollen.



**Spatenstich für die neue sunliquid-Anlage:** In Craiova/Rumänien investiert Clariant nach mehr als 10 Jahren Forschungs- und Entwicklungsarbeit in zukunftsweisende Technologien.

## Townhalls in Höchst und Sulzbach

### Pigmente sollen verkauft werden – Verkaufsprozess noch nicht gestartet

**HÖCHST (red)** „Gibt es schon Käufer? Was wird aus den Arbeitsplätzen? Was geschieht mit der Pensionskasse? Die Mitarbeiter des Standortes Rhein-Main nutzten intensiv die Gelegenheit ihre Fragen und Sorgen an die Führungsmannschaft zu adressieren. Zur Beantwortung standen bei unmittelbar nach Bekanntgabe des Strategieupdates durchgeführten Townhalls in Höchst und Sulzbach der Regionenleiter und Geschäftsführer Deutschland, Oliver Kinkel, BU-Leiter Michael Grosskopf, die RBL-Leiter Hans Ulrich Kurtz sowie Norbert Merklein und Standortleiter Rudolf Röper.“

Der Verkaufsprozess sei noch nicht gestartet, hielt Oliver Kinkel einleitend fest. Man werde aber zeitnah und transparent über die anstehenden Entwicklungen informieren. Klar sei bereits jetzt, so Michael Grosskopf, dass die BU Pigmente nur im Ganzen verkauft werde. Und das beinhalte auch die Führungsmannschaft. Er selbst bereite sich darauf vor, mit ihnen allen zu einem neuen Eigentümer zu wechseln. Grosskopf hielt fest, dass die Pigmente der Clariant ein global führender Wettbewerber und ein

attraktives Geschäft seien. Wer immer dieses Geschäft erwerbe sei an seinem Erfolg interessiert und daraus könnte sich auch die Chance für neue Investitionen ergeben, die in der Clariant nicht möglich waren. Wichtig sei, dass man sich jetzt nicht durch Spekulationen vom aktuellen Tagesgeschäft ablenken lasse: „Wir werden unsere Kunden weiterhin mit der herausragenden Qualität bedienen, die sie gewohnt sind.“ Dabei komme es auf das Engagement aller an. Er versprach im Zuge der Veränderungen vertrauensvoll mit den Mitarbeitervertretungen zu kooperieren.

Er könne die Verunsicherung der Mitarbeiter nachvollziehen, erklärte Oliver Kinkel. Schließlich habe er mit der BU Leder selbst ein Geschäft geleitet, das vor Jahren verkauft wurde. Wenn man jedoch sowohl auf die aktuelle Situation dieses Geschäfts wie auch vieler anderer in der Vergangenheit verkaufter Unternehmensteile schaue, stelle man fest, dass diese sich mit ihren Mitarbeitern gut entwickelt hätten. Die Mit-



**Aus erster Hand:** Bei mehreren Townhall-Meetings informierten sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über die neuen Entwicklungen.

arbeiter von Pigmenten hätten allen Grund mit Selbstvertrauen in die kommenden Entwicklungen zu gehen. Er erinnerte daran, dass Clariant bereits 2015 kommuniziert habe, „Plastics & Coatings“ zur Finanzierung strategischer Akquisitionen einzusetzen zu wollen. Die Vereinigung der Geschäfte mit Sabc sei nun eine solche einzigartige Gelegenheit. Der „Preis“ dieser frühzeitigen Kommunikation sei nun eben, dass man viele Fragen noch nicht beantworten könne. Eines aber könne er jetzt auch schon in Richtung der Funktions- und Serviceeinheiten sagen. Die geplante Integration der SABIC-Geschäfte, welche ohne eigene Services zum Unternehmen kämen, sei primär wachstumsmotiviert und nicht von Plänen zu Kosteneinsparungen getrieben.

## PORTRÄT



**LAHNSTEIN (kama)** „Was ist die Kernursache eines Problems? Wie kann ich aus Fehlern lernen?“ Diese Kernfragen moderner Managementmethoden sind feste Bausteine von Dr. Jörg Pöttschkes Philosophie. Den Status Quo stets zu hinterfragen, sich auf diese Weise ständig nach vorne zu entwickeln: Auf diese Weise hat er auch selbst seine berufliche Karriere erlebt und gestaltet – vom Diplom-Studenten der Verfahrenstechnik bis zum promovierten Leiter des Clariant-Standorts Lahnstein.

Schon während der Schulzeit hat sich der 1970 in Kronberg im Taunus geborene Pöttschke für Verfahrenstechnik interessiert und in den Ferien unter anderem bei der damaligen Metallgesellschaft in Frankfurt gejobbt. Es folgten Studium und Diplom in Verfahrenstechnik und Promotion über Membrantechnologie in Clausenthal und Freiberg.

Seine berufliche Karriere begann Pöttschke 2001 bei Klöckner Pentaplast. 16 Jahre lang sollte der Hersteller von Hartfolien und flexiblen Folien seinen Berufsweg prägen. Am Standort Gendorf war er drei Jahre lang als Manager für Produktentwicklung von Kartenfolien verantwortlich. Nach einem Ortswechsel zum Standort Graben-Neudorf führte er zunächst die Abteilung „Technologie und Qualitätssicherung“. Dann, nach dem Aus-



**Standortleiter Dr. Jörg Pöttschke**

scheiden des Standortleiters, übernahm er dessen Funktion in Personalunion mit den anderen Aufgaben. Als Graben-Neudorf aus betriebswirtschaftlichen Gründen geschlossen wurde, wechselte Jörg Pöttschke 2009 an den Hauptsitz von Pentaplast nach Montabaur. Fortan beschäftigte er sich mit Operational Excellence, Lean Management und Six Sigma.

Diese Themen lassen ihn am Standort Lahnstein, den er seit Mai 2017 leitet, nicht los. Den Slogan einer Lebensmittelkette „Jeden Tag ein Stückchen besser werden“ findet Jörg Pöttschke auch für sich und seine Arbeit passend. Nicht stehenbleiben, sondern stetig fortentwickeln, ist für ihn nicht nur Ansichtssache, sondern grundlegende Methode. Er ist verheiratet und hat drei Kinder.



**Kraft aus Reststoffen:** Die in Deutschland bereits erfolgreiche Produktion von Zellulose-Ethanol soll nun bald auch in Rumänien durchstarten.

## Ein nachhaltiger und fortschrittlicher Biokraftstoff

**STRAUBING (msc)** „Zellulose-Ethanol ist ein fortschrittlicher, nachhaltiger und nahezu klimaneutraler Biokraftstoff, der aus Pflanzenreststoffen hergestellt wird, etwa aus Weizen- und Maisstroh, das von Landwirten angeliefert wird. Das Stroh wird in Zellulose-Zucker umgewandelt. Die anschließende Fermentation des Zellulose-Zuckers ergibt schließlich Zellulose-Ethanol.“

Dank der Verwendung von Pflanzenreststoffen kann durch Zellulose-Ethanol die aktuelle Produktion von Biokraftstoffen auf neue Rohstoffe erweitert und gleichzeitig die Leistung und das Umweltprofil verbessert werden. Zellulose-Zucker können außerdem als Baustein für die künftige Produktion von biobasierten Chemikalien verwendet werden.

Die sunliquid-Technologie bietet ein vollständig integriertes Prozessdesign, das auf etablierter Prozesstechnologie aufbaut. Innovative Technologiemerkmale, wie die chemikalienfreie Vorbehandlung, die integrierte Produktion von rohstoff- und prozessspezifischen Enzymen sowie die gleichzeitige C5- und C6-Zucker-Fermentation gewährleisten optimale Wirtschaftlichkeit.

# Ideen entwickeln und verkaufsfähig machen

Produktpositionierung ist ein höchst kreativer Prozess. Clariant hat dafür kreative Köpfe, die über Grenzen hinweg denken



**Vielseitiges Talent ist gefragt:** Miro Senjak bei einer Firmenpräsentation (großes Bild) und im Labor. Dort wird die leichtere Kämmbarkeit von einem Echthaarteil nach der Anwendung mit den Genadvance Hair Conditionern getestet (kleines Bild).

## Für den Endverbraucher mitdenken

Messepräsentationen und -besuche, wie bei der in-cosmetics gehören für Senjak deshalb zum Pflichtteil seiner Arbeit. „Der Kundenkontakt ist enorm wichtig. Ich bin zwar nicht für die Verkaufsverhandlungen mit unseren Kunden verantwortlich, aber auf solchen Messen erfahre ich viel über deren Interessenlagen. Und daran richte ich meine Arbeit aus.“ Denn im Business-to-Business-Geschäft (B2B), also dem Verkauf von Produkten an andere Unternehmen statt an Endverbraucher, herrschen besondere Anforderungen. Senjak muss den Konsumenten quasi immer mitdenken, den Markt für die Hersteller von Pflegeprodukten genau kennen und ein genaues Verständnis für den Bedarf in verschiedenen Regionen der Erde haben. Schließlich hat er globale Verantwortung.

Das detaillierte Wissen um all diese Faktoren leitet dann den kreativen Prozess der Produktpositionierung. Dazu holt sich Senjak auch Hilfe von außen, wenn es zum Beispiel um die Umsetzung einer Produktbotschaft in einem Video geht. Die Kärnerarbeit der genauen Analyse und Entwicklung einer Geschäftsidee bis hin zu einem Produkt-Claim leistet der Marketingmann hingegen selbst. Ein solcher Claim verdichtet die Summe der Produkteigenschaften in einer griffigen Aussage, die für das steht, was das Produkt für den Konsumenten leisten kann.

## Mit klaren Botschaften überzeugen

### Drei Fragen an Miro Senjak

#### Bitte beschreiben Sie Ihre Arbeit, kurzgefasst, Herr Senjak?

Ich arbeite an der Nahtstelle zwischen Produktentwicklung und Verkauf. Meine Aufgabe ist es, ein Produkt verkaufsfähig zu machen. Für unsere Kunden entwickle ich basierend auf der Marktforschung eine Geschäftsidee und deren kreative Umsetzung. Danach kommen die Kollegen vom Vertrieb zum Zug.

#### Was bedeutet das „Launch“ in Ihrem Titel?

„Launch“ steht für Produkteinführung. In der Regel geht es also um Produktinnovationen, die erstmals auf den Markt kommen. Solche Innovationen müssen von Anfang an überzeugen, für unsere Abnehmer einen deutlichen Mehrwert haben. Diesen versuche ich herauszuarbeiten und in einer klaren Botschaft zu verdichten.

#### Warum sind Marketing und Verkauf getrennte Bereiche?

So sehr wir getrennt agieren, so eng arbeiten wir natürlich zusammen. Die Vertriebsleute sind ganz nah am Kunden und dort genauso eng in dessen Tagesgeschäft eingebunden. Da ist es nur vernünftig, die Vorarbeit für einen erfolgreichen Verkauf separat im Marketing zu leisten.

**HÖCHST (msc)** „Ein gutes Produkt ist die halbe Miete. Ein Gutteil der anderen Hälfte: Es muss verkaufsfähig gemacht, und das Kundeninteresse geweckt werden. Wenn das gelingt, ist der Erfolg kaum mehr aufzuhalten. Das gilt für Gummibärchen ebenso wie für Spezialchemikalien. Deshalb spielt das richtige Marketing in der Prozesskette von der Produktentwicklung bis zum Verkauf eine zentrale Rolle.“

Miro Senjak ist einer, der Zusatzstoffe für Körperpflege und Reinigungsmittel von Clariant „zu Markte trägt“ (wie Marketing bildhaft übersetzt wird). Der Global Launch Manager arbeitet im globalen Marketing der BU ICS und hier spezifisch für den Bereich Personal/Home Care. „Ziel meiner Arbeit ist es, eine Geschäftsidee zu entwickeln und unsere Pro-

dukte verkaufsfähig zu machen“, sagt Senjak. Dafür arbeitet er genauso eng mit den Kollegen in der Produktentwicklung wie mit denen im Verkauf zusammen. Man könnte auch sagen: Sein Einsatzfeld liegt haargenau an der Schnittstelle zwischen beiden Bereichen.

Für diese Arbeit im Spannungsfeld zwischen Forschung & Entwicklung und dem Vertrieb kommt Senjak seine vielseitige Ausbildung zugute: Er hat nämlich nicht nur einen Bachelor in Engineering, sondern danach auch noch einen Master in Marketing abgelegt. So hat er ein gutes Verständnis für die Anliegen der Produkt-Entwickler auf der einen Seite und auf der anderen für die Aufgabenstellung der Vertriebsexperten, die im engen Kundenkontakt für den Absatz der Produkte arbeiten.

## Von strategischer Bedeutung

### Neue Marketing Organisationen

But first, marketing.



Fotos: Clariant

**SULZBACH (kama)** „Was zeichnet ein erfolgreiches Marketing heute aus? Welche Marketing-Talente benötigt es, um nachhaltig erfolgreich zu sein? Wie kann Marketing unsere profitable Wachstumsstrategie weiter voranbringen? Als Antwort darauf entsteht jetzt eine Leading Marketing Organization (LMO), die dafür sorgt, dass Marketing bei strategischen Entscheidungen mitbestimmt und so von Anfang an Wachstumspotenziale aufzeigen kann.“

Eine innovative Rekrutierungskampagne hilft, diese Experten zu finden. Die Kampagne ist Teil des LMO-Projektes, in dessen Rahmen alle Geschäftseinheiten detaillierte Marketinganforderungen definiert haben. Das eröffnet

den Bedarf für über 30 neue Stellen, die zu besetzen sind. Für die Rekrutierung externer Fachleute entwickelten Personalwesen und Kommunikation einen strategischen Ansatz. Ziel ist es, Clariant als attraktiven Arbeitgeber für Marketingtalente zu positionieren und diese somit ans Unternehmen zu binden.

Dafür wurden im Rahmen dieser Kampagne drei Personas (lateinisch für Maske) entwickelt, die stellvertretend für mehrere Jobs stehen. Diese fiktiven Rollenmodelle eignen sich perfekt, Motivationen und Bedürfnisse einer spezifischen Zielgruppe zeitgemäß zu versinnbildlichen. Denn diese Personas haben wie reale Menschen Bedürfnisse, Fähigkeiten und Ziele. Perfekt passt diese sehr zeitgemäße Form der Kommunikation zu Social-Media-Kanälen, die Clariant für das Recruiting konsequent nutzt. Ebenso wie das soziale Netzwerk LinkedIn als bevorzugten Kontaktkanal für Bewerber. Offenbar wurde hier die richtige Sprache gesprochen – das belegen die mehr als 140 Bewerbungen für den Talent-Pool.

Nicht nur die Quantität, sondern auch die Qualität der Rückmeldungen zeigen, dass die Rekrutierungskampagne sehr gut angenommen wird. Das ist auch enorm wichtig, um qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in diesem spannenden Bereich dauerhaft gewinnen und fördern zu können.

## Starke Impulse setzen

### Clariant engagiert sich für Jugendliche in Europa

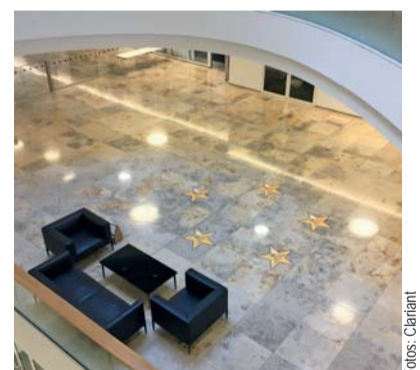
**HÖCHST (ab)** „Das Clariant Innovation Center (CIC) in Höchst ist im Moment ein Fünf-Sterne-Haus. Diese Kleben seit einigen Wochen im Eingangsbereich und sind Symbol des European Youth Marathons.“

Clariant unterstützt eine europaweite Initiative des Vereins My Europe 2100 e.V. und hat für dieses Engagement fünf Sterne erhalten. Mit dem European Youth Marathon sollen Jugendliche flächendeckend erreicht und auf die Herausforderungen der Zukunftsgestaltung Europas aufmerksam gemacht werden. Teilnehmerinnen und Teilnehmer beschäftigen sich dabei auch inhaltlich intensiv mit dem Thema Europa. Die Jugendlichen lernen, was Europa bedeutet und wie Politik, Wissenschaft, Kultur und Wirtschaft ineinandergreifen und damit die Entwicklung auf dem Kontinent steuern. Dieses Verständnis ist die Voraussetzung dafür, dass junge Leute den Status Quo hinterfragen und auf politische Geschehnisse einwirken können.

Ein starkes und zukunfts-fähiges Europa ist

sowohl in sozialer wie auch wirtschaftlicher Hinsicht von großer Wichtigkeit: Europa strebt ebenso Gleichberechtigung in allen Lebensbereichen an, die Förderung von Bildung, Forschung und Kultur und eine saubere Umwelt wie auch den Erhalt von wirtschaftlichem Wettbewerb und Wettbewerbsfähigkeit unter anderem im Zuge rasanter Technologieentwicklungen.

Das durchgängige Symbol des European Youth Marathons ist der „Europa-Stern“ mit dem Slogan RUN TO SAVE EUROPE. Der Europa-Stern wird in Schulen, Universitäten und auf öffentlichen Plätzen in ganz Europa platziert. Über den QR-Code in der Mitte des Europa-Sterns können sich alle, die interessiert sind, über die aktuellen Ereignisse informieren und, wenn sie das entsprechende Alter haben, zu den jeweiligen Aktivitäten anmelden. Neben den Marathons werden in Workshops, Symposien und Social Media die Herausforderungen der Zukunft diskutiert. Der erste European Youth Marathon fand am 28. Oktober 2018



**Erhöhte Aufmerksamkeit:** Mit den Sternen im CIC setzt Clariant Zeichen für Europa.

in Frankfurt am Main statt. Unter der Schirmherrschaft von Oberbürgermeister Peter Feldmann und im Rahmen des Frankfurt Marathons hatten Jugendliche im Alter zwischen 17 und 25 zum ersten Mal die Gelegenheit, der breiten Bevölkerung und Politik öffentlich zu zeigen, dass sie sich mit ihren Forderungen für die Idee Europa einsetzen.

„Es ist wichtig, sich mit den Entwicklungen und Herausforderungen in Europa und der Europäischen Union intensiv auseinanderzusetzen und aktiv in die Zukunftsgestaltung einzubringen. Nur so lassen sich wirtschaftliche, soziale und auch kulturelle Impulse setzen, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen. Wir freuen uns daher, den European Youth Marathon zu unterstützen und mit den Sternen im CIC die Aufmerksamkeit für die Initiative zu erhöhen“, erläutert Martin Vollmer, Chief Technology Officer, das Engagement von Clariant für diese Initiative.



# Hebel für profitables Wachstum

Neue Chancen durch Digitalisierung. Interview mit Mauro Bergamasco, Leiter der weltweiten Marketing-Kommunikation

**PRATTELN** (*jh/kama*) \_\_Die Digitalisierung verändert die Welt – und macht dabei auch vor klassischen Disziplinen nicht halt. Beispiel Marketing: Über Jahrzehnte haben Vermarktungsexperten Strategien und Werkzeuge ausgearbeitet und verfeinert, um Kunden auf diversen Kanälen langfristig an ihr Unternehmen binden zu können. Das ist auch heute noch so, verändert sich durch das digitale Marketing aber gerade dramatisch, wie wir im Gespräch mit Mauro Bergamasco, dem Leiter der weltweiten Marketing-Kommunikation, erfahren. Hier das Interview im Wortlaut:

*Verändert die Digitalisierung das Marketing bei Clariant? Wenn ja, wie?*

Mauro Bergamasco: Sehr sogar! Digitales Marketing ist momentan das Thema bei uns, es beschäftigt uns seit knapp einem Jahr sehr intensiv. Die Digitalisierung im Marketing ist ein großer Hebel für profitables Wachstum und Markenbewusstsein. Wir stellen gerade viele Ressourcen dafür bereit und die Leute hier sind Feuer und Flamme für das Thema.

*Was ist denn so anders im Vergleich zum herkömmlichen Marketing?*

Im Zentrum steht wie bisher der Kunde. Aber dessen Verhalten ändert sich massiv. Er ist viel häufiger online und sucht als erstes im Netz nach Lösungen. Deshalb müssen auch wir schnelle und einfache Lösungen anbieten, damit Kunden uns dort finden und anbeißen.

*Das gilt auch für Clariant, obwohl wir gar kein B2C-Endkundengeschäft betreiben, sondern im B2B-Bereich auf Firmenkundenebene tätig sind?*

Unbedingt, ja. Zumal die Bereiche B2B und B2C immer mehr verschmelzen. Warum ist das so? Weil der Kunde täglich mehr digitale Erfahrungen macht und merkt, wie schnell und einfach Geschäfte heute gehen können.

Das gilt auch bei uns: Der Kunde will schnell und einfach seine Lösungen haben. Der Einkaufsprozess startet im B2B-Geschäft heute in 94 Prozent aller Fälle online. Der Kunde gibt irgendein Stichwort ein und will eine rasche und zielführende Antwort. Diese Erwartung des Kunden müssen auch wir erfüllen.

*Wie ist das möglich?*

Dazu braucht es mehrere Ansätze. Um bei dem Beispiel zu bleiben: Wenn man bei Google nicht unter den ersten Suchergebnissen auftaucht, dann hat man schon verloren. Wir sind also momentan dabei, für alle unsere Produkte Suchmaschinenoptimierung zu betreiben, um hier künftig sehr sichtbar zu sein. Das ist einer von fünf Bausteinen, die wir für unser digitales Marketing definiert haben.

*Welches sind die anderen?*

Dazu zählt die Optimierung der eigenen Webseiten. Deren Performance muss weiter gesteigert werden. Weiterhin kümmern wir uns intensiv um die Themen User Experience, Social Media und Digital Ads, also neue Formen von Kommunikation und Werbung.

*Was heißt das konkret?*

Ein gutes Beispiel ist unsere neue Webseite zu GlucoPure, einem umweltverträglichen Reinigungsmittel. Die Seite ist so gut, so zwingend, dass der Kunde, nachdem er dort gelandet ist, direkt zwei Knöpfe drücken will. Knopf

„A“ für „Ruf mich an,

ich will Kontakt“ und Knopf „B“ für „Schicke mir ein Muster“. Und dann kommt das Entscheidende: das Reaktionstempo. Wer auf eine schnelle und attraktive Webseite trifft, die ihm eine Lösung seines Problems verspricht, dann muss er auch sehr schnell Antworten auf noch mögliche Fragen bekommen. Wir reden hier über Stunden und nicht über Tage oder gar Wochen.

*Noch einmal die Frage zu speziellen Firmenkunden: Das alles gilt auch für Einkäufer, die Flammenschutzmittel, Pigmente oder Katalysatoren suchen?*

Umfragen haben gezeigt, dass 70 Prozent der Einkäufer bei Firmenkunden sich erst einmal einen ersten Eindruck verschaffen, bevor sie einen Kundenberater oder Verkäufer am Telefon haben wollen. Auch in diesem Geschäftsfeld hat die Digitalisierung also deutlich ihre Spuren hinterlassen.

*Sichtbarkeit und Erreichbarkeit sind also zwei zentrale Anliegen des digitalen Marketings. Gibt es weitere Aspekte?*

Unbedingt! Nehmen Sie nur die digitale Vermarktung von neuen Produkten. Hier hat sich unglaublich viel verändert. Früher haben wir Märkte und Zielgruppen beobachtet und dann – zugespitzt gesagt – eine teure Printkampagne gestartet, die hohe Streuverluste mit sich brachte, weil sie immer nur einen Teil ihrer potenziellen Kunden erreichte.

Heute ist so viel mehr möglich. Sie können alles messen, so dass sich sehr gezielt Kampagnen fahren lassen. Wir können die unterschiedlichsten Zielgruppen mit ganz unterschiedlichen Angeboten ansprechen – und das für vergleichsweise kleines Geld, also sehr kosteneffizient.

*Was bedeutet das für das klassische Marketing?*

Das bleibt uns natürlich in vielen Bereichen erhalten. Wir sind auch weiterhin auf vielen Fachmessen vertreten, nutzen dort aber eben künftig auch verstärkt neue technische Möglichkeiten wie Virtual Reality oder Augmented Reality. Und Social Media-Kampagnen

Bei Fachmessen setzt Clariant verstärkt auf neue technische Möglichkeiten wie Virtual Reality oder Augmented Reality.



Mauro Bergamasco

Foto: Clariant

## FAQ: Digitales Marketing

### Artificial Intelligence (AI)

Die Erforschung „intelligenter“ Problemlösungsverhaltens sowie die Erstellung „intelligenter“ Computersysteme. Künstliche Intelligenz (KI) beschäftigt sich mit Methoden, die es einem Computer ermöglichen, solche Aufgaben zu lösen, die, wenn sie vom Menschen gelöst werden, Intelligenz erfordern.

### Augmented Reality (AR)

Eine computerunterstützte Wahrnehmung und Darstellung, welche die reale Welt um virtuelle Aspekte erweitert. Mit der Integration von Kameras in immer mehr mobile Geräte können zusätzliche Informationen oder Objekte direkt in ein aktuell erfasstes Abbild der realen Welt eingearbeitet werden. Die Anwendungszwecke reichen von der Information über die unmittelbare Umgebung, über die ins Sichtfeld eingeblendete Navigation bis hin zu Spielen und Werbung. Ein Beispiel für AR ist Pokemon Go, bei dem virtuelle Spielfiguren in die reale Umgebung integriert werden.

### Content Marketing

Vor allem im Online-Marketing und hier die Social-Media-Kommunikation die informierende, beratende und/oder unterhaltende Bereitstellung von Unternehmensinformationen in der Kundenkommunikation mit dem Ziel, dass sie sich mit den Informationen überhaupt beschäftigen und im Idealfall virale Prozesse bewirken.

### Internet of Things

Die Vernetzung von Gegenständen mit dem Internet, damit diese Gegenstände selbstständig über das Internet kommunizieren und so verschiedene Aufgaben für den Besitzer erledigen können. Der Anwendungsbereich erstreckt sich dabei von einer allgemeinen Informationsversorgung über automatische Bestellungen bis hin zu Warn- und Notfallfunktionen.

### Lead Management

(engl. to lead = führen) Umfasst alle Maßnahmen, die ein Unternehmen ergreift, um aus potenziellen Käufern oder Interessenten tatsächliche Käufer oder Besteller zu machen.

### Marketing Automation

Software-Plattformen, die aus den Funktionen Datenbank, Web-Controlling, Kommunikation, Workflows und CRM-Synchronisation bestehen. Damit können Marketingkampagnen effizient geplant und umgesetzt werden. Außerdem können Unternehmen damit messen, welchen Erfolg die einzelnen Marketingmaßnahmen haben.

### Search Engine Optimization (SEO)

Die gezielte Anpassung von Webseiten, um in Suchmaschinen für zuvor definierte Suchbegriffe in den Suchergebnissen möglichst vordere Positionen einzunehmen. Search-Engine-Marketing (SEM) als Teil von SEO sind Marketingmaßnahmen, die eingesetzt werden, um Einfluss auf die Wahrnehmung des eigenen Angebotes in Suchmaschinen zu nehmen. Die Maßnahmen darauf ausgerichtet, eine möglichst hohe Positionierung in den Trefferlisten oder auf den Trefferseiten der Suchmaschinen zu erreichen.

### Virtual Reality (VR)

Eine computergenerierte Wirklichkeit mit Bild (3D) und in vielen Fällen auch Ton. Sie wird über Großbildleinwände, in speziellen Räumen oder über Video- oder VR-Brille übertragen.

Fotos: Clariant



# Der Betriebsrat in Deutschland

							
<b>Andreas Dominski</b> Standort SE Rhein-Main	<b>Bent Steinbrecher</b> Standort SE Rhein-Main	<b>Birgit Schmidt</b> Standort SE Rhein-Main	<b>Heike Groh</b> Standort SE Rhein-Main	<b>Katharina Neumann</b> Standort SE Rhein-Main	<b>Rainer Dorn</b> Standort SE Rhein-Main	<b>Regina Izyderczak</b> Standort SE Rhein-Main	<b>Rüdiger Halberstadt</b> Standort SE Rhein-Main
							
<b>Susanne Welther</b> Standort SE Rhein-Main	<b>Denise Kirste</b> Standort Moosburg	<b>Josef Ertl</b> Standort Moosburg	<b>Jürgen Protzner</b> Standort Moosburg	<b>Markus Kiessling</b> Standort Moosburg	<b>Martin Eichner</b> Standort Moosburg	<b>Michael Schütt</b> Standort Moosburg	<b>Thomas Ritzmann</b> Standort Moosburg
<b>GEMEINSAM STARK</b>							
	<b>Karin Oberprieler</b> Standort Moosburg	<b>Robert Müller</b> Standort Moosburg	<b>Sven Leißner</b> Standort Moosburg	<b>Tim Neumayer</b> Standort Moosburg	<b>Cüneyt Süngü</b> Standort Ahrensburg	<b>Gunter Wett</b> Standort Ahrensburg	<b>Arne Beer</b> Standort Ahrensburg
							
<b>Carsten Aßmus</b> Standort Ahrensburg	<b>Christian Meinßen</b> Standort Ahrensburg	<b>Ramazan Özkan</b> Standort Ahrensburg	<b>Tanju Yilmaz</b> Standort Ahrensburg	<b>Thomas Hladek</b> Standort Ahrensburg	<b>Olaf Petruck</b> Standort Bitterfeld	<b>Stefanie Scherbaum</b> Standort Bitterfeld	<b>Jörg Schäftner</b> Standort Bitterfeld
					<b>IMMER NAH DRAN</b>		
<b>Manuela Lüdige</b> Standort Bitterfeld	<b>Michael Böttge</b> Standort Bitterfeld	<b>Dirk Kremer</b> Standort Oberhausen	<b>Heinz Werner Rose</b> Standort Oberhausen	<b>Niklas Gross</b> Standort Oberhausen		<b>Arndt Küpper</b> Standort Oberhausen	<b>Christoph Stegherr</b> Standort Planegg
							
<b>Emerson Znag</b> Standort Planegg	<b>Matthias Eichenseer</b> Standort Planegg	<b>Daniela Häfele</b> Standort Planegg	<b>Matthias Stemberger</b> Standort Planegg	<b>Sarah Jiran</b> Standort Planegg	<b>Yvonne Moch</b> Standort Planegg	<b>Andreas Kele</b> Standort Rhein-Main	<b>Andrea Böhmer</b> Standort Rhein-Main
			<b>MEHR AUSBILDUNG</b>				
<b>Dieter Kiefer</b> Standort Rhein-Main	<b>Hermann Stoelzel</b> Standort Rhein-Main	<b>Ludger Eckert</b> Standort Rhein-Main		<b>Manuel Ruiz-Fernandez</b> Standort Rhein-Main	<b>Monika Köhler</b> Standort Rhein-Main	<b>Regina Schmitt-Hofmann</b> Standort Rhein-Main	<b>Sabine Sielka</b> Standort Rhein-Main
							
<b>Steffi Schmatz</b> Standort Rhein-Main	<b>Dr. Volker Matz</b> Standort Rhein-Main	<b>Dr. Reinhard Kratzberg</b> Standort Rhein-Main	<b>Kai-Uwe Hemmerich</b> Standort Rhein-Main	<b>Ralf Bender</b> Standort Rhein-Main	<b>Stefan Heimann</b> Standort Rhein-Main	<b>Stefan Wilhelm</b> Standort Rhein-Main	<b>Marc Wojtalla</b> Standort Rhein-Main



**Christoph Fuchs**  
Standort Gendorf



**Birgit Altmannshofer**  
Standort Gendorf



**Reinhard Brandhuber**  
Standort Gendorf



**Hans Rank**  
Standort Gendorf



**Johann Brolich**  
Standort Gendorf



**Josef Glöcklhofer**  
Standort Gendorf



**Julia Hechenberger**  
Standort Gendorf



**Karl Scheitzeneder**  
Standort Gendorf



**Peter Jany**  
Standort Gendorf



**Renate Deser**  
Standort Gendorf



**Rupert Deser**  
Standort Gendorf

**GERECHTE  
BEZAHLUNG**



**Stephan Band**  
Standort Gendorf



**Verena Edmaier**  
Standort Gendorf



**Andreas Wittman**  
Standort Heufeld



**Dr. Martin Paulus**  
Standort Heufeld

**GUTE  
TARIFVERTRÄGE**



**Michaela Wiedemann**  
Standort Heufeld



**Martin Hieke**  
Standort Heufeld



**Önder Inan**  
Standort Heufeld



**Patrick Haidl**  
Standort Heufeld



**Sezer Turan**  
Standort Heufeld



**Udo Köhler**  
Standort Heufeld



**Zoltan Hegedis**  
Standort Heufeld



**Günther Gronewald**  
Standort Knapsack



**Markus Holz**  
Standort Knapsack



**Elke Huthmacher**  
Standort Knapsack

**STARKER  
BETRIEBSRAT**



**Stefan Klinz**  
Standort Knapsack



**Klaus Schmidt**  
Standort Knapsack



**Reiner Wirsbitzki**  
Standort Knapsack



**Georg Schmitz**  
Standort Knapsack



**Thomas Stutzke**  
Standort Knapsack



**Meinhard Tappert**  
Standort Knapsack



**Adriana Eimuth**  
Standort Lahnstein



**Daniela Klose**  
Standort Lahnstein



**Ercan Otu**  
Standort Lahnstein



**Hüseyin Ünal**  
Standort Lahnstein

**EINE  
CLARIANT**



**Dirk Best**  
Standort Lahnstein



**Ralf Steiner**  
Standort Lahnstein



**Nicole Cordery**  
Standort Lahnstein

**ZUHÖREN  
UND  
HANDELN**



**Sascha Ermert**  
Standort Lahnstein



**Uwe Gregusch**  
Standort Lahnstein



**Olaf Buettner**  
Standort München



**Björn Stange**  
Standort München



**Carolin Specker**  
Standort München



**Evelyn Probul**  
Standort München



**Isabel Schoelzel**  
Standort München



**Omid Askarsadeh**  
Standort München



**Dr. Felix Schulz**  
Standort München



**Ilka Schätzler**  
Standort München

**GEMEINSAM  
STARK**



**Klaus Dieter Panhuber**  
Standort Duisburg



**Alexander Böck**  
Standort Gersthofen



**Andrea Amador**  
Standort Gersthofen



**Gabriele Ubl**  
Standort Gersthofen



**Bettina Dittrich**  
Standort Gersthofen



**Richard Tschernatsch**  
Standort Gersthofen



**Marcus Vogel**  
Standort Gersthofen



**Martin Koch**  
Standort Gersthofen



**Martina Kecht**  
Standort Gersthofen



**Sabine Heidelberger**  
Standort Gersthofen

# Spannende Einblicke in die Welt der chemischen Produktion

## Tag der offenen Tür lockte rund 30.000 Besucher an die Clariant-Standorte

Nach vier Jahren Pause war es wieder einmal soweit: Der Verband der chemischen Industrie lud zum Tag der Chemie ein. Am 22. September öffneten rund 200 Chemie-Unternehmen und Hochschulen in ganz Deutschland Tür und Tor. Rund 30.000 Besucher erlebten außergewöhnliche Einblicke in eine vielseitige Branche.

Zehn deutsche Clariant-Standorte beteiligten sich in diesem Jahr und öffneten ihre Betriebe für Gäste und Nachbarn. Etwa 30.000 Besucher kamen, um zu sehen, was Clariant produziert. Sie waren eingeladen, die Produktion bei Clariant hautnah zu erleben und einen Blick hinter die Kulissen zu werfen.

Die Standorte zeigen Endprodukte, in denen Clariant Produkte eine wichtige Rolle spielen. Neben informativen Angeboten gab es auch ein Unterhaltungsprogramm, damit der Spaß nicht zu kurz kommt. Ob Kinderschminken, Hüpfburgen, Riesenrad oder Live-

Musik – geboten wurden abwechslungsreiche Höhepunkte für Jung und Alt. Dass der Tag der offenen Tür auch in diesem Jahr an allen Clariant-Standorten ein voller Erfolg wurde, ist den engagierten Mitarbeitern zu verdanken, die sich die Zeit genommen haben, einen Tag lang interessierten Gästen Einblicke in die Welt der Clariant zu geben.

Nicht nur die deutsche Geschäftsführung und die Standortleitungen, sondern auch die Organisatoren waren begeistert von dem Einsatz aller Kolleginnen und Kollegen. Die Impressionen vom Tag der offenen Tür 2018 zeigen, dass in Ahrensburg, Bitterfeld, Heufeld, Gendorf, Gersthofen, Höchst, Knapsack, Lahnstein, Moosburg und Oberhausen das Interesse an der Chemie riesengroß war.



### Ahrensburg

Einen bunten Programmstrauß aus Informationen und Feierspaß hatten die Kolleginnen und Kollegen in Ahrensburg zusammengewunden und dazu eine ganze Zeltstadt aufgebaut. Im hohen Norden kann man dem Wetter ja nie so wirklich trauern. 525 Gäste zählte das Clariant-Team insgesamt, darunter auch Ahrensburgs Bürgermeisterin Carola Behr. Das theoretische Wissen rund um die Produktion von Masterbatches konnten interessierte Besucher gleich nach dem Besuch im Clariant-Infocenter bei Werksführungen mit laufender Anlage vertiefen. Besonders interessiert an einer Berufsausbildung zeigten sich künftige Schulabgänger. Als Überraschung gab's, na was wohl? Ein Überraschungsei für jeden. Denn auch dort steckt Clariant drin.



### Bitterfeld

Was wird eigentlich im Chemiepark hergestellt? Welche Produkte für den täglichen Gebrauch kommen aus Bitterfeld-Wolfen? Wie sieht es hinter den großen Werkstoren der Betriebe und Fabriken aus und wer arbeitet dort? Welche Jobangebote und Ausbildungsplätze gibt es im Chemiepark? Antworten auf diese und viele weitere spannende Fragen erhielten die Besucher im Chemiepark Bitterfeld-Wolfen. Natürlich war Clariant auch in diesem Jahr wieder vorn mit dabei und präsentierte Chemie zum Anfassen. Auf einem zentralen Festplatz erwartete die Gäste ein ganztägiges Bühnenprogramm. Die Kleinen konnten sich auf der Hüpfburg austoben oder beim Kinderschminken verwandeln.

### Gendorf

4.500 Besucher freuten sich über die Betriebsbesichtigungen, einen Showroom und eine Graffiti Live Performance. Fünf Abteilungen öffneten ihre Pforten und führten die zahlreichen interessierten Besucher ein in die Welt der Ethenoxid- und Tenside-Produktion sowie der Instandhaltung, Forschung und Qualitätskontrolle. Im Showroom zeigten Infotafeln, Videos und Experimente beispielsweise zur Betonverflüssigung praxisnah, welchen Wert Clariant-Produkte aus Gendorf im Alltag schaffen. Aus den Besucherbussen konnten die Gäste außerdem eine 80 Quadratmeter große Graffiti Live Performance zu den Anwendungsgebieten der Produkte bestaunen.



### Gersthofen

Der Tag der offenen Tür in Gersthofen war eine rundum gelungene Veranstaltung. Bei bestem Spätsommerwetter nutzten rund 2.000 Besucherinnen und Besucher die Gelegenheit, bei Clariant und den anderen Chemiefirmen im Industriepark hinter die Kulissen zu blicken. Neben vielen Informationen zu den Produkten von Clariant, zur Forschung und Entwicklung sowie zur Anwendungstechnik gab es spannende Führungen im AO-Betrieb und in der Wachsmahlanlage. Die Wartezeit zwischen den Führungen ließ sich bei einem frisch gebrühten Kaffee angenehm verkürzen. Viele Helferinnen und Helfer aus den teilnehmenden Unternehmen haben dazu beigetragen, dass die Veranstaltung ein großer Erfolg wurde.



## Heufeld

Der Tag der offenen Tür 2018 war auch in Heufeld ein großer Erfolg. Ein Helfer-Team aus über 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hat das Großevent perfekt organisiert und durchgeführt. Insgesamt kamen über 1.100 Besucher an den Standort. Diese konnten die Produktionsanlagen besichtigen, Einblicke in die Arbeit eines Forschers bekommen, das historische Wasserkraftwerk besuchen oder selbst einmal Hochregalstapler fahren – all das war in Heufeld möglich. Auch das Rahmenprogramm mit vielfältigen Kinderattraktionen, einem Informationsstand der freiwilligen Feuerwehr oder einem Vortrag über die über 160 Jahre lange Historie des Standorts hatte vieles zu bieten und wurde von den Gästen hervorragend angenommen.



## Höchst

Das passiert nicht alle Tage: Am Tag der offenen Tür konnten die Besucher unter anderem in das Herzstück des Innovationsnetzwerkes von Clariant blicken. Die Mitarbeiter des Innovation Centers gaben den interessierten Gästen kompetent und fachkundig Auskunft über ihre Aufgaben rund um Forschung und Entwicklung. Darüber hinaus gab es bei den Rundgängen durch den Licocene-Waxsbetrieb und den Farbpigmentbetrieb viel Wissenswertes und Interessantes zu erfahren. Im Erlebnispark der Industrie waren vor allem bei jungen Besuchern die Berufs- und Entwicklungschancen bei der Clariant gefragt. Mehr als 30.000 Neugierige strömten an diesem Tag auf das Gelände des Chemieparks Höchst.

## Knapsack

Das war Spitze: Mehr als 4.000 Gäste kamen zum Tag der offenen Tür nach Knapsack. Im Mittelpunkt standen in diesem Jahr die Familien und Freunde der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Am Infostand im Feierabendhaus konnten sich die Besucher über die Produkte und Betriebe des Standorts informieren und an einem Jet-Ski durch virtuelle Wellen reiten. Neu in diesem Jahr: die Betriebsbesichtigungen für Familien, an denen mehr als 120 Personen teilnahmen. Die Idee dazu stammte vom Connect-Team. Nicht wenige Kolleginnen und Kollegen kamen begeistert und berührt zurück: Sie konnten ihren Familien nach vielen Berufsjahren zum ersten Mal ihren Arbeitsplatz zeigen.



## Lahnstein

Farbige Einblicke und ein breit gefächertes Programm erwarteten die rund 600 Besucher in Lahnstein. Bei Werksrundgängen konnten junge ebenso wie ältere Gäste spannende Eindrücke sammeln. Die beiden Technika Polymer-einfärbung und Spinnfärbung demonstrierten, wie die Farbwünsche der Kunden umgesetzt werden. Aber auch das Thema Nachhaltigkeit spielte in diesen Bereichen eine große Rolle. Ein weiterer Schwerpunkt des Rundganges war die Besichtigung eines Teilbereiches der Produktionsanlagen. Wie werden zum Beispiel Extruder gewartet? Die Werkstatt-Mitarbeiter gaben fachkundig Auskunft. Besondere Attraktion für den Nachwuchs: Die Kids konnten im Lager ihre Fahrkenntnisse auf Ministaplern testen.

## Moosburg

Selbst das Wetter passte: sonnig, aber nicht zu warm. Ideal also für einen Besuch bei der Clariant in Moosburg. Mit dabei waren Landrat Josef Hauner und der Bayerische Staatsminister Florian Herrmann. Die Standortleitung mit Uwe Müller und Klaus Langer ließ es sich nicht nehmen, die beiden VIPs persönlich rund zu führen und Fragen zu beantworten. Zudem kamen viele Jugendliche, um sich über Ausbildungsangebote zu informieren. Selbst die Kleinsten hatten viel Spaß beim Kinderschminken, der Weltraum-Hüpfburg oder mit dem Feuerwehr-Oldtimer, der für Rundfahrten bereitstand. Ebenso viel besucht: die Gießerei-Vorführungen, das Papierschröpfen und die Produktshow.



## Oberhausen

Am Ende des Tages waren Frosch- und Bio-Ethanol-Reiniger, Schauma-Shampoo und andere Werbepartikel so gut wie abgeräumt. Für Gerhard Betermann und sein Team ein gutes Zeichen. Der Standortleiter schließt daraus auf eine sehr gute Besucherzahl am Tag der offenen Tür. „Wir hätten noch mehr ausgeben können“, ist er mehr als zufrieden. Die Neugier der Gäste beschränkte sich aber nicht nur auf die Give-aways. Gut besucht waren auch die Betriebsrundgänge, die Vorstellung der neuen Messwarte und der Schlosserhalle mit Exponaten aus der Hochdrucktechnik. Insgesamt rund 4.300 Besucher am gesamten Chemiestandort zählte dessen Betreiber OXEA. Ein toller Tag, bis 16 Uhr. Dann kam der Regen.

# Ein Preis für alle Mitarbeiter am Standort

Platinum Safety Award 2017 belohnt die engagierte Sicherheitsarbeit in Knapsack



Lohn für eine ausgeprägte Sicherheitskultur: Der Lenkungskreis nimmt den Preis für herausragende Sicherheitsarbeit mit Stolz entgegen.

**KNAPSACK (msc)** „Sie können mit Fug und Recht stolz sein auf das, was Sie hier in Knapsack in Sachen Arbeitssicherheit geleistet haben“, sagte Stephan Lynen, Leiter der BU Additives, bei der Übergabe des Platinum Safety Award 2017 Mitte September in Knapsack. Der Arbeitssicherheitspreis wurde zum dritten Mal vergeben. Nach Standorten in China (2015) und Spanien (2016) ist Knapsack der erste deutsche Standort,

der für seine überdurchschnittlichen Anstrengungen in der Arbeitssicherheit ausgezeichnet wird.

Der Platinum Safety Award wird jährlich an einen einzigen Standort vergeben und im Folgejahr an den nächstjährigen Gewinner als Wandertrophäe weitergereicht. 2017 waren insgesamt 160 Clariant-Standorte aufgefordert, ihre Sicherheitsanstrengungen darzustellen und sich um den Preis zu be-

werben. Anhand strenger Kriterien prüft eine Jury aus Sicherheitsexperten sodann die eingereichten Bewerbungen der Standorte.

Die 16 Kriterien, die der Bewertung zugrunde liegen, fokussieren dabei auf die Themenbereiche Sicherheitsmanagement, Engagement der Führungskräfte, Beteiligung der Mitarbeiter und die Sicherheitsstrategie und deren Maßnahmen.

Sicherheit hat im Unternehmen erste Priorität. Das gilt für Anlagen und Prozesse genauso wie für die Sicherheit der Mitarbeiter am Arbeitsplatz. So lautet das interne Ziel zum Thema Sicherheitskultur: „Ich arbeite mit Priorität 1 daran, gesund nach Hause zu kommen.“ Denn statistisch gesehen ist der größte Unsicherheitsfaktor im Betrieb noch immer der Mensch. Der Löwenanteil der Sicherheitsvorfälle geht auf die Kappe „Fehlverhalten“. Deshalb legen die beiden ESHA-Manager Gerhard Illian und Manfred Kreitner so großen Wert auf eine breit verankerte Sicherheitskultur, die durch einen Sicherheitskulturlenkungsprozess am Standort gefördert wird. Damit geht Knapsack weit über gesetzliche Auflagen hinaus. Bei den monatlichen Treffen des Lenkungskreises werden alle Prozesse, Vorfälle und Aktionen besprochen, die von Relevanz für die Sicherheit sind, positiv wie negativ.

## Hohes Sicherheits-Engagement am Standort

Es bleibt aber nicht beim Reden. Der Lenkungskreis legt direkt entsprechende Aktionen fest und verfolgt deren Umsetzung. Um die Bedeutung der Sicherheitskultur herauszustellen wurden unter anderem ein Sicherheitskultur Handbuch für Führungskräfte und eine Sicherheitskulturkarte in Hemdtaschenformat für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entwickelt. Der Fokus liegt hierbei auf konkreten Verhaltensmaßnah-

men, die jeder, der am Standort arbeitet, verinnerlicht hat. „Die Kommunikation mit den Mitarbeitern und das Vorbild der Führungskräfte in ihrem Sicherheitsverhalten, neu-deutsch: visible commitment, ist für den Erfolg dieser Maßnahmen entscheidend“, sagen Illian und Kreitner unisono. Auch hier wird am Standort über alle Führungsebenen vergleichsweise viel unternommen, zum Beispiel die wöchentlichen Sicherheitsrundgänge des Standortleiters.

„Wir wären natürlich nicht so erfolgreich, ohne den breiten Rückhalt im Betrieb und auf allen Ebenen“, weiß Illian und verweist auf das hohe Sicherheits-Engagement am Standort. „Unser Ziel muss es sein, dass die Mitarbeiter Arbeitssicherheit nicht von außen an sich herantragen lassen, sondern von sich aus aktiv werden“, ergänzt Kreitner. Ein Beleg dafür ist die sehr hohe Quote an Verbesserungsvorschlägen für Sicherheit, die seit Jahren deutlich über einem Vorschlag pro Person und Jahr liegt. „Unsere Anstrengungen lohnen sich. Wir haben allen Grund, auf dem eingeschlagenen Weg konsequent weiterzugehen“, betonte denn auch Standortleiter Dr. Stephan Neunerdt anlässlich der Preisverleihung. Er gratulierte nicht nur den ESHA-Verantwortlichen: „Der Preis gehört allen Mitarbeitern am Standort!“ Das installierte System zeigt in Knapsack nachweisbare Erfolge. Die Arbeitssicherheitsvorfälle sind dort auf einem historischen Tiefstand.



## Gartenparty zum fünften Geburtstag

**HÖCHST (I/s)** „Fünf Jahre Clariant Innovation Center waren Anlass für das Sommerfest auf der Wiese neben dem CIC. Bei sonnigem Wetter feierten zahlreiche Mitarbeiter des Standorts Rhein-Main mit. Den Startschuss zur Gartenparty gab Standortleiter Dr. Rudolf Röper, der die Gäste begrüßte und alle zum Austausch motivierte, auch wenn man nicht tagtäglich miteinander zusammenarbeitet. Angelika Binder, die Vorsitzende des Konzernsprecherausschusses, ging in ihrem Grußwort auf die Bedeutung des CIC ein und dankte den Organisatoren für die gelungene Party. Schließlich würdigte Martin Vollmer, Head of Group Technology & Innovation, das Engagement des Mitarbeiters im CIC.“



## Sicherheit schreibt Erfolgsgeschichte

Abteilung TA EMEA am Standort Gendorf 12.000 Tage unfallfrei

**GENDORF (red)** „Fast 32 Jahre lang ohne einen einzigen meldepflichtigen Betriebsunfall – diese beeindruckende Sicherheitsleistung haben die Mitarbeiter der Abteilung TA EMEA (Technical Application EMEA) bei Clariant am Standort Gendorf vollbracht.“

Dabei ist das Unfallrisiko in den fünf Laboren und dem angeschlossenen Technikum bei dem breiten Aufgabenspektrum der Mitarbeiter nicht zu unterschätzen: „Wir unterstützen Kunden bei Problemstellungen, prüfen unsere Produkte in Anwendungstests aus, unterstützen die Betriebe bei Qualitätsabweichungen oder auch zur Freigabe von Produkten und bei Verfahrensoptimierung und wir entwickeln neue Produkte“, erklärt Dr. Verena Feldmann, die verantwortliche Betriebsleiterin, die Tätigkeiten der 21 Laborbeschäftigten und bis zu drei Auszubildenden. Umso wichtiger ist der bedachte und sichere Umgang mit Stoffen: „Zum Teil werden in den Laboren Gefahrstoffe analysiert und im Technikum werden auch

größere Produktmengen hergestellt“, erläutert Dr. Markus Mohrdieck, Leiter Nachhaltigkeit & ESHA bei Clariant.

Dr. Verena Feldmann sprach den Sicherheitsbeauftragten ihrerseits einen besonderen Dank aus: „Durch ihren Einsatz und natürlich durch die selbstverständliche Akzeptanz und Anwendung der verschiedenen Schutzmaßnahmen durch unsere Mitarbeiter können wir diese erfolgreiche Bilanz vorweisen.“ Dr. Markus Mohrdieck lobt ebenfalls das Engagement der Kolleginnen und Kollegen: „Ein überaus ausgeprägtes Bewusstsein für Sicherheit und vorausschauendes Agieren sind für mich die Grundlagen für diese außergewöhnliche Erfolgsgeschichte.“ Dem Lob schloss sich Standortleiter Dr. Stephan Trautschold an: „Die Abteilung TA EMEA ist mit ihren Leistungen ein unverzichtbarer Bestandteil nicht nur für den Gendorfer Standort innerhalb der Clariant. Es freut mich, dass sicheres Arbeiten hier so konsequent umgesetzt wird.“



Seit 1986 unfallfrei: Die Abteilung TA EMEA von Clariant am Standort Gendorf feierte kürzlich 12.000 Tage ohne meldepflichtigen Betriebsunfall.



**Großer Jubel:** Nach erfolgreich abgelegter Sommerprüfung starten die jungen Menschen gut ausgebildet in die berufliche Zukunft.

## Auszubildende erfolgreich bei Sommerprüfung

Rund zwei Drittel bleiben bei Clariant. Zusammenarbeit mit Ausbildungspartner Provalids bewährt sich einmal mehr

**HÖCHST (jh)** „Auf dem Weg in eine erfolgreiche berufliche Zukunft haben 19 junge Menschen am Standort Rhein-Main eine wichtige Hürde genommen: Mit der Sommerprüfung haben sie ihre Berufsausbildung abgeschlossen. Rund zwei Drittel der frischbackenen Fachkräfte werden

das Unternehmen künftig in verschiedenen Bereichen verstärken.

„Wir freuen uns, wieder zahlreiche gut ausgebildete und engagierte junge Menschen neu in unseren Reihen begrüßen zu können“, betont Beate Georg, die Ausbildungs koordinatorin

von Clariant am Standort Rhein-Main in Höchst. Mit allein zehn Chemielaboranten und vier Chemikanten sowie drei Elektronikern der Automatisierungstechnik und einem Industriemechaniker bilden die naturwissenschaftlich-technisch geprägten Berufe den Schwerpunkt der Ausbil-

dingsberufe. Eine fundierte duale Ausbildung des Nachwuchses garantierte die Kooperation von Clariant mit Provalids, dem langjährigen Ausbildungspartner an einem der größten Forschungs- und Produktionsstandorte der Chemie in Europa.

## Laufen für einen guten Zweck



**AHRENSBURG (kama)** „Mit Arbeitskollegen, dem Chef und Freunden gemeinsam auf die Laufstrecke gehen, ohne Wettkampfstress, sondern für den guten Zweck“, lautet die Grundidee des HSH Nordbank Runs, der in diesem Sommer wieder weit mehr als 21.000 Läuferinnen und Läufer gefolgt sind. Unter den 710 Teams, die sich auf die vier Kilometer lange Strecke durch die Hamburger Hafen City machten, war erstmals auch ein Team des Clariant-Standorts Ahrensburg. 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hatten sich angemeldet, teilweise mit Familienangehörigen.

Und die hatten offenbar viel Spaß dabei, der ansteckend wirkt. Denn: „Für das nächste Jahr planen wir, 40 Teilnehmer zu melden, da die positive Resonanz im Werk recht groß war“, blickt Standortleiter Manfred Holz schon in die Zukunft.

Die Anmeldegebühren aller Teams spülten am Ende rund 162.500 Euro in den Spendentopf. Mit den erlaufenen Geldern wird Kindern und Jugendlichen aus finanziell schwächer gestellten Hamburger Familien im Rahmen des Projekts „Kids in die Clubs“ Sport im Verein ermöglicht.

## Mit Teamgeist und Spaß

**BITTERFELD (kama)** „Bereits zum neunten Mal paddelten Anfang August die Clariant-Mitarbeiter des Standorts Bitterfeld beim Goitzsche Dragon Day um sportliche Erfolge. Bei subtropischen Temperaturen erkämpfte sich das Team den fünften Platz von zehn gemeldeten Fun-Teams. Kräftig unterstützt wurden die Clarianten von Mitarbeitern des Nach-

barunternehmens Eurecat, das das Boot in den letzten Jahren schon oft mit motivierten Sportlern ergänzt hatte. Am Ende des Tages waren alle Beteiligten froh über den Erfolg und den tollen Tag, den sie miteinander verbringen konnten. Teamgeist und Spaß am Drachenbootsport standen im Vordergrund der Veranstaltung. Die Clarianten werden im nächsten

## Sicher ist sicher

**MOOSBURG (kama)** „Arbeitssicherheit, Unfallvermeidung und Erste Hilfe standen im Fokus des jährlichen Sicherheitstags in Moosburg. Dazu hatten die Verantwortlichen unter der Leitung von Dr. Otto Haubensak, Leiter der Abteilung Umweltschutz und Sicherheit, wieder ein Paket geschnürt, in dem möglichst viele Aspekte des Themas eingepackt worden waren. Dazu gehörte die Evakuierung der Verwaltungsgebäude ebenso wie ein Gabelstaplertraining auf einem Sicherheitsparcours. In praktischen Übungen wurden Brandschutz- und Erste-Hilfe-Einsätze geübt. Einweisungen gab es unter anderem für die korrekte Verwendung der am Standort vorhandenen Defibrillatoren und die Ladungssicherung beim Verladen von Gütern für den LKW-Transport. Informationen zum Thema Alkohol am Arbeitsplatz sowie Tipps zum Energiesparen hatten in dem umfangreichen Sicherheitspaket ebenso ihren Platz. Für Haubensak ist der Sicherheitstag ein wichtiges Datum im Kalender – nicht nur um alle Standortangehörigen für sicheres Arbeiten und sicherheitsbewusstes Verhalten zu sensibilisieren: „Unsere Mitarbeiter können ihre Kenntnisse und praktischen Fähigkeiten testen und verbessern. Zugleich geben wir auch das Signal an unsere Nachbarschaft, dass wir für Notfälle gerüstet sind.“



Jahr wieder mit von der Partie sein. Der Ehrgeiz, einen Pokal dann vielleicht in den Händen halten zu können, motiviert sie schon heute. Olaf Petruck, Supervisor Maintenance und Organisator auf Unternehmensseite, ist fest überzeugt. „Das sollte mit ein paar mehr Trainingseinheiten durchaus realistisch sein“ schmunzelte er.

## Mit Clariant in die Welt

**HÖCHST (msc)** „Im Rahmen einer Präsentationsrunde wurden in Höchst zwei Schülerstipendien an Mitarbeiterkinder vergeben. Anna Holz und Swantje Stein, deren beider Väter am Standort Ahrensburg arbeiten, werden für ein Jahr in die USA gehen und dort bei jeweils einer Gastfamilie das Leben in einer anderen Kultur aus nächster Nähe erleben können. Möglich macht das ein Austauschprogramm, für das Clariant einmal jährlich ein Stipendium für zwei Mitarbeiterkinder übernimmt. Bewährter Partner des Programms ist AFS Interkulturelle Begegnungen. AFS International, hervorgegangen aus dem American Field Service, ist eines der weltweit größten Netzwerke von Austauschorganisationen für junge Menschen, die als Austauschschüler längere Zeit im Ausland verbringen, und verfügt über entsprechend umfangreiche Erfahrung.“

## Lernen durch Erfahrung



**GENDORF (kama)** „Der Blick über den eigenen Tellerrand führt in der Regel zu mehr Wissen und Erkenntnissen, in jedem Fall aber zu einem wertvollen Erfahrungspunkt. Getreu diesem Motto machten sich insgesamt 20 Auszubildende aus dem Chemiepark Gendorf vor einigen Wochen auf den Weg nach England. Unter ihnen auch Azubis der Clariant vom Standort Gendorf. Im Foto von rechts: Laura Ober, angehende Kauffrau für Büromanagement sowie Niklas Berger und Dennis Wieland, die zu Chemikanten ausgebildet werden.“

## Mit Glanz und Gloria

**BITTERFELD (kama)** „Als „Überflieger“ bezeichnet man bekanntlich Menschen, die begabter, intelligenter, tüchtiger und dadurch meist viel schneller erfolgreich sind als der Durchschnitt. Michael Frank ist so einer. Der Auszubildende zum Chemikanten am Clariant-Standort Bitterfeld erhielt im vergangenen Sommer seine Freisprechung, nachdem er die Abschlussprüfung ein Jahr vor dem normalen Termin im Sommer 2019 mit einer glatten „1“ bestanden hat. Die tolle Entwicklung will Michael Frank in einem Universitätsstudium fortsetzen.“



# Mit Hightech ins Mittelalter

CCA-Team hilft dem Archäologischen Museum Frankfurt bei der Analyse historischer Fundstücke

**HÖCHST (kama)** \_\_ Im Herbst 2017 erreichte Martina Hirschen, Lab Head Chemical Analysis im Competence Center Analytical Services (CCA) in Höchst, eine ungewöhnliche Anfrage: Elke Sichert, Archäologie-Masterandin der Universität Marburg, suchte Unterstützung bei der Aufklärung der Zusammensetzung von mittelalterlichen Fundstücken, die auf der Baustelle der neuen Frankfurter Altstadt auf dem Dom-Römer-Areal geborgen worden waren.

Interessanterweise stammen die Fundstücke aus einer seit dem 11. Jahrhundert bis in die Neuzeit benutzte Grube, in der Haushalte und Handwerksbetriebe ihre Abfälle und Fäkalien entsorgt hatten. Die Archäologen vermuteten, dass es sich bei den Objekten, darunter zwei Keramikbecher, um Pigmente oder Farbreste handeln könnte und nahmen aus diesem Grund Kontakt zu Clariant auf. Für das CCA-Team eine außergewöhnliche Herausforderung. „Ziel war es, möglichst viele Informationen bei möglichst geringem Verbrauch an Substanz zu gewinnen“, beschreibt Martina Hirschen die Aufgabe. Und so brachten Elke



Unterm Rasterelektronenmikroskop wurden einzelne Strukturen erkennbar.



Sichert und der zuständige Restaurator des Archäologischen Museums Frankfurt, Thomas Flügel, die wissenschaftlichen Schätze höchstpersönlich ins CIC.

Mit großem Engagement machte sich das Team von CCA sogleich ans Werk, und innerhalb kürzester Zeit konnten mit Infrarot-Spektroskopie erste Erkenntnisse gewonnen werden. „Spannend waren anschließend die Untersuchungen mit dem Rasterelektronenmikroskop“, blickt Martina Hirschen zurück. „Damit war es möglich, die verschiedenen Strukturen der einzelnen Bestand-

teile zu erkennen und deren Elementzusammensetzungen aufzuklären.“ Abgerundet wurden die Analysen mit Messungen zur Bestimmung der Gehalte an Metallen und Schwermetallen. Mit jeder Menge wertvoller Informationen zu den Fundstücken, die bei den Messungen nahezu unversehrt geblieben sind, verließen Elke Sichert und Thomas Flügel das CIC.

Als Dankeschön für die Unterstützung lud der kommissarische Leiter des Archäologischen Museums Frankfurt, Carsten Wenzel, das CCA-Team zu einer nachmittäglichen Sonderführung ein. Er und Thomas Flügel erläuterten mit viel Herzblut und sehr anschaulich die Arbeit von Archäologen.

Das Schwerpunktthema der Führung war auf Clariant als Pigmenthersteller zugeschnitten: die Verwendung von Pigmenten bzw. Farbe überhaupt in der Vor- und Frühgeschichte mit

Schwerpunkt auf unserer heimischen Region. „Bei Funden sind die Farben meist nicht erhalten, so dass man in Museen nur die natürliche Farbe der Baumaterialien und Statuen sieht. Nach archäologischen Erkenntnissen waren aber sowohl Statuen als auch Bauten in der Römerzeit bunt koloriert“, so die Museumsexperten. Die-

ses Wissen um die Farben stammt unter anderem aus dem einzigartigen Fund eines Malergrabs aus Nida, der Römersiedlung nördlich von Frankfurt, dem zahlreiche Farbtiegel als Grabbeilage beigegeben waren. Es gab also viel Neues über „Altes“ zu erfahren. Das CCA-Team zeigte sich schwer beeindruckt.



Als Dankeschön für die Unterstützung: Der kommissarische Leiter des Archäologischen Museums Frankfurt, Carsten Wenzel, lud das CCA-Team zu einer Sonderführung ein.



## Entdecker gesucht ...

selbstverständlich, 1992, als der Vater aufs Altenteil ging, den Hof zu übernehmen. Nebenher, versteht sich. Und zusammen mit Ehefrau Rosemarie, versteht sich ebenfalls. Zwar hatten die beiden schon zuvor samt ihrer fünf Kinder mit auf dem Hof außerhalb von Kastl gewohnt und auch schon immer in der Landwirtschaft geholfen, doch nun standen sie in der Verantwortung. Was nicht nur bedeutete, täglich um fünf Uhr aufzustehen und die Kühe zu melken. Es bedeutete vielmehr, sich gut zu organisieren, tüchtig anzupacken und den Hof behutsam so umzustellen, dass er sich weiter „nebenberwsmäßig“ bewirtschaften ließ. Und zwar so, dass dabei tatsächlich noch ein „Nebenberw“ herausprang. Was, wie Johann Starflinger sagt, nur möglich war und ist, weil er lediglich 1,5 Kilometer von Gendorf entfernt wohnt und mit dem Fahrrad in kürzester Zeit dort und wieder zuhause ist: „Durch die Arbeitszeiterfassung mit der Stechuhr bin ich außerdem recht flexibel.“

Peu à peu schafften die Starflingers die Schweine ab und die Hühner, konzentrierten sich auf die Viehzucht und bauten Klee, Getreide und Mais an, um daraus Futter für ihre Tiere

zu gewinnen. Denn die Kühe bestmöglich zu füttern, um bestmögliches Fleisch zu erzielen, war und ist für die beiden „Landwirte aus Leidenschaft“ ein großes Anliegen. Schon seit 1985 werden die hauseigenen Kälber mit Milch aufgezogen anstelle des sogenannten „Milchaustauschers“, eines Magermilchpulvers mit diversen Zusätzen. Als dann Mitte der 1990er Jahre der Futtermarkt mit genmanipuliertem Soja aus Südamerika überschwemmt wurde und im Mischfutter daneben auch noch Substanzen wie Knochenmehl, Palmöl und Antibiotika auftauchten, beschlossen die Starflingers, gänzlich darauf zu verzichten und autark zu werden. Rosemarie, eine ruhige, lebenswürdige, aber auch robust wirkende Frau, erzählt: „Wir dachten, warum sollen wir Futter aus Übersee importieren, wenn rings um uns herum bestes Futter wächst?“

Seitdem fressen Helena und Co. ausschließlich eine feine vegetarische Mischung von den hofeigenen Äckern, die „silirt“, also durch Gärung haltbar gemacht wurde. Plus im Sommer eine ordentliche Portion frisches Gras, täglich gemäht und per Hand verfüttert. Das macht nicht nur die Milch fein, sondern auch das Fleisch der Tiere, was zahlreiche Stammkunden zu bezeugen wissen. Es stammt ausschließlich von Färsen, also jungen

Kühen, die noch nicht gekalbt haben. Bullenkälber werden mit etwa sieben Wochen verkauft. Drei- bis viermal im Jahr schlachten die Starflingers ein Tier – früher auf dem Hof, heute – weil Vorschrift – bei einer EU-zertifizierten Metzgerei.

Ein Tier mit rund 650 Kilogramm Lebendgewicht bringt etwa die Hälfte davon an Schlachtgewicht ein. Mit rund 320 Kilogramm Fleisch also – gut verpackt – kommen die Starflingers an einem Schlachttag nach Hause. Und dann – ruckzuck – ist alles weg, längst vorbestellt, innerhalb von Stunden verteilt. „Selbst während der BSE-Krise hatten wir keinerlei Rückgang, ganz im Gegenteil“, berichtet Johann Starflinger stolz. Der freundliche Mann mit dem ergrauten Schnauzer weiß, warum:

„Die Leute wollten wissen, woher das Fleisch stammt, das sie essen.“

Reich werden die Starflingers von ihrem arbeitsintensiven Nebenerwerb nicht. Und dass überhaupt etwas übrig bleibt, liegt nicht zuletzt daran, dass sie fast alles allein schaffen und Johann seinen Gerätepark sorgsam wartet: Der Traktor ist genauso alt wie Rosemarie, also 54 Jahre. Doch beiden macht die gemeinsame Arbeit mit den Tieren Freude, und es bleibt trotz allem noch Zeit, am Sonntag einmal schwimmen zu gehen und für ein paar Tage Urlaub hier und da. Die Kinder, alle erwachsen, helfen dann aus. Und wenn auch keines von ihnen Landwirt werden will, könnte doch zumindest der Hof als solcher in der Familie bleiben: Der jüngste Sohn will Landarzt werden.

## 5 Fragen an Johann Starflinger

EIN GUTER TAG BEGINNT... mit einem guten Gefühl für das, was ansteht. Alle Tiere gesund und kein Stress in der Arbeit.

WAS IST DAS WICHTIGSTE UTENSIL AN IHREM ARBEITSPLATZ? Der Schraubendreher. Und bei der Landwirtschaft meine Frau – auch wenn sie natürlich kein Utensil ist.

ENTDECKEN HEISST FÜR MICH... mich neuen Herausforderungen zu stellen, praktische Lösungen dafür zu finden und sie umzusetzen.

WELCHE WERTE SIND IHNEN WICHTIG? Nachhaltigkeit in allen Bereichen – Klimaschutz, Nutzung von Rohstoffen und Energie, Langlebigkeit von Maschinen. Wir versuchen in allen Bereichen nachhaltig zu leben.

WAS WAR IHRE GRÖSSTE ENTDECKUNG? Mein Vieh allein mit selbst erzeugtem Futter vom Hof gesund ernähren zu können und damit erfolgreich zu sein.



Johann Starflinger

**GENDORF (chp)** \_\_ Wer die schöne Helena ausschließlich in der griechischen Mythologie verortet, liegt falsch. Sie steht nämlich auch im Stall von Johann Starflinger – neben Hilda, Heike, Hopsi und Hibiska. Die schönste Kuh von allen sorgt mitsamt ihren 14 Kolleginnen beständig für Nachwuchs und damit für ein Nebeneinkommen des im Nitril-Amin-Betrieb von Gendorf beschäftigten Elektrikers und Mess- und Regeltechnikers.

Obwohl der „Starflinger Hans“ seit seiner Lehre bei Hoechst auch dort arbeitete, war es für den ältesten Sohn eines Bauern (1959 geboren)