

# Einblicke:

Zeitung für Mitarbeiter und Freunde von AkzoNobel

Nummer 2 August 2008, elfter Jahrgang



**AkzoNobel**

Tomorrow's Answers Today

## **Sammeln und Speichern**

Datenschutz im Unternehmen 2

## **Rot oder Grün?**

Hilfe für Farbenblinde 10

## **Gesundheit und Arbeitsschutz**

HSE-Konferenz in Köln 12

## **Fordern und Fördern**

Talent Factory – Neue Führungskultur 14



Datenschutz im Unternehmen

# Wie sicher sind unsere Daten?

**Unsere Daten sind begehrt. Ob als Kunde, Bürger, Internet-Surfer oder Mitarbeiter, überall werden unsere persönlichen Daten gespeichert. Aber was geschieht mit Ihnen? Wer darf unsere Daten zu welchem Zweck nutzen? Arnd Fackeldey, Datenschutzbeauftragter von AkzoNobel in Deutschland, weiß darüber genauestens Bescheid. Er wacht für nahezu alle deutschen Standorte darüber, dass mit den personenbezogenen Daten der Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten kein Missbrauch getrieben wird.**

Datenschutz ist ein brisantes Thema. Das konnte man deutlich spüren, als vor wenigen Wochen die Video-Überwachung von Mitarbeitern bei Lidl und der Missbrauch von Kunden- und Mitarbeiterdaten bei der Telekom bekannt wurden. Für Fackeldey sind diese Skandale jedoch nur die Spitze des Eisberges. „Die Begehrlichkeiten, Daten zu sammeln und sie auch zu benutzen, nehmen zu.“ Es ist in den letzten Jahren immer einfacher geworden, Daten zu erfassen und zu speichern. Ob Internet, E-Mail, Handy, elektronische Zahlungsmethoden und Videoüberwachung: überall hinterlassen wir persönliche Daten. „Dabei sind nicht die technischen Möglichkeiten der Datenverarbeitung das Problem“, erklärt Fackeldey. „Viel kritischer ist es, wenn die endlosen Datensammlungen nach Belieben miteinander verknüpft werden. Dann ist der ‚Gläserne Mensch‘ Realität, die persönliche Freiheit des Einzelnen stark eingeschränkt.“ Eine Vorstellung, die dem fachlich geprüften Datenschutzbeauftragten und zertifiziertem Datenschutzauditor gar nicht gefällt. Viele glauben, dass die einzige Folge der Datenweitergabe darin besteht, nur mit noch mehr Werbung

belästigt zu werden. Die Verknüpfung von Datenbanken kann aber auch ganz andere Folgen haben. Dies zeigt das Beispiel einer Frau, der im Oktober 2003 die Einreise in die USA verweigert wurde, weil sie zuvor bei einem großen Internet-Buchhändler Bücher erworben hatte, die in den USA auf dem Index stehen. Offenbar konnte die amerikanische Einwanderungsbehörde auf die Datenbank des Internet-Shops zugreifen. „Dies ist nach deutschem Datenschutzrecht nicht zulässig, zeigt aber, welche Folgen die zweckentfremdete Verknüpfung von personenbezogenen Daten haben kann“, warnt Fackeldey.

## Angst vor Datenmissbrauch

Aus der jüngsten Eurobarometer-Umfrage geht hervor, dass 64 Prozent der EU-Bürger in Sachen Datenschutz besorgt sind. Allein der Anteil besorgter deutscher Bürger stieg in den vergangenen fünf Jahren von 58 auf 86 Prozent. „Die meisten Menschen haben Angst davor, dass ihren Daten missbräuchlich verwendet werden“, weiß Fackeldey. „Auf der anderen Seite geben sie jedoch das Selbstbestimmungsrecht über ihre persönlichen Daten oftmals allzu leichtfertig



**Arnd Fackeldey**  
„Datenschutz muss zu einem festen Bestandteil unserer Unternehmenskultur werden.“

## §

1970 verabschiedete Hessen als erstes Bundesland ein Datenschutzgesetz. Das Bundesdatenschutzgesetz folgte 1977. Mit dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts zur Volkszählung 1983 wurde der Begriff des informationellen Selbstbestimmungsrechts geprägt. Das ist das Recht des Einzelnen, grundsätzlich selbst über die Preisgabe und Verwendung seiner persönlichen Daten zu bestimmen. Jedes Unternehmen, in dem neun oder mehr Personen mit der Verarbeitung personenbezogener Daten beschäftigt sind, muss einen Datenschutzbeauftragten bestellen. Dieser muss die erforderlichen Fachkenntnisse mitbringen und absolut zuverlässig und integer sein. Er ist zwar weisungsfrei, hat jedoch keine Weisungsbefugnis.

aus der Hand. Wer beispielsweise Verträge unterschreibt, an Kundenkartenprogrammen oder Gewinnspielen teilnimmt, übersieht oft im Kleingedruckten, dass er damit der Weitergabe und Verwendung seiner personenbezogenen Daten zustimmt. Jeder sollte sich genau überlegen, ob er das tatsächlich will. Fackeldey mahnt deshalb Verantwortungsbewusstsein an: „Es sind unsere Daten und in erster Linie sind wir selbst dafür verantwortlich, wem wir unsere Daten geben und was mit ihnen geschieht.“

## Informationelle Selbstbestimmung

Die personenbezogenen Daten jedes Einzelnen müssen also geschützt werden, auch innerhalb eines Unternehmens. In Deutschland hat die Datenverarbeitung zweckgebunden und maßvoll zu erfolgen. „Das heißt, im Umgang mit Mitarbeiterdaten ist Transparenz gefragt“, fügt Fackeldey an. „Jeder Mitarbeiter hat das Recht zu wissen, welche Daten über ihn gesammelt werden und was mit ihnen geschieht.“ Mit der Einführung des P&D-Dialogs wurde auch Datenschutz zu einem wichtigen Thema. Die Arbeitnehmervertreter forderten klare Regelungen für die Speicherung, die Verwendung und die Zugänglichkeit der über jeden Mitarbeiter erfassten Daten. Fackeldey erreichte in enger Absprache mit dem Personalchef von AkzoNobel, Heiko Hutmacher, und den Betriebsräten, dass in den Betriebsvereinbarungen der Umgang mit den Daten, die im Rahmen des P&D-Dialogs erhoben werden, für beide Seiten zufriedenstellend geregelt wurde. „Meine Aufgabe ist es, praktikable Lösungen zu entwickeln und anzubieten, die den gesetzlichen Regelungen entsprechen“, beschreibt Fackeldey sein Selbstverständnis als Datenschützer. „Dabei nehme ich gerne die Herausforderung als Berater und Vermittler zwischen der Arbeitnehmerseite und der Unternehmensführung an.“

## International unterschiedliche Standards

„Viele Unternehmen befinden sich bei dem Thema Datenschutz noch in der Lernphase“, stellt Fackeldey fest. „Ich bin froh, dass AkzoNobel diese Herausforderung schon vor einigen Jahren erkannt hat und angegangen ist.“ Die weltweiten Aktivitäten des Unternehmens stellen für den deutschen Datenschützer eine Herausforderung dar. Denn andere Länder setzen bei weitem nicht so hohe Standards im Datenschutz wie Deutschland. „Deshalb ist es wichtig, den

Datenschutz innerhalb von AkzoNobel auf internationaler Ebene weiter auszubauen und zu intensivieren, um auch hier zu verbindlichen Standards für den Umgang mit personenbezogenen Daten zu gelangen“, fordert der engagierte Datenschützer, der auch hierzulande noch Aufklärungsarbeit leisten muss. Denn um optimalen Datenschutz zu gewährleisten, ist er auf Informationen und Hinweise von Mitarbeitern an den Standorten angewiesen. Rund 400 Mitarbeiter aus verschiedensten Bereichen hat er im vergangenen Jahr in Bezug auf den Umgang mit personenbezogenen Daten geschult. Dieses Jahr werden es ebenso viele sein. „Schließlich müssen die Mitarbeiter, die mit dieser Art Daten umgehen, für das Thema Datenschutz sensibilisiert werden“, erklärt Fackeldey.

„Jeder Mitarbeiter hat das Recht zu wissen, welche Daten über ihn gesammelt werden und was mit ihnen geschieht.“

## Datenschutz als Wettbewerbsvorteil

Er arbeitet akribisch daran, Datenschutz an allen Standorten zu etablieren, für die er verantwortlich ist. „Datenschutz muss zu einem festen Bestandteil unserer Unternehmenskultur werden. Ich bin überzeugt davon, dass Datenschutz sich immer mehr zu einem Wettbewerbsvorteil entwickeln wird, und zwar nicht nur gegenüber Kunden, sondern auch gegenüber Mitarbeitern“, ist sich Fackeldey sicher. „Denn wer arbeitet nicht lieber bei einem Unternehmen, wo jeder sicher sein kann, dass seine personenbezogenen Daten geschützt sind.“

## Editorial

Neustart für AkzoNobel. Einblicke präsentiert sich in neuem Format und mit neuer Gestaltung. Nach zehn Jahrgängen Einblicke haben wir das vertraute Erscheinungsbild Ihres Mitarbeitermagazins an die Vorgaben des komplett neugeschaffenen Corporate Designs der neuen AkzoNobel angepasst.

Nach dem großen Umbau des Unternehmens im vergangenen Jahr und der damit verbundenen strategischen Neuausrichtung in diesem Jahr, zeigt AkzoNobel mit überarbeitetem Logo und vollständig neuem Erscheinungsbild auch nach außen hin deutlich sein Selbstverständnis als kraftvoller, moderner und dynamischer Weltkonzern, der heute die Antworten für morgen geben will.

Damit haben wir in diesem Jahr einen Neustart hingelegt. Das sollte uns alle bei unserer täglichen Arbeit motivieren und neugierig auf eine interessante Zukunft machen. Wir hoffen, dass Ihnen das neue Einblicke-Layout gefällt und wollen Ihnen nach wie vor interessante Nachrichten über AkzoNobel in Deutschland bieten. Schreiben Sie uns doch mal, was Sie von dem neuen Erscheinungsbild unseres Unternehmens halten.

Ihre Redaktion Einblicke





**Logo für Läufer**

An diesem dynamischen Logo auf dem T-Shirt erkennt man in Frankfurt und Umgebung die Läufer von Elotex.

# Elotex-Mitarbeiter helfen laufend

**Das Engagement für soziale Projekte gehört für die Mitarbeiter von Elotex in Frankfurt zum selbstverständlichen Bestandteil ihres sozialen Lebens.**

„Durch den Hinweis von Produktionsmitarbeiter David Schardt wurden wir auf den Fall der an Lymphdrüsenkrebs erkrankten 12jährigen Louisa aufmerksam“, berichtet Heinz Josef Thevissen, Standort-Manager Elotex Frankfurt. Für Louisa musste ein geeigneter Knochenmarkspender gefunden werden.

Allerdings wird die dazu notwendige kostspielige Typisierung von potenziellen Knochenmarkspendern nicht von der Krankenkasse bezahlt. Sie sollte durch einen so genannten Sponsorenlauf finanziert werden. Dabei suchen sich die Teilnehmer dieses Laufes Sponsoren, die bereit sind, pro gelaufene Runde einen bestimmten Geldbetrag zu spenden.

**Jede Runde zählt**

„Die Geschäftsführerin von Elotex Frankfurt, Bettina Gerharz-Kalte, und ich haben uns spontan bereit erklärt, diesen Lauf zu unterstützen und drei Läufer ins Rennen geschickt“, erklärt Thevissen. „Jede Runde, die David Schardt, der den guten Vorschlag gemacht hatte, Jürgen Halfmann und Ralf Reinick liefen, haben wir mit 50 Euro gesponsert.“ Am Ende konnte Elotex 750 Euro für Louisa spenden.

Inzwischen wurde auch ein geeigneter Knochenmarkspender gefunden und Louisa kann sich jetzt auf die Transplantation vorbereiten.

**Größter Firmenlauf der Welt**

Auch bei der weltweit größten Laufserie, dem JP Morgan Chase Corporate Challenge, einem Firmenlauf über 5,6 Kilometer, zeigten die Mitarbeiter von Elotex große Laufbereitschaft. Das Elotex Frankfurt Team mit Klaus Eckes, Roland Friedel, Martin Gröger, Jürgen Halfmann, Jörg Meyer, Tanh-Dung Ngyuen, Karsten Paß, Michael Schottler, Thomas Spengler und Heinz Josef Thevissen nahm an dem Wettbewerb teil, der jedes Jahr insgesamt in sieben Städten weltweit mit mehr als 200.000 Menschen ausgetragen wird und damit die größte Laufserie der Welt ist.



# Heute die Antworten für morgen geben



Tomorrow's Answers Today – heute die Antworten für morgen geben. Diese fest an das überarbeitete Unternehmens-Logo gekoppelte Botschaft fasst den Anspruch von AkzoNobel kurz und knackig zusammen.

Es geht um nichts weniger, als darum, die Zukunft zu gestalten. In dieser Einblicke-Ausgabe gibt es einige Beispiele dafür, wie diese Aussage schon jetzt mit Leben erfüllt wird. Ob es sich um die Entwicklung dezentraler Chlorproduktion handelt, um den Transport und die Lagerung von Chlor zum Schutz von Mensch und Umwelt zu vermeiden. Oder dafür zu sorgen, dass auch Farbenblinde gefahrlos leben können. Oder Chemikalien für die Reinigung von Trinkwasser zu entwickeln und zu verbessern. All dies sind Beispiele dafür, wie wir daran arbeiten, heute die Antworten für morgen zu geben.

**Wir sind AkzoNobel**

Die Identität eines Unternehmens entsteht nicht nur durch ein Logo allein, sondern durch die Dinge, die wir tun und dadurch, wie wir sie tun und welche Werte wir vermitteln. Wir, das sind alle Mitarbeiter von AkzoNobel, verkörpern das Unternehmen und folgen während unserer Arbeit fünf zentralen Unternehmenswerten, an denen sich unser Handeln orientiert, und zwar nicht erst seit heute. Sie sind das Fundament des Unternehmens: immer die Zukunft unserer Kunden im Blick haben; unternehmerisch denken; die Talente der Mitarbeiter fördern; den Mut und die Neugier besitzen, Fragen zu stellen sowie Integrität und Verantwortungsbewusstsein in unserem Handeln. „Diese Unternehmensmaximen zeigen unser Verständnis von unserer Arbeit und unserem Verhalten – persönlich und im Unternehmen“, erklärte Vorstandsvorsitzender Hans Wijers anlässlich der feierlichen Einführung der neuen AkzoNobel Identität Ende April. „Sie finden sich in allen Aspekten dessen, was wir tun, wieder. So sorgen sie dafür, dass wir unseren Stakeholdern stets einen außergewöhnlichen Service und echte Werte bieten können. Unsere Unternehmenswerte stellen sicher, dass wir immer ein maximal wettbewerbsfähiges und dynamisches Unternehmen sein werden, das heute die Antworten für morgen gibt – Tomorrow's Answers Today eben“, schloss Wijers.

**„Die Identität eines Unternehmens entsteht durch die Dinge, die wir tun und dadurch, wie wir sie tun und welche Werte wir vermitteln.“**

Hans Wijers, Vorstandsvorsitzender von AkzoNobel

Das Begrüßungspaket für alle Mitarbeiter. Manche Standorte erhielten ihre Lieferung erst verspätet. Der logistische Aufwand für den weltweiten Versand von 60.000 gepackten Tüten ist ja auch keine Kleinigkeit.





Die Verfügbarkeit von sauberem Wasser ist eine der wichtigsten Fragen für die Zukunft der Menschheit.

## Ecosystems auf der wichtigsten Umweltmesse der Welt

Sauberes Wasser ist längst nicht überall auf der Welt zu haben. Auch hierzulande fließt nur deshalb sauberes und unbedenkliches Wasser aus der Leitung, weil es aufwändig geklärt und gereinigt wird. Die sBU Ecosystems, die zu AkzoNobel Base Chemicals gehört, stellt Chemikalien her, mit denen kommunale und industrielle Abwässer behandelt und aufbereitet werden, damit sie wieder genutzt werden können. Auf Grund der hohen Qualitätsmaßstäbe in der Produktion der Chemikalien werden diese zum Teil auch in großem Umfang bei der Aufbereitung von Trinkwasser eingesetzt.

„Deshalb war es für uns wichtig, auf der weltweit bedeutendsten Messe für Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Wasser, Abwasser, Abfall und Recycling präsent zu sein“, erklärt Andreas Sievernich, einer der drei Vertriebsmitarbeiter von Ecosystems in Deutschland. „Die IFAT, die alle drei Jahre in München stattfindet, ist für uns die ideale Plattform, nicht nur bestehende Kunden zu treffen, sondern auch neue Kunden anzusprechen.“ Rund 120.000 Besucher strömten an fünf Ta-

gen durch die Messehallen, um sich über Umwelttechnologien und –dienstleistungen zu informieren. Auf dem ohnehin auffällig gestalteten Messestand, der ganz im Zeichen des Wassers stand, zogen drei überlebensgroße Pinguin-skulpturen zusätzlich die Aufmerksamkeit der Besucher auf sich. „Wir sind mit der Resonanz auf unsere Produkte sehr zufrieden und konnten viele interessante Gespräche führen“, zieht Sievernich ein positives Fazit der Beteiligung an der IFAT.



## Freizeitgestaltung mit Mehrwert

Viele Mitarbeiter von verschiedenen Standorten brachten auch in diesem Sommer eine ganze Reihe von Community Projekten zum Abschluss. Sie zeigen, wie aktiv sich Mitarbeiter in ihrem sozialen Umfeld einbringen. Nachahmung ist unbedingt empfohlen. Weitere Projekte sind bereits in Vorbereitung.

### Volltreffer in Düren

Mitarbeiter von AkzoNobel Chemicals in Düren haben für die Schüler einer Grundschule in Kreuzau-Winden eine Street Soccer-Anlage gebaut. Für den Bau des Bolzplatzes bewilligte AkzoNobel 7.000 Euro aus dem Community-Topf. Mit Hilfe weiterer Sponsoren konnten so wieder Spielmöglichkeiten für die vielzitierten Straßenfußballer geschaffen werden.

### Sommerfrische in Ibbenbüren

Eine Menge Arbeitskraft investierten die Mitarbeiter von Base Chemicals in Ibbenbüren in die Renovierung eines Freibades in Laggenbeck. AkzoNobel unterstützte das Projekt mit 12.000 Euro. Rechtzeitig zum 70jährigen Bestehen des Bades und mit Beginn der schönen Sommerzeit konnte das renovierte Familienbad mit Sonnensegel, Sandstein-Wasserfall und Standdusche sowie einer neuen Pumpenanlage eingeweiht werden.

### Schulpartnerschaft schlägt Wurzeln

Ein kleiner Spitz-Ahorn grünt jetzt vor dem Eingang des Verwaltungsbauwerks von AkzoNobel Base Chemicals in Bitterfeld. Gepflanzt haben ihn Schüler des Europagymnasiums „Walther Rathenau“ Bitterfeld, mit dem seit 2005 eine Partnerschaft besteht, als „Dankeschön“. Werkleiter Konrad Syska überreichte den Schülern im Rahmen der Initiative „Pro Chemieunterricht“ einen Scheck von 1.000 Euro. Davon können nun neue Geräte angeschafft und Exkursionen durchgeführt werden.

### Samstagsarbeit in Reutlingen

Tapezieren, Streichen, Lackieren und Bodenverlegen stand für sieben Mitarbeiter an sechs Samstagen auf dem Programm, um das Pförtnerhäuschen des Umweltzentrums Lishof auf Vordermann zu bringen. 8.000 Euro gab das Unternehmen dazu. Jetzt werden dort Lebensmittel regionaler Erzeuger angeboten. Ein weiteres Projekt ist bereits in Planung.

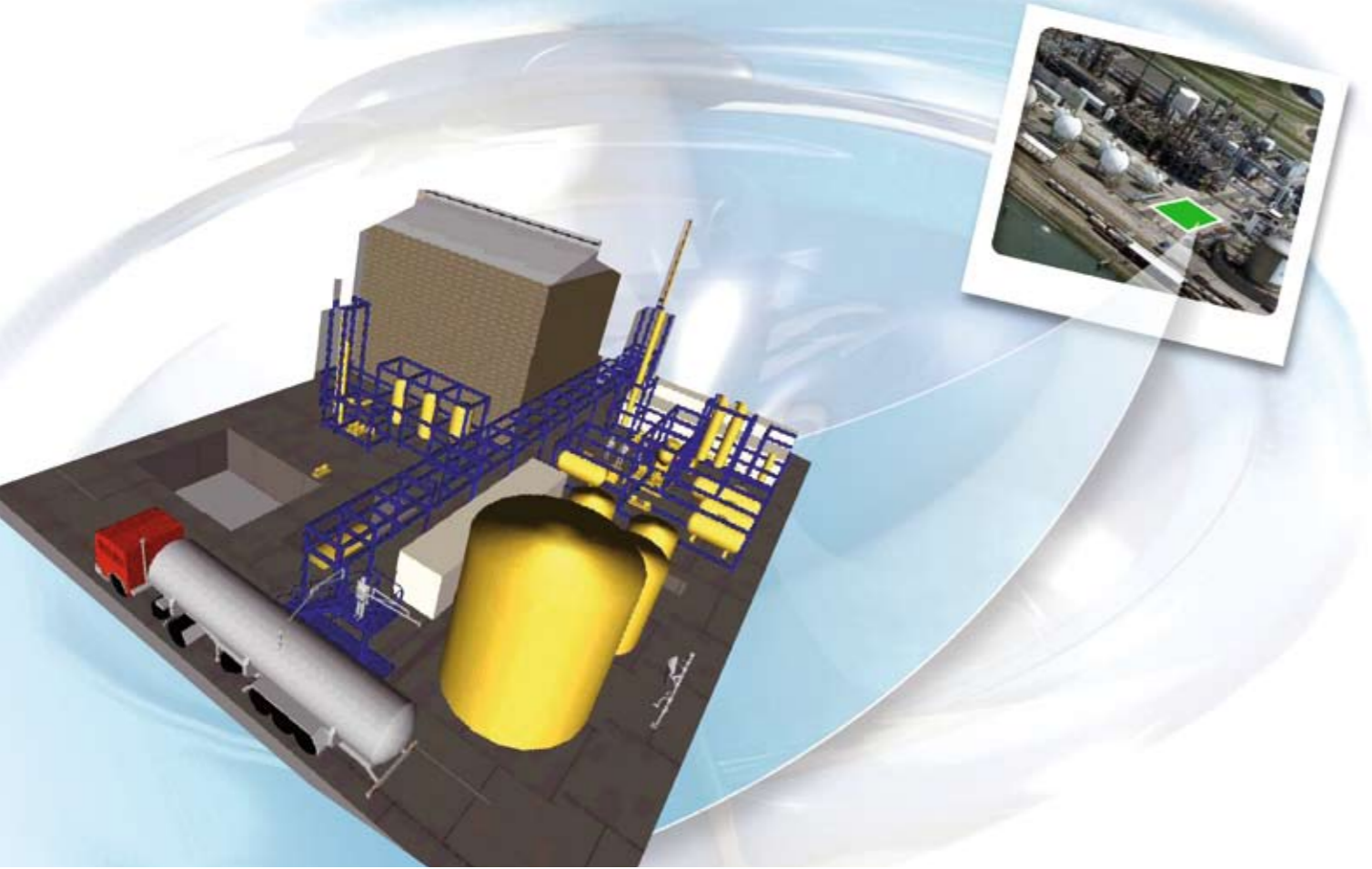
1 Die Reurlinger Kollegen Gertrud Filipp (l.), Werner Linck (2.v.l.), Ron Koel (5.v.l.), Jörn Wocköck (5.v.r.), Bernd Maier und Günther Burkhardt (3. + 2.v.r.) mit weiteren Helfern auf dem Lishof

2 Alfons Terhalle, Jochen Richter und Dirk Oelgemöller, Matthias Schomaker, Rüdiger Wiesel, Ralf Engel, Christoph Schürmann, Peter Stuhldreier (v.l.). In der Hocke: Jens Pieper und Matthias Hülsing mit neuem Logo an der neuen Pumpstation

3 Konrad Syska (ganz rechts) bei der Übergabe des „großen“ Schecks in Bitterfeld

4 Josef Schnitzler (weißes Sakko) mit Inge und Harald Bank bei der Einweihung der Street Soccer-Anlage





## Dezentrale Chlorproduktion soll für mehr Sicherheit sorgen

**Chlor ist eine der wichtigsten Chemikalien. Die gesamte Chemiebranche ist von diesem Grundstoff abhängig. Aber der Transport auf Straße und Schiene sowie die Lagerung bergen trotz hoher Sicherheitsstandards immer noch Risiken. Zudem wird der Ruf von Anwohnern und Politik nach strengeren Gesetzen für Transport und Lagerung immer lauter.**

Deshalb hat AkzoNobel Base Chemicals gemeinsam mit Uhde und Uhdnora ein Projekt gestartet, das Chlortransporte in Zukunft überflüssig machen könnte: Ferngesteuerte Anlagen erzeugen das Chlor direkt auf dem Gelände des Kunden. Ein gutes Beispiel für den neuen Leitsatz von AkzoNobel, die Antworten für morgen schon heute zu geben.

Die Idee klingt faszinierend. Statt Chlor in Großanlagen zu produzieren und sie dann zu den verschiedenen Kunden zu transportieren, installiert man kleine ferngesteuerte Anlagen direkt auf dem Gelände des jeweiligen Abnehmers. Sie produzieren vor Ort genau die benötigte Menge Chlor. Transport und Lagerung größerer Mengen dieses reaktionsfreudigen Halogens wären also nicht mehr nötig.

### Sicherheit steht an erster Stelle

Selbst bei einer Betriebsstörung könnte so kein Chlor in die Umgebung gelangen. Ein Überwachungssystem sorgt im Falle einer Leckage zudem dafür, dass die Anlage automatisch abgefahren wird. Auch für die Kunden, auf deren Gelände die Anlagen installiert werden sollen, könnten also von diesem Plus an Sicherheit profitieren. AkzoNobel steuert die Anlagen von einem Kontrollzentrum aus, vor Ort benötigt man dann nur noch ein bis zwei Mitarbeiter. Dadurch kann zu einem wettbewerbsfähigen Preis produziert werden. Zudem haben die Kunden

mit dem Bau, dem Betrieb und der Instandhaltung der Anlage nichts zu tun. All dies übernimmt AkzoNobel.

### Chlortransporte in der Kritik

In den Niederlanden sind regelmäßige Chlortransporte bereits seit 2006 verboten. Andere Länder werden diesem Beispiel in naher Zukunft folgen, sind sich die Experten bei Base Chemicals sicher. Und deshalb sehen sie gute Chancen für ihr Projekt im Markt. Hinzu kommen starke Partner. Uhde ist eines der weltweit führenden Unternehmen für den Bau von Chemieanlagen mit Hauptsitz in Dortmund. Die italienische Uhdnora ist auf den modularen Bau von Elektrolyseanlagen spezialisiert. Die Bauteile werden vorab montiert und dann zum Kunden transportiert. Auch der Aufbau der Anlage ist auf Grund der Standardisierung recht zügig erledigt.

### Amalgam-Anlagen werden stillgelegt

Ein weiterer Grund, warum dieses Projekt erfolgreich sein könnte, besteht in den geänderten Vorgaben für die Chlorproduktion. Ältere Anlagen, die noch mit dem Amalgam-Verfahren arbeiten, werden in den nächsten Jahren stillgelegt werden müssen. Für die Betreiber kleinerer Anlagen dieser Bauart stellt das neue Konzept also eine interessante Alternative dar. Die erste Anlage in Europa könnte bereits in den nächsten zwei, drei Jahren laufen.

## Mehr Kapazität für die Polysulfidproduktion in Greiz

1,8 Millionen Euro hat AkzoNobel Functional Chemicals in Greiz in den Ausbau der Destillationsanlage für Diformal und die Anpassung der Nebenanlagen und Lager investiert. Die Kapazität der Diformal-Anlage musste erweitert werden, weil die weltweite Nachfrage nach Polysulfid, dem Hauptprodukt am Greizer Standort, stark gestiegen ist. Diformal wird für die Herstellung von Polysulfid benötigt. Die Anlage, mit der nun 20 Prozent mehr Diformal produziert werden können, wurde offiziell am 15. Juli in Betrieb genommen.

Die wachsende Nachfrage nach Polysulfid aus Greiz sowie die Belieferung des AkzoNobel Werkes in Taixing, China, machten den Aufbau einer weiteren Destillationskolonne, die Erweiterung von Rohstoff- und Fertigproduktlagern und die Installation weiterer Abluft- und Teilstrombehandlungsanlagen erforderlich. Darüber hinaus erfolgten Verbesserungen in der Herstellungstechnologie, insbesondere wurde eine neuartige Wärmerückgewinnungsanlage zur Vorwärmung der Rohstoffe installiert. Klaus Kuhlage, Geschäftsführer des Greizer Standortes betont: „Damit sind die Voraussetzungen geschaffen, die Polysulfidproduktion in Greiz langfristig zu sichern und den wachsenden chinesischen Markt mit Diformal aus Greiz zu beliefern.“

### Positive Marktentwicklung

Die Erweiterungs- und Umbauarbeiten mussten bei laufendem Betrieb in der bisherigen Produktionsanlage erfolgen, um Produktionsausfälle zu vermeiden. Dies stellte eine besondere Herausforderung dar, denn die Arbeiten sollten den Betrieb der Anlage nicht beeinflussen. Eine anspruchsvolle Aufgabe, die wie geplant, unfall- und störungsfrei gelöst wurde. Das Greizer Team schaut optimistisch in die Zukunft, und so wurde im notwendigen Genehmigungsverfahren bereits eine weitere Destillationskolonne beantragt. „Sollten sich die Nachfrage nach Polysulfid und die Marktbedingungen weiterhin so positiv gestalten, könnten in kurzer Zeit weitere Investitionen folgen“, fügt Kuhlage an.

Destillationskolonne gestartet  
Mit dem Ausbau der Diformal-Anlage hat sich der Standort Greiz auf die gestiegene Nachfrage nach Polysulfid eingestellt.





Die Farbwirkung der Tomate auf schwach Farbfahlsichtige (links) Normalsichtige (mitte) stark Farbfahlsichtige (rechts)

# Rot oder Grün? Für viele eine überlebenswichtige Frage

Wer nicht unter Farbenblindheit leidet, macht sich kaum Gedanken darüber, welchen Gefahren und Problemen die Betroffenen im Alltag ausgesetzt sind. Und dennoch wird auf diese Sehbehinderung bei der farblichen Gestaltung unserer Welt bislang keine Rücksicht genommen.

Sikkens, die Profi-Marke von AkzoNobel, hat deshalb gemeinsam mit dem niederländischen Beratungsbüro Blind Color eine Initiative gestartet, um Designer und Architekten für dieses Problem zu sensibilisieren. Der 'Color Blindness Converter' (Farbumwandler) ermöglicht es ihnen, schnell und unkompliziert Farbkombinationen zu finden, die auch Farbenblinde unterscheiden können.

Der umgangssprachliche Begriff Farbenblindheit ist nicht ganz treffend. Denn 99 Prozent derjenigen, die als farbenblind bezeichnet werden, leiden an einer Rot-Grün-

Fehlsichtigkeit bzw. Sehschwäche. Sie ist ein genetischer Defekt, also angeboren, nicht heilbar und kann auch durch spezielle Sehhilfen nicht ausgeglichen werden. Sie macht in ihrer Häufigkeit sowohl einen Unterschied zwischen den Rassen als auch zwischen den Männern und Frauen. Auf dem europäischen Kontinent sind etwa acht Prozent der männlichen Bevölkerung farbenblind. In Asien jedoch nur fünf und in Afrika vier Prozent. Frauen sind wesentlich seltener davon betroffen. In Europa können 0,4 Prozent der Frauen Rot und Grün nicht voneinander unterscheiden.

## Unsichtbare Gefahren

Die Folgen sind für die Betroffenen im Alltagsleben zum Teil gravierend. Zahlreiche Berufswege bleiben ihnen verschlossen. Wer im Straßenverkehr Rot und Grün nicht voneinander unterscheiden kann, lebt gefährlich. Rote Ampelzeichen geben den gleichen Farb-

kontrast wie grüne. Rote Warnlampen im Auto oder an Bahnübergängen bleiben unsichtbar, ebenso wie rot eingefärbte Radwege. Straßenkarten sind so gut wie unlesbar, auf Websites können Hervorhebungen und Links nicht erkannt werden und oft sind die Fußball-Trikots zweier Mannschaften für Farbenblinde nicht zu unterscheiden. Ein roter Breaburn-Apfel sieht in ihren Augen genauso aus wie ein knackig-grüner Granny Smith. Und für rund 13 Millionen Bürger in der Eurozone sehen alle Geldscheine gleich aus, nämlich grau.

## Andere Farbkombinationen

Der 'Color Blindness Converter', den Sikkens entwickelt und gemeinsam mit Blind Color an Architekten und Designer in ganz Europa verschickt hat, kann nicht alle Probleme der Farbenblinden lösen. Aber die Initiative hat das Ziel, das öffentliche Bewusstsein für die Probleme Farbenblinder

zu schärfen und Lösungen anzubieten, um Produkte, Gebäude und Städte so gestalten, dass sich auch Farbenblinde mühelos zurecht finden. Mit dem 'Blind Color Converter' können Architekten und Designer prüfen, ob die Farben, die sie ausgewählt haben, ein Problem für Menschen mit einer Rot-Grün-Fehlsichtigkeit darstellen. Zudem bietet dieses Instrument Farbkombinationen an, die für diese Menschen leicht zu unterscheiden sind. Blind Color kann bereits einige Erfolge vorweisen. Das niederländische Beratungsbüro konnte bei der Fußball-WM 2006 durchsetzen, dass bei jedem Spiel ein Team in weißen Trikots spielte, damit auch Farbenblinde die Mannschaften voneinander unterscheiden konnten. Übrigens sind auch zwei der Spieler auf dem Rasen farbenblind, rein statistisch gesehen. Blind Color berät zudem die Europäische Zentralbank bei der Farbauswahl für die kommende Generation der Euro-Banknoten.



Kein Widerspruch:

## Mädchen und Technik

„Mädchen sind nicht technikfeindlicher als Jungen“, behauptet Mirjam Schoepp, die bei AkzoNobel Deco in Köln für die technischen Auszubildenden verantwortlich ist. „Sie werden nur nicht mit der gleichen Selbstverständlichkeit an technische Berufe herangeführt wie ihre männlichen Kollegen.“

Um diesem Dilemma abzuwehren, gibt es den jährlich bundesweit stattfindenden Girls' Day. An diesem Tag öffnen Unternehmen aus allen Branchen ihre Labore, Büros und Werkstätten, um es Schülerinnen zu ermöglichen, in Tätigkeitsbereiche hineinzuschnuppern, die nicht als typische Frauenberufe gelten.

22 Mädchen im Alter zwischen 14 und 18 Jahren aus verschiedenen Kölner Schulen trafen sich deshalb bei AkzoNobel Deco, um Arbeitsbereiche und Berufsbilder in einem Unternehmen der Lackindustrie kennen zu lernen.

„Mit Blick auf die Zukunft und den zunehmenden Fachkräftemangel ist es auch unbedingt notwendig, mehr Bewerberinnen für technische Berufe zu interessieren und zu begeistern“, erklärt Schöpp.

„Der Girls' Day ist eine gute Gelegenheit, engagierten Schülerinnen technische Berufe aus der Perspektive zu präsentieren.“ Neben einer kurzen Einführung in die Struktur und Produktwelt des Unternehmens standen deshalb vor allem die berufliche Praxis im Labor und die Besichtigung der Produktionsanlagen im Vordergrund.

Den Schülerinnen wurden die Tätigkeiten von Lacklaborantinnen und Chemikantinnen im Labor an Hand zahlreicher chemischer Versuche verdeutlicht, die für die Entwicklung und Herstellung von Farben und Lacken notwendig sind. Von der Bestimmung eines pH-Werts, über die Berechnung der Dichte eines Stoffes bis hin zur Analyse der Zusammensetzung eines bestimmten Farbtönen wurden den Teilnehmerinnen die verschiedenen Arbeitsschritte von Magdalena Schmitz und Paul Ploch, Auszubildenden im zweiten Lehrjahr, nahe gebracht. Welche Inhaltsstoffe eine gute Farbe ausmachen und welche Wirkung sie haben, konnten die Mädchen in verschiedenen Versuchen dann selbst entdecken.



Einer der Grundsätze für die Arbeit bei AkzoNobel ist, dass die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter, Fremdfirmen und Kunden absolute Priorität hat. Doch bislang arbeitete auf dem Gebiet Arbeitsschutz und Sicherheit jeder Standort bzw. jede BU in Deutschland mehr oder weniger für sich allein. Um den Schwung des Neustarts von AkzoNobel zu nutzen, regten Landesdirektor und -koordinator Helmut Twilfer und Rolf Hetzelberger eine Konferenz für alle HSE-Manager und Werkleiter bzw. Geschäftsführer der Standorte in Deutschland, Österreich und der Schweiz an.

## Arbeitssicherheit

# Erfahrungen austauschen – Unfälle vermeiden

„Die Idee, ein Netzwerk zum Thema Arbeitsschutz und Sicherheit zu schaffen, hat uns sofort überzeugt“, sagt Lothar Göbel, der mit Jürgen Anhäuser vom Technology & Engineering-Büro am Dürener Specialty Chemicals Standort die Konferenz in Köln organisierte. „Bei kaum einem anderen Thema kann jeder Standort so sehr von den Erfahrungen und dem Know-how der anderen profitieren.“ Rund 40 Teilnehmer waren der Einladung gefolgt.

Die Agenda der eintägigen Konferenz war vollgepackt mit Theorie, der Präsentation von Praxis-Beispielen und dem Austausch über die Programme und Maßnahmen zu Arbeitsschutz und Sicherheit an den verschiedenen Standorten.

### Gefährdungspotenziale erkennen

„Der Erfahrungsaustausch zwischen den Standorten ist deshalb so wichtig, weil wir viel voneinander lernen können“, erzählt Göbel. „So hat die Kenntnis über einen Unfall bei einer Tankwagenbefüllung in Ibbenbüren dazu geführt, dass wir die Tankwagenentleerung bei Deco kritisch untersucht haben und Gefährdungspotenziale ausmerzen konnten, noch bevor etwas passiert ist“, führt er den konkreten Nutzen des Gedankenaustauschs vor Augen. Natürlich ging es auch darum, die Kollegen von den neu hinzugekommenen, ehemaligen ICI-Standorten kennen zu lernen. „Dabei stellten wir schnell eine große Übereinstimmung in Bezug auf Auffassung und Handhabung von HSE fest“, so Göbel.

### Arbeitserleichterung durch Netzwerke

Wie hilfreich ein übergreifendes Netzwerk der HSE-Spezialisten sein kann, wird klar, wenn man weiß, dass sie sich in einem dichten Regelwerk aus sich ständig verändernden Gesetzen und Vorschriften auskennen müssen.

Die zentrale Information und der Austausch über Gesetzesänderungen würde es den einzelnen HSE-Verantwortlichen ersparen, sich durch Tausende von Seiten mit Gesetzestexten quälen zu müssen. Sie müssten nur noch entscheiden, welche Änderungen für den eigenen Standort relevant sind. Angeregt wurde auch ein Netzwerk für die Gefahrgutbeauftragten an den jeweiligen Standorten zu schaffen.



Lothar Göbel sorgt bei AkzoNobel Deco am Standort Köln als QHSE-Manager dafür, dass das Thema Sicherheit immer im Blick bleibt.



### Sicherheit proaktiv angehen

Neben der Umsetzung der Betriebssicherheitsverordnung und dem Werkschutz beschäftigte sich eine weitere Arbeitsgruppe während der Konferenz intensiv mit dem Thema Krisenkommunikation. „Die Frage war: Was können wir als Unternehmen tun, um in gefährlichen Situationen schnellstmöglich und kompetent zu reagieren“, beschreibt Göbel die Aufgabe. „Nehmen wir ein Beispiel: Ein Kind hat Farbe getrunken. Die besorgten Eltern sehen auf dem Gebinde, dass diese Farbe von uns hergestellt wurde. Nun wollen sie schnellstens wissen, ob eine Gesundheitsgefährdung besteht und wie sie sich verhalten sollen. Zwar haben wir unsere Sicherheitsdatenblätter vorsorglich in den deutschen Giftnotrufzentralen hinterlegt. Aber wenn die Betroffenen nicht dort, sondern bei uns anrufen, haben wir als Unternehmen bislang keine zentrale Anlaufstelle, die in so einem Fall schnell und kompetent reagieren könnte“, informiert Göbel. So wurden in Köln Arbeitsfelder im Bereich HSE identifiziert, in denen sich AkzoNobel weiter verbessern kann, und zwar über die gesetzlichen Vorgaben hinaus.

### Bewusstsein wach halten

„HSE ist ohnehin ein Thema, das täglich eine Rolle spielt und in dem man sich permanent verbessern muss, selbst wenn es keinen Unfall oder arbeitsbedingten Krankheitsfall gibt“, fasst Göbel die Arbeit eines HSE-Managers zusammen und fügt an: „Arbeitsschutz und Sicherheit ist ein kontinuierlicher Prozess und niemals wirklich abgeschlossen.“

Dabei sind wir auf Informationen der Mitarbeiter in Bezug auf mögliche Gefährdungspotenziale angewiesen. Deshalb müssen wir das Bewusstsein der Mitarbeiter für dieses Thema ständig schärfen. Dabei helfen uns AkzoNobel weite Programme wie BBS (behaviour based safety) oder MTS+ (Managing Total Safety Plus).“

„Bei kaum einem anderen Thema kann jeder Standort so sehr von den Erfahrungen und dem Know-how der anderen profitieren.“

Lothar Göbel zum Erfolg der HSE-Konferenz in Köln

Tauschten sich in Köln über das Thema HSE und die Möglichkeiten zur Zusammenarbeit aus: HSE-Manager und Werkleiter aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.



## Mit BCD besser reisen

**Geschäftsreisen sind notwendiger Bestandteil unserer Tätigkeit. Trotz moderner Kommunikationsmittel ist der persönliche Kontakt mit Kollegen, Kunden und Lieferanten oftmals entscheidend für den geschäftlichen Erfolg. Die dazu notwendigen Zug- und Flugreisen sowie Hotelunterkünfte und Mietwagen schlagen allein in Deutschland jedes Jahr mit einigen Millionen Euro zu Buche.**

„Im Rahmen von NPR, dem globalen Einspar-Programm von AkzoNobel, das 2006 angelaufen ist, haben wir auch das Thema Geschäftsreisen unter die Lupe genommen“, erklärt Ralf Hufschmidt. Er ist in Düren unter anderem für die Koordination des Einkaufs der deutschen Standorte und die Umsetzung verschiedener NPR-Projekte verantwortlich. „Die Auswahl zentraler Partner für bestimmte Leistungen eröffnet allen Standorten

Einsparpotenziale. Für alle Reisen wurde als globaler AkzoNobel Partner das Unternehmen BCD Travel ausgewählt.“ „Die Kollegen in den Niederlanden haben bereits gute Erfahrungen mit dem Fullservice-Anbieter für Geschäftsreisen gemacht“, weiß Hufschmidt.

„Deutschland ist nach den Niederlanden das erste Land, das mit BCD hoffentlich gut fahren und fliegen wird.“

Stichtag ist der 1. Oktober dieses Jahres. Ab dann müssen alle Reisen über BCD abgewickelt werden. An jedem Standort, wo Geschäftsreisen gebucht werden, gibt es jetzt so genannte Travel Coordinators, die detaillierte Informationen zu diesem Thema geben können.

# Talent factory: Die Vision einer neuen Führungskultur

Innerhalb von drei Jahren soll sich AkzoNobel in eine Talent factory verwandeln. Was ist damit gemeint? Leidenschaft für die Menschen fordert AkzoNobels oberster Personalchef, Heiko Hutmacher, in dieser Hinsicht vor allem von den Führungskräften. Sie sollen die Talent Factory mit Leben erfüllen. Außerdem sollen sie ihren Mitarbeitern die Möglichkeiten eröffnen, fortlaufend zu lernen, sich weiter zu entwickeln und mit Ihrer Arbeit zu wachsen. Fordern und fördern, das sind die zwei Pole, die AkzoNobel als Talent Factory ausmachen. Einsatz, Lernbereitschaft, Neugier und der Wille zur persönlichen Weiterentwicklung sind bei allen Mitarbeitern gefordert.

**Eine neue Führungskultur soll es ermöglichen, die besonderen Talente und Fähigkeiten der Mitarbeiter bestmöglich zu fördern. Um dies zu ermöglichen, werden AkzoNobel weit zwei neue Programme zur Weiterentwicklung von Führungskräften gestartet. Das Management Essentials Program (MEP) und das Advanced Management Program (AMP) sind modular aufgebaute Trainingsprogramme, die zum Teil noch in diesem Jahr in einer ganzen Reihe von Ländern starten, unter anderem auch in Deutschland.**

**Gemeinsame Führungskultur weltweit**  
„Damit untermauert AkzoNobel den Anspruch, die Führungskultur im gesamten Unternehmen weltweit gemeinsam zu gestalten“, erklärt Juliane Will von AkzoNobel Deco, die mit Klaus Lechtenberg (Schönox), Gerhard Grossmann (Car Refinshes), Martina Hinkenjann (Chemicals), Rosemarie Jochheim (Packaging Coatings) und Stefanie Olbertz (Deco) zur Projektgruppe gehört, die das Programm in Deutschland einführt.

„Wir werden mit einer Pilotgruppe noch in diesem Jahr starten. Die Teilnehmergruppen werden sich aus Mitarbeitern aller Business Units zusammen setzen. Das ist ein entscheidender Unterschied zu den Führungskräfte-Trainings der Vergangenheit. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass sich eine einheitliche Führungskultur über BU-Grenzen hinweg entwickeln kann. Zudem ermöglichen sie den Austausch mit anderen Führungskräften und es können Netzwerke entstehen. Natürlich wird sich nicht in allen Einheiten ein identischer Führungsstil entwickeln können, dazu sind kulturellen Bedingungen in den verschiedenen Ländern doch zu unterschiedlich. Aber die Mitarbeiter werden an jedem Standort wissen, was sie von ihren Vorgesetzten erwarten können. Das schafft Vertrauen und Verlässlichkeit.“ In den nächsten drei Jahren, von 2009 bis 2011, werden hierzulande rund 500 Führungskräfte MEP durchlaufen und etwa 70 Führungskräfte AEP.

Alle neuen Führungskräfte müssen MEP innerhalb von 18 Monaten nach ihrer Ernennung absolviert haben. Mitarbeiter, die sich bereits in Führungspositionen befinden, können durch das Programm ihre Kenntnisse auffrischen oder jetzt davon profitieren, falls sie zuvor keine Möglichkeit hatten, daran teilzunehmen.

#### Führungsstil täglich vorleben

Menschenführung in einer echten Talent Factory ist eine der wichtigsten Management-Aufgaben. „Denn Arbeitszufriedenheit stellt sich nur dann ein, wenn es den Mitarbeitern auch tatsächlich ermöglicht wird und sie in dem Bestreben unterstützt werden, sich zu entwickeln, um sich so weit wie möglich selbst zu verwirklichen“, weiß Will. Deshalb muss die Umsetzung der Programminhalte in den Arbeitsalltag auch längerfristig funktionieren.

„Viele von uns kennen das: Wir nehmen an einem Training teil und kommen euphorisiert an unseren Arbeitsplatz zurück“, beschreibt Will das Problem. „Doch schon bald wenden wir das Gelernte nicht mehr konsequent an. Das wollen wir in Zukunft durch eine kontinuierliche Vor- und Nachbereitung der einzelnen Module verhindern und damit helfen, die Führungsqualität auf hohem Niveau dauerhaft zu sichern. Denn die neue AkzoNobel Führungskultur soll jeden Tag vorgelebt werden und im Arbeitsalltag immer präsent sein.“

## Fordern und Fördern

Leidenschaft für die Menschen fordert AkzoNobels oberster Personalchef, Heiko Hutmacher, in dieser Hinsicht vor allem von den Führungskräften. Sie sollen die Talent Factory mit Leben erfüllen und ihren Mitarbeitern die Möglichkeiten eröffnen, fortlaufend zu lernen, sich weiter zu entwickeln und mit Ihrer Arbeit zu wachsen.

**Die neue AkzoNobel Führungskultur soll jeden Tag vorgelebt werden und im Arbeitsalltag immer präsent sein.**

#### The Management Essential Program (MEP)

Einführung in MEP (e-learning)

Situative Führung

Leistungsmanagement  
& Coaching

Führung & Teamleitung

Bewerbungsgespräche  
& Auswahl (optional)



**AkzoNobel**  
Tomorrow's Answers Today

# Impressum

## Herausgeber:

Akzo Nobel Unternehmens-  
kommunikation Deutschland  
Christine Wunderlich  
Vitalisstraße 198-226, 50827 Köln  
AkzoNobel Info-Tel: 0221 5881 616  
Internet: <http://www.akzonobel.de>

## Redaktion:

Matthias Beiderbeck  
Shining PR GmbH  
Honiggasse 2, 50129 Bergheim  
Tel: 02238 96 62-0  
Fax: 02238 96 62-11  
Mail: [info@shiningpr.com](mailto:info@shiningpr.com)

## Redaktionelle Mitarbeit:

Jeanine Bieth, Alexandra  
Bolsenkötter, Gerhard Großmann,  
Michael Leiser, Ulrike Liebig,  
Andrew Rayner, Stefan Seidl,  
Jörg Walther, Doris Wapelhorst

## Layout:

Shining PR GmbH, Bergheim  
Druck: Druckerei Kopp, Köln

Der Abdruck von Artikeln in  
Einblicke ist – unter Nennung der  
Quelle – gestattet.

Die nächste Ausgabe erscheint  
im Dezember 2008



Mit der Übernahme von ICI gehört jetzt neben vielen netten Kollegen ein ganzer Schwung toller Produkte zu uns. Namen wie Molto, Dulux, Xyladecor oder Hammerite lassen das Herz jeden Heimwerkers höher schlagen.

## Leseraktion: Produkte kennen lernen und anwenden

In dieser und den folgenden Einblicke-Ausgaben verlosen wir Kennenlern-Sets verschiedener AkzoNobel Marken. In dieser Ausgabe starten die Kollegen von Hammerite und verlosen zehn Kennenlern-Sets mit zwei Metallschutzlacken, dem Metall-Dekolack und der Neuheit „Direkt auf Zink“, unter den Lesern.

### Siegeszug in Europa

Es gibt wohl kaum einen besseren Ort, um einem Metallschutzlack zu erfinden, den man direkt auf Rost streichen kann, als das regenreiche Großbritannien. In den 90er Jahren tritt Hammerite seinen Siegeszug auf dem europäischen Kontinent an. Grund dafür sind nicht nur die erfolgreichen Marketing- und PR-Aktivitäten, sondern auch die Top-Qualität dieser Reihe, die heute 120 Produkte umfasst. Die Hammerite-Metallschutz-Lacke sind Rostschutz, Grundierung und Lack in einem. Für Produkt-Manager Andreas Kierst ist die Geschichte von Hammerite ein Paradebeispiel für den vorprogrammierten Markterfolg, wenn Forschung, Entwicklung, Produktion, Vertrieb und Marketing die richtige Idee gekonnt umsetzen.

Um eines der zehn Kennenlern-Sets von Hammerite zu gewinnen, müssen Sie nur folgende Frage richtig beantworten:

**In welchem Land wurde Hammerite erfunden?**

- A) Deutschland
- B) Großbritannien
- C) Niederlande

Einfach bis zum 30. September den Buchstaben mit der richtigen Lösung auf eine Postkarte, auf ein Fax oder in eine E-Mail an die Redaktion (Adresse siehe links oben) schreiben, bitte Name und Anschrift nicht vergessen, und schon nehmen Sie an der Verlosung teil. Zehn Einsender mit der richtigen Lösung erhalten dann einen Kennenlern-Set Hammerite.

Wir wünschen Ihnen viel Glück.



**AkzoNobel**

Tomorrow's Answers Today

[www.akzonobel.de](http://www.akzonobel.de)

AkzoNobel ist stolz darauf, eines der führenden Industrieunternehmen der Welt zu sein. Mit Sitz in Amsterdam, Niederlande, produzieren und liefern wir ein umfangreiches Sortiment von Farben, Lacken und Spezialchemikalien. Der pro forma Umsatz für 2007 betrug EUR 14.4 Mrd. Wir sind der weltgrößte Anbieter von Farben und Lacken. Als wichtiger Hersteller von Spezialchemikalien beliefern wir Unternehmen weltweit mit qualitativ hochwertigen Zusätzen für lebensnotwendige Güter. Wir denken über die Zukunft nach, handeln jedoch heute. Wir arbeiten mit Leidenschaft daran, neue Ideen vorzustellen und nachhaltige Antworten für unsere Kunden zu entwickeln. Darum engagieren sich unsere 60.000 Mitarbeiter in über 80 Ländern für Spitzenleistungen und dafür, die Antworten für morgen schon heute zu liefern – Tomorrow's Answers Today.