

Einblicke:

Zeitschrift für Mitarbeiter und Freunde von AkzoNobel

Nummer 3 Dezember 2009, zwölfter Jahrgang



AkzoNobel

Tomorrow's Answers Today



Editorial

Wir haben ein anstrengendes Jahr hinter uns. Die weltweite Wirtschaftskrise ist auch an unserem Unternehmen nicht spurlos vorüber gegangen. Doch nach einem Jahr scheint es so, dass sich die Ergebnisse langsam wieder stabilisieren, wenn auch auf einem niedrigeren Niveau als im Jahr 2008.



Blieben Sie neugierig, haben Sie den Mut, Fragen zu stellen und denken Sie unternehmerisch.

Zahlreiche Restrukturierungsmaßnahmen und Kostensenkungsprogramme haben uns in den vergangenen Monaten begleitet, und werden dies auch in Zukunft tun. Diese haben auch hierzulande Spuren hinterlassen. So wird der Deco-Standort Rheinberg zum Jahresende geschlossen, Wunstorf im Frühjahr 2010 und auch der Specialty Chemicals-Standort Emmerich wird im Laufe des kommenden Jahres seine Pforten schließen. Das sind sehr harte, aber leider unerlässliche Maßnahmen, um auch in Zukunft auf den globalen Märkten zu bestehen. Mit Ihrer Arbeit haben Sie alle dazu beigetragen, eine verlässliche Basis zu schaffen, die uns in allen Geschäftsbereichen Zukunftsperspektiven verschafft. Einige Beispiele für spannende Projekte und innovative Lösungen, an denen wir arbeiten, finden Sie in dieser Ausgabe. Insbesondere am Beispiel von Stuttgarter Mitarbeitern, die sich aktiv in das betriebliche

Vorschlagswesen einbringen, zeigt sich, wie wertvoll die Umsetzung der AkzoNobel Unternehmenswerte im Arbeitsalltag sein kann. Deshalb kann ich nur sagen: Bleiben Sie neugierig, haben Sie den Mut, Fragen zu stellen und denken Sie unternehmerisch.

Wir müssen mit dem Wandel leben

Machen Sie den Erfolg des Unternehmens zu Ihrer persönlichen Angelegenheit. Denn nur so können wir uns in einer Zeit ständiger Veränderung persönlich weiter entwickeln und mit den kommenden Herausforderungen fertig werden.

Ihnen und Ihren Familien wünsche ich ein besinnliches und frohes Weihnachtsfest und einen guten Start in ein erfolgreiches Jahr 2010.

Ihr Christian Willers

AkzoNobel verstärkt sich im Pulverlackbereich

Im November gab AkzoNobel bekannt, dass es die Pulverlacksparte von Dow Chemicals kaufen wird. Diesen Bereich hat Dow erst zu Beginn des Jahres 2009 mit der Akquisition von Rohm & Haas übernommen.

Dort erwirtschaften rund 700 Mitarbeiter weltweit einen Umsatz von mehreren 100 Millionen US-Dollar. Pulverlacke sind besonders umweltfreundlich, da sie keine Lösemittel enthalten und zudem eine Materialausbeute von nahezu 100 Prozent ermöglichen. Damit sind Pulverbeschichtungen eines der nachhaltigs-

ten Beschichtungssysteme überhaupt. „Mit der Übernahme stärken wir unsere führende Stellung bei der steigenden Nachfrage nach innovativen Produkten mit guten Umwelteigenschaften“, erklärte Leif Darner, der im Vorstand von AkzoNobel für den Bereich Performance Coatings verantwortlich ist.

Standort in Deutschland

Rohm & Haas verfügt über Pulverlackfabriken in Europa, unter anderem auch mit rund 120 Mitarbeitern in Arnshausen, den USA und China. Das Unternehmen hat dort verschiedene interessante Technologien entwickelt, insbeson-

Herbol und Sikkens am Fall der Mauer beteiligt

Als am Abend des 9. November zum 20. Jahrestag der Berliner Mauerfall mit rund 1.000 überdimensionalen, bemalten Dominosteinen aus Styropor symbolisch nachgestellt wurde, spielten auch Farben von AkzoNobel eine kleine Rolle. Denn die Marken Herbol und Sikkens hatten die Patenschaft für zwei der bunten Mauersteine übernommen und nicht nur die Farben zur Verfügung gestellt. Sikkens hatte im Rahmen der Nachwuchsförderung einen Gestaltungswettbewerb an der Fachoberschule für Gestaltung in Hamburg durchgeführt und Herbol ermöglichte Kölner Grundschulern die Bemalung des einzigen Mauersteins aus Köln.

Knallbunt hatten Dritt- und Viertklässler der Montessori-Grundschule in Köln-Ossendorf den großen Styroporblock bemalt und mit Kölner Wahrzeichen verziert. Das Motiv: Ein Mensch steht jubelnd vor dem Kölner Dom. Vor ihm sind noch die Reste einer durchbrochenen Mauer zu sehen. „Mit der Montessori-Grundschule haben wir uns eine besonders kreative Schule ausgesucht“, zeigt sich Simon Stellmacher, Leiter Markcenter Herbol in Köln, über das farbenfrohe Ergebnis erfreut und fügt hinzu. „Wir haben den „Domino-Effekt“ zum Jahrestag des Mauerfalls unterstützt, weil er sich besonders an Kinder richtet, die unsere jüngste Vergangenheit nicht erlebt haben, und so spielerisch Geschichte begreifen können.“

Farbe bedeutet (Gestaltungs)freiheit

Die Schülerinnen und Schüler der Fachoberschule in Hamburg hatten 30 Entwürfe

für die Gestaltung des Sikkens-Mauersteins eingereicht. „Auf diese Weise haben sich die jungen Menschen mit dem Thema Mauer und Wiedervereinigung aktiv auseinandergesetzt“, erklärt Ulrike Jankowsky, Leiterin Marketing Communications Sikkens, den Hintergrund des Ideenwettbewerbs. Die Entwürfe der angehenden Maler und Raumgestalter überzeugten mit kreativen Ideen sowie handwerklichem Können. Die Jury wählte schließlich den Sikkens-Stein aus, der in einer abstrakten Farben- und Formensprache die Gefühle der Deutschen vor und nach dem Mauerfall symbolisieren soll. Er war prominent platziert - an fünfter Position direkt vor der Amerikanischen Botschaft.

Kreative Ideen aus aller Welt

Die rund eintausend 2,50 Meter hohen, ein Meter breiten und etwa 20 Kilogramm schweren Styropor-Elemente waren von



Schülern, Jugendlichen und Künstlern aus ganz Deutschland und auch aus anderen Ländern kreativ gestaltet worden. Sie wurden dann auf einer Strecke von 1,5 Kilometern entlang des ehemaligen Mauerverlaufs zwischen Reichstag und Potsdamer Platz aufgestellt, um am Abend des 9. November symbolisch an die Kettenreaktion des Mauerfalls zu erinnern.

Eine halbe Stunde Mauerfall

Den ersten Stein brachten der Mitbegründer der Gewerkschaft Solidarnosc in Polen, Lech Walesa, und Ungarns Ex-Premier Miklos Nemeth zu Fall. EU-Kommissionspräsident José Manuel Barroso und EU-Parlamentspräsident Jerzy Buzek stießen von der anderen Seite die Reihe mit Dominosteinen an, die vom Potsdamer Platz zum Brandenburger Tor führte. Das Spektakel dauerte rund eine halbe Stunde bis der letzte Stein gefallen war.



Kreativität zahlt sich aus

Ulrike Jankowsky mit dem Gewinner-Team des Sikkens-Gestaltungswettbewerbs beim „Fest der Einheit“ in Berlin.

dere für die Automobilbranche und die Landwirtschaft. Interessant für AkzoNobel sind zudem die Kompetenzen für die Beschichtung von MDF, damit sind mitteldichte Holzfaserverplatten gemeint, wie wir sie als Trägerplatten für Laminatfußböden oder bei Möbeln kennen, und thermoplastischen Kunststoffen. Mit der Übernahme, die voraussichtlich im zweiten Quartal 2010 abgeschlossen sein wird, erwirbt das Unternehmen interessantes technologisches Know-how. Gleichzeitig eröffnet sie ein bedeutendes Synergiepotenzial und verbessert die Positionierung auf dem US-amerikanischen Markt.



Eine 1.223 Kilometer lange Pipeline durch die Ostsee soll die zukünftige Energieversorgung Europas mit russischem Erdgas ergänzen. Und AkzoNobel ist mit von der Partie. Denn die Außenbeschichtung der meisten Rohre ist mit dem Epoxypulver Resicoat versehen, ein Produkt des AkzoNobel-Standorts Reutlingen.

Resicoat gibt Gas beim Bau der Ostsee-Pipeline

Ab dem Frühjahr 2010 wird mit der Verlegung des ersten Strangs der Pipeline begonnen, die mitten durch die Ostsee verläuft. Sie wird im russischen Wyborg, nahe der finnischen Grenze, im Wasser verschwinden und in Lubmin bei Greifswald in Mecklenburg-Vorpommern wieder an Land kommen. Ab 2012 werden durch zwei parallele Stränge 55 Milliarden Kubikmeter Gas jährlich durch die Pipeline strömen.

Dass Resicoat bei der Außenbeschichtung der Pipelineröhre zum Zuge kommt, ist Torsten Leitermann zu verdanken, der als Market Manager Europe bei AkzoNobel Powder Coatings für Korrosionsschutzbeschichtungen verantwortlich ist. Er hält Kontakt zu Rainer Grabowski, dem Werksleiter der Mülheim Pipecoatings GmbH, die die Stahlrohre innen und außen beschichtet. Das Unternehmen gehört zu Europipe, dem weltweit größten Hersteller von Pipelineröhren mit Sitz in Mülheim. Überall auf dem Mülheimer Werksgelände stapeln sich 12 Meter lange Stahlrohre mit einem Innendurchmesser von 1,15 Meter und einer Wandstärke von bis zu 40 Millimetern. Unbehandelte Rohlinge ebenso wie verladefertige Rohre, innen glänzend rot mit einer äußerst glatten, so genannten Antifrikationsbeschichtung für einen möglichst reibungslosen Gastransport lackiert und außen mit schwarzem, in der Sonne schimmernden Poly-

ethylen ummantelt. Nur ein schmaler grauer Streifen an den Rohrenden zeigt an, dass sie außen auch mit Pulverlack beschichtet sind. Seit April 2008 verlassen jeden Tag drei Züge mit fertigen Rohren das Werk in Richtung Mukran auf Rügen. 450 Rohre am Tag, das sind 50 Kilometer Pipeline pro Monat, werden in Mülheim bearbeitet.

Beschichten bei 200 Grad Celsius

„Die Mülheim Pipecoatings GmbH beschichtet rund 1.000 Kilometer des ersten Strangs der Pipeline“, erklärt Leitermann. „Bei einer Schichtdicke von 200 µm werden dafür etwa 1.500 Tonnen unseres Epoxypulvers benötigt.“ Nach der Innenbeschichtung fährt ein Rohr nach dem anderen durch die Induktionsspule in die Pulverkabine, wo das Resicoat-Pulver aufgebracht wird und bei 200 Grad Celsius zu einem grau glänzenden Schutzfilm verschmilzt. Direkt anschließend wird das Rohr mit einer schwarzen Polyethylenschicht umwickelt, bevor es sich am anderen Ende dampfend durch eine kühl-

Am Nordstream-Konsortium sind neben Gazprom (51 %) auch Wintershall, ein BASF-Unternehmen (20%), E.ON Ruhrgas (20 %) sowie der niederländische Gasversorger Gasunie (9%) beteiligt. Mit jährlich 55 Milliarden Kubikmetern Gas kann der komplette Energieverbrauch von 26 Millionen Haushalten in Europa gedeckt werden. Rund 1,8 Millionen Kilometer Öl- und Gaspipelines unter Wasser oder über Land ziehen sich bereits durch ganz Europa.



de Wasserwand wieder herausschiebt. „Wir brauchen bei einer Schichtdicke von 200 µm etwa drei Minuten pro Rohr. Rund 1.000 Quadratmeter in der Stunde schaffen wir mit unserem Beschichtungsverfahren“, erklärt Grabowski. Von den 100.000 Rohren für den ersten Pipelinestrang werden in Mülheim 83.000 produziert und beschichtet. Den Rest stellt ein russisches Röhrenwerk her. Insgesamt werden für einen Strang rund 1,1 Millionen Tonnen Stahl benötigt.

Verlegung an einem Stück

Die Anforderungen an die Beschichtung sind anspruchsvoll. „Schließlich muss sie Jahrzehnte halten, 50 Jahre und mehr“, weiß Leitermann. „Deshalb wird der Zustand der Außenisolierung kontinuierlich überprüft. Aber durch die zusätzliche dickschichtige Polyethylen-Umhüllung ist der Epoxylack gut gegen mechanische Einflüsse, beispielsweise beim Transport, geschützt.“ Aber dies allein würde als Schutz noch nicht reichen. Die Rohre werden im Salzwasser in einer Tiefe zwischen 5 und 250 Metern liegen. Damit sie auf dem Meeresboden stabil liegen und nicht verrutschen, erhalten sie in Mukran noch einen 60 bis 112 Millimeter dicken Betonmantel. „Damit spielt auch der Auftrieb keine Rolle mehr“, erklärt Grabowski. „Ein Rohrstück wiegt dann etwa 18 Tonnen.“ Damit im Frühjahr 2010 die Verlegung beginnen kann, werden die Rohre von Mukran aus entlang der Route auf fünf Lagerplätze strate-

gisch günstig verteilt. Dies soll als Bestandteil des ökologisch und ökonomisch orientierten Konzepts möglichst kurze Transportwege gewährleisten. Sofern das Wetter mitspielt, wird rund um die Uhr gearbeitet. Auf dem Verlegeschiff werden die Rohrstücke zusammengesweißt, die Schweißnähte mit einem Korrosionsmantel beschichtet und dann senken sie sich als endloser Strang in die Ostsee.

Möglichst sicher und umweltschonend

Zahlreiche Umweltstudien wurden im Vorfeld erstellt und in die Planungen aufgenommen, um das vielfältige Ökosystem der Ostsee nicht zu beeinträchtigen oder zu gefährden. „Zu diesem Konzept passt natürlich auch der Einsatz von Resicoat-Pulverlacken“, weiß Leitermann. „Denn Beschichtungspulver enthält keine Lösemittel und erlaubt eine nahezu 100prozentige Materialausbeute, was ihn zu einem sehr nachhaltigen System macht.“ Ein weiterer positiver Effekt für den Lebensraum Ostsee ist die Beseitigung alter Munition aus den beiden Weltkriegen, die immer noch auf dem Grund des Meeres liegt. So wurden beispielsweise in finnischen und schwedischen Gewässern insgesamt 28 Minen geräumt, um den sicheren Bau und Betrieb der Pipeline zu gewährleisten.

In deutschen Gewässern wurde im Installationskorridor zwar keine Munition gefunden, dafür aber ein Schiffwrack aus dem 18. Jahrhundert im Greifswalder Bodden, das gehoben werden musste und jetzt restauriert wird.

Links: Rainer Grabowski (l.) und Torsten Leitermann vor fertig lackierten Rohren im Gespräch. Rechts: Pipelineverlegung in einem Strang.

Energie für Europas Zukunft

Am Ende, im Jahr 2012, soll die gesamte Pipeline aus zwei parallelen Strängen bestehen, durch die jährlich rund 55 Milliarden Kubikmeter Erdgas von Russland nach Deutschland und von dort aus weiter in andere angeschlossene EU-Staaten rauschen. Laut Nord Stream ist dies auch notwendig, um einer drohenden Unterversorgung in Europa zu entgehen. Man rechnet bis zum Jahr 2025 mit einem zusätzlichen Gasimportbedarf von jährlich 150 bis 200 Milliarden Kubikmeter. Ein Grund dafür ist unter anderem der Rückgang der Produktion in Gasfeldern der Nordsee. Dies wird vor allem die Gasversorgung Großbritanniens, Dänemarks und der Niederlande betreffen. Ob Resicoat auch bei der Beschichtung des zweiten Strangs der Pipeline zum Zuge kommt, wird sich erst im Laufe von 2010 entscheiden. Aber Ron Koel, Geschäftsführer der Akzo Nobel Powder Coatings GmbH ist positiv gestimmt: „Resicoat steht seit mehr als 30 Jahren für Qualität und Expertise im Pulverlackbereich. Unsere Rohrpulver haben weltweit einen sehr guten Namen. Dass wir den schönen Auftrag für den ersten Strang des Nordstream Projekts bekommen haben, bestätigt dies.“ Weitere Informationen zu diesem Projekt gibt es unter www.nord-stream.de



Alle Informationen zum Thema Reisen und Corporate Card sind unter dem Stichwort Travel-Management im Intranet übersichtlich zusammengestellt.

Neue Verbindungen für Geschäftsreisende

Für rund ein Zehntel der Mitarbeiter in Deutschland gehört Reisen zum Geschäft. Und dort hat sich auch in diesem Jahr Entscheidendes geändert.

„Wir haben den Reisebüro-Dienstleister gewechselt“, erklärt Angela Ney, die seit Frühjahr dieses Jahres für bestimmte Bereiche des zentralen Einkaufs für die AkzoNobel-Standorte in Deutschland zuständig ist, unter anderem auch für das Thema Geschäftsreisen. Im Zuge der Implementierung eines neuen Reiseanbieters leitet sie die Einführung zusätzlich in den Ländern Österreich und Schweiz.

„Ab dem 1. Dezember müssen alle Mitarbeiter von AkzoNobel weltweit ihre Geschäftsreisen über American Express Business Travel buchen“, erklärt Ney. „Wir sind zwar erst im vergangenen Jahr zu BCD Germany gewechselt, aber der Vorstand unseres Unternehmens hat sich in diesem Frühjahr für eine globale Lösung mit American Express entschieden.“ Von diesem Schritt werden Unternehmen und Mitarbeiter gleichermaßen profitieren. Insgesamt verspricht sich AkzoNobel von dieser Partnerschaft weltweit ein Einsparpotenzial von rund 6 Millionen Euro bis Ende 2010. „Dies ist aber nicht der einzige Vorteil, den der Wechsel mit sich bringt“, weiß Ney. „Alle Mitarbeiter profitieren nun auf ihren Reisen von einem sehr guten Service, bequemen Buchungsmöglichkeiten und zudem von einem umfassenden persönlichen Versicherungsschutz.“

Alles auf eine Karte setzen

Möglich wird das durch die so genannte persönliche Corporate Card von American Express, die alle Reisenden weltweit nutzen sollen, die geschäftlich unterwegs sind und entsprechende Ausgaben haben.

„Alle Mitarbeiter profitieren nun auf ihren Reisen von einem sehr guten Service, bequemen Buchungsmöglichkeiten und zudem von einem umfassenden persönlichen Versicherungsschutz.“

Angela Ney

„Das Versicherungspaket ist äußerst umfangreich“, informiert Ney. „Es enthält unter anderem eine Verkehrsmittel- und Unfallversicherung, aber auch das Gepäck und persönliche Eigentum sind versichert. Eine Auslandskrankenversicherung ist ebenfalls enthalten. AkzoNobel hat für die Vielreisenden die Möglichkeit geschaffen, die American Express Corporate Card ohne Jahresgebühr zu nutzen. Ich empfehle die Karte jedem Reisenden, denn sie bietet jederzeit eine größtmögliche finanzielle Flexibilität und vereinfacht die Abrechnung deutlich. Außerdem hilft sie dabei, dass das Unternehmen die Geschäftsausgaben besser managen kann.“ Anmerkung: Jeder Reisende braucht heutzutage eine Kreditkarte. Spätestens bei Hotelbuchungen ist häufig zwecks Garantie eine Kreditkarten-Nummer anzugeben.

Vorteile durch Online-Buchung

In Zukunft sollen so viele Reise-Buchungen wie möglich über das Online Buchungstool „eTravel“ getätigt werden. „Ich weiß, dass sich mancherorts einige mit einer Online-Buchungsmaschine schwer tun und lieber mit Menschen sprechen“, sagt Ney. „Aber wer über die Buchungsmaschine bucht, hilft dem Unternehmen, zusätzlich Geld zu sparen. Und das ist schließlich das Ziel der Einkaufspolitik von AkzoNobel. Für die Mitarbeiter bedeutet dies aber auch, dass sie sich fünf Minuten Zeit nehmen müssen, um ihr Reiseprofil zu vervollständigen“, fügt sie an. Vor allem Bahnbuchungen sind ein sehr großes Potenzial für das neue, separate Bahn-Tool „Railhub“ von American Express, in dem alle AkzoNobel-Großkundenrabatte hinterlegt sind und bequem online gebucht werden können. Die Tickets können Sie gleich am Rechner ausdrucken und sofort kann die Reise losgehen. Wer zudem Fragen hat, kann sich an seinem Standort an den so genannten Travel-Koordinator wenden, mit denen Angela Ney, die vom Standort Düren aus arbeitet, in engem Kontakt steht. „Ohne die Travel-Koordinatoren ist ein solch umfangreiches Projekt gar nicht möglich“ sagt Angela Ney.

StickerFix Das Schönheitspflaster fürs Auto

Es ist schnell geschehen: Die Autotür stößt beim Ausladen des Einkaufs an die Garagenwand oder der Schlüsselanhänger verursacht einen kleinen Kratzer. Was bleibt ist der Ärger über den Schaden an der sonst so makellosen Lackierung des Autos.

Aber soll man deswegen gleich in die Werkstatt fahren? AkzoNobel hat für dieses Problem jetzt eine überraschend einfache und pfiffige Lösung: Mit StickerFix, einem flexibel einsetzbaren Lackfilm, kann jeder problemlos wie mit einem Pflaster Schönheitsfehler in Sekundenschnelle abdecken.

Im Karosserie- und Lackierbetrieb Strohl im hessischen Bruchköbel in der Nähe von Hanau treffen wir Thomas Fass, verantwortlicher Bezirksleiter für den Verkauf von Sikkens Autoreparaturlacken im Gespräch mit Inhaber Michael Strohl. „StickerFix bietet unseren Lackierbetrieben gute Möglichkeiten, neue Kunden anzusprechen und bestehenden Kunden einen noch besseren Service zu bieten“, beschreibt Fass den Nutzen für die Betriebe. „Und der Aufwand für die Herstellung hält sich in Grenzen“, fügt Strohl hinzu. „Da wir bei einer Reparaturlackierung den exakt passenden Farbton für einen Wagen ja ohnehin bereits fertig gemischt haben, können wir die StickerFix-Folie schnell mitlackieren und unseren Kunden als kleine Aufmerksamkeit oder Geschenk mitgeben.“

Kleine Kratzer werden unsichtbar

Der Einsatz ist denkbar einfach. Man braucht von der A5 großen Folie nur ein passendes Element abzuziehen und auf die beschädigte Stelle zu kleben, schon ist sie so gut wie unsichtbar. „Viele Autofahrer kommen wegen so kleiner Schäden ohnehin nicht mehr in die Werkstatt“, erklärt Strohl. „So ignoriert beispielsweise die zunehmende Zahl von Leasing-Nehmern lieber die kleinen Schäden und lässt sie erst vor der Rückgabe reparieren. Für diese Klientel ist StickerFix natürlich ideal, denn der Wagen sieht bis dahin nicht nur weiterhin makellos aus, sondern ist gleichzeitig auch vor Korrosion geschützt“, bringt Strohl die Vorteile auf den Punkt. „Denn durch den Folien-Klebstoff, auch ein Sikkens-Patent, kann keine Feuchtigkeit eindringen“, ergänzt Fass. „Und abziehen ist auch nicht so einfach, denn die Folie haftet sehr gut und ist gegenüber allen Einflüssen, der sie im Straßenverkehr ausgesetzt ist, äußerst

belastbar.“ Michael Strohl weist aber darauf hin, dass sie trotz der guten Haftung durch die Zufuhr von Wärme auch problemlos wieder entfernt werden kann. „Und StickerFix hat noch einen Vorteil“, fügt er hinzu. „Gegenüber den herkömmlichen Do-it-yourself-Systemen für die Lackreparatur, beispielsweise mit einem Lackstift, ist das Ergebnis auf Grund der Farbtongenauigkeit deutlich besser.“

zu länglichen Rechtecken, beispielsweise für die Türkante. „Bei mir liegt StickerFix als Erste Hilfe-Set immer griffbereit im Handschuhfach“, sagt Thomas Fass und hofft, dass dies auch bei anderen Autofahrern die Regel wird. „Mit ihrer ansprechenden Verpackung mit Stempel und Logo des Betriebs ist die Lackfolie auch ein hervorragendes Werbemittel, mit dem unsere Karosserie- und Lackierfach-

Thomas Fass (r) und Michael Strohl machen mit SickerFix einen kleinen Kratzer so gut wie unsichtbar.



Optimaler Schutz an sensiblen Stellen

„Aber man kann die Aufkleber auch präventiv einsetzen“, weiß Fass. „Einfach an empfindlichen Stellen wie Türkante oder Türgriff anbringen und schon sind diese sensiblen Bereiche vor Beschädigungen geschützt.“ Strohl weist aber darauf hin, dass StickerFix zu diesem Zweck extra produziert werden muss. „Wir müssen den passenden Farbton des Fahrzeugs erst messen, danach ausmischen und anschließend lackieren“, erklärt er. „Deshalb können wir in solchen Fällen StickerFix nicht verschenken.“ Aber viel muss ein Autobesitzer nicht investieren, um gegen kleine Kratzer optimal gefeit zu sein. Für rund 40 Euro kann ein Kunde die vorgestanzte Lackfolie im DIN A5-Format in „seinem“ Farbton erhalten. Es ist sogar möglich, individuelle Elemente vorzustanzen, von konfettigroßen Kreisen bis hin

betriebe beim Autobesitzer immer präsent sind und so hoffentlich auch im Falle eines großen Schadens mit der Reparatur beauftragt werden.“

„Bei mir liegt StickerFix als Erste Hilfe-Set immer griffbereit im Handschuhfach.“

Thomas Fass

Was können wir besser machen?

„Unternehmerisch denken“ lautet einer der Werte von AkzoNobel, die für alle Mitarbeiter gelten. Aber was soll man sich darunter vorstellen? Schließlich werden wir dafür bezahlt, unsere Aufgaben zu erfüllen. Da mutet es ein wenig hochtrabend an, wenn es heißt: „Denkt wie ein Unternehmer.“ Aber eigentlich ist das ganz einfach, wie Mitarbeiter von AkzoNobel in Stuttgart in diesem Jahr zeigen. Sie haben die Forderung, unternehmerisch zu denken, beispielhaft umgesetzt. Es heißt nämlich nichts anderes als die eigene Arbeit und die Verfahren und Prozesse mit denen man jeden Tag umgeht, zu hinterfragen. Und manchmal sind es nur kleine Änderungen, die Großes bewirken.

Wir haben das immer schon so gemacht

„Im Nachhinein ist es erstaunlich wie lange man sich mit bestimmten Vorgängen arrangiert, über die man sich eigentlich ärgert, die umständlich sind oder die eigentlich keinen Sinn machen“, benennt Pascal Weikmann den Anknüpfungspunkt für seine Verbesserung, die nicht nur ihm das Leben leichter macht, sondern dem Unternehmen auch noch Geld spart.“ Weikmann ist seit neun Jahren im Unternehmen und hat hier auch seine Ausbildung zum Lacklaboranten gemacht. Mit seinem Kollegen Paul Simon Sinclair prüft er in der Anwendungstechnik unter anderem die Lacke auf ihre Qualität und Spritzfähigkeit. „Für die Prüfungen brachte man uns immer drei Kilo Lack. Das war bis vor ein paar Jahren auch in Ordnung, weil wir damals mehr Prüfungen durchführen mussten. Heute benötigen wir jedoch nur etwa 700 Gramm. Wir bekamen aber weiterhin drei Kilo, weil niemand daran dachte, dieses gewohnte Verfahren zu ändern. Den Rest mussten wir wegschütten. Jetzt sparen wir jährlich über 350 Kilo Lack ein, der zudem nicht mehr entsorgt werden muss, sondern verkauft werden kann.“ Siegfried Deis hat ebenfalls mit einer kleinen Änderung dazu beigetragen, Energie und Arbeitszeit zu sparen. Statt für eine Probennahme immer die komplette Lackcharge im Dissolver aufzurühren, füllt man nun einen kleinen Becher mit dem Produkt: Dieser steht für Probennahmen bereit und kann schnell und leicht aufgeführt werden.

Links: Jürgen Hanle (r) erklärt Steffen Laible, wie sich die Tafeln beidseitig lackieren lassen. Rechts: Pascal Weikmann spart jetzt drei Viertel des Lacks.



Betriebsblindheit abschütteln

Wer mit offenen Augen durch den Betrieb geht, wird meist einen Ansatz für Verbesserungen finden. So ging es Jürgen Hanle, der als Töner in der Colouristik arbeitet und zu Prüfzwecken kleine Kunststofftafeln im Spritzautomaten beschichtet, die dann später am Computer vermessen werden. „Wir verbrauchen etwa 10.000 dieser Tafeln im Jahr, wobei wir immer nur eine Seite benutzen“, beschreibt Hanle. „Sind die Prüfungen abgeschlossen, wandern die Tafeln in den Müll. Ich habe mich gefragt, warum wir nicht beide Seiten benutzen. Eine kleine Umstellung bei der Beschriftung macht das möglich.“ Auch Hanles Vorschlag wurde prämiert, kann doch so die Anzahl der benötigten Tafeln, die jeweils über ein Euro kosten, beinahe halbiert werden.

Vorschläge werden prämiert

„Für die Berechnung der „Belohnung“ wertvoller Verbesserungsvorschläge gelten übrigens feste Regeln“, informiert Gerhard Grossmann, Leiter der Personalentwicklung in Stuttgart. „Dabei wird unter anderem geprüft, ob der jeweilige Vorschlag in das Aufgabengebiet des Mitarbeiters fällt, wie es um die Durchführungsreife bestellt ist und natürlich in welchem Maße Material-, Energie- oder Personalkosten eingespart werden können.“ Diese Faktoren werden zur Berechnung einer Prämie herangezogen, die allerdings in Stuttgart auch eine Obergrenze von 20.000 Euro hat.

Es sind die kleinen Dinge

Das betriebliche Vorschlagswesen ist wohl nach wie vor das wirkungsvollste Instrument, um unternehmerisches Denken zu dokumentieren. „Es sind oftmals die kleinen und einfachen Dinge, die jeder von uns ändern kann, die trotzdem eine große Wirkung haben“, stellt Grossmann fest.

„Man muss nur neugierig sein, den Mut haben, Fragen zu stellen und Initiative zeigen, dann ergibt sich unternehmerisches Denken ganz von selbst.“

Unsere Werte leben:

Unternehmerisch denken

Wenn es darum geht, unternehmerisch zu denken, sind wir dann am erfolgreichsten, wenn:

- Jeder Ergebnisse schafft
- Führungskräfte den Geschäftserfolg vorantreiben
- Top-Manager die strategische Ausrichtung für das Unternehmen entwickeln





Vom langweiligen Laptop zum kultigen Klapprechner

Der Computerhersteller Dell nutzt eine innovative AkzoNobel-Technologie, um langweilige, einfarbige Laptops in einzigartige, Aufmerksamkeit erregende Kunstwerke nach dem Wunsch der Kunden zu verwandeln.

Jetzt eröffnen sich neue Möglichkeiten, um seinem individuellen Stil deutlich und mit künstlerischen Mitteln Ausdruck zu verleihen. Die Industrie arbeitet schon seit längerem daran, diesen Trend zur Individualisierung zu nutzen. Die Produkte sollen, wie ihre Benutzer, einzigartig aussehen und sich dem persönlichen Geschmack anpassen. Unsere Handys können wir mittlerweile per Folie mit unzähligen Motiven veredeln. Jetzt hat diese Entwicklung auch das Laptop erreicht. Von Schwarz bis Grabsteingrau reichte bislang die äußerst begrenzte Farbpalette der vielgenutzten Notebooks. Jetzt werden sie zum Aushängeschild der eigenen Persönlichkeit.



Jeder möchte einzigartig sein. Was tun wir nicht alles, um uns von anderen zu unterscheiden. Kleidung, Make-Up, Frisur oder - etwas radikaler - Tätowierungen oder Piercings werden genutzt und gezielt eingesetzt, um sich von der grauen Masse abzuheben und die eigene Persönlichkeit zu betonen.



Notebooks mit persönlicher Note

Dell, der größte PC-Hersteller in den USA und weltweit die Nummer Zwei, macht jetzt den Anfang mit Computern, die tatsächlich aus einem langweiligen Laptop einen coolen und begehrten Kunstobjekt machen. Es ist mittlerweile unser ständiger Begleiter und langsam beginnt die Aura des „Klapprechners“ als Luxus-High-Tech-Produkt zu verblassen. Deshalb haben sich die Produzenten darüber Gedanken gemacht, wie sich Notebooks in der Gestaltung dem persönlichen Stil der Kunden anpassen können. Dabei bietet sich der Deckel eines Laptops, diese leere, öde, einfarbige Fläche, wie kaum eine andere für individuelles Design geradezu an. Und diese Chance hat Dell genutzt, mit Hilfe von Pictaflex, einer Technologie, die von AkzoNobels Specialty Plastics entwickelt wurde.

Einzigartige Motive, brillante Ergebnisse

Das Angebot von Dell ist einzigartig für ein weltweit agierendes Industrieunternehmen. Kunden können über das Online-Design-Studio für ihr persönliches Notebook auf die Fläche des Rechners angepasste Kunstwerke von namhaften Künstlern der Welt auswäh-

len. Nicht nur die Idee, auch das Verfahren, um das Design auf den Deckel zu bringen ist ungewöhnlich. Möglich wird es durch den Einsatz innovativer Technologie und Produkte von AkzoNobel. Die Ergebnisse sind brillant, die Qualität erstaunlich. Als erstes brachte Dell eine Special-Edition mit World of Warcraft-Motiven heraus. Mittlerweile bietet das Design-Studio über 100 verschiedene Kunstwerke an, Tendenz steigend. Denn die Künstler überall auf der Welt sind ganz heiß darauf, mit ihren Arbeiten dort vertreten zu sein. Denn auch sie haben entdeckt, dass dies ein interessanter Weg ist, um weltweit Aufmerksamkeit zu erregen.

Das Gefühl, ein einmaliges Produkt zu besitzen

Der Erfolg ist durchschlagend, mehr als 20 Millionen Laptops personalisiert Dell jährlich. Es gibt zwar bereits verschiedene Verfahren, um ein Design-Motiv auf den Laptop-Deckel zu bringen, aber keines ist so flexibel, vielseitig und effizient wie Pictaflex, eine Transfer-Technologie für digitale Bilder, die von Specialty Plastics entwickelt wurde. Sie nutzt einen Prozess, der als Diffusion bekannt ist. AkzoNobel liefert das Material und die Ausrüstung, die für dieses Verfahren notwendig sind, an Dell. Der Vorgang selbst dauert nur ein paar Minuten. Ein weiterer Vorteil ist, dass anschließend nicht noch mit Klarlack versiegelt werden muss. Gegenüber allen anderen Technologien, die in der Industrie eingesetzt werden, erlaubt Pictaflex den Einsatz ganz individueller Motive. Und die Technologie ist nicht auf Laptops beschränkt, auch Geräte in der Größe von PCs können nach Kundenwunsch gestaltet werden. So liefert AkzoNobel diese Technologie bereits auch an das Unternehmen Logitech, wo sie für die Gestaltung von Computermäusen eingesetzt wird. Das Potenzial ist riesig, die Einsatzmöglichkeiten mannigfaltig. Im Internet kann man sich seine Laptop Kunst aussuchen, die mit Pictaflex von AkzoNobel Specialty Plastics dann aus einem gewöhnlichen Rechner ein auffälliges und individuelles Kunstwerk macht, das dem Benutzer das Gefühl gibt, jemand ganz Besonderes zu sein. Wer einen Blick riskieren möchte: www.dell.com/designstudio

Hildener Wahrzeichen verschwunden

Mit seinen 60 Metern Höhe war er mehr als 60 Jahre so etwas wie ein Wahrzeichen für die Industriegeschichte der Stadt Hilden: Der Schornstein auf dem Werksgelände von AkzoNobel, das sich Packaging Coatings, Deco und Zweihorn teilen und das auf eine mehr als 150jährige Tradition in der Lackproduktion verweisen kann.



Jetzt erinnert nur noch ein zwei Meter hoher Kaminstumpf, der über das Dach des Kesselhauses ragt, an den alten Schornstein. „Der Schornstein war aus verschiedenen Gründen überflüssig geworden“, sagt Gottfried Saischek, Factory Service Manager bei AkzoNobel Packaging Coatings, Bauleiter dieses Projekts. „Durch den Einsatz effektiverer Gebäudetechnik, Produktionsanlagen und Geräte ist der Energiebedarf im Laufe der Jahre immer geringer geworden. Zudem wurden die alten Dampfkessel durch neue und effektivere ersetzt, die die Feuerungswärme besser nutzen und wesentlich geringere Abgas-temperaturen haben. Dies führte zu einer so genannten „Versottung“, sprich, das Mauerwerk wurde nass. Dadurch entstanden immer wieder Schäden, was die Kosten für die Instandhaltung in die Höhe trieb. Außerdem wurde 2008 mit der Anschaffung eines neuen Warmwasserkessels bereits ein neuer Schornstein gebaut. Damit wurde der alte nun nicht mehr gebraucht.“ Auf Grund der Gegebenheiten am Standort konnte der Schornstein nicht gesprengt werden, sondern wurde Stück für Stück von oben nach unten abgebaut. Dabei wurde

das abgetragene Material von oben in die Kaminmündung geworfen. Am Fuß des Schornsteins wurde ein zwei mal zwei Meter großes Loch aufgestemmt, durch das der Schutt entnommen und dann abtransportiert wurde. „Besonderes Augenmerk verlangten die umfangreichen Sicherheitsmaßnahmen, die für die Durchführung notwendig waren, insbesondere die Maßnahmen zum Schutz der Menschen, die daran beteiligt waren“, ergänzt Saischek. Sie reichten von aufwändigen Absturzsicherungen, speziellen Führungsleinen am Schornstein, an denen die Monteure des Abbruchunternehmens ihre Sicherheitsleinen einklinken konnten, dem Aufbau spezieller Schutzgerüste bis hin zu statischen Maßnahmen, um die Standsicherheit des Kamins während der Abbrucharbeiten zu garantieren.“

Der Schornstein wurde nicht gesprengt, sondern Stück für Stück von oben nach unten abgebaut.

AkzoNobel ändert Strukturen

Ab dem 1. Januar 2010 wird sich in unserem Unternehmen die Zusammensetzung einiger Business Units ändern. Dies betrifft auch einen Teil der Mitarbeiter in Deutschland. So werden sich die Portfolios von Performance Coatings und Specialty Chemicals neu positionieren. Für diese Neuausrichtung wird AkzoNobel zwei neue Business Units einführen und zwei andere zusammenlegen.

Ab dem 1. Januar soll ein eigenständiges Geschäft Wood Finishes und Adhesives geschaffen werden, das die Aktivitäten im Bereich Holzlacke und -klebstoffe beinhaltet. Ziel dieser Maßnahme ist es, sich besser auf diesen wichtigen Markt konzentrieren zu können. Im Bereich Performance Coatings werden unter dem Dach einer neu geschaffenen Business Unit Industrial Coatings die derzeitigen Akti-

vitäten von Packging Coatings, Coil Coatings und Specialty Plastics zusammengeführt. Damit sollen die industriellen OEM-Geschäfte, das sind Geschäfte mit den Herstellern von Originalteilen, besser miteinander verknüpft werden. Ferner wird AkzoNobel Aerospace Coatings von Marine & Protective Coatings zu Car Refinishes wechseln, um mehr von den inhärenten Synergien im Bereich Technologie und Supply Chain zu profitieren.

Im Bereich Specialty Chemicals werden die Aktivitäten von Polymer Chemicals in der Organisation von Functional Chemicals aufgehen. Damit soll ein stärkeres, kosteneffizienteres Geschäft entstehen, das für ein nachhaltiges Wachstum in der Zukunft besser gerüstet ist.



Mobiles Notfallaggregat für mehr Sicherheit bei Chlorunfällen

AkzoNobel Industrial Chemicals in Ibbenbüren wird ab Mitte 2010 ein neuartiges, mobiles Notfallaggregat für Chlorunfälle im Schienenverkehr bereitstellen. Mit der Anlage soll künftig im Falle einer Havarie das Chlorgas schnell und vollständig gebunden werden. Das Chlor kann dann in ungefährlicher Form sicher abtransportiert werden.

„Ausgangspunkt für die Überlegungen, ein solches Aggregat zu bauen, waren unsere Erfahrungen bei einem Ereignis, das 2005 in Schweden stattfand“, beschreibt Andreas Menne, der das Projekt in Ibbenbüren leitet. „Damals konnte ein Zug mit 12 Chlor-Kesselwagen nicht schnell genug bremsen und überfuhr einen Prellbock. Dabei legten sich die Lok und vier Kesselwagen auf die Seite und bohrten sich zum Teil tief in die Erde.“

Die Kesselwagen der neuen Generation, die wir damals für unsere Chlortransporte benutzt haben, erwiesen sich bei diesem Ereignis zwar als äußerst stabil und sicher. Es traten keine Leckagen auf. Doch um die havarierten Wagen wieder aufzurichten zu können, musste der Inhalt sicher abgepumpt und das Chlorgas gebunden werden, was am Ende auch gelang, aber sehr lange dauerte.“ Und Schnelligkeit ist im Falle einer Havarie mit Chlor von entscheidender Bedeutung. In Deutschland werden etwa 6 Prozent der gesamten Chlorproduktion (Quelle: VCI 2005)

über die Schiene transportiert. Bei einem Unfall müssen die Kesselwagen schnell restlos entleert werden können. Zwar gibt es zu diesem Zweck bereits eine mobile Anlage, die neue Ibbenbürener Pilotanlage wird jedoch mit einer zehn Mal höheren Leistung für noch mehr Sicherheit sorgen.

Komplexe Anforderungen im Krisenfall

„Für den Einsatz im Ernstfall sind mindestens sechs erfahrene Leute nötig, die vor Ort die Anlage bedienen“, erklärt Menne. „Die zwei Container kommen entweder per LKW oder auf der Schiene, je nachdem wie der jeweilige Einsatzort am besten zu erreichen ist. Deshalb besteht die besondere Herausforderung beim Bau der neuen Anlage darin, die einzelnen Komponenten so zu konzipieren und zu bauen, dass sie genau in die Container passen und somit möglichst schnell einsatzbereit sind“, führt Menne weiter aus. Rohre und Schläuche müssen verlegt, Apparaturen, Pumpen sowie Kühlwasser und Strom eingerichtet werden.“

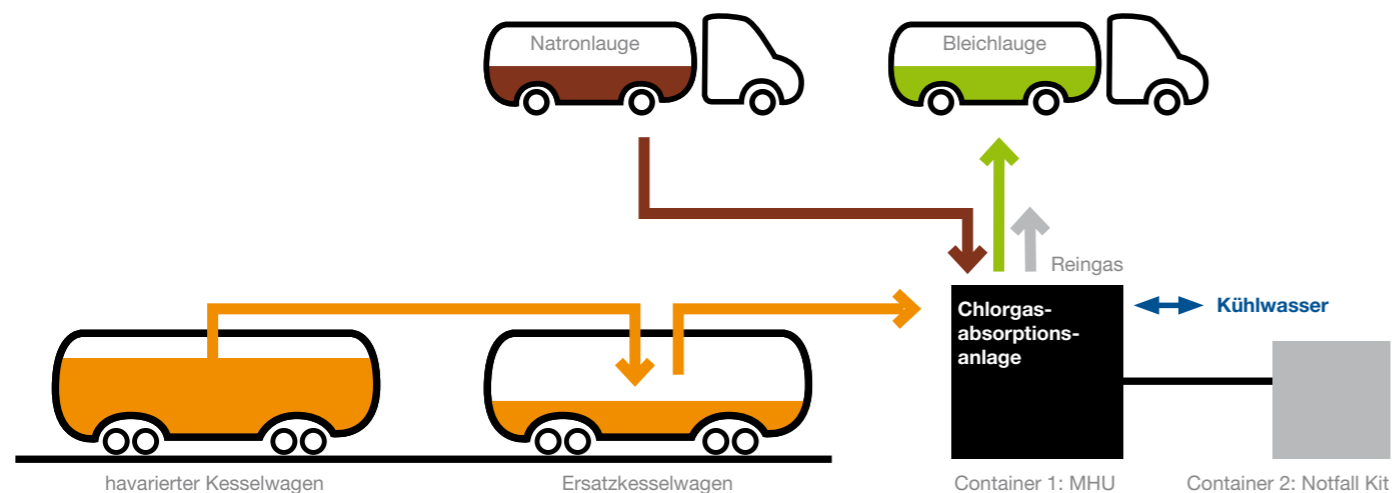
„Dafür trainieren wir in Ibbenbüren ein Einsatzteam“, ergänzt Menne. Im Ernstfall muss auch die Logistik möglichst reibungslos funktionieren. Frische Natronlauge muss hergestellt und per Lkw oder Bahn an den Unfallort transportiert, hergestellte Bleichlauge entsorgt werden. „Im Krisenfall werden wir von unseren Spediteuren und dem Notfallmanagement der Bahn unterstützt.“

Unterstützung durch Umweltministerium

Das neue Aggregat, das mit seiner Leistungsfähigkeit weltweit wohl einmalig ist, soll mit dem entsprechenden Bedienpersonal im Rahmen des Transport-Unfall-Informationssystem (TUIS) Behörden, Feuerwehren, Polizei und anderen Einsatzkräften zur Verfügung gestellt werden. Geplant und gebaut wird die neun Tonnen schwere Anlage von der Ettlinger Ingenieurfirma GEA Wiegand GmbH. Für das Pilotprojekt stellte das Bundesumweltministerium rund eine Viertel Million Euro aus seinem Umwelt-Innovationsprogramm zur Verfügung.

Bilder oben: Zugunglück 2005 in Schweden, bei dem kein Chlor austrat und das mobile Chloraggregat, das damals zum Einsatz kam.

Grafik links: Um Chlor ohne Gefahr für Mensch und Umwelt möglichst schnell aus diesen Wagen herauszubekommen, ist der Aufwand beträchtlich. Zum einen muss ein Ersatzkesselwagen bereit stehen, in den flüssiges Chlor aus dem havarierten Waggon transferiert wird, und zwar so viel wie möglich. Zudem muss Natronlauge per Lkw geliefert werden. Dann wird das Chlorgas aus dem Ersatzwagen abgesaugt und mittels der Natronlauge in der Chlorgas-Absorptionsanlage chemisch gebunden. Dabei entsteht die relativ ungefährliche Bleichlauge, die z.B. für die Schwimmbadesinfektion genutzt wird. Diese kann mit Lkw abtransportiert werden. Im zweiten Container sind alle anderen Aggregate und Ausrüstungen für den Betrieb der Anlage untergebracht.



AkzoNobel-Team fährt Radrennen mit Eddy Merckx

Eddy Merckx ist der bekannteste und erfolgreichste Radrennfahrer der Geschichte. Mit seinen 5 Siegen bei der Tour de France und fünf Triumphen beim Giro d' Italia, wird er heute von einem Großteil der Radsportfans und Experten als der größte Radrennfahrer aller Zeiten angesehen. Schon zu Lebzeiten avancierte er zur Sportlegende.

Bereits zum dritten Mal wird das nach ihm benannte Radrennen durch das Salzburger Seeland ausgetragen. „Nach der ersten Teilnahme eines Firmenteams im vergangenen Jahr, waren wir dieses Mal mit neun Teilnehmern als AkzoNobel-Mannschaft am Start“, berichtet Stefan Seidl, der unter anderem für das Marketing von AkzoNobel in Österreich verantwortlich ist. „Die begeisterten Radler ließen es sich nicht nehmen, einmal Rad an Rad mit der Sportlegende Merckx fahren zu können.“ Geschäftsführer Peter Haempel konnte erstmals ein Damenteam zur Teilnahme begeistern. Heidi Lenz und Michi Windhager haben mit Bravour ihren Renneinstand gemeistert und in beachtlicher Zeit die anspruchsvolle Kurzstrecke mit 110 Kilometern Länge und 1.200 Höhenmetern bewältigt. Ebenfalls am Start waren auf dieser Strecke: Werner Rehrl, Ronald de Zwart und Christoph Houy.

Radrennen mit besonderer Atmosphäre

Der erfolgreiche Ötztal Radmarathon-Teilnehmer Hermann Neurauber hatte von der Vorwoche noch 250 Rennkilometer und 5.500 Höhenmeter in den Beinen und dennoch eine Top-Leistung geboten. Mit einer Zeit von knapp über 4,5 Stunden erreichte er auf der Langstrecke über 160 Kilometer und 2.200 Höhenmeter den 35. Rang von knapp 400 Teilnehmern. Peter Haempel und Andreas Bäurle bezwangen ebenfalls erfolgreich die herausfordernde Langstrecke. „Alle Starter unserer Mannschaft waren begeistert von der einzigartigen Stimmung entlang der Strecke“, beschreibt Seidl die Atmosphäre rund um das Rennen. Die Zuschauer haben die Radler begeistert angefeuert, Polizei und Feuerwehr für einen reibungslosen Rennverlauf gesorgt.

Der Olympische Gedanke „dabei sein ist alles“ steht bei den Radfans unseres Teams im Vordergrund, die eingefahrenen Zeiten stellen lediglich einen Ansporn dar, sich für die nächste Teilnahme zu verbessern.

Peter Haempel hat als begeisterter Radsportler schon die nächsten Ziele benannt. Im kommenden Jahr wird das AkzoNobel-Team sowohl beim Mondseeland- als auch beim Eddy Merckx-Radmarathon an den Start gehen. Weitere Radler sind herzlich eingeladen mitzumachen.

Jugendliche für eine Ausbildung bei AkzoNobel interessieren

Wie können Jugendliche für eine Ausbildung in naturwissenschaftlich-technischen Berufen begeistert werden? Eine Frage, mit der sich in Zukunft auch viele Standorte von AkzoNobel auf Grund des sich abzeichnenden Fachkräftemangels immer intensiver auseinandersetzen werden müssen. Bei der Akzo Nobel Deco GmbH in Köln konnten sich rund 20 Schülerinnen und Schüler der Jahrgangsstufe 12 eines Kölner Gymnasiums im Rahmen des Innovationsspiels „Jugend denkt Zukunft“ eine Woche intensiv mit dieser Aufgabe beschäftigen und erarbeiteten dabei spannende, zukunftsweisende Lösungen.

„Wir müssen aus mehreren Gründen auf die Schülerinnen und Schüler zugehen, wenn wir qualifizierte Jugendliche für eine Ausbildung bei uns gewinnen wollen“, weiß Miriam Schöpp, Ausbildungsleiterin bei der Akzo Nobel Deco GmbH, die das Projekt maßgeblich betreute. „Zum einen sollen sie mehr über unser Unternehmen und die Ausbildungsmöglichkeiten hier erfahren und auf der anderen Seite wollen wir mehr über die Bedürfnisse der jungen Menschen und ihre Entscheidungswege bei der Berufswahl wissen und möglicherweise auch potenzielle Mitarbeiter auf uns aufmerksam machen.“ Die Teilnehmer lernten während der Projektwoche das Unternehmen sowie eine Reihe von Mitarbeitern kennen und gewannen Einblicke in die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Farben und Lacken. Entscheidend war jedoch, dass sie viel über Ausbildung, Berufswege und die Anforderungen in einem global agierenden Unternehmen erfuhren.

Intensiver Austausch mit Schülern

Das Projekt „Jugend denkt Zukunft“, das bereits zum dritten Mal bei der AkzoNobel Deco stattfand und auch vom Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie finanziell unterstützt wurde, ist eine Möglichkeit, um in einen intensiven Austausch mit den Schülerinnen und Schülern zu treten. „Sie haben sich ganz konkret mit der Arbeitswelt im naturwissenschaftlich-technischen Bereich auseinandergesetzt und verstanden, wie wichtig dies für die Zukunft unseres Unternehmens ist“, erklärt Schöpp. „Dabei geben wir den Jugendlichen einen Einblick in ein weltweites Unternehmen mit nationalem Geschäft und umgekehrt profitieren wir von den interessanten und zukunfts-fähigen Ideen der Schüler.“

Naturwissenschaftler sind sexy

So entwickelten die Schüler in verschiedenen Gruppen interessante Konzepte dafür wie man naturwissenschaftlich-technischen Berufen zu mehr Attraktivität verhelfen könnte. Eine Gruppe präsentierte die Idee für ein internetbasiertes, interaktives Spiel, das sich vorwiegend mit der Arbeitswelt beschäftigt: Dort müssen die Spieler in einem virtuellen Unternehmen den Arbeitsalltag bewältigen, beispielsweise als Lacklaborant, und können dort auch Karriere machen. Der besondere Clou: Sie sollen mit „echten“ Mitarbeitern in Unternehmen kommunizieren, Fragen stellen und, bei Erfolg im Spiel und realem Interesse an dem Beruf, Praktika oder Ferienjobs gewinnen können. Eine andere Gruppe hatte als Werbeagentur den Auftrag, dieses Spiel zu vermarkten und warb mit eigens entworfenen Plakaten mit dem Slogan „Naturwissenschaftler sind sexy“ für eine Karriere in einem naturwissenschaftlich-technischen Beruf.

Wir müssen die Initiative ergreifen

„Wir dürfen nicht den Fehler machen und darauf warten, dass die richtigen Bewerber schon bei uns anklopfen werden“, ist sich Schöpp sicher. „Es ist unumgänglich, dass wir als Unternehmen alles versuchen, um Jugendliche auf uns aufmerksam zu machen. Solche Projekte sind eine Möglichkeit, die Beteiligung an Ausbildungsmessen eine andere.“ Zusammen mit den Ausbildungsleiterinnen des Deco-Standorts Hilden und den Chemicals-Standorten Köln-Niehl und Düren präsentierte sich AkzoNobel deshalb auf der Ausbildungsmesse „Berufe live im Rheinland“ in der KölnMesse, wo sich im November rund 27.000 Jugendliche über Unternehmen, Berufe und Ausbildungswege informierten.

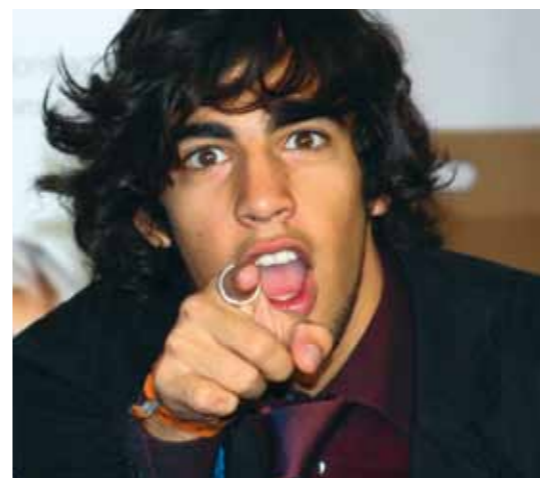
„Wir dürfen nicht den Fehler machen und darauf warten, dass die richtigen Bewerber schon bei uns anklopfen werden.“

Miriam Schöpp, Ausbildungsleiterin bei der Akzo Nobel Deco GmbH



Jugendliche im Blickpunkt

Bild rechts: Miriam Schöpp (r) und Gerit Klaassen im Gespräch mit interessierten Bewerbern auf der Ausbildungsmesse „Berufe live im Rheinland“ im November in der KölnMesse. Mit Spaß und Kreativität nahmen die Schüler die Herausforderung an, naturwissenschaftlich-technischen Berufen mehr Attraktivität zu verschaffen.





Einblicke

Herausgeber:

AkzoNobel Unternehmens-
kommunikation Deutschland
Christian Willers
Kreuzauer Str. 46, 52355 Düren
AkzoNobel Info-Tel: 02421 595 616
Intranet: <http://one.akzonobel.intra/country/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

Redaktionelle Mitarbeit:

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

Layout:

Shining PR GmbH, Bergheim
Der Abdruck von Artikeln ist
– unter Nennung der Quelle –
gestattet. Die nächste Ausgabe
erscheint im März 2010.



AkzoNobel
Tomorrow's Answers Today

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. 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 58.000 Mitarbeiter in über 80 Ländern für Spitzenleistungen und dafür, die Antworten für morgen schon heute zu liefern – Tomorrow's Answers Today™.

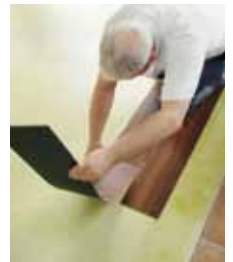
PVC-Designbeläge erobern unsere Böden. Aber sie unterscheiden sich deutlich von den PVC- oder Linoleumböden, die man bislang kannte. Denn sie bieten mit ihren außergewöhnlichen, fotorealistischen Designs ganz neue Möglichkeiten für die Gestaltung von einzigartigen Interieurs mit einer unverwechselbaren Atmosphäre.

Mit SCHÖNOX iFLOOR schicke Designbeläge schnell verlegen

Zum perfekten Design gehört natürlich auch eine perfekte Verlegung, und dafür hat SCHÖNOX mit dem Rollklebstoff iFLOOR jetzt ein geradezu revolutionäres Verlegesystem auf den Markt gebracht, das der zunehmenden Beliebtheit von PVC-Designbelägen Rechnung trägt. „Wir bieten mit iFLOOR den Profiverlegern jetzt ganz neue und bislang ungeahnte Möglichkeiten“, beschreibt SCHÖNOX-Marketingleiter Dirk Mayer-Mallmann die Eigenschaften. Denn iFLOOR kann mit einer Rolle bequem im Stehen aufgetragen werden und ist auf Grund sehr kurzer Abluftzeiten schnell verlegefertig. Vorbei sind damit die Zeiten, in denen der Klebstoff auf Knien mit einem Zahnpachtel aufgetragen werden musste und so Klebstoffriefen entstehen konnten, die sich negativ auf das Erscheinungsbild auswirken.“

Eine ganz saubere Sache

Designbeläge sind derzeit die Bodenbeläge mit den höchsten Wachstumsraten und liegen voll im Trend. Die Gründe dafür liegen neben der Vielzahl von interessanten Gestaltungsmöglichkeiten und der niedrigen Aufbauhöhe darin, dass sie äußerst strapazierfähig, leicht zu reinigen und lange haltbar sind. „Und sie sind jetzt auch schnell und sauber zu verlegen“, ergänzt Mayer-Mallmann. „Durch den aufgerollten dünnen Klebstofffilm kann beim Einlegen des Belages kein Kleber mehr durch die Fugen



hochsteigen und die Oberfläche verschmutzen. Und auch für die Verleger ist iFLOOR eine ganz saubere Sache.“

Für alle Räumlichkeiten geeignet

Ihre Eigenschaften prädestinieren die PVC-Design-Bodenbeläge sowohl für die kreative Gestaltung von Privatwohnungen als auch für den Einsatz in den stärker strapazierten Geschäftsräumen von Boutiquen, Kaufhäusern oder auch öffentlichen Einrichtungen, beispielsweise in Altenheimen. Durch neuartige Druck- und Prägetechniken können Holz-, Naturstein- oder Metalloberflächen nahezu authentisch reproduziert werden. Auf einer zwei bis drei Millimeter dicken PVC-Schicht wird auf einem Trägermaterial eine so genannte Fotoschicht aufgebracht und versiegelt. Da sie so dünn sind, eignen sich diese Beläge auch dort, wo Steinfliesen oder Parkett wegen ihrer Materialdicken nicht eingesetzt werden können, der Kunde diese Optik aber wünscht.



Mixed Sources
Product group from well-managed
forests and other controlled sources
Cert. no. GFA-COC-001896
www.fsc.org
© 1996 Forest Stewardship Council