

BASF sagt Stolperfallen den Kampf an

Mitarbeiter des weltgrößten Chemiekonzerns werden zu Gefahren des Alltags geschult



EIN BLITZABLEITER kann auch eine Stolperfalle sein. Der Großteil der Arbeitsunfälle passiert bei BASF nicht beim Hantieren mit Chemikalien, sondern etwa beim Gehen, Stehen oder Steigen.

Ludwigshafen (dpa/Irs). Ihm kann keiner entkommen: „Handlauf benutzen“, mahnt das gelb-schwarze Schild, das tausendfach an den Treppen des BASF-Stammwerkes in Ludwigshafen angebracht ist. Die Mitarbeiter des weltgrößten Chemiekonzerns sollen beim Treppensteigen das machen, was im normalen Leben viele nicht tun – sich am Geländer festhalten. Was etwas skurril anmutet, hat einen ernstesten Hintergrund. Der Großteil der Arbeitsunfälle passiert bei der BASF nicht etwa beim Hantieren mit Chemikalien, sondern bei scheinbar trivialen Aktionen wie dem Treppensteigen. Der Chemiekonzern schult seine Mitarbeiter deshalb in speziellen Seminaren zu den Gefahren dieser so alltäglichen Ver-

Beschäftigte haben Verständnis

richtungen. So hat sich etwa eine Servicetruppe für Aufzüge in einer Halle auf dem weltgrößten Chemieareal versammelt. Heinz Keck vom Arbeitsschutz der BASF kann die Beschäftigten mit einigen Fakten verblüffen. Nur ein bis zwei Millimeter Schwebelänge der menschliche Fuß beim Gehen über dem Boden. Kleinste Unebenheiten im Untergrund könnten also bereits zur Stolperfalle werden. Andere Gefahrenquellen sind ungeeignete Schuhe, äußere Einflüsse wie Wasser oder Eis oder ganz einfach mangelnde Aufmerksamkeit. „Ich kann Ihnen nicht das Gehen beibringen“, sagt der 48-jährige Keck zu den Teilnehmern. Aber er wolle für die Gefahren sensibilisieren. In der Halle ist ein Stolperparcours aufgebaut. Das Repertoire an Gefahrenstellen reicht von der Falte im Teppichboden über eine feuchte Folie bis hin zu verschüttetem Granulat. Station für Station spricht Keck mit den Beschäftigten die Stolperfallen durch. Bei den Mitarbeitern herrscht durchaus Verständnis für die Schu-



AUF EINEM STOLPERPARCOURS steigt dieser BASF-Mitarbeiter eine Treppe hinauf. Der Chemiekonzern schult die Beschäftigten in speziellen Seminaren zu alltäglichen Gefahren. Fotos (2): dpa

lung. „Die Gefahren lauern überall“, weiß ein Beschäftigter. Vor allem dort, wo man sie nicht sofort vermuten würde: Jeder zweite Arbeitsunfall bei der BASF in Ludwigshafen geschah im vergangenen Jahr beim Gehen, Stehen oder Steigen. In 120 Seminaren hat die BASF voriges Jahr 1 450 Teilnehmer für dieses spezielle Thema sensibilisiert. Insgesamt besuchen 2007 mehr als 11 000 Beschäftigte Seminare, bei denen ihnen das Thema Arbeitssicherheit nähergebracht wurde. „Die Mitarbei-

ter sollen einen siebten Sinn entwickeln“, wünscht sich der Leiter der BASF-Arbeitssicherheit, Bernd Elendt-Schneider. Ein Bewusstsein bei den Beschäftigten zu schaffen, das scheint tatsächlich der Schlüssel zum Erfolg. Die Berufsgenossenschaft Chemie hatte von 2003 bis 2005 eine große Kampagne zur Problematik Stolpern und Ausrutschen gefahren. „Die Unfallzahlen gingen daraufhin um 40 Prozent zurück“, sagt eine Sprecherin. Sicher-

heitsexperte Elendt-Schneider betont, im Mittelpunkt der BASF-Bemühungen stehe der Mitarbeiter als Mensch. Dieser habe ein Recht darauf, seinen Arbeitsplatz jeden Tag „unversehrt und gesund“ zu verlassen. Aber natürlich gebe es auch wirtschaftliche Interessen hinter den Anstrengungen. Beispiel: Falle ein Mitarbeiter nach einem Unfall länger aus, müsse Ersatz für ihn organisiert werden, sagt Elendt-Schneider. Nach Angaben der gesetzlichen Unfallversicherung muss ein Unternehmen geringere Beiträge zahlen, liegen seine Unfallzahlen unter dem Branchenschnitt. Und die BASF liegt mit einer Rate von weniger als zwei Unfällen mit Ausfalltagen pro Million geleisteter Arbeitsstunden sehr deutlich unter dem Schnitt der Branche. Geschieht bei dem

Akribische Auswertung von Arbeitsunfällen

Chemiekonzern ein Arbeitsunfall, dann wird dieser akribisch ausgewertet und in einer Datenbank erfasst. So will das Unternehmen möglichst allgemeine Erkenntnisse gewinnen, die helfen könnten, künftige Unfälle zu vermeiden. Sogar Beinahe-Unfälle werden ausgewertet. „Dann kommt man weiter“, ist Elendt-Schneider überzeugt. Die Schulungen hält er für unverzichtbar. „Wird weniger geschult, bröckeln die Zahlen auch schnell wieder.“ Angst vor hohen Tieren darf man in Sachen Arbeitssicherheit nicht haben, findet Elendt-Schneider. Also auch den BASF-Vorstandschef ansprechen, sollte er beim Treppensteigen mal den Handlauf nicht benutzen? Klar, meint Elendt-Schneider. Er kennt aber auch subtilere Methoden: Bemerkt er einen Mitarbeiter auf der Treppe, der den Handlauf nicht benutzt, dann klackert der Chef der Arbeitssicherheit wie zufällig mit seinem Ehering gegen das Geländer. „Das wirkt meistens.“

Zürich (dpa). Die Schweiz ist ein besonders bei Deutschen beliebter Standort für steuerlich attraktive Holding-Gesellschaften. 2007 wurden 2 113 Holdings gegründet, das sind 24,7 Prozent mehr als im Vorjahr und sogar 75 Prozent mehr als um die Jahrtausendwende, geht aus einer Studie der Wirtschaftsauskunftei Dun & Bradstreet (D&B) hervor. Und jeder zehnte Gründer war ein Deutscher. „Immer mehr Ausländer nutzen die Schweizer Holding zur Optimierung ihrer Steuersituation, allen voran die Deutschen“, so die Studie. Bei diesen steht der steuer-

Schweiz für Holdings ein beliebter Standort

günstige Kanton Zug auf der Standort-Wunschliste ganz oben. Von allen neu gegründeten Holdings entfällt jede vierte auf Zug, jede zwanzigste entsteht im Kanton Schwyz und jede dreißigste in Obwalden. „Während Zug weit über die Schweizer Grenzen hinaus als attraktives Firmendomizil bekannt ist, gilt der Kanton

Obwalden im Ausland noch als Insidertipp“, heißt es in der Studie. Die 2007 neu gegründeten Holdings erreichten eine Kapitalisierung von rund 4,7 Milliarden Franken. Nach Einschätzung von Dun & Bradstreet dürfte dies aber nur „ein sehr geringer Teil“ der effektiv verwalteten Vermögen sein. Nach einer Hochrechnung verwalten die über 20 500 Holdings in der Schweiz – Stand Ende Februar 2008 – Vermögenswerte von über 500 Milliarden Franken, 55 Prozent davon seien ausländische Vermögenswerte.

Erfolg und gute Laune durch professionellen Service

Berater aus Baden-Baden optimiert die Kundenbetreuung

Baden-Baden (asb). Dass der Kunde König ist, gehört zu den goldenen Regeln des Unternehmertums. „Schaut man sich jedoch die reale Kundenbindung und den Service genauer an, trifft man oft auf veraltete Strukturen, unübersichtliche Organisation oder auf Mitarbeiter, denen das Bewusstsein für eine gelebte Kundenbindung abhanden gekommen ist“, berichtet der Baden-Badener Strategieberater Helmut A. Kluger. Seine selbst entwickelte Strategie zielt auf die Menschen ab, die in einem Betrieb zueinander in Beziehung stehen. „Kunden, Mitarbeiter und Geschäftsführung müssen eine Sprache sprechen und optimal aufeinander abgestimmt werden“, rät der Experte. Mittlerweile kann Kluger auf eine lange Referenzliste verweisen und von Unternehmen berichten, die durch seine selbst entwickelte Methode, dem „Aktiven Kundenbetreuungs-System AKS“, spürbare Erfolge erzielen konnten. „Das ist nicht nur an den deutlich gestiegenen Unternehmenszahlen zu sehen. Die täglich bewusst gelebte Kundenbindung zeigt schnell Erfolge, das motiviert die Mitarbeiter, erzeugt gute Laune und verbessert das Image des Unternehmens enorm“, zieht Kluger Bilanz. Der Großhandelskaufmann sammelte viele Jahre selbst Erfahrungen im aktiven Umgang mit Kunden im Vertrieb der Esso AG sowie als geschäftsführender Gesellschafter im Autoersatzteile-Großhandel. Viele der betreuten Unternehmen erhielten Auszeichnungen, so zum Beispiel das Mercedes-Autohaus Gröteke in Leipzig, das Sieger beim vergangenen großen Deutschland-Werkstatt-Test des ADAC wurde. „Von meiner Strategie profitieren jedoch nicht nur Autohäuser, sie ist im Prinzip auf alle Branchen anwendbar. Sicherlich gibt es verschiedene Strategiemodelle auf dem Markt. Es geht je-

doch darum, dass alle Beteiligten die Strategie verstehen und auch anwenden können. Deshalb ist sie leicht verständlich und orientiert sich stark an der Praxis“, führt Kluger aus. Ein wichtiges Element ist der Aufbau einer kompetenten Abteilung, die Kunden professionell betreut. Für die Auswahl der Mitarbeiter, die Vermittlung der Leitfäden sowie Ablaufplanung und Organisation im Unternehmen braucht der Coach nach eigenen Angaben lediglich eine Woche. Die Abteilung werde mit Mitarbeitern auf 400-Euro-Basis aufgebaut. Danach folgt die Schulung der gesamten Belegschaft inklusive Chefetage in drei kleinen Seminaren während der Arbeitszeit. Diese werden sechsmal wiederholt, damit sich die Mitarbeiter gegenseitig vertreten können. Das Themenspektrum reicht dabei vom richtigen Umgang mit dem Kunden bis hin zur effektiven Zeitplanung. Vorhandene Probleme werden aufgedeckt und gemeinsam Lösungen erarbeitet für eine eigene Strategie des Betriebes. Die persönliche und aktive Ansprache der Kunden ist laut Kluger der wesentliche Baustein dieses Erfolgsmodells. AKS ist also eine Direktmarketingmethode mit Schwerpunkt Kundenbetreuung per Telefon. Treten Fehler auf, können diese durch die persönliche Betreuung umgehend beseitigt und eventuell aufkommender Ärger sofort aus der Welt geschaffen werden. Ob nun telefonische Benachrichtigung zu einer anstehenden Inspektion, Terminvereinbarung, Pannenservice, Probefahrt oder kostenloser Heimfahrt-Service: Die Kundenzufriedenheit steigt, die Unternehmensergebnisse verbessern sich, schnell sichtbare Erfolge wirken sich positiv auf die Mitarbeiter aus. „Die Strategie bringt gute Laune durch mehr Service“, bringt es Kluger auf den Punkt.



SERVICE stellt Berater Helmut A. Kluger in den Vordergrund. Foto: pr



DIE INDISCHE GRUPPE bildete den Auftakt der insgesamt vier Ausbildungszyklen im Rahmen einer Public Private Partnership. Für das Pilotprojekt wurden Berufsschullehrer aus Indien, der Türkei, Südafrika sowie der Ukraine ausgewählt. Foto: Heidelberg Druckmaschinen

Heidelberger unterstützt Schwellenländer

Druckmaschinenhersteller bietet spezielles Weiterbildungsprogramm für die Printindustrie

Heidelberg (BNN). Die Heidelberger Druckmaschinen AG engagiert sich für die Förderung von Fach-, Berufs- und Hochschulen der Printmedienindustrie in den Schwellenländern Indien, Türkei, Südafrika und Ukraine. Durch ein spezielles Weiterbildungsprogramm für Lehrer dieser Schulen soll die drucktechnische Berufsausbildung in diesen Ländern entscheidend verbessert werden, um sie so den Anforderungen der internationalen Printmedien-Industrie anzupassen. Mit zehn indischen Berufsschullehrern startete der erste von insgesamt vier Ausbildungszyklen im Rahmen einer Public Private Partnership (Kooperation von Unternehmen und staatlichen Institutionen) der Print Media Academy (PMA) der Heidelberger Druckmaschinen AG sowie der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH (DEG). Für das Pilotprojekt wurden Indien, die Türkei, Südafrika sowie die Ukraine ausgewählt. Bewährt sich die Förderinitiative, soll sie auf weitere Staaten ausgedehnt werden. Hintergrund der Initiative ist die Tatsache, dass in vielen Schwellenländern die Berufsausbildung im Printbereich noch mangelhaft und zu wenig an modernen Technologien orientiert ist. Bereits den Lehrern fehle es an theoretischem und praktischem Wissen, die

Unterrichtsmaterialien und die Ausstattung der Maschinenparks in den Schulen seien veraltet, erklärt Bernd Schopp, Leiter der PMA. Gleichzeitig sei in diesen Ländern das Wachstumspotenzial der Druckbranche vergleichsweise groß. In den Druckereien würden zunehmend moderne Maschinen eingesetzt. „Als Weltmarktführer im Offsetdruck nehmen wir unsere Verantwortung in der Branche und gegenüber unseren Kunden bewusst wahr.“ „Wir nehmen unsere Verantwortung gegenüber dem Kunden wahr“ Indem wir die in den Schwellenländern vorherrschende Kluft zwischen der zunehmend hochtechnisierten Ausstattung vieler Druckereien und dem Fachwissen der Fachkräfte verringern oder beseitigen, wollen wir wesentlich zur nachhaltigen Weiterentwicklung der Printmedien-Industrie beitragen“, erklärt Jürgen Rautert, Vorstand Produkte und Technik bei Heidelberg Druck. Das Förderprogramm sieht vor, dass pro Land je zehn Berufsschullehrer mit dem Schwerpunkt Druck und Medien an einem

vierwöchigen Intensivkurs in Deutschland teilnehmen, der aktuelle Technologien der Printindustrie sowie moderne didaktische Methoden vermittelt. Zudem erhalten die Lehrer aktuelles Schulungsmaterial. Nach der Rückkehr werden sie die erlernten Inhalte in den Unterricht integrieren und auch anderen Ausbildern weitergeben. Das Heidelberger Unternehmen stellt durch seine lokalen Unternehmensniederlassungen die weitere Betreuung der ausgebildeten Lehrer vor Ort und damit auch die nachhaltige Wirkung der Ausbildungsinitiative sicher. Nach der ersten indischen Gruppe folgen drei weitere Durchgänge für die übrigen Teilnehmer. Das überbetriebliche Ausbildungszentrum der Handwerkskammer (HBZ) Münster ist ausgestattet mit modernsten Druckmaschinen und bietet aus diesem Grund hervorragende Voraussetzungen für den Praxisteil des Kurses. In der letzten Ausbildungswoche werden die Teilnehmer in der PMA Heidelberg über die neuesten Trends und Technologien in der Drucktechnik sowie über zeitgemäße didaktische Methoden informiert. Für die insgesamt 40 Plätze des Ausbildungsprogramms lagen mehr als 300 Bewerbungen aus den vier betreffenden Schwellenländern vor.

Mangel an Bauingenieuren

Stuttgart (BNN). Der anhaltende Mangel an Bauingenieuren bereitet den großen Bauunternehmen in Baden-Württemberg immer mehr Probleme. Insbesondere Straßen- und Tunnelbauunternehmen finden kaum noch geeignete Bewerber, so die Landesvereinigung Bauwirtschaft Baden-Württemberg (Stuttgart). Einige Personalabteilungen suchen deshalb zwischenzeitlich schon im Ausland

nach entsprechenden Fachkräften. Der scharfe Wettbewerb um qualifiziertes Führungspersonal hatte sich bereits 2007 abgezeichnet, als die Nachfrage nach Bauingenieuren im Zuge des boomenden Wirtschaftsaufschwungs sprunghaft anstieg. Aufgrund der nach wie vor guten Auftragslage habe sich diese Entwicklung jetzt weiter zuspitzt. „Die Einstellungschancen für Bauingenieure, die frisch von der Hochschule kommen, sind so gut wie schon lange nicht mehr“, erklärt Dieter Diener, Geschäftsführer der Landesvereinigung Bauwirtschaft Baden-Württemberg.