

Um nachhaltig zu wirtschaften, darf kein Detail bei der Wertschöpfung vernachlässigt werden. Der **Nachhaltigkeitsbericht 2016** behandelt die Frage: Welchen Beitrag kann ein Spezialchemieunternehmen wie Clariant für die Zukunft leisten? Nur ein holistischer Ansatz, der die drei Bereiche Performance, People und Planet mit einschliesst, kann ein umfassendes Bewusstsein für nachhaltiges Handeln schaffen. So kann die Zukunft gestaltet werden.

Über diesen Bericht

Als eines der weltweit führenden Spezialchemieunternehmen schafft Clariant Wert durch innovative und nachhaltige Lösungen. Das Unternehmen strebt eine offene und transparente Kommunikation mit allen Stakeholdern an. Deshalb werden Nachhaltigkeitsaspekte in allen Bereichen der Konzernberichterstattung konsequent aufgenommen. Der Integrierte Bericht 2016 zeigt, wie Nachhaltigkeit gemäss der Unternehmensstrategie, durch das Geschäftsmodell und durch die verschiedenen Geschäftsbereiche zur Wertschöpfung beiträgt. Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht 2016 geht noch weiter in die Tiefe, indem die wichtigsten Nachhaltigkeitsinitiativen und -ergebnisse in Bezug auf Clariants drei Markennwerte Performance, People und Planet erläutert werden. Der Online-GRI-Bericht schliesslich stellt darüber hinaus ausführliche Informationen zu Clariants wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen zur Verfügung. Zusammen zeichnen diese drei Publikationen ein umfassendes Bild von Nachhaltigkeit bei Clariant. Nachfragen und Kommentare zur Nachhaltigkeit bei Clariant nehmen wir gerne über sustainability@clariant.com entgegen.



[reports.clariant.com/
2016/integrated-report](https://reports.clariant.com/2016/integrated-report)

[reports.clariant.com/
2016/sustainability-
report/gri](https://reports.clariant.com/2016/sustainability-report/gri)

Nachhaltigkeits- bericht 2016



14



38



56

02 Interview mit Hariolf Kottmann

04 In my real life

12 Performance

14 Der Fahrplan von Lodz

22 Die Grundlage für langfristiges Wachstum

27 Ein Blick durch die Nachhaltigkeitslinse

32 Qualität, Sicherheit und nachhaltige Produkte

36 People

38 Ein Wald voller Möglichkeiten

44 Ein globales, engagiertes Team fördern

47 Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

50 Über Grenzen hinweg

54 Planet

56 Im Wendekreis der Sonne

62 Das Potenzial erneuerbarer Rohstoffe nutzen

66 Kosten, Kultur und Technologie im Gleichgewicht

70 Ambitionierte Umweltziele

72 Strategie und Wesentlichkeit

73 Interview mit Joachim Krüger,

Leiter Corporate Sustainability & Regulatory Affairs

75 Strategischer Fokus auf Nachhaltigkeit

81 Daten zur Nachhaltigkeit

82 Impressum

»Unser Engagement für nachhaltige Lösungen wird vom Markt geschätzt und honoriert.«

HARIOLF KOTTMANN
Chief Executive Officer



Herr Kottmann, Clariant hat Nachhaltigkeit zu einer ihrer fünf strategischen Säulen erklärt. Warum legen Sie so grossen Wert auf Nachhaltigkeit?

HARIOLF KOTTMANN Clariant hat sich das Ziel gesetzt, durch innovative und nachhaltige Lösungen für Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen und für die Gesellschaft Mehrwert zu generieren. Wir wollen ein global führendes Unternehmen der Spezialchemie werden und uns durch eine überdurchschnittliche Wertschöpfung für alle Stakeholder auszeichnen. Das erreichen wir, indem wir die Bedürfnisse sowohl unserer Kunden, Mitarbeitenden und Aktionäre als auch der Umwelt berücksichtigen – jetzt und in Zukunft. Nachhaltigkeit ist tief in der »DNA« unseres Unternehmens verwurzelt. Sie ist ein zentrales Element von allem, was wir tun.

Um Nachhaltigkeit in das Unternehmen, in seine Prozesse und in unsere Governance zu integrieren, arbeiten wir mit einem ganzheitlichen Ansatz. Das ist nach wie vor ein fortlaufender Prozess, der geprägt ist von unserem Verständnis von unternehmerischer Verantwortung und unserer Überzeugung, dass der chemischen Industrie bei der Entwicklung von Lösungen für globale Herausforderungen wie Klimawandel und Ressourcenknappheit eine wichtige Rolle zukommt. Gleichzeitig hilft der Nachhaltigkeitsfokus dabei, uns Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Nachhaltigkeit ist eine Voraussetzung für unser Wachstum und langfristig die Lizenz für unsere Geschäftstätigkeit.



Hariolf Kottmann
Chief Executive Officer
(CEO) seit 1. Oktober
2008, Mitglied des
Verwaltungsrats seit
10. April 2008

Wie verhalten sich Nachhaltigkeit und Geschäftserfolg zueinander? Heisst Nachhaltigkeit nicht immer auch, dass höhere Kosten entstehen, was den Geschäftsverlauf negativ beeinflussen kann?

Sie haben recht, Kunden fragen zwar zunehmend nach nachhaltigen Lösungen, sind aber oft nicht bereit, signifikant höhere Preise zu bezahlen. Daher müssen nachhaltige Innovationen wettbewerbsfähig sein, was ihre Nachhaltigkeitsleistung, aber auch wirtschaftliche Faktoren betrifft. Wenn uns das gelingt, resultiert das in klaren Vorteilen für die Kunden und für Clariant.

Die mehr als 140 EcoTain®-Produkte, die wir anbieten, schneiden oft besser ab als herkömmliche Produkte, nicht nur in Bezug auf Nachhaltigkeits- und Leistungsaspekte, sondern auch in Sachen Profitabilität. Unser Engagement für nachhaltige Lösungen wird vom Markt geschätzt und honoriert. Die Kundenumfrage, die wir 2016 durchgeführt haben, zeigt nicht nur, dass unsere Kunden insbesondere die hohe Qualität unserer Produkte und technischen Services schätzen, sondern auch, dass Clariant für etwa zwei Drittel unserer Kunden für Nachhaltigkeit steht.

Wie nimmt Clariant als global agierendes Unternehmen das Interesse an nachhaltigen Lösungen in den verschiedenen Ländern weltweit wahr?

Die Zeiten, in denen Nachhaltigkeit nur in einem kleinen Teil des globalen Marktes ein Thema war, sind längst vorbei.

Durch unsere starke Präsenz in Europa ist Clariant durchgehend mit Europäischen Umweltschutz- und Nachhaltigkeitsverordnungen konfrontiert. Das kann kurzfristig eine Herausforderung sein, weil dadurch eine im Vergleich zu anderen Ländern ungünstige Kostenposition entsteht. Langfristig zwingt uns die Einhaltung strenger Auflagen aber, von Anfang an Produkte

und Services zu entwickeln, die global den neuesten Stand der Technik repräsentieren. Nehmen Sie Brasilien als Beispiel, wo wir eine steigende Nachfrage nach Kosmetik auf Basis von natürlichen Inhaltsstoffen feststellen können. Dasselbe gilt für China, wie wir uns im Rahmen unserer zweiten Sustainability Dialog-Veranstaltung im November 2016 in Schanghai überzeugen konnten. Mehr als 200 Vertreter chinesischer Kunden, Distributoren, Lieferanten und Behörden nahmen an den Gesprächen zum Nachhaltigkeits- und Innovationsbedarf teil, die sich in Chinas New Normal und dem 13. Fünfjahresplan zeigen. Unsere starke Positionierung bezüglich nachhaltiger Lösungen ist ein eindeutiger Vorteil für unsere Strategie und unsere geschäftlichen Ambitionen, ein »China Insider« zu werden.

Welche Rückmeldungen bekommen Sie zu Clariants Engagement in Sachen Nachhaltigkeit ausser dem direkten Kundenfeedback?

Ein Beispiel für ein erfreuliches Feedback ist, dass Clariant vom weltweit anerkannten Dow Jones Sustainability Index (DJSI) als eines der nachhaltigsten Chemieunternehmen überhaupt eingestuft wurde. 2016 haben wir dazu das beste Feedback in unserer gesamten Firmengeschichte erhalten. Das zeigt uns, dass wir mit unserem Anspruch, die drei Nachhaltigkeitsdimensionen Performance, People und Planet in die Lösungen, die wir unseren Kunden anbieten, und in unsere eigenen Abläufe zu integrieren, auf dem richtigen Weg sind.

In my Real life

Sechs Clariant Mitarbeitende aus Europa teilen in der Reihe »In my real life« ihre Ansichten zum Thema Nachhaltigkeit. »Was bedeutet Nachhaltigkeit für mein berufliches Leben und für meinen Alltag?« Die persönlichen Statements beleuchten die Vielfalt an Menschen und Meinungen in der Welt von Clariant, ihre Werte und Aktivitäten.

FOTOGRAFIE Jo Röttger TEXT Bertram Job

Ich bin fest davon überzeugt, dass Menschen das wertvollste Gut eines Unternehmens sind, sie bringen es zum Leben. Deshalb Sorge ich in meiner Position dafür, dass das Wohlbefinden der Mitarbeitenden Beachtung findet. Gerade weil wir laufend hohe Leistungen von unseren Mitarbeitenden erwarten, ist es wichtig, dass wir nach einem besseren Ausgleich zwischen Arbeit und Freizeit streben. Als HR-Manager versuche ich, mich in andere hineinzuversetzen und kreative Lösungen dafür zu finden, dass sie ihre Arbeit und ihr übriges Leben miteinander vereinbaren können.

Wir haben in Grossbritannien eine Buy-Sell-Vereinbarung für den Urlaub eingeführt und wir ermöglichen flexible Arbeitszeiten. Manche Kollegen nutzen die flexiblen Arbeitsbedingungen, um ihre Kinder zur Schule zu bringen, die örtliche Kirche zu unterstützen oder einfach, um das hohe Verkehrsaufkommen zu umgehen. Mir erlaubt es, meinem 95-jährigen Vater zu helfen, sich um meine Mutter zu kümmern, die an Demenz leidet. Aber es bedeutet auch, dass ich die speziellen Momente mit meinen Kindern nicht mehr verpasse, wie Schulaufführungen und Sporttage. Die Tatsache, dass das Unternehmen den Mitarbeitenden entgegenkommt, zeigt, dass Clariant den Wert ihres langfristigen Wohlergehens erkannt hat. Es darf nicht unterschätzt werden, welchen Wert das Wohlwollen hat, das diese Initiativen bei den Mitarbeitern erzeugt.

Viele Mitarbeitende sind Teil der »Sandwich-Generation«, die sich sowohl um Kinder als auch um älter werdende Eltern kümmern muss. Meine Situation

ist nicht ungewöhnlich und darum geht es aus meiner Sicht im Leben. Es ist nicht immer einfach, aber ich kümmere mich gern um meine Eltern, schliesslich haben sie sich viele Jahre lang so gut um mich gekümmert. Ich weiss aber auch, wie wichtig es ist, eine Atempause zu bekommen. Und ich liebe es, wertvolle Zeit mit meinem Mann und meinen Jungs im Freien zu verbringen. Am Wochenende mit unserem Wohnwagen in die Yorkshire Dales fahren, neue Routen zu entdecken und abends am Lagerfeuer sitzen – es sind oft die einfachen Dinge, die es mir erlauben, zu entspannen und etwas inneren Frieden zu finden.

Manchmal kann es eine Herausforderung sein, Manager zu überzeugen, dass Mitarbeitende nicht zu festgelegten Zeiten im Büro sitzen müssen, um einen tollen Job zu machen. Mit der richtigen IT-Ausstattung und einer guten individuellen Planung sind die meisten von uns in der Lage, einen Teil der Arbeit von zu Hause aus zu erledigen. Diese verschiedenen Arbeitsmodelle helfen nicht nur Eltern, die Kinder betreuen müssen. Wenn wir unsere Belegschaft genauer betrachten, haben wir auch Mitarbeitende, die Enkel, betagte Eltern oder kranke Familienmitglieder unterstützen, während sie sich gleichzeitig weiter für ihre Karriere und das Unternehmen engagieren.

Das Profil unserer Bevölkerung verändert sich, nicht nur bei Clariant, wir müssen als Gesellschaft bereit sein, uns an neue Lebens- und Arbeitsformen anzupassen, damit wir unsere Verpflichtungen ohne Beeinträchtigung unseres Wohlbefindens jonglieren können.



TRACYANN OTTESLEV
Human Resources Manager,
Grossbritannien und Irland



Das Leben fühlt sich richtig an, wenn ich mit Freunden zusammen bin, die gleiche Interessen haben. Mein Mann und ich haben einen grossen Freundeskreis, da geht es oft um Hunde, das ist meine Welt. Wir führen die Hunde zusammen aus, trainieren sie und fahren zu Hundeschauen. Mit Rosa, meinem Golden Retriever, habe ich schon mehrere Gold- und Silbermedaillen gewonnen.

Als ich einmal mit Rosa im Wald war, fand ich eine andere Hündin, die dort ausgesetzt worden war. Sie folgte uns zum Parkplatz und sprang ins Auto. Ich konnte es mir nicht leisten, sie zu behalten, also brachte ich sie ins Tierheim. Nach drei Monaten war ein neues Zuhause für sie gefunden. Ich war so froh, dass ich mich dort irgendwie bedanken wollte. Also sammelte ich unter meinen Kollegen Geld und Sachspenden wie Futter und Medikamente, bis ich einen Wagen voll hatte und alles zum Tierheim brachte.

Seitdem führe ich oft herrenlose Hunde aus, die sonst in Käfigen eingesperrt sind. Es gibt hier Hunderte von ihnen, und auf dem Land ist das Problem noch grösser. Da werden Tiere einfach getötet, wenn sie keiner braucht. Die Leute bringen ihre Hunde nicht mal zum Tierarzt. Sie setzen sie einfach aus.

Ich war überrascht, wie viele Kollegen meine Sammelaktion unterstützt haben. Du denkst, dass alle nur mit ihren eigenen Dingen beschäftigt sind. Aber die Reaktionen waren durchweg positiv. Ich glaube, dass man ganz viele Leute durch solche Initiativen zum Nachdenken bringen kann. Es braucht nur jemanden, der sie aufweckt.

Diesmal haben wir nur das Leben einiger Hunde verbessert. Aber es macht Mut, sich auch für andere Themen zu engagieren. Ich möchte gern viel mehr tun, das war erst der Anfang.



AGATA WIERUSZEWSKA

Assistant Manager, Global Business Services,
Clariant Shared Services Center, Lodz/Polen



JORDI SERRAL

Leiter Local Sustainability and Regulatory Affairs (LSRA),
Spanien und Portugal

Mein Vater hat mich in die nahen Berge Kataloniens mitgenommen, als ich fünf oder sechs Jahre alt war. So hat es angefangen – und nicht mehr aufgehört. Bis heute versuche ich, so oft es geht dort zu sein. Entweder allein, mit einem Kollegen oder mit der Familie.

Unsere Kinder sollen die Natur kennen lernen. Wir leben auf einem wunderschönen Planeten, das sollten sie wertschätzen. Für mich bedeutet Nachhaltigkeit, den Wert des Lebens zu erkennen: Respektiere die Menschen, respektiere den Planeten, und versuche, dein Bestes zu geben.

In meiner Position kann ich helfen, dass die Mitarbeitenden an den Standorten in Spanien und Portugal genauso gesund von der Arbeit nach Hause zurückkehren wie sie gekommen sind. Und ich trage dazu bei, dass wir immer umweltverträglicher arbeiten. Die Umwelt schützen und die Menschen schützen – ich denke, das ist mein Motor.

Wir haben einen guten Job gemacht, wenn die Statistik am Jahresende keine Unfälle mit Ausfallzeiten ausweist und es Fortschritte gibt – weniger Müll, weniger Luftverschmutzung, weniger Abwässer. Und wenn Leute verstehen, warum Sicherheit und Umweltverträglichkeit so wichtig sind. Solange ich das vermitteln kann, ist meine Aufgabe für mich erfüllend.

Wenn etwas verändert werden kann, dann nur durch Menschen. Deshalb sind Menschen das Wichtigste für ein Unternehmen. Das ist vielleicht das Attraktivste an meinem Job: Du hast mit Leuten zu tun und versuchst, sie von deinen Inhalten zu überzeugen.

Hier in Tarragona haben wir die Tradition der »Castells«-Türme aus Menschen, die sich aufeinander stützen und in die Höhe klettern. Für mich ist das der beste Beweis: Gemeinsam haben wir die Chance, unglaubliche Dinge zu erreichen. Das Team ist dem Einzelnen immer überlegen: Jeder bringt seine Stärken ein, am Ende gewinnt, wer diese am besten miteinander zu verbinden weiss.





KATRIN BACHMEIER
Marketing Manager
BU Industrial &
Consumer Specialties,
Region EMEA

Gerade in unserer Geschäftseinheit sind wir wahnsinnig breit aufgestellt, mit rund acht Segmenten, von Enteisungsmitteln für Flugzeuge über Haushaltsreiniger bis zu Kosmetik. Unsere Kommunikation dazu ist sehr gut, aber wir müssen immer den Anschluss behalten. Das ist mit ein Grund, warum ich zusätzlich meinen Master of Advanced Studies Brand and Marketing Management an der Fachhochschule in Luzern mache: Ich möchte erfahren, wie sich die Marketing-Welt künftig entwickelt, besonders im Hinblick auf die Digitalisierung und Industrie 4.0.

Klar geht viel Freizeit verloren, das Studium ist freitagnachmittags und samstags. Aber es macht super viel Spass. Wir sind zehn Leute im Kurs, es ist sehr intensiv. Wir sprechen über Big Data und die gesamte digitale Transformation, die im Gange ist. Das alles ist auf meine Bedürfnisse zugeschnitten und sehr praxisnah. Mit diesem Wissen kann ich zum Beispiel helfen, den Kunden unser Portfolio auch digital zugänglich zu

machen. Das ist sehr wichtig für alle, die unsere Informationen zu jeder beliebigen Tageszeit abrufen möchten.

Ich höre gern zu, nehme schnell Informationen auf und habe keine Angst vor Veränderungen. Sicher werden bei den ganzen Transformationen Jobs auf der Strecke bleiben. Andererseits werden neue Arbeitsplätze geschaffen. Die Menschheit ist erfinderisch, und der Einzelne wird sich anpassen müssen.

Im Unternehmen haben wir auch schon einen Riesenwandel vollzogen. Ich bin richtig stolz, dass wir mit GlucoTain® ein Produkt auf den Markt gebracht haben, das sowohl innovativ als auch nachhaltig ist. Inzwischen ist auch ein Oberflächenreiniger mit Bio-Ethanol aus Stroh von uns auf dem Markt. Solche umweltverträglichen Produkte stärken die Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen. Ich bin ja selbst auch Konsumentin und achte extrem darauf, dass ich keine Artikel aus Rohstoffen kaufe, die der Umwelt schaden.



CAMILLA LÅNG

Site Manager Hällekis/Schweden
und Site Management Gdansk/Polen,
BU Functional Minerals & Country ESHA Nordics

Als ich 2011 in Hällekis Standortleiterin wurde, hatten wir etwa 30 verschiedene Sicherheitsrisiken am Standort. Es gab jede Menge zu tun, um alles auf Clariant Standard zu bringen. Aber ich mag diese Aufgabe. Es ist hier auch nicht sonderlich schwer, solche Ziele zu etablieren, denn in Schweden haben die Menschen ein Bewusstsein dafür. Sie lernen schon im Kindergarten alles über die Umwelt, über Recycling von Müll und solche Dinge.

Ich bin hier in der Nähe auf dem Land gross geworden, dort, wo ich auch jetzt noch lebe. Wir hatten Pferde, ich bin geritten, seit ich fünf war, und war am liebsten in der Natur. Bis heute fühle ich mich am besten, wenn ich draussen sein kann. Mein wirkliches Ich, das steht mit Gummistiefeln im Garten und will in der Erde wühlen.

Ich träumte längere Zeit von einem Gewächshaus, und letztes Jahr haben wir endlich eines gekauft.

Nun baue ich mein eigenes Gemüse an: Tomaten, Gurken, Paprika, Erdbeeren. Es ist ein ganz besonderes Gefühl, das zu essen, und es schmeckt sehr, sehr gut.

Wir nutzen zu Hause nur »grünen« Strom aus Wind- und Wasserenergie, und genauso ist es auch an unserem Standort. Dort haben wir den Verbrauch sogar um 50 % gesenkt, darauf bin ich besonders stolz. Aber ich werde mich nicht darauf ausruhen. Wenn du Ziele hast, musst du daran arbeiten, bis du angekommen bist. Und dann gibt es wieder neue Ziele!

Meine beiden Töchter sind stolz auf das, was ihre Mutter macht, und ich bin stolz auf sie. Mir ist es sehr wichtig, dass sie und die Kinder, die sie hoffentlich eines Tages haben werden, eine passable Umwelt vorfinden. Also tue ich, was ich kann. Manche denken, es müssten immer grosse Dinge sein, aber die kleinen Schritte zählen auch.

Ich glaube fest daran, dass die Zusammenarbeit mit anderen ganz wichtig ist. Deshalb hat Transparenz für mich einen so hohen Wert. Die Leute, die mit mir arbeiten, sollten absolut ehrlich sein. Ich selbst gebe da auch mein Bestes. Vertrauen ist die Basis für jedes Teamwork.

Zum Glück arbeite ich in einem Unternehmen, das Menschen als eine Säule des Erfolges betrachtet. Der Wert einer Firma besteht nicht nur darin, Geld zu machen. Jeder Einzelne ist wichtig, der junge Arbeiter in der Produktion genauso wie das Mitglied des Vorstands, und jeder verdient Respekt.

Als ich meine Laufbahn als Betriebsleiter begann, hatte ich einmal einen verrückten Tag in einer sehr komplexen Fabrik. Alle stellten Fragen, die ich nicht beantworten konnte, ich war den Tränen nahe. Als ich am Abend das Büro verließ, kam der Vorarbeiter zu mir und fragte: »Wie war dein Tag?« Ich sagte: »Er war furchtbar!« »Nein, war er nicht«, widersprach mir der Vorarbeiter, »die Maschinen laufen, das Licht ist an, die Leute wissen, was zu tun ist. Also war der Tag gut.«

Diese Einstellung ist für mich vorbildlich. Und der Tag wird abends perfekt mit einem gemeinsamen Abendessen in der Familie – ich bin Italiener. Sonntags machen wir alle zusammen Pizza. Dabei reden wir über die Schule, die Arbeit, oder vielleicht von einem Song, den einer im Radio gehört hat. Manchmal versuchen mein älterer Sohn und ich dann, den Song auf der Gitarre nachzuspielen, und meine Frau singt spontan dazu.

Mit anderen Musik zu machen hat viel damit zu tun, sich zu verstehen. Man ist im Einklang. Auch bei der Arbeit müssen wir sehr oft und schnell Entscheidungen treffen und herausfinden, wer gerade falsch spielt. Manchmal kommen die Töne zu einem Akkord zusammen, manchmal nicht. Aber wenn es klappt, ist das wunderschön.



OSCAR MARTINI
Operations Manager
BU Masterbatches, Pogliano/Italien



Performance

Mit einem Fokus auf nachhaltige Innovationen, einer integrierten Betrachtung von Lebenszyklen, sowie einem starken Produktportfolio möchte Clariant höchste Standards bei Herstellung und bezüglich der Leistung ihrer Produkte erreichen.

Globale Trends erfordern von Unternehmen, dass sie sich stets wandeln. Die dafür erforderliche Anpassungsfähigkeit stärkt Clariant, indem beispielsweise für die Entwicklung nachhaltiger Innovationen proaktiv die Zusammenarbeit gesucht wird. Darüber hinaus setzt Clariant einen ehrgeizigen Standard, um ihr Produktportfolio kontinuierlich auf Nachhaltigkeit auszurichten und gleichzeitig Produkte zu identifizieren, die für ihre Nachhaltigkeitsexzellenz mit dem EcoTain®-Label ausgezeichnet werden können. Schliesslich verpflichtet sich Clariant zu Sicherheitsstandards und Compliance, wodurch Produktverantwortung und Leistungsfähigkeit als Ganzes gestärkt werden.

HERAUSRAGENDE NACHHALTIGE PRODUKTE



> **140**

Produkte
wurden für ihre hervorragende Nachhaltigkeitsleistung mit dem EcoTain®-Label ausgezeichnet.

NACHHALTIGKEITSKRITERIEN

36

Kriterien in sechs Kategorien werden durch das Portfolio Value Program (PVP) zur Beurteilung der Nachhaltigkeit des Produktportfolios angewendet.

Performance



Integrierte, nachhaltige Geschäftsmodelle



Leistungsvorteile

People



Sichere Anwendung, Transparenz und Information



Gesellschaftliche Megatrends und soziale Bedürfnisse

Planet



Ressourceneffizienz und Umweltschutz



Rohstoffe und nachhaltiger Einkauf

AUSGABEN FÜR FORSCHUNG & ENTWICKLUNG



206

Mio. CHF wurden im Jahr 2016 in Forschung und Entwicklung investiert. Seit 2012 wurden ca. 1 Mrd. in Forschung und Entwicklung investiert.

WISSENSCHAFTLICHE KOOPERATIONEN



125

aktive wissenschaftliche Kooperationen mit Universitäten, Forschungseinrichtungen und Partnern.

AKTIVE INNOVATIONSPROJEKTE

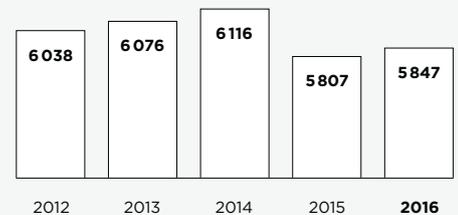


320

davon 60 »Class 1-Projekte« mit Umsatzpotenzial in zweistelliger Millionenhöhe oder mit strategischer Relevanz.

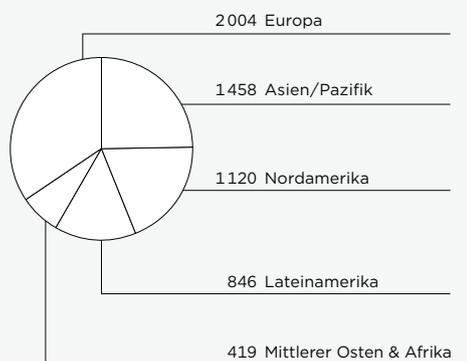
UMSATZ

in Mio. CHF



UMSATZ NACH REGION

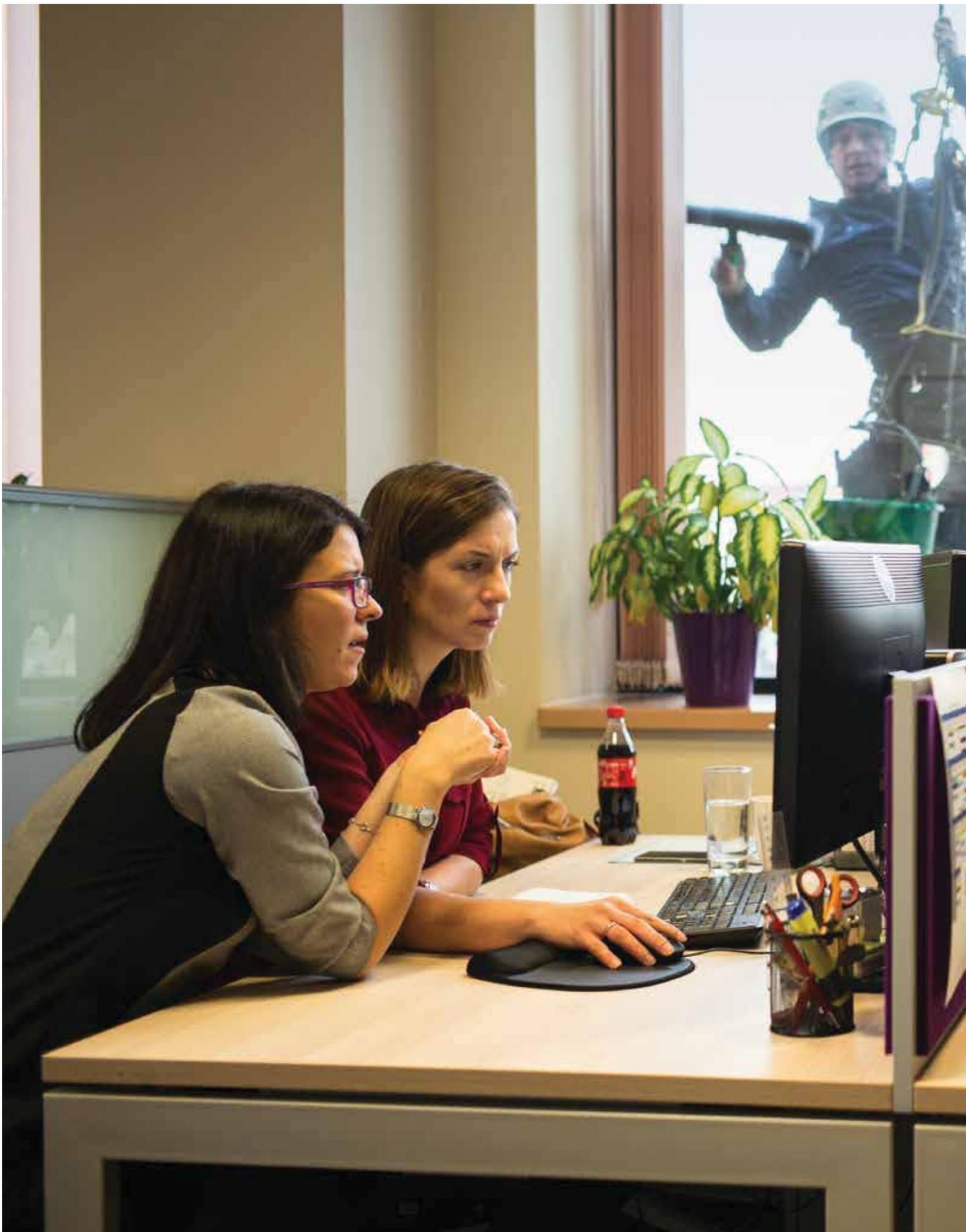
Total Mio. CHF 5847



EBITDA-MARGE

15,2%

vor Einmaleffekten





Der Fahrplan von Lodz

Für seinen ambitionierten Geschäftsführer ist das Shared Services Center im polnischen Lodz eine Chance, Führungsqualitäten unter Beweis zu stellen. Für Clariant steht die Bündelung komplexer Dienstleistungen im Vordergrund: Wer diese straffer und günstiger organisiert, hat im globalen Wettbewerb entscheidende Vorteile.

FOTOGRAFIE Jo Röttger TEXT Bertram Job

Tomasz Lesniewski könnte diesen Aufzug verfluchen. Er ist vermutlich der langsamste Lift in der Innenstadt von Lodz, wenn nicht in der gesamten Republik Polen; zwischen zwei Etagen braucht er eine gefühlte Ewigkeit. Viel zu lange also für einen mit grossen Zielen, den es immer weiter vorwärts drängt. Noch aber ist Tomasz für die Ansprache seiner Mitarbeitenden auf den alten Fahrstuhl angewiesen. Diese tummeln sich auf mehreren Stockwerken im »Orange Plaza« – einem von zwei 500 Meter auseinander liegenden Gebäuden, die seinem Unternehmen derzeit als feste Adresse dienen.

Wirklich verdrossen machen diese Umstände den hoch aufgeschossenen Mann allerdings nicht – stehen sie doch indirekt für ein Problem mit erfreulichem Hintergrund. Als Lesniewski hier Mitte 2015 die Geschäftsleitung übernahm, hatte das Shared Services Center (SSC) Poland der Clariant 70 Beschäftigte. Zum Winter 2016 ist die Zahl der Angestellten auf 220 angewachsen und könnte schon bald auf 300 steigen. Das macht stolz, wie man schnell spürt. Immer mehr Leute, das heisst auch: immer mehr Bedarf an Stühlen und Tischen, an Raum. Was so lange funktioniert, bis wieder eine Etage aus den Nähten platzt.

Doch zurück geht es jetzt nicht mehr, sondern immer weiter nach vorn. Das ist die einzige Richtung, für die sich Lesniewski interessiert. »Bald werden wir ein eigenes Gebäude haben«, lässt er seine Besucher wissen, während er über die Flure eilt, um mal wieder schnell etwas abzuklären; »wir hoffen, dass wir schon anfangs des nächsten Jahres einziehen können.«

Der ausgebildete Ingenieur und Wirtschaftsprüfer ist entschlossen, seinen guten Ruf und seine gesamte Energie für den Ausbau des Shared Services Center in seiner Heimatstadt einzusetzen. Dabei geht es nicht bloss um simple Vergrösserung. Es geht um eine komplette »Journey of Transformation«, wie er betont. Sie soll den Wert des Standorts neu definieren: Nicht mehr nur Ausgangspunkt für Zahlungstransaktionen in Europa, sondern global agierender Nervenknoten für weit

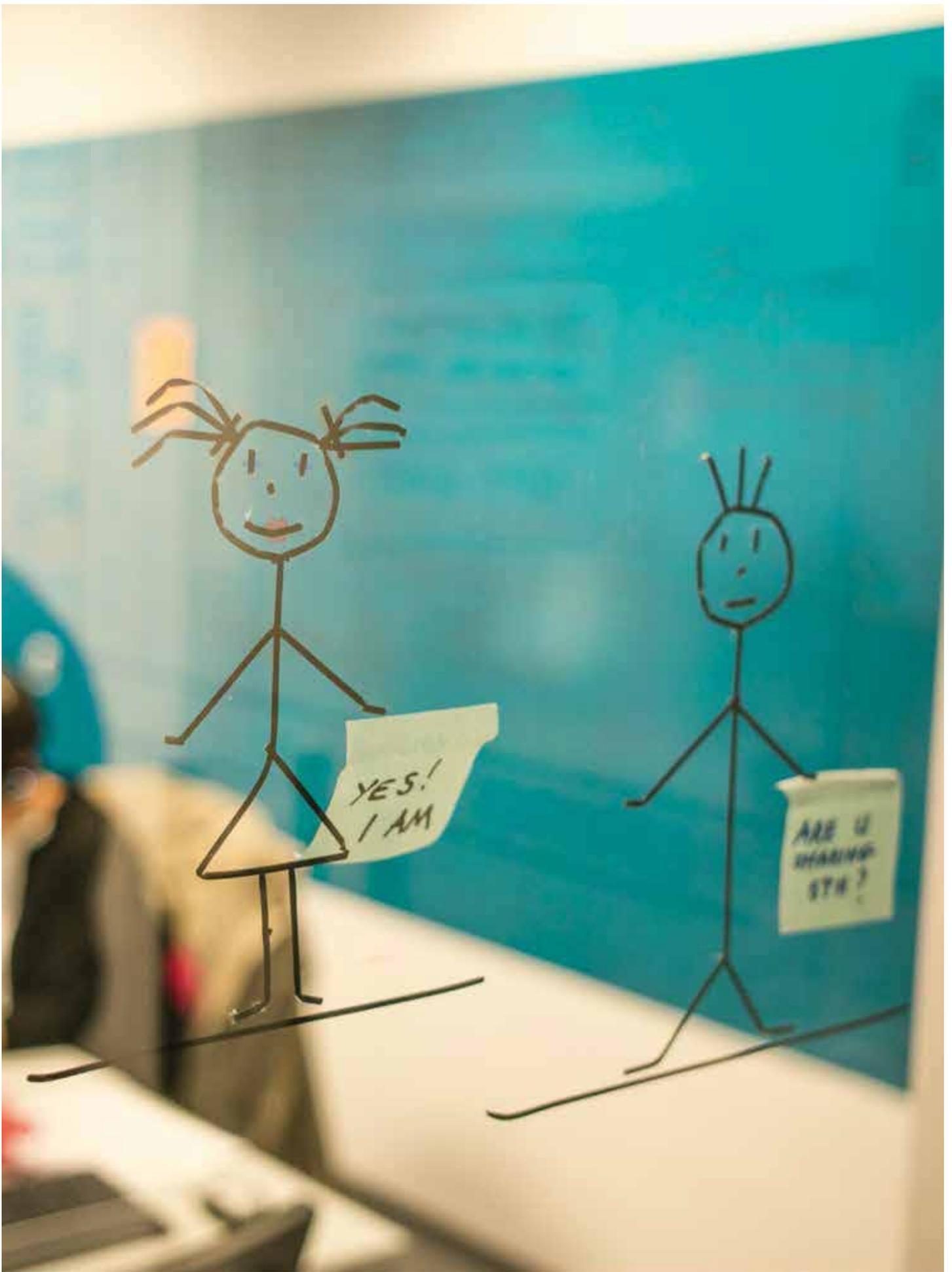
komplexere Dienstleistungen. Sogenannte End-to-End-Prozesse, wie das im Jargon des Prozessmanagements heisst.

»Wir wollen eine immer effizientere Organisation werden«, erklärt Lesniewski. »Das bedeutet, dass wir die Art ändern müssen, wie wir arbeiten. Aber auch die Prozesse anpassen, für die wir verantwortlich sind.«

Damit sind klar definierte, standardisierte Kundendienstleistungen gemeint wie Order-to-Cash, Data-to-Insight, Source-to-Pay etc. Und wer diese Prozesse für eine Nebensache halte, sei schlecht orientiert. Im operativen Geschäft internationaler Unternehmen regeln solche EDV- bzw. IT-gestützten Dienstleistungen wichtige Transaktionen, vom Rechnungs- über das Beschaffungswesen bis zur Logistik. Im Erfolgsfall bedeutet dies schlankere Strukturen, höhere Effizienz.

Nicht ohne Grund hat auch Clariant 2013 begonnen, solche Prozesse in einer eigenen Organisation innerhalb des Unternehmens zu bündeln. In den »Global Business Services« (GBS) sollen Methoden optimiert und umgesetzt werden, mit denen sich die internen End-to-End-Leistungen so einheitlich und kostengünstig wie möglich steuern lassen. Das geschieht gegenwärtig in drei globalen Service Centern. Sie operieren aus Indien, aus dem chinesischen Dalian und eben aus Lodz, mit 700 000 Einwohnern Polens drittgrösste Stadt, anderthalb Autostunden westlich von Warschau.

Die Entscheidung ist ein Votum für den Standort, der sich in anderem Zusammenhang bereits bewiesen hat. Vor zwei Jahren wurde ausserhalb des Zentrums, in Konstantinow Lodzki, eine der modernsten Produktionsstätten für Clariants Geschäftseinheit Masterbatches eingeweiht; sie arbeitet seither beispielhaft. Und für Tomasz Lesniewski ist sie »eine grosse Chance, meine eigene Organisation zu führen«. Den Druck, den so etwas mit sich bringt, will er aushalten: »Es ist an mir, damit umzugehen, und es ist an mir, den Erwartungen entsprechend zu liefern. Dafür bin ich verantwortlich.«





»Wir wollen eine immer effizientere Organisation werden. Das bedeutet, dass wir die Art ändern müssen, wie wir arbeiten. Aber auch die Prozesse anpassen, für die wir verantwortlich sind.«

—
TOMASZ LESNIEWSKI
Leiter Shared Services Center Poland





als in den meisten der über 70 Service Center in Lodz gibt: »Die Leute begegnen sich hier. Ich habe in meiner eigenen Karriere auch schon andere Erfahrungen gemacht...«

Eine gute Atmosphäre, Multikulturalismus und soziale Events – vom Bowlingabend bis zum gemeinsamen Mountainbike-Fahren – gleichen manchen Standortnachteil aus. Nach wie vor zählt Lodz nicht zu den attraktivsten Ecken der Republik; die einstige Textilhochburg, auch »das Manchester von Polen« genannt, müht sich weiter um Umstrukturierung. In aufgegebenen Fabriken, auf alten Höfen haben sich dafür oft kleine Läden, Restaurants und Cafés einquartiert – nette Anziehungspunkte für junge Angestellte, die rauhen Charme lieber mögen als glatten Chic.

Tiago Ferreira jedenfalls liebt diese Stadt, wie er sagt. Der 32-Jährige aus der Kleinstadt Suzano bei São Paulo möchte am liebsten auch seine Eltern und alle vier Schwestern überreden, hierher zu kommen. Die Arbeit im Procurement-Team war für ihn »eine Gelegenheit, endlich ein Leben zu haben.« Was Douglas Campos, der sich mit ihm und einem Kollegen aus Venezuela ein Apartment teilt, ähnlich sieht. Hier geht die Schicht oft von Mittag bis in den späteren Abend hinein, sagt der 21-jährige, »dafür kann ich im Job selbst Entscheidungen treffen, in grösseren Zusammenhängen arbeiten.«

Das wird weiter zunehmen. Seit 2015 wurde in den Regionen Lateinamerika und Mittlerer Osten & Afrika getestet, ob Lodz bereits in der Lage ist, die Kundendienstleistungen über Europa hinaus anzubieten. In 2016 begann man dann, ausgewählte Prozesse der Geschäftseinheit Functional Minerals von hier aus zu steuern. Was nicht in jedem Fall gleich reibungslos lief, aber Optimierungen wurden bereits vorgenommen. Dabei spielen mit »Lean« und »Excellence« gleich zwei Clariant Programme eine entscheidende Rolle. Und ein mit dem GBS verabredeter »Ideal State« – ein optimaler Zustand, der 2018, am Ende einer »Lean Transition Journey«, erreicht sein soll.

Tomasz Lesniewski möchte schliesslich weiter nach vorn, mit Methodik und Tempo. Scheitern ist dabei überhaupt keine Option: »Wir wissen, was wir heute tun und was wir morgen tun werden. Und wir haben ein sehr strukturiertes Programm, das sich bald entwickeln wird.«



Nachhaltige Innovation

Die Grundlage für langfristiges Wachstum

Bei Clariant ist nachhaltige Innovation nicht nur ein vorrangiges Unternehmensziel, sondern auch eine Möglichkeit, sich auf die Dynamik einer von Veränderungen charakterisierten Welt einzustellen. Clariants Leiterin Scouting im Bereich New Business Development, Verena Niebuhr, kann das nur bestätigen.

Bei Herausforderungen gibt Verena nicht klein bei – sie nimmt sie vielmehr dankend an. Als Leiterin Scouting in New Business Development arbeitet sie eng mit Experten aus der Forschung und Entwicklung (F&E) und den Geschäftseinheiten (BU) zusammen, wenn es um die Gestaltung und Entwicklung neuer Geschäftsmöglichkeiten mit innovativen und nachhaltigen Produkten geht, die globalen Herausforderungen Rechnung tragen und gleichzeitig die Kundenanforderungen erfüllen. Für Verena gilt: »Chemie ist das A und O – der Grossteil der Dinge in der von Menschen geschaffenen und in der natürlichen Umwelt basiert auf chemischen Grundstoffen. Es ist unmöglich, sich eine Welt ohne Chemie vorzustellen. Daher glaube ich, dass der chemischen Industrie eine wichtige Rolle zukommt, um die gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen anzupacken und unsere Erde für künftige Generationen zu erhalten – Clariant ist hier an vorderster Front tätig.« Nachhaltige Innovation ist für die Strategie und den Erfolg von Clariant Grundstein und Prüfstein zugleich. Sie forciert neue Absatzmöglichkeiten, die nicht nur den Kunden zugutekommen, sondern auch der Gesellschaft und der Umwelt.

Die zugrunde liegende Motivation

Globale ökologische, soziale und ökonomische Megatrends – darunter die Probleme, die aus Bevölkerungswachstum, Urbanisierung und zunehmend westlich geprägtem Konsumverhalten der rasch wachsenden

Mittelklasse in Schwellenländern resultieren – werden zu drastischen Veränderungen und entsprechenden Herausforderungen für die Menschen führen. So entstehen z. B. immense Umweltbelastungen durch gesteigertes Müllaufkommen. Auch die Nachfrage nach sauberer Energie nimmt stetig zu. All das wird und muss branchenübergreifend Innovationen forcieren, und die chemische Industrie wird dabei eine entscheidende Rolle spielen.

Clariant ist sich dessen bewusst, ebenso wie Verena. »Wir verbrauchen die Ressourcen von nahezu zwei Planeten, und das übersteigt ganz klar die Regenerationskapazität der Erde. Die Nachfrage an Chemikalien wird steigen, und mit ihrer Hilfe können nicht nur Produkte nachhaltiger gestaltet, sondern auch Energie und Ressourcen gespart werden.« Dabei muss der Nachhaltigkeit in Design, Produktion und Verwendung absoluter Vorrang eingeräumt werden. Unterstrichen wird dies dadurch, dass Nachhaltigkeit und Innovation wichtige Eckpfeiler der Strategie von Clariant sind. Bei F&E-Entscheidungen geht Clariant konsequent vor: Innovationsprojekte, die nicht mit den eigenen Nachhaltigkeitszielen übereinstimmen, werden gestoppt.

Ursprung nachhaltiger Innovation

Clariant ist einer Unternehmenskultur der Kreativität, Kooperation, Effizienz und Nachhaltigkeit verpflichtet und setzt sich nachdrücklich für Produktinnovationen und die Verankerung von Innovation im täglichen Leben ein. Das Clariant Innova-



Verena Niebuhr

Leiterin Scouting, New Business Development

Verena spielt eine wichtige Rolle beim Management und für die Inspiration nachhaltiger Innovation bei Clariant. Sie ist mit Leidenschaft und Stolz bei der Arbeit und spricht auch mit Besuchern im Clariant Innovation Center über die zahlreichen Anwendungsmöglichkeiten des vielfältigen Produktportfolios von Clariant.



So gehen Innovation und Nachhaltigkeit Hand in Hand

Chemikalien können auf vielerlei Weise die Umweltauswirkungen von Produkten reduzieren und Ressourcen schonen. In einem der New Business Projekte von Clariant spielt z. B. eine neue leitfähige Nano-Silbertinte eine wichtige Rolle bei der Miniaturisierung von Elektronik – so dass teilweise Galvanisierungsprozesse, bei denen eine grosse Abwassermenge anfällt, nicht mehr erforderlich sind.

reports.clariant.com/v05

»Wir verbrauchen die Ressourcen von nahezu zwei Planeten – das übersteigt ganz klar die Regenerationskapazität der Erde.«

VERENA NIEBUHR

Leiterin Scouting, New Business Development

tion Center (CIC) trägt entscheidend dazu bei, den Mitarbeitenden dies zu ermöglichen. Das CIC ist das Flaggschiff unter den F&E-Zentren. Es ist mit Forschungs- und Anwendungslaboratorien für mehrere BUs und modernster Analytik ausgestattet. Im CIC befinden sich auch die Abteilungen Intellectual Property Management und New Business Development (NBD).

Im CIC gleicht kein Tag dem anderen – auch bei Verena. »Ich freue mich darauf, meine Kollegen und mein Team morgens zu sehen, und verbringe meist erst eine bestimmte Zeit damit, die wichtigsten Neuigkeiten und dringlichsten Aufgaben des Tages zu besprechen. Das Umfeld und die Atmosphäre des offenen Büroraums im CIC unterstützen dies, und so etwas wie einen »normalen Tag« gibt es für NBD zum Glück nicht – ich schätze die Vielfalt der Mitarbeitenden und unserer Arbeit sehr.« Das CIC ist ein zentraler Akteur im globalen F&E-Netzwerk von Clariant, das über 50 Technik-Zentren in Europa, Nord- und Lateinamerika, Indien und China mit insgesamt etwa 1100 Mitarbeitenden umfasst.

Vielfalt unterstützt Ideenfindung

Für Verena »besteht ein Grossteil des Tages aus konzeptueller und inhaltlicher Arbeit sowie externen und internen Kontakten, z. B. um die Suche nach neuen Ideen voranzubringen und Feld- und Projekt-Scouting durchzuführen. Unsere Arbeit hat viel mit externem Networking zu tun. Das ist ganz entscheidend, um die Pipeline mit Ideen zu versorgen, die grosses Wertpotenzial für

206

Mio. CHF wurden im Jahr 2016 in Forschung und Entwicklung für Innovation investiert.

6 500

Patente hielt Clariant am Ende des Jahres 2016.

125

wissenschaftliche Kooperationen mit Universitäten, Forschungseinrichtungen und Partnern.

die Kunden und für uns haben.« Das »Open Lab« des CIC am Produktionsstandort in Höchst, in dem Clariant mit Kunden und Entwicklungspartnern an Projekten arbeitet, ist ein Beispiel hierfür. In Workshops identifizieren und entwickeln Kunden gemeinsam mit unseren Experten Lösungen für unbefriedigte Bedürfnisse. Zudem ist Clariant an über 125 wissenschaftlichen Kooperationen mit Universitäten, Forschungsinstituten und Partnern beteiligt und prüft verschiedenste Branchentrends – einschliesslich zukunftsweisender Projekte von Start-up Unternehmen.

Interne Kooperation als Motor für nachhaltige Innovation

Auch durch interne Kooperation werden Innovation und Nachhaltigkeit gefördert, zum Beispiel mit Hilfe der »Sustainability Trend Meetings«. Bei diesen Treffen erörtern Experten aus globalen Teams der Abteilungen Nachhaltigkeitsstrategie, Marketing und Business Development Herausforderungen beim Thema Nachhaltigkeit. Da Experten aus aller Welt und aus verschiedenen BUs daran teilnehmen, werden die Herausforderungen aus unterschiedlicher Geschäfts- und Länderperspektive überprüft. So werden neue Ideen für Projekte oder Produkte und Business-Scouting entwickelt, die dann von den BUs, den regionalen Teams, Group Technology and Innovation oder NBD intensiv weitergeführt werden. Fortschritte bei Nachhaltigkeitschancen werden an das Sustainability Council weitergeleitet. Dieses Gremium hält

Clariants globales Innovationsnetzwerk





Nachhaltigkeit und passgenaue Innovation

Um die Wettbewerbsfähigkeit von Projekten beurteilen und vergleichen zu können, hat Clariant den Nachhaltigkeitsindex für Forschungs- und Entwicklungsprojekte (CSIR&D, Clariant Sustainability Index for Research and Development) ins Leben gerufen.

Als Pflichtbestandteil aller grossen F&E-Projekte wird mit dem CSIR&D die relative Nachhaltigkeit neuer, in der Entwicklung befindlicher Produkte bewertet. Durch Anwendung des CSIR&D als Instrument kann Clariant nachhaltige Ideen und Vorgehensweisen verfolgen und gleichzeitig sicherstellen, dass alle heute entwickelten Produkte auch morgen noch trag- und wettbewerbsfähig sind.

zweimal jährlich Treffen auf Führungsebene, bei denen Nachhaltigkeitsstrategien festgelegt werden.

In Sustainability Trend Meetings werden Erkenntnisse früherer Treffen, neue Herausforderungen und Trends präsentiert, analysiert und erörtert. So wird ein laufender Dialog rund um Chancen für nachhaltige Innovation fortgesetzt. Das Streben nach nachhaltiger Innovation und Leistung ist eine wesentliche Voraussetzung für Clariants Wettbewerbsvorteil – und genau das findet Verena an ihrer Arbeit so mitreissend: »Dieser auf Wandel ausgelegte Geist beim Thema Nachhaltigkeit ist im gesamten Unternehmen klar spürbar – vor allem bei den Trend Meetings – und zeigt sich in Initiativen, Projekten und neuen Produkten. Besonders stolz bin ich darauf, dass es uns gelungen ist, mit dieser Begeisterung die Kunden anzustecken, und dass wir nicht nur als Vorreiter bei Innovation anerkannt sind, sondern mit Kunden auch an laufenden nachhaltigen Innovationsprojekten arbeiten, die anhaltenden Erfolg zeigen.«

Auf Zukunftskurs

Um Branchentrends aufgreifen und auf Herausforderungen reagieren zu können, sind nachhaltige Innovationslösungen erforderlich. Deshalb ist nachhaltige Innovation auch eine tragende Säule von Clariants Performance. Nachhaltige Innovationspraktiken und -lösungen entwickeln sich mit den Geschäfts- und Nachhaltigkeitsstrategien. Verena weiss dies und betont, dass es bei Clariants Lösungen letztlich um die Schaffung von Wert geht: »Das Vorgehen in Bezug auf nachhaltige Innovation hat sich drastisch verändert – von einem theoretischen Konzept hin zu realen Produkten mit konkreten Auswirkungen im Arbeitsalltag. Damit für Kunden Mehrwert geschaf-

fen werden kann, ist bei Innovation ein Ineinandergreifen verschiedener Faktoren zwingend erforderlich: bestehende Nachfrage (z. B. ungedeckter Kundenbedarf), Machbarkeit (z. B. technische Umsetzung) und Tragfähigkeit (z. B. ökonomische Wettbewerbsfähigkeit). Bei Clariant weiss man: Selbst wenn es für eine Lösung eine nachhaltigere Alternative gibt, reicht dies nicht immer aus. Oft sind mehrere Faktoren von Bedeutung, damit Kundenerwartungen erfüllt werden können und Chancen auf eine Umsetzung bestehen.«

Viele derzeitige und künftige Herausforderungen erfordern interdisziplinäres Vorgehen und ganzheitliche Lösungen. Daher ist Nachhaltigkeit ein Katalysator für Innovation. Die Chemie und andere Disziplinen werden eine wichtige Rolle spielen, wenn es darum geht, Herausforderungen anzupacken. An die Spitze schaffen werden es diejenigen Unternehmen, die bei der Entwicklung von Lösungen nicht nur siloartig, sondern umfassend, offen und kreativ denken. Clariant verfügt über grosses Potenzial und kann hier Akzente für Veränderung setzen. Schon jetzt setzen innovative Köpfe – wie Verena – auf Effizienz, Kreativität, Kooperation und Nachhaltigkeit, um Antworten auf globale Herausforderungen zu finden und gleichzeitig Clariants bestehende Kompetenzen wirksam einzusetzen.

Der Weg zum nachhaltigen Produktportfolio

Ein Blick durch die Nachhaltigkeitslinse

Der Ansatz von Clariant für ein leistungsfähiges, nachhaltiges Produktportfolio basiert auf der Zusammenarbeit mit externen und internen Partnern, sorgfältiger Prüfung gestützt auf klaren Kriterien, dem Bekenntnis zu kontinuierlicher Verbesserung und der gezielten Förderung herausragender nachhaltiger Lösungen. Am Beispiel von GlucoPure SUN® zeigt sich, wie diese Philosophie in die Praxis umgesetzt wird.

Ein einfaches, mildes, wirkungsstarkes und auf erneuerbaren Rohstoffen basierendes Reinigungsmittel. Dies war das Entwicklungsziel von Clariant und wurde mit GlucoPure SUN® realisiert, einem zuckerbasierten Tensid auf der Grundlage von Sonnenblumenöl, welches das EcoTain®-Label trägt. GlucoPure SUN® entfernt hartnäckige Verunreinigungen und ist haut- und umweltverträglich. Clariants Engagement für nachhaltige Innovation und Effizienz gaben den Anstoss, dieses Tensid zu entwickeln. Die einzelnen Schritte – in vorgelagerten Prozessen bei der Kooperation mit Lieferanten, der Herstellung bei Clariant und bei der Nutzung durch Kunden und Konsumenten – sind weit weniger simpel, als es die kurze Produktbeschreibung vermuten lässt. Bei der Entwicklung von Produkten berücksichtigt Clariant alle Aspekte sowohl hinsichtlich deren Nutzung als auch bezüglich der Frage, wie Leistung, Sicherheit und Nachhaltigkeit im Lauf des Produktlebenszyklus zusammenwirken können. Das Beispiel von GlucoPure SUN® hilft dabei zu verstehen, wie Clariant auf Basis von Nachhaltigkeit die Prüfung und Entwicklung ihrer Produkte und des Produktportfolios angeht.

Ein schlüssiger Rahmen: Das Portfolio Value Program

Der Schlüssel zu einer effektiven Produktentwicklung ist die Analyse von Herausforderungen und Problemfeldern von Produkten – wie beispielsweise bei GlucoPure SUN® – und deren Zuordnung zum Lebenszyklus. Dies gilt insbesondere in Bezug auf Nachhaltigkeits- und Effizienzeigenschaften von Produkten. Zur Beurteilung, Einordnung und Kennzeichnung des Portfolios nutzt Clariant das Portfolio Value Program (PVP), das 2012 in Zusammenarbeit mit dem Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) entwickelt wurde, eine Nonprofit-Organisation und international anerkannter »Think and Do Tank«, gegründet durch das Umweltprogramm der Vereinten Nationen und das Wuppertal Institut. Das PVP basiert auf einer eingehenden Analyse der Nachhaltigkeitstrends und -bedürfnisse sowie auf dem Input und der Sichtweise externer Akteure, einschliesslich Experten, Entscheidungsträger, Unternehmen, NGOs, Arbeitnehmerorganisationen und Kunden. Das PVP bietet einen übergreifenden Rahmen für die Produktentwicklung im Unter-

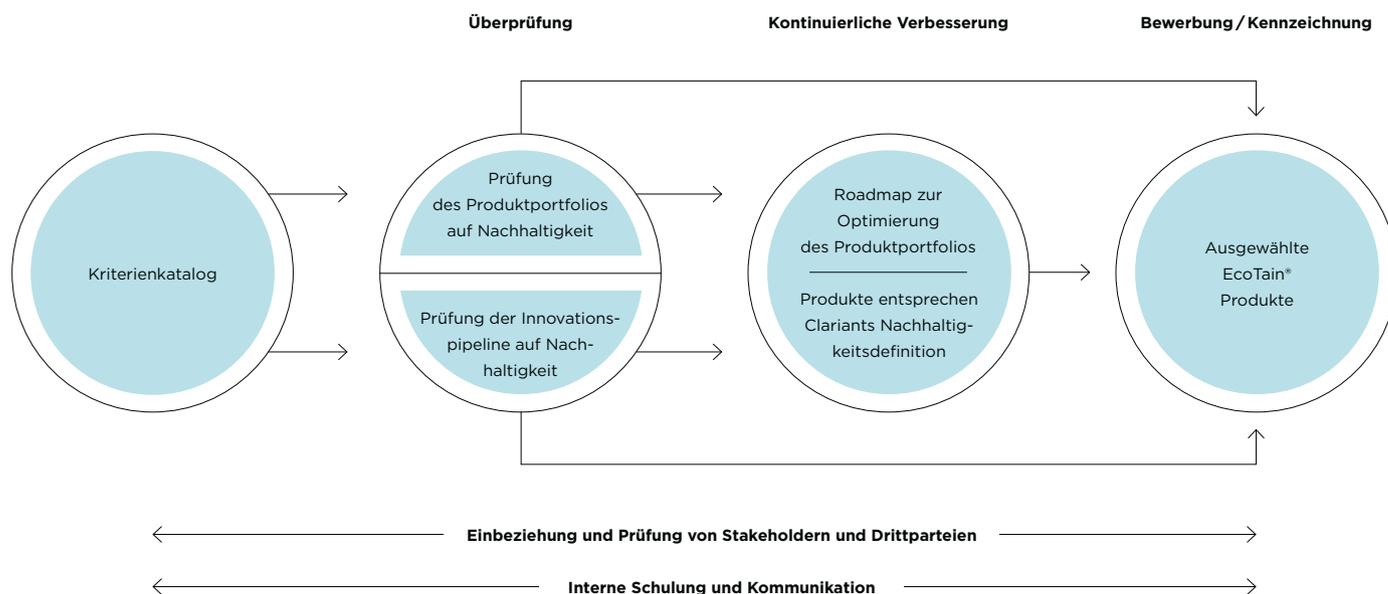


Inspiration für das Portfolio Value Program (PVP)

Das PVP verfolgt das Ziel von Clariant, ihr Portfolio in Richtung wertsteigernder und nachhaltiger Lösungen zum Vorteil von Verbrauchern und der Gesellschaft zu entwickeln und gleichzeitig das langfristige Wachstum und eine führende Position zu gewährleisten.

Hauptkomponenten des PVP-Systems

Das PVP-System ermöglicht kontinuierliche Verbesserung durch Transparenz und gezielte Steuerung



ECOTAIN®

Das Aushängeschild für nachhaltige Produkte

Ende 2016 trugen mehr als 140 Clariant Produkte das EcoTain®-Label für ausgezeichnete Nachhaltigkeitseigenschaften. clariant.com/ecotain

nehmen hin zu nachhaltigeren Produkten und Vertriebsformen und steigert darüber hinaus insgesamt die Nachhaltigkeitsleistung.

Das PVP baut auf das Ziel von Clariant auf, ihr Portfolio in Richtung wertsteigernder und nachhaltiger Lösungen zum Vorteil von Verbrauchern und der Gesellschaft zu entwickeln und gleichzeitig das langfristige Wachstum und eine führende Position des Unternehmens zu gewährleisten. Gesellschaftliche Veränderungen, Marktentwicklungen, bestehende und zukünftige Vorschriften, Kundenwünsche und Erwartungen von Stakeholdern bieten Chancen, aus welchen Clariant Inspiration schöpft, um die Nachhaltigkeitsleistung zu steigern.

Das PVP bildet die Grundlage für ein systematisch geprüftes, nachhaltiges und innovatives Portfolio, indem gemeinsame Beurteilung, Evaluation nach klaren Kriterien und die Kennzeichnung von Nachhaltigkeitsleistung zusammenspielen.

Durch interne und externe Zusammenarbeit untermauerte, starke Basis

Das PVP basiert auf einem zukunftsgerichteten, kollaborativen Ansatz. Die Entwicklung der Methodik stützte sich auf den Austausch mit internen und externen Anspruchsgruppen. Dieser Dialog hat sichergestellt, dass die Aussensicht eingehend berücksichtigt wurde und dass das PVP-System die Erwartungen der Anspruchsgruppen erfüllt. Die Entwicklung der PVP-Methodik und -Kriterien basiert darauf. Da sehr viele verschiedene Anforderungen und Einflussgrößen zu berücksichtigen sind, ist zur Anwendung des PVP-Systems und Prüfung des Produktportfolios spezifische und umfassende Expertise erforderlich. Zusammen mit Kernteams aus Nachhaltigkeitsexperten des Unternehmens arbeiten Produkt- und Marketingmanager sowie Spezialisten für die Bereiche Product Stewardship und Beschaffung an den PVP-Prüfungen. Das Verfahren basiert auf der

»Die Steuerung unseres Portfolios zu mehr Nachhaltigkeit schafft langfristigen Wert für Clariant, für unsere Kunden und Stakeholder.«

LYNETTE CHUNG

Leiterin Sustainability Strategy & Advocacy

Anwendung von 36 Kriterien, die Nachhaltigkeitsanforderungen und -chancen aus der Perspektive des Produktlebenszyklus reflektieren.

Evaluierung nach 36 Kriterien

Die 36 PVP-Kriterien unterteilen sich in sechs Kategorien. Diese decken ökonomische, soziale und ökologische Nachhaltigkeitsaspekte von Produkten ab und repräsentieren die drei Säulen des Nachhaltigkeitskonzepts von Clariant: Performance (Leistung), People (Menschen) und Planet (Umwelt). Die Anwendung dieser Kriterien stellt sicher, dass über den gesamten Lebenszyklus eines Produkts oder einer Lösung (Rohstoffbeschaffung, Produktion, Verwendung und End-of-Life) die Einflussgrößen ausreichende Berücksichtigung finden.

Die geprüften Produkte werden in drei grosse Kategorien unterteilt:

1. Produkte, die sich durch ihre hohe Nachhaltigkeitsleistung auszeichnen und das Clariant-eigene EcoTain® Label tragen.
2. Produkte mit einem Standard, der von Clariant als akzeptabel in Bezug auf Nachhaltigkeit definiert wird (und über die regulatorischen Anforderungen hinausgeht).
3. Produkte, die die Nachhaltigkeitsstandards von Clariant nicht erfüllen. Diese werden Teil eines »Verbesserungsplans« (Improvement Roadmap) und es wird geprüft, ob sie verbessert, ersetzt oder sogar komplett eingestellt werden sollten.

Das PVP umfasst für GlucoPure SUN® und alle anderen Produkte adäquate Analyse- und Prüfprozesse für die vorgelagerten,

die Produktions- und die nachgelagerten Lebenszyklusphasen eines Produkts.

Die meisten Tenside für Geschirrspülmittel verursachen Hautirritationen. Kunden verlangen Produkte, die mild sind, aber dennoch hohe Reinigungskraft besitzen. Gleichzeitig rücken umweltverträgliche und erneuerbare Rohstoffe immer mehr in den Blickpunkt. Clariant nutzt erneuerbare Alternativen: Zucker und Sonnenblumen. Ein Anteil erneuerbarer Rohstoffe von 95% sowie milde und überzeugende Reinigungskraft in Geschirrspülmitteln machen diese Inhaltsstoffe zur idealen Wahl für GlucoPure SUN®.

Clariant berücksichtigt, dass Reinigungsmittel bei der Anwendung durch den Verbraucher natürliche Lebensräume und Ökosysteme schädigen können. Dieses Problem ist ein weiterer wichtiger Treiber für die Entwicklung von GlucoPure SUN®. Das PVP bezieht diese Auswirkungen ein und erstreckt sich entsprechend auf den gesamten Lebenszyklus von Clariant Produkten, von der Entstehung bis zur Entsorgung.

Bei der GlucoPure SUN®-Analyse involvierte das Screening-Team Experten der globalen Anwendungsentwicklung und der technischen Anwendung aus EMEA. Ihr gemeinsamer Beitrag war entscheidend für die Entwicklung der Formulierungen und Sicherstellung der Reinigungskraft und Mildheit des Produkts in verschiedenen Anwendungsszenarien.

Die Prüfung von GlucoPure SUN® ergab Vorteile auf allen drei Nachhaltigkeits-ebenen und sechs Gruppen des Kriterien-

Die sechs Gruppen des Kriterienkatalogs

Performance



Integrierte nachhaltige Geschäftsmodelle



Leistungsvorteile

People



Sichere Anwendung, Transparenz und Information



Gesellschaftliche Megatrends und soziale Bedürfnisse

Planet



Ressourceneffizienz und Umweltschutz



Rohstoffe und nachhaltiger Einkauf

katalogs, mit Bestwerten bei Reinigungskraft und Vielseitigkeit der Verwendung, bei Reduktion von flüchtigen organischen Bestandteilen und Stabilisatoren. GlucoPure SUN® hat einen Renewable Carbon Index (RCI) von 95 %, erlaubt eine Nordic Swan und EU EcoLabel Kennzeichnung, ermöglicht mildere Reinigungsmittel, die keine Kennzeichnung für Hautreizung benötigen, bietet dieselbe Reinigungskraft wie herkömmliche, weniger umweltverträgliche Formulierungen und unterstützt die Anpassung der gewünschten Viskosität und optischen Erscheinung.

Markenbildung durch exzellente Nachhaltigkeitsleistung

Auf Basis der umfassenden Prüfung nutzt Clariant ein spezielles Label, um die Nachhaltigkeitsperformance im Produktportfolio zu kennzeichnen: EcoTain®. Produkte mit diesem Label müssen bei mindestens einem der 36 Kriterien Branchenbestwerte in Bezug auf Nachhaltigkeit aufweisen sowie Vorteile in mehreren Phasen des Lebenszyklus haben und dürfen keine negativen sozialen Auswirkungen oder Umwelteinflüsse verursachen. Ein internes Gremium prüft die Produkte und verleiht ihnen das EcoTain®-Label. Ende 2016 hatten mehr als 140 Produkte aus allen BUs das EcoTain®-Label erhalten.

GlucoPure SUN® gehört zu dieser Gruppe herausragender Produkte und erhielt das Label für besonders hohe Reinigungskraft sowie für seine Nachhaltigkeit: GlucoPure SUN® besteht aus den erneuer-

baren Rohstoffen Sonnenblumenöl und Zucker, ist biologisch abbaubar und zugleich hautfreundlich und effektiv beim Abwasch.

Nachhaltigkeitsambitionen erfüllen

Gemeinsam sind das EcoTain®-Label und das PVP ein wichtiger Faktor für das Erreichen der Nachhaltigkeitsziele von Clariant. Die Evaluierung des Produktportfolios in Bezug auf Nachhaltigkeit, die besondere Herausstellung von Produkten wie GlucoPure SUN® und das Ergreifen von Massnahmen zur Ausrichtung des Portfolios auf Nachhaltigkeit und Verbesserung erfordert Bekenntnis und Anstrengungen im ganzen Unternehmen. Dies erfordert einen schrittweisen Ansatz, Transparenz und Verständnis für die Nachhaltigkeitsleistung des Portfolios, um einen Plan und Massnahmen zu definieren. Dies stellt langfristige Wertschöpfung sicher – nicht nur für Clariant, sondern für Kunden und Stakeholder gleichermaßen.

EcoTain® Produkt-Highlights

Licocene® für Schmelzklebstoffe

Für Schmelzklebstoffe, die in der Möbel- und Automobilindustrie sowie der Produktion von Bodenbelägen und Verpackungen zum Einsatz kommen:

- 100 % recycelbar
- Höhere Wasser- und Energieeinsparung durch Wegfall eines Trocknungsverfahrens bei der Möbelherstellung

Geko LE®

Nachhaltiges Additiv für das Grünsand-Giessereiverfahren:

- Weniger organische Schadstoffe und Treibhausgasemissionen
- Weniger Sandabfall
- Besserer Gesundheitsschutz und Sicherheit für Arbeitskräfte im Schmelzbereich, Umwelt und Nachbarn

Ceridust® 8090 und 8091

100 % biobasiertes nachhaltiges Additiv für Holzbeschichtungen:

- Ungefährlich
- Aus nachwachsenden Rohstoffen

Hostavin® 3330 Disp und 3070 Disp

Wasserbasierte UV-Schutz- und Lichtschutzmittel-Dispersionen für Beschichtungen:

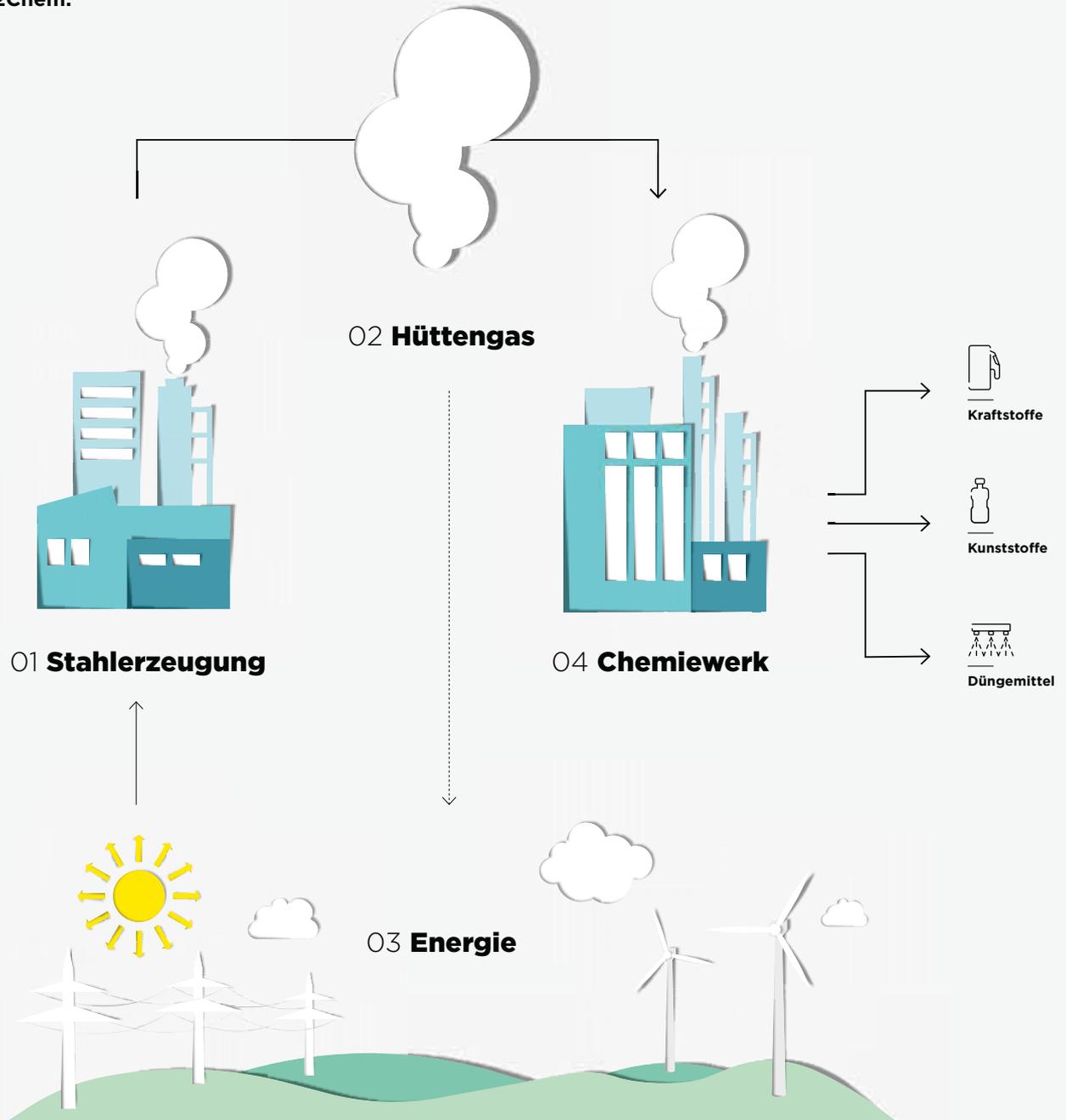
- Emissionsminderung
- Weniger gefährliche Stoffe als Wettbewerbsprodukte
- Leichtes Dispergieren ermöglicht geringeren Energieverbrauch

Wollen Sie mehr erfahren?

clariant.com/ecotain

Für eine klimaverträgliche Kreislaufwirtschaft

Durch die Nutzung von Emissionen aus der Stahlherstellung für die chemische Produktion integriert die Industrie das Lebenszyklus-Denken auf einer neuen Innovationsstufe: Carbon2Chem.



Das branchenübergreifende und vom Bundesministerium für Bildung und Forschung unterstützte Projekt ermöglicht die Reduzierung von industriellen Kohlendioxidemissionen aus der Stahlproduktion (1) durch deren Umwandlung der Hüttengase (2) in nutzbare Chemikalien. Die Hüttengase werden derzeit als Quelle zur Energieerzeugung (3) in Stahlwerken genutzt. Das Ziel des Carbon2Chem-Projekts besteht darin, in einem nächsten Schritt eine Lösung zur Nutzung der Hüttengase (vor allem CO, CO₂, H₂) für die Produktion

verschiedener Materialien zu finden (4). Clariant ist an den Prozessen dieses Projektes beteiligt und stellt Methanolkatalysatoren sowie die erforderliche Anwendungsexpertise zur Evaluierung deren Eignung bereit. Damit demonstriert das Unternehmen seinen Beitrag an integrierten Lösungen zur Bewältigung von Herausforderungen in Bezug auf Lebenszyklen. Darüber hinaus ist Clariant in die Upstream-Verarbeitung der Hüttengase involviert. Diese müssen gereinigt werden, da nur dann Methanol aus ihnen gewonnen werden kann. Clariant

liefert Sorptionsmittel, Katalysatoren und Anwendungs-Know-how für die Gasreinigung. Clariant sieht die Abscheidung und Umwandlung von Hüttengaskomponenten als wichtigen Schritt bei der nachhaltigen Verbesserung der Umweltbilanz der Stahlherzeugung, da diese Hüttengase grosse Mengen Synthesegas (Gemisch aus Kohlenstoffmonoxid und Wasserstoff) enthalten, das als Basis für Chemikalien nutzbar ist.

Qualität, Sicherheit und nachhaltige Produkte

Produktverantwortung ist ein wesentlicher Aspekt von Clariants Geschäftsstrategie. Sie umfasst neben der sorgfältigen Bewertung und Prüfung der Produkte auch das frühe Einbinden von betroffenen Geschäftseinheiten und Kunden. Beiden wird ein umfassender Service geboten, der zur Sicherheit und Compliance der Produkte beiträgt.

Herausragende Produkte wirken auf den ersten Blick oft simpel – sind es aber keineswegs. Ein hohes Qualitäts-, Leistungs- und Sicherheitsniveau erfordert detailliertes Produktmanagement während des gesamten Produktlebenszyklus. Von der Forschung über die Produktion und die Nutzung durch den Verbraucher bis hin zur Entsorgung. Überdies basieren hochwertige Produkte auf sorgfältig integrierten Entwicklungsschritten. Diese umfassen den Innovations- und Herstellungsprozess ebenso wie das Marketing. Bei Clariant führt Product Stewardship diese einzelnen Schritte zusammen und garantiert auf diese Weise die Leistung, die Kunden erwarten und benötigen.

Product Stewardship sorgt für Integrität und Qualität

Der Schutz von Verbrauchern und Umwelt während der Entwicklung und der Nutzung des Produkts hat bei Clariant oberste Priorität. Deshalb unterstützt Product Stewardship Kunden und die Geschäftseinheiten (BUs) in Fragen der Produktsicherheit. Zudem schützt sie Clariant und ihre Kunden vor Schäden durch rechtliche Verfolgung oder Beeinträchtigung der Reputation. Beides ist von besonderer Bedeutung im Hinblick auf die vorgesehene Verwendung und die möglichen Auswirkungen eines Produkts. Neben der Gewährleistung von Sicherheit berücksich-

tigt Product Stewardship daher immer auch Nachhaltigkeit und Innovation bei der Produktentwicklung – und schafft somit Mehrwert.

Product Stewardship bei Clariant begleitet alle relevanten Geschäftsbereiche:

- 1. Innovation** – Prüfung von sicherer Nutzung und Produktperformance
- 2. Marktfähigkeit** – Bewertung von Chemikalien und Registrierung in Chemikalieninventaren
- 3. Herstellung** – insbesondere Klassifizierung und Etikettierung, Sicherheitsdatenblätter und Lagerung sowie der sichere Transport
- 4. Marketing/Kunden** – transparente Kommunikation innerhalb der Lieferkette zu allen relevanten Sicherheitsaspekten der Produkte sowie Bereitstellung entsprechender Zertifikate.

Die verschiedenen Schritte, mit denen sich die Experten von Product Stewardship befassen, sind komplex und erfordern häufig die Einbeziehung verschiedener externer und interner Akteure, etwa Regulierungsbehörden, Forschung und Entwicklung, Produktion, Marketing, Vertrieb und Einkauf. Durch eine sorgfältige Registrierung und Evaluierung von Chemikalien, strikte regulatorische Regeltreue (Compliance) sowie umfassenden Kundenservice rund um Chemikalien und ihren Gebrauch sorgt Clariant

für die Sicherheit, Nachhaltigkeit und Rechtskonformität der innovativen und leistungsstarken Produkte.

Compliance und Registrierung

Clariant strebt für seine Produkte ein Höchstmass an Sicherheit an: Schon während der Konzeptualisierung und Entwicklung – also noch bevor ein Produkt in die Fertigung geht und schliesslich auf den Markt kommt – wird es auf die Einhaltung aller relevanten internationalen Vorschriften geprüft – Clariants Produkte übertreffen diese Vorgaben oft.

Bei Clariant werden sämtliche Produkte intern bewertet, um ihre Sicherheit für Menschen und Umwelt bei sachgemäsem Gebrauch zu gewährleisten. Für die Registrierung von Chemikalien müssen Daten zur jeweiligen Substanz sowie ihrer sicheren Verwendung an die zuständigen Behörden übermittelt werden. Dazu zählt beispielsweise die Europäische Chemikalienagentur (ECHA) der Europäischen Union. Sie koordiniert gemäss EU-REACH-Verordnung die Registrierung, Evaluierung und Autorisierung aller chemischen Substanzen auf Grundlage wissenschaftlicher Daten. Product Stewardship stellt sicher, dass Clariant alle relevanten regulatorischen Bestimmungen erfüllt.

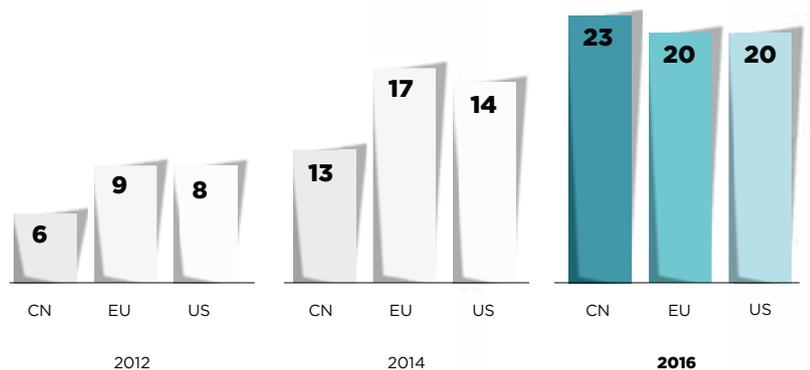
Registrierungen unterstützen das Wachstum

Clariant stellt ihr Engagement für Innovation durch eine wachsende Zahl an Registrierungen unter Beweis. Indem Clariant bestehende Produkte noch innovativer macht, ihr Produktportfolio ausbaut und neue Märkte erschliesst, werden weltweit immer mehr Chemikalien registriert. Von 2012 bis 2016 konnte Clariant ihre Registrierungsprojekte neuer Produkte in China, Europa und den USA fast verdoppeln. In China werden aktuell mehr neue Projekte realisiert als in Europa und den USA. Dies zeigt die dynamische Entwicklung des Clariant Portfolios und die globale Präsenz des Unternehmens.

Gewährleistung der globalen Rechtskonformität von Clariant Produkten

Clariants Konzept für Produktverantwortung verfolgt einen globalen Ansatz: Die Gewährleistung, dass ihre Produkte sämtliche national wie international geltenden gesetzlichen Vorgaben für Chemikalien erfüllen, ist fundamental für Clariant. Clariant unterhält in 30 Ländern Abteilungen für Produktverantwortung und deckt damit die Produktion an mehr als 200 Standorten ab. Dank einer global aufgestellten Product Stewardship, die in jeder Schlüsselregion in den Bereichen Produktion, Marketing und Vertrieb vertreten ist, hat Clariant stets einen umfassenden Überblick über sämtliche erforderlichen Dokumentationen für ihre Produkte und deren Evaluation.

REGISTRIERUNGSPROJEKTE NEUER PRODUKTE 2012 - 2016
in China, Europa und den USA



Globale Entwicklung Chemikalienverordnungen



Chemikalienverordnungen

- Verordnungen implementiert und in Kraft
- Verordnungen in Entwicklung

Product Stewardship von Clariant ist mit einer global aufgestellten Organisation in jeder Schlüsselregion vertreten.

Clariant bekennt sich ausdrücklich zum Tierschutz und generiert so weit als möglich ein Datenset pro Substanz, anhand dessen die Einhaltung sämtlicher diesbezüglicher chemischer Vorschriften weltweit überprüft werden kann.

Toxikologische Daten: Vermeidung von Tierversuchen

Eine wichtige Komponente von Clariants Handeln im Bereich Produktverantwortung betrifft die Beurteilung der chemischen Eigenschaften und der Sicherheit von Produkten. Diese Beurteilung erfolgt einerseits im Sinne fortlaufender Innovation und andererseits im Zusammenhang mit Registrierung und Anwendung. Durch solche Beurteilungen gewährleistet Clariant eine sichere Verwendung des Produkts ohne Schäden für Mensch und Umwelt. Die Eva-

luierungen beinhalten auch die Erstellung toxikologischer Datenprofile für Substanzen und Produkte, welche die Registrierungsanforderungen erfüllen. Diese Profile werden in der Regel mithilfe umfassender Tierversuchsreihen erstellt. Abgesehen von den negativen Auswirkungen auf das Wohlbefinden der Tiere sind solche Tests auch oft zeit- und kostenintensiv. Um auch ohne Tierversuche adäquate toxikologische Beurteilungen vornehmen zu können, hat Clariant ein neues Verfahren entwickelt, das mithilfe alternativer Methoden die chemischen Eigenschaften von Produkten ermittelt und Datenlücken schließt: das CompTox Suite-Konzept, das unter der Verantwortung von Product Stewardship realisiert wird. Der Name ist eine Abkürzung von »Computational Toxicology« (per Computer berechnete Toxizität). Es wird eingesetzt, um Tierver-

suche so weit wie möglich zu reduzieren, und sorgt gleichzeitig für die zuverlässige Einhaltung aller relevanten Bestimmungen. Mithilfe der Berechnungsmethoden der AMBIT-Datenbank für chemische Strukturen sowie der hochwertigen (öko)toxikologischen Daten der REACH-Datenbank IUCLID (International Uniform Chemical Information Database) identifiziert die CompTox Suite Substanzen und gruppiert sie nach gemeinsamen und vergleichbaren Strukturen, Eigenschaften und erwarteten Auswirkungen in chemische Kategorien.

Die CompTox Suite unterstützt die Prüfung von Chemikalien

Dank der CompTox Suite können Datenlücken nun mit aussagekräftigen Informationen zu strukturell verwandten Substanzen geschlossen werden. Hierzu werden die relevanten

vorhandenen Daten mit computerbasierten Prognosen zusammengeführt. Dieses Verfahren kann in vielen Fällen Tierversuche ersetzen. Es liefert Informationen über die Auswirkungen chemischer Substanzen, ermöglicht die Erstellung überprüfbarer Dokumentation, wird weitgehend von Registrierungsbehörden akzeptiert und kann sogar Quelle von Vorschlägen und Tipps zur Produktverbesserung oder zu Produktzusammensetzungen sein. Die CompTox Suite reduziert den Umfang von Tierversuchen erheblich und spart Zeit und Ressourcen, die sonst für die Einholung von Toxizitätsdaten aus vielen Quellen benötigt würden.

Offener Dialog schafft Mehrwert für Kunden

Product Stewardship stellt Kunden Informationen zur sicheren und sachgemässen Verwendung von Produkten zur Verfügung, um höchste Qualität und grösstmögliche Sicherheit zu gewährleisten. Experten beantworten während aller Entwicklungs- und Produktionsphasen fachspezifische Anfragen. Sie stellen Sicherheitsdatenblätter, umfassende Informationen zur optimalen Handhabung und Anwendung, Gefahren- und Risikoprofile sowie Informationen zu Transport, Verpackung und Abfallentsorgung bereit. Der offene Dialog zu Produktsicherheit und -integrität entlang der gesamten Wertschöpfungskette zählt zu den Top-Prioritäten von Product Stewardship.

Clariant erhält und beantwortet zudem etwa 50 000 Kundenanfragen pro Jahr, die Dokumente und Zertifizierungen oder regu-

50 000

Kundenanfragen, die Dokumente und Zertifizierungen oder Nachfragen zu spezifischen Produktanwendungen betreffen, erhält Clariant pro Jahr.

Weniger Tierversuche in der Chemiebranche dank CompTox Suite
Die Clariant CompTox Suite spart Zeit und Innovationskosten, vermeidet unnötige Tierversuche und erleichtert die Erfüllung regulatorischer Vorschriften in Bezug auf Chemikalien. Sie ermöglicht, auf Tierversuche zu verzichten und dennoch alle erforderlichen toxikologischen Daten zu erhalten.

latorische Nachfragen zu Produktanwendungen betreffen. Wenn beispielsweise ein chinesisches Unternehmen ein Additiv von Clariant in einem Kunststoffbehälter für Lebensmittel verwenden möchte, das für amerikanische Verbraucher bestimmt ist, benötigt es den Nachweis, dass das Produkt für diese Anwendung und diesen Markt zertifiziert ist. Der Kunde erhält diese Information über die Zertifikate. Clariant erlangt dadurch wiederum Einblicke in die Marktentwicklung und die Bedürfnisse ihrer Kunden.

Höchstmass an Sicherheit, Innovation, Nachhaltigkeit und Leistungsstärke

Clariant setzt mit einem innovativen Konzept zur Modernisierung etablierter Sicherheits- und Toxikologie-Testverfahren immer wieder Branchenmassstäbe bei der Produktsicherheit. Guter Service und enge Kooperation mit den Kunden sind entscheidend, um zu verstehen, wie Produkte in der Praxis ihren vorgesehenen Zweck erfüllen und was in der Produktion verbessert werden kann. Clariant entwickelt die Produkte und Produktionsprozesse auf Basis des Kundenfeedbacks kontinuierlich weiter. Product Stewardship sorgt dafür, dass bei Beurteilung, Tests und Registrierung von Produkten höchste Standards angelegt werden und sie sich so durch hervorragende Leistung, reproduzierbare Eigenschaften, maximale Sicherheit, niedrige Kosten und Innovation auszeichnen.

People

Die Grundlage für die tägliche Arbeit bei Clariant bildet ein Team aus vielfältigen, motivierten und engagierten Menschen. Die enge Zusammenarbeit bildet mehr als alle anderen Faktoren einen Treiber für den Erfolg des Unternehmens.

Clariant legt grossen Wert auf ein vielfältiges, integratives Umfeld für ihre Mitarbeitenden an allen Standorten, in den Labors und den Büros. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind zentral, weshalb Clariant fortwährend die Sicherheitskultur und das Mitarbeiterengagement fördert. Zudem arbeitet Clariant eng mit Lieferanten zusammen, um die Nachhaltigkeit in der Beschaffung sicherzustellen. Der Schlüssel für wirtschaftlichen Erfolg sind Vielfalt, Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeitenden und der Zulieferer.

GESCHLECHTERVIELFALT



14%

Anteil der Frauen
im Globalen Management
(Managementebenen 1-5)



22%

Anteil der Frauen
an der Belegschaft
(ohne globales Management)

GESAMTBELEGSCHAFT

17 442

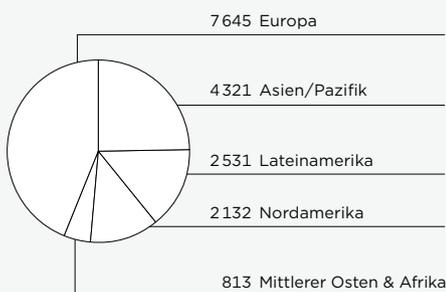
Mitarbeitende
in Vollzeitstellen (FTE, Full Time Equivalents)

MITARBEITENDE NACH GESCHÄFTSBEREICHEN

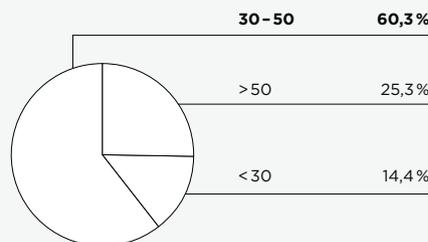
| GESCHÄFTSBEREICH | FTE |
|---------------------|---------------|
| CARE CHEMICALS | 2574 |
| CATALYSIS | 1548 |
| NATURAL RESOURCES | 3235 |
| PLASTICS & COATINGS | 6737 |
| (SERVICES) | 3348 |
| TOTAL | 17 442 |

MITARBEITENDE NACH REGION (FTE)

Total 17 442



ALTERSSTRUKTUR



MITARBEITERENGAGEMENT



69%

der Mitarbeitenden nahmen an der globalen Mitarbeiterbefragung 2016 teil
(verglichen mit 65% an der vorhergehenden Befragung 2014).

AUS- UND WEITERBILDUNG

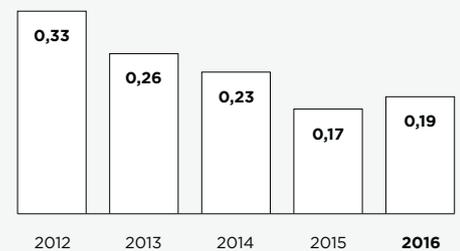


200 000

Gesamtstunden an Weiterbildungen,
an welchen 11 000 Mitarbeitende 2016 teilgenommen haben

UNFALLRATE (LOST TIME ACCIDENT RATE)

(Unfälle mit mindestens einem Ausfalltag je 200 000 Arbeitsstunden)



LIEFERANTEN



25 000

Lieferanten weltweit
beliefern Clariant mit Rohstoffen und Dienstleistungen.

LIEFERANTENBEURTEILUNGEN NACH NACHHALTIGKEITSKRITERIEN

> 60%

der Rohstoff-Lieferanten*
wurden mit Nachhaltigkeitsbewertungen beurteilt (*nach Ausgabenvolumen).

Ein Wald voller Möglichkeiten

Die Auszubildenden von heute können morgen wichtige Mitarbeitende und Entscheider sein. Auf dem Weg dahin sollen sie frühzeitig mit ihren Möglichkeiten und der Kultur ihres Unternehmens bekannt gemacht werden – zum Beispiel mithilfe eines Erlebniscamps, geleitet von einem Olympiasieger.

FOTOGRAFIE Jo Röttger TEXT Bertram Job

Eines steht fest, als der Bus die Teilnehmer an diesem Montagvormittag am Zielort abgesetzt hat: Urban Lifestyle kann man hier knicken.

Es gibt nicht mal eine stabile Internetverbindung. Dafür Bäume, so weit das Auge reicht. Eine Handvoll rustikaler Häuser samt einem grösseren Gebäude mit Gemeinschaftsraum und Küche werden für die nächsten Tage zum Mittelpunkt des Geschehens. So schnell kann es gehen: Anderthalb Stunden Busfahrt von Frankfurt-Höchst entfernt, und plötzlich ist da eine ganz andere Welt.

Gewöhnlich beginnen so Seminare für Führungskräfte, die sich für ihre Jobs neue Impulse erwarten. Aber die 32 jungen Menschen, die heute im Hunsrück gelandet sind, haben erst vor gut einem Jahr mit dem Berufsleben angefangen. Sie sind Auszubildende der Clariant im Industriepark Höchst, die nun im Walderlebniszentrum Soonwald etwas anderes als reinen Lernstoff erfahren sollen. Weitere Perspektiven auf Themen, die ihr Wirken und Denken im Unternehmen begleiten werden – von den vielfältigen Synergien des Teamworks über Selbstdarstellung und Selbstorganisation bis zur Vision der Nachhaltigkeit.

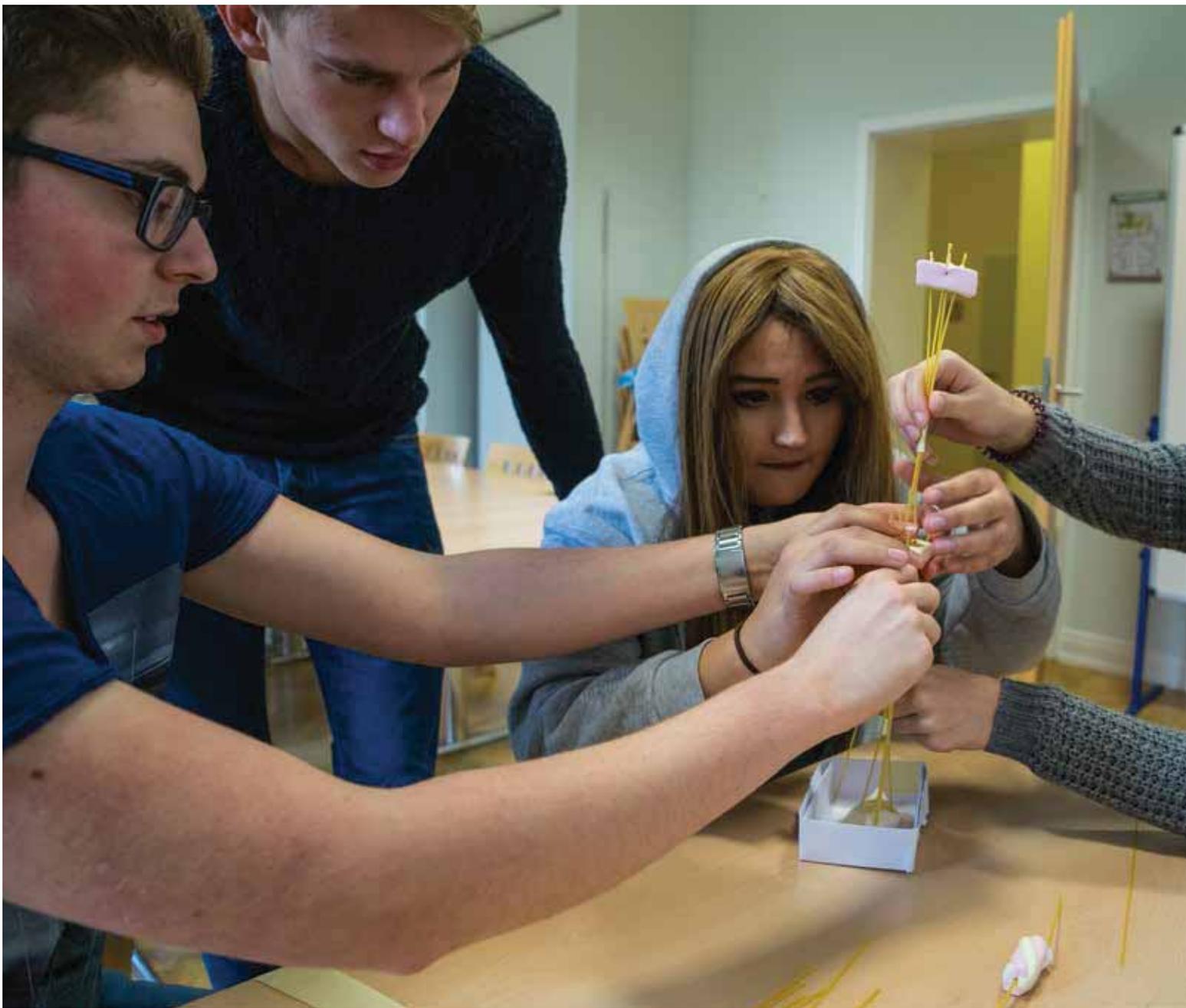
»Erkenne deine Stärken« lautet das Motto des Motivationscamps. Und es fängt damit an, dass plötzlich ein fast zwei Meter grosser Schrank von einem Kerl vor den Teilnehmenden steht. Das ist Christian Schenk, der in freundschaftlichem Ton die geplanten Module der Veranstaltung erläutert. Dazu gehören Präsentationen und Vorträge (»Wie gesund ist unser Wald?«) ebenso wie eine Potenzialanalyse anhand von Persön-



NICK RÜCKER

Industriekaufmann in Ausbildung





lichkeitsprofilen, Hinweise zur Vorbereitung auf Prüfungen, Kommunikationstraining, Teambuilding-Übungen sowie Sport- und Freizeitangebote. Alles im flinken Wechsel, von neun Uhr morgens bis halb neun Uhr abends, damit es nicht langweilig wird.

Christian Schenk hat sich seinen breiten Rücken hart erarbeitet, wie sich schnell herumspricht. Er war lange Zehnkämpfer und hat im DDR-Trikot sogar olympisches Gold geholt. Aber darum soll es jetzt nur am Rande gehen. In diesem Kontext ist ihm wichtiger, dass seine Athletenjahre für Werte stehen, die Leistung erst möglich machen: Willen und Disziplin, Konstanz und Beharrlichkeit. So ein Mindset könne für junge Mitarbeitende eines Unternehmens »einen schönen Trans-



VANESSA HAHN

Angehende Chemielaborantin



»Das Unternehmen zeigt, dass ihm die Auszubildenden etwas wert sind und es sich dafür interessiert, wie es nach der Ausbildung mit uns weitergeht.«

CHRISTIAN SCHWARZ
Chemielaborant im dualen Studium



CHRISTIAN SCHWARZ
Chemielaborant im dualen Studium

fer« ergeben, ist der 52-Jährige überzeugt. Das ist am Ende auch das Alleinstellungsmerkmal der Veranstaltungen zum Einstieg in Beruf und Studium, die seine Agentur seit gut acht Jahren anbietet.

»Die Chance liegt darin, jungen Leuten eine Begegnung zu ermöglichen, damit sie auf Neues stossen«, sagt Schenk, selbst Botschafter der SOS-Kinderdörfer, zwischendurch im kleinen Kreis. »Wir binden hier einen Blumenstrauß, jeder kann sich was rausnehmen. Wie er das dann bewertet, hängt von der Sozialisierung und der Intelligenz des Einzelnen ab...«

Der Meister und seine zwei Mitarbeitenden kommen dem Jungvolk in ihrer saloppen Art ein gutes Stück entgegen; dennoch biedern sie sich nicht als Be-

rufsjugendliche an. Umso mehr kann eine Atmosphäre gegenseitiger Akzeptanz entstehen. So hat Nick Rücker, Industriekaufmann in Ausbildung, bald eine andere Meinung zum Sinn der Veranstaltung. Vor dem Camp habe er manchmal gedacht, man könne die Zeit auch anders nutzen, »aber sobald man einmal dabei ist, merkt man, dass man da was für sich mitnehmen kann«.

Damit meint der begeisterte Fußballspieler in der Kreisliga des Main-Taunus-Kreises nicht einmal den Ausflug zu Mainz 05, wo ein Juniorencoach über optimales Training und den echten Spirit referiert, sondern die handfesten Tipps, wie man sich gezielter für die Abschlussprüfung fit machen kann (»Bestanden wird im Kopf«). Oder die Potenzialanalyse durch Persönlichkeitsprofile, die am Dienstag erörtert wird. Und ja, irgendwo auch die »Challenges« für das Teamwork, die er mittwochs mit Klaudia, Vanessa und Christian zu meistern hat: Aus Spaghetti und Marshmallows die höchstmögliche, frei stehende Figur errichten; Streichhölzer umlegen, um neue, geometrische Figuren zu kreieren und so weiter. »Man muss sich drauf einlassen«, glaubt Nick, »sonst bleibt man aussen vor. Und zum Auflockern ist das ganz gut.«

Sein Freund und Fußballkumpel Christian Schwarz, Chemielaborant im dualen Studium, findet es dazu nicht ganz unwichtig, mal Genaueres über Nachhaltigkeit zu erfahren – »das wird uns in Zukunft sicher noch begleiten.« Ausserdem tue es gut zu spüren, »dass das Unternehmen uns mit der Ausbildung auch was vermitteln will. Sie zeigen dadurch, dass die Auszubildenden ihnen etwas wert sind und sie sich auch dafür interessieren, wie es nach der Ausbildung mit uns weitergehen kann.«

Besser hätte auch Beate Georg den tieferen Sinn der Veranstaltung kaum umreissen können. Als Koordinatorin der Ausbildung möchte sie bei den derzeit 109 Azubis am Standort Höchst genau diesen Effekt erzielen: »Sie sollen sich nicht allein gelassen fühlen –



KLAUDIA MISETIĆ
Chemikantin in Ausbildung

und ein erstes Gefühl dafür bekommen, in was für einem Unternehmen sie gelandet sind.« Darum die traditionelle, viertägige Auftaktfahrt, die Nick, Christian und die anderen Teilnehmer in ihrem ersten Lehrjahr nach Köln geführt hat. Und jetzt, ein Jahr darauf, erstmals diese zweite, viertägige Massnahme. Sie soll die begleitende Rolle des Unternehmens für eine zweite Motivationsstrecke verstärken.

Dahinter steckt auch wieder eine nachhaltige Strategie: Der Auszubildende von heute kann morgen ein wertvoller Entscheider sein. Unter diesem Aspekt ist es im Interesse seines Arbeitgebers, ihm auf dem Weg dahin Unterstützung zu bieten. In ganz Deutschland sind es etwa 30 % der Azubis, die »das Ding nicht durchziehen«, wie Schenk zum Thema Abbrecherquote formuliert – bei Clariant, in Höchst, geht die Quote gegen null. Hinzu kommen noch jene, die sich nicht abgeholt fühlen und den Unternehmen bald nach der Prüfung den Rücken kehren, samt ihren kostbaren Potenzialen: Teure Verluste im tieferen Wortsinne.

Also lieber frühzeitig investieren, erklärt Beate Georg, die im Gemeinschaftsraum des Walderlebniszentrums für einige Tage leise Mäuschen spielt; ebenso wie Hermann Stoelzel, der als langjähriges Betriebsratsmitglied in Höchst unter anderem ein Auge auf den Nachwuchs hat. Zusammen staunen die Routiniers, wie pünktlich und konzentriert die jungen Kollegen das komplette Programm des Camps absolvieren. Und hören genau zu, als sich am letzten Tag eine Feedback-Runde an Schenks Vortrag über Eigenpräsentation und Kommunikation anschließt.

Es sind Details beziehungsweise einzelne Inhalte, die im Plenum kritisch bewertet werden. Den Sinn des Ganzen stellt keiner in Frage; im Nachhinein wird die Zufriedenheit mit dem Seminar sogar mit einer Schulnote von 2,0 bewertet. Der Olympiasieger Schenk und seine Mitarbeitenden haben also bestanden. Vanessa Hahn, angehende Chemielaborantin, hat wenig mit dem Ausflug zu Mainz 05 anfangen können. »Ich habe da keine Verknüpfung für mich herstellen können«, sagt sie. Umso mehr haben ihr die Potenzialanalyse und die Inhalte zu Nachhaltigkeit gebracht. Letztere waren »vielleicht auch eine Art uns zu zeigen, woran wir alle ein Stück weit arbeiten können«, wie Klaudia Misetić glaubt, die zur Chemikantin ausgebildet wird: »Das ist ja ein Thema, das jeden von uns etwas angeht.«

Für Schenk und sein Team sind das wertvolle Rückmeldungen, die dabei helfen, künftige Programme zu optimieren. Und für Beate Georg sind die Eindrücke vor Ort eine Ermunterung, in der Begleitung der Auszubildenden nicht nachzulassen. Im Gegenteil: Die Auftaktfahrt fürs erste Lehrjahr wird nun auf fünf Tage ausgedehnt, das wurde bereits beschlossen.



Wertschätzung für die Stimmen der Mitarbeitenden

Ein globales, engagiertes Team fördern

Eine vielfältige, talentierte und hoch engagierte Belegschaft ist die Grundvoraussetzung für den Erfolg von Clariant. Daher gehören Engagement, der Einstellungs- und Onboarding-Prozess und Strategien zur Fortbildung zu den wichtigsten Prioritäten von Clariant.



Eine vielfältige Belegschaft ist bei Clariant eine unverzichtbare Triebfeder für bessere Ergebnisse. Mitarbeitende sind nicht nur »Humankapital«. Von den 17 442 Mitarbeitenden des Unternehmens aus über 90 Ländern wird vielmehr erwartet, dass sie als ein gemeinsames Team weltweit zusammenarbeiten, um Clariant voranzubringen. Weil wir die Leistung steigern und gleichzeitig die berechtigten Interessen und Bedürfnisse der Mitarbeitenden berücksichtigen müssen, sind Mitarbeitende bei Clariant weltweit fortwährend ein Thema und genießen auch beim globalen Management des Unternehmens permanente Priorität. Clariants Leiterin der Region Lateinamerika, Monica

Ferreira Vassimon, und der Regionenleiter Human Resources für Lateinamerika, Alberto Mendes, führen diese Gespräche regelmässig. Sie wissen, dass die Strategien bei der Mitarbeitergewinnung (Recruitment), der Einstellung und Einarbeitung (Onboarding) und der Einbindung (Engagement) der Mitarbeitenden unverzichtbarer Bestandteil für den Erfolg von Clariant sind.

Durch Engagement geprägte und getragene Strategie

Bei Clariant folgt das Engagement klaren Prinzipien und Massnahmen und manifestiert sich häufig als lebendiger Austausch. Und genauso klingt es auch, wenn Monica und Alberto über Engagement in Latein-



Monica Ferreira Vassimon

Leiterin Region Lateinamerika

Als Leiterin der Region Lateinamerika unterstreicht sie, dass Mitarbeiterengagement, gepaart mit einem motivierenden Führungsstil, Innovation und Unternehmertum antreiben.

»Mitarbeiterengagement ist für uns eine Voraussetzung, um führend in der Industrie zu werden und langfristig, nachhaltig zu wachsen.«

—
MONICA FERREIRA VASSIMON
Leiterin Region Lateinamerika

»Wir wollen Mitarbeitende, die bereit sind, mit Verantwortungsbewusstsein Risiken einzugehen, die ihre Organisation zu einer höheren Leistung führen.«

ALBERTO MENDES

Regionenleiter Human Resources, Lateinamerika

amerika sprechen: Für Monica »ist das Engagement der Mitarbeitenden, gepaart mit einer motivierenden Führungskultur, ausschlaggebend für Innovation und unternehmerisches Denken bei Clariant. Um das Arbeitsumfeld auf den Prüfstand zu stellen und Massnahmen für ein erhöhtes Engagement der Mitarbeitenden festzulegen, nutzt Clariant die Mitarbeiterbefragung. Das Feedback liefert dem Team von Clariant Erkenntnisse und die Ergebnisse der jüngsten Umfrage im Jahr 2016 bilden die Grundlage für die Planung und Umsetzung des weiteren Wandels, die für die Mitarbeitenden und das Unternehmen künftig Wert generieren.«

Oder, wie Alberto es ausdrückt, ist die Befragung, an der weltweit fast 11 000 Mitarbeitende von Clariant teilgenommen haben, »zweifelloso ein effektives Instrument. Für Clariant ist die Befragung eine Art »Diagnose« und die daraus entwickelten globalen und regionalen Strategien zum Engagement sind das »Rezept«. Anders ausgedrückt, wird mit der Befragung die Stimmung der Belegschaft und das Klima des Arbeitsumfelds bei Clariant ermittelt, um festzustellen, welche Massnahmen die Leistung der Mitarbeitenden steigern könnten.«

Kontinuierliches Engagement

Strategien, welche die Mitarbeitenden noch stärker einbeziehen, werden bei Clariant laufend weiterentwickelt und intensiviert, so auch in Lateinamerika. In Brasilien beispielsweise analysierte ein eingesetztes Gremium (Engagement Committee) die Ergebnisse der Mitarbeiterumfrage, um Verbesserungspotenziale zu erkennen. Das lokale Gremium hat über 500 Vorschläge für Engagement-Initiativen gesammelt und einen Aktionsplan für diverse Projekte aufgestellt, der drei Kategorien beinhaltet: Soziale Dimension, Kommunikation und Organisationsentwicklung. Zudem nehmen Mitglieder des Gremiums regelmässig die Rolle von Kommunikatoren ein, um die Sicht der Mitarbeitenden zu erfahren und zu verstehen, was diese motiviert. Monica bekräftigt, dass »es wichtig ist, eine robuste Struktur wie die Engagement Committees zu haben, aber auch Planung und Disziplin für die Ausführung. Dennoch ist der wichtigste Faktor, dass wir auf unsere Mitarbeitenden hören und gemeinsam mit ihnen die besten Lösungen für eine Verbesserung umsetzen. Menschen machen den Unterschied, und unsere Mitarbeitenden müssen aktiv dazu beitragen, die Veränderungen in unserer Organisation voranzutreiben. Das Führungsteam spielt dabei eine wichtige Rolle, indem es unsere Mitarbeitenden unterstützt und ermutigt.«



Alberto Mendes

Regionenleiter Human Resources, Lateinamerika

In seiner Rolle als Regionenleiter Human Resources in Lateinamerika ist Alberto bestrebt, dafür zu sorgen, dass Clariant weiter eine integrative und unterstützende Atmosphäre für seine Mitarbeitenden in Lateinamerika schafft - insbesondere durch Projekte des Engagement Committees.

1675

Neue Mitarbeitende
hat Clariant 2016 weltweit
eingestellt.



Eine Kultur hervorragender Leistung fördern

Exzellenz & Wandel

Wir erwarten, anerkennen und belohnen hervorragende und hohe Leistung. Wir sind aufgeschlossen gegenüber Veränderung, wir streben danach, den Ist-Zustand stets zu hinterfragen und Wert zu entdecken.

Freiraum & Chancen

Wir schenken Vertrauen durch Freiraum, die Möglichkeit, sich zu verändern und Wert durch innovative und nachhaltige Lösungen zu schaffen.

Respekt &

Wertschätzung

Wir anerkennen den Beitrag jedes Einzelnen und schätzen Offenheit im Denken und Flexibilität im Handeln. Wir arbeiten in einem respektvollen, aufgeschlossenen Umfeld.

Mitarbeitergewinnung und -einarbeitung auf einer neuen Ebene

Fragt man Alberto und Monica danach, wie die richtigen Leute für Clariant gefunden werden, tönen sie begeistert. Alberto beschreibt, wie »Clariant die Gelegenheit beim Schopf packt um ein neues Teammitglied willkommen zu heissen. Das Rekrutierungsmodell sorgt dafür, dass Bewerber durch einen reibungslosen Vorstellungsprozess geführt werden, der letztlich in das Onboarding-Programm mündet. Rekrutierungsspezialisten nutzen Online-Plattformen, darunter Clariants MyRecruitment und MyCareers Webprogramme sowie externe Plattformen wie LinkedIn. All diese Hilfsmittel unterstützen uns dabei, die richtigen Leute für Clariant rascher ausfindig zu machen, und fördern gleichzeitig unsere Initiative, in der Branche ein bevorzugter Arbeitgeber zu sein.«

Clariant ermutigt alle aktuellen und künftigen Mitarbeitenden, eine Kultur herausragender Leistungen zu leben, offen zu sein für Veränderungen und Chancen und eine von Respekt und Wertschätzung geprägte Haltung zu zeigen.

Für Alberto geht es bei der Rekrutierung auch darum, proaktiv zu handeln, um für Veränderungen gerüstet zu sein. »Demografischer Wandel ist ein wichtiger Faktor für Clariant – dies gilt insbesondere für Lateinamerika. Angesichts der stetig wachsenden Bevölkerungsgruppe junger Erwachsener in Lateinamerika und einer Reihe von Mitarbeitenden kurz vor dem Ruhestand müssen wir strategisch denken, wenn es um das richtige, ausgewogene Verhältnis bei Alter und Berufserfahrung geht.« Die Mitarbeitenden unterscheiden sich je nach Alter, Geschlecht, Position, Standort und Fähigkeiten und Clariant ist bestrebt, auch weiterhin die überaus vielfältigen Teams zu fördern und zu erweitern.

Weichenstellung für neue Mitarbeitende und für Clariant insgesamt

Onboarding und Schulung der Mitarbeitenden sind ausschlaggebend für deren langfristigen Erfolg – und damit für die Unternehmensleistung. Das Unternehmen unterstützt neue Mitarbeitende bei der reibungslosen Einarbeitung in ihre neue Tätigkeit, sodass sie von Anfang an ihre Aufgaben effizient erfüllen können. Alberto kennt den Onboarding-Prozess bei Clariant aus erster Hand. Für ihn »ist es Clariants erklärtes Ziel, alles zu tun, damit neue Mitarbeitende sofort mit voller Kraft durchstarten können. In einem Partner-System werden neue Mitarbeitende von erfahrenen Kollegen als Mentoren unterstützt und sind so von Anfang an einbezogen, damit sie fester Bestandteil des Unternehmens werden und dies langfristig bleiben. Wir haben Experten aus verschiedensten Bereichen für die Teams gewonnen, die schnell Erfolge erzielt und das Unternehmen auf sehr positive Weise gefordert haben.«

Weit über etablierte und laufend verbesserte Strategien zur Einbeziehung hinaus, tut Clariant alles, um die sich verändernden Bedürfnisse gegenwärtiger und künftiger Generationen zu sondieren, und führt gleichzeitig einen offenen Dialog. Die Mitarbeitenden von Clariant sind – ob in Lateinamerika oder sonstwo in der Welt – ein wertvolles Gut und Garant für die stete Förderung des Unternehmenserfolges. Sie geniessen überaus hohe Priorität und verdienen Unterstützung bei ihrem Engagement, der Rekrutierung und beim Onboarding-Prozess.

Sicherheit ist oberstes Gebot bei Clariant

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Gesundheit und Sicherheit sind bei Clariant immer geltende Prioritäten. Mit einer Strategie für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, die ganz im Zeichen von Prävention, Schulung, Anreizen und eines offenen Dialoges steht, unterstreicht Clariant ihre Fokussierung auf die Sicherheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz.

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz jeder einzelnen Person ist und bleibt für Clariant von enormer Bedeutung. In Bezug auf Verbraucher und Kunden wird das Thema Sicherheit bei Clariant durch die Initiativen zur Produktverantwortung abgedeckt (siehe Seite 32). Um jedoch die Sicherheit der Belegschaft von Clariant zu gewährleisten, wurden viele strategische, breitgefächerte Gesundheits- und Sicherheitsprogramme etabliert. Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz ist eine ganzheitliche Verpflichtung, bei der es um weit mehr geht als nur um das Tragen der erforderlichen Schutzausrüstung.

Sicherheit basiert auf entschlossener, sicherheitsorientierter Führungskultur

Für dauerhafte Mitarbeitersicherheit und Unfallvermeidung muss das Tragen von Sicherheitshandschuhen und Schutzbrillen in Fleisch und Blut übergehen. Auch eine Reihe zusammenhängender Management-Programme und Führungsmassnahmen unterstützen Clariants Strategie für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz. Avoiding Accidents@Clariant, ein globales Programm, mit dem ein sicheres Arbeitsumfeld geschaffen und das Bewusstsein für Sicher-

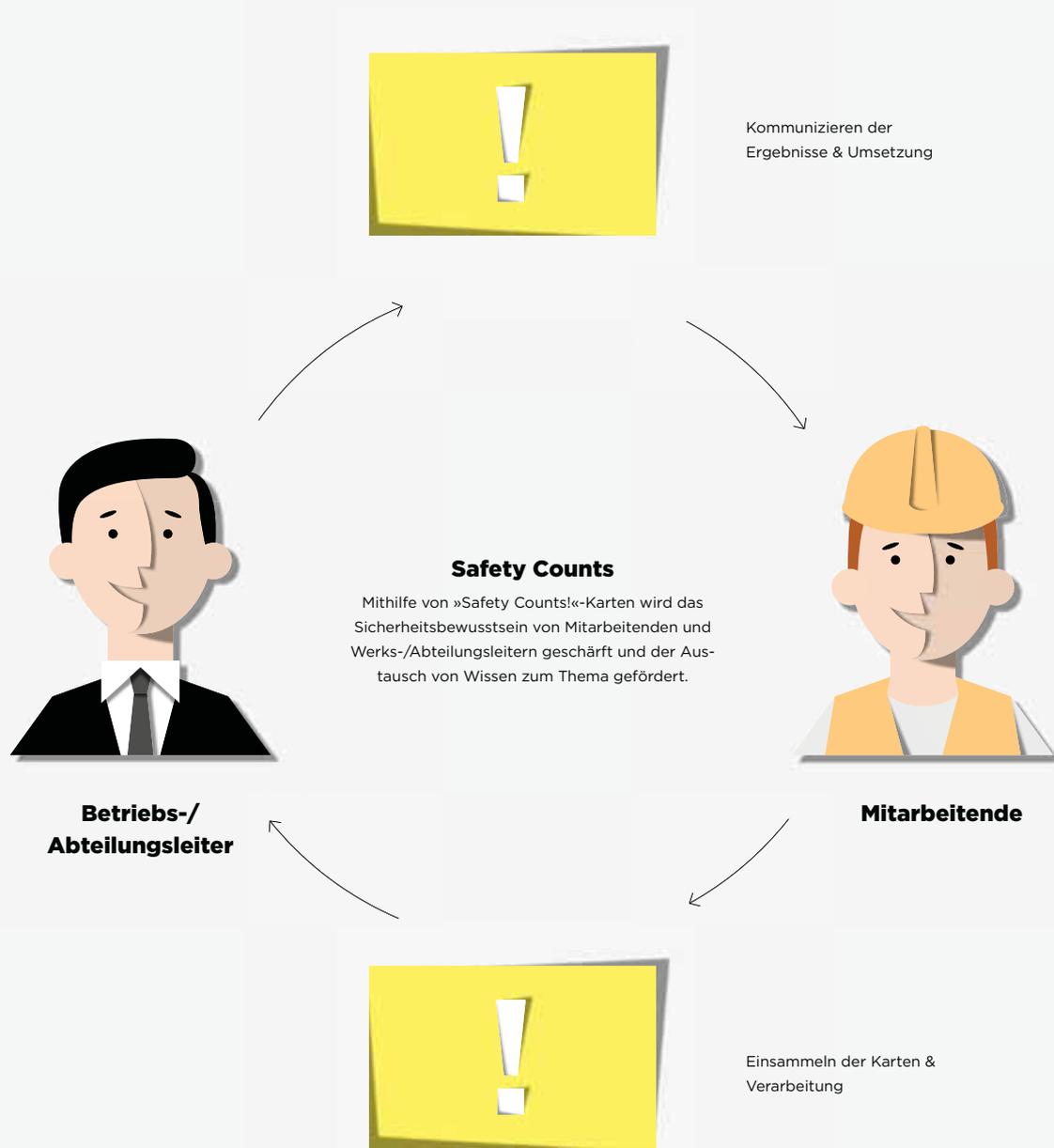
heitsprobleme geschärft werden soll, ist ein Beispiel dafür. Bei der Einführung des Programms 2007 hatte Clariant eine Lost Time Accident Rate (LTAR) von 0,92. Die LTAR gibt die Zahl der Betriebsunfälle mit mindestens einem Tag Arbeitsausfall bezogen auf 200 000 Arbeitsstunden an und ist seit 2007 um mehr als die Hälfte gesunken. 2016 lag die LTAR bei 0,19.

»Safety Counts!«-Karten spielen ebenfalls eine wichtige Rolle für die Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, denn sie helfen dabei, Situationen, die zu Unfällen führen könnten, zu vermeiden. Jeden Monat werden die an den Standorten festgestellten Sicherheitsabweichungen mit diesen Karten erfasst und die getroffenen Massnahmen vor Ort kommuniziert. Dadurch können die Produktionsteams die aufgrund von Unfällen und Sicherheitsabweichungen gewonnenen Erkenntnisse und, wo nötig, Verhaltensänderungen und Abhilfemassnahmen weitergeben und im Unternehmen eine auf Prävention fokussierte Haltung fördern.



Sicherheit gewinnt: unsere Sicherheitsauszeichnungen
2015 wurde der Standort Daya Bay in China für seine erstklassige Sicherheitsleistung mit dem Platinum Safety Award ausgezeichnet. Mit diesem Preis und weiteren Auszeichnungen motiviert das Unternehmen seine Mitarbeitenden zu kontinuierlichen Bemühungen um herausragende Sicherheitsleistungen an allen Standorten.

Sicherheit zählt!



Prävention ist essentiell für Clariant

Die Verhütung von Arbeitsunfällen ist ein wesentlicher Aspekt der Produktion von Clariant und die diesbezüglichen Massnahmen überschreiten das gesetzlich Geforderte deutlich. Clariant überwacht alles, was zu einem Unfall führen könnte, genau, prüft regelmässig die Gesundheit seiner Mitarbeitenden und verfolgt genauestens Unfälle – nicht nur der eigenen Teams, sondern auch des beaufsichtigten Personals. Das Engagement von Clariant für die Sicherheit seiner Mitarbeitenden beinhaltet klare Sicherheitsregeln und obligatorische persönliche Schutzausrüstung zur Vermeidung von Verletzungen, während zusätzliche regelmässige Sicher-

heits- und Gesundheitsschulungen und ein Trainingskonzept vor Ort das Thema Arbeitssicherheit in den Köpfen der Mitarbeitenden verankern. Der wesentliche Erfolgsfaktor ist das Engagement auf höchster Managementebene, das zu einer ausgeprägten Sicherheitskultur und -haltung im gesamten Unternehmen geführt hat. Die hohe Qualität der Sicherheitsprogramme wurde z.B. durch die weltweite OHSAS 18001 Zertifizierung, einen international angewandten Standard für Arbeits- und Gesundheitsschutz, belegt.

KOMPONENTEN, DIE EINE ERFOLGREICHE SICHERHEITSKULTUR AUSMACHEN



»Das AvoidingAccidents@Clariant-Programm und die Safety Awards sind Schlüsselemente für unser oberstes Ziel: null Unfälle.«

VOLKER HAUTZEL

Leiter Occupational Health & Safety

Prävention heisst handeln, bevor etwas passiert

Das oberste Ziel bei Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz ist für Clariant »null Unfälle«. Die effektivste Möglichkeit, dieses Ziel zu erreichen, ist die Vermeidung von Unfällen und Sicherheitsabweichungen. Prävention steht hier also im Zentrum. Clariant prüft sorgfältig Vorkommnisse, die zu einem Unfall führen könnten, führt regelmässig Gesundheitsuntersuchungen durch und protokolliert Unfälle genau – nicht nur bei den Produktionsteams, sondern bei allen Mitarbeitenden an allen Standorten.

Sicherheitsorientiertes Verhalten

Klare Sicherheitsvorschriften und vorgeschriebene persönliche Schutzausrüstung, wie Sicherheitsschuhe und Schutzbrillen, tragen zur Unfallvermeidung bei, aber erst durch zusätzliche regelmässige Sicherheits- und Gesundheitsschulungen sowie die Vermittlung der Erkenntnisse durch interne Sicherheitstrainer kann Sicherheit fest in der Kultur und den Verhaltensweisen der Mitarbeitenden verankert werden.

Auszeichnungen und Anerkennungen

Auch Sicherheitsauszeichnungen, wie Clariants Platinum Safety Award, spornen die Mitarbeitenden an den Standorten an, die höchsten Sicherheitsstandards aufrechtzuerhalten und zu verbessern. Mit den Preisen werden herausragende Sicherheitsleistungen gewürdigt. Ein ganzer Standort wird ausgezeichnet, um so den Team-Gedan-

ken zu fördern. Der Platinum Safety Award basiert z. B. auf 16 Kriterien, die sich auf Führung, Schulungsprogramme und Sicherheitsberichte konzentrieren. Clariant hat vor kurzem den ersten Gewinner des Preises gefeiert – den Standort Daya Bay in China. Die herausragende Leistung in Daya Bay ist ein Vorbild und eine gute Motivation für alle Mitarbeitenden, die gesundheits- und sicherheitsrelevanten Verhaltensweisen im gesamten Unternehmen kontinuierlich zu verbessern. Darüber hinaus wird alljährlich ein Standort mit dem Phoenix Safety Award ausgezeichnet, der die bedeutendste Verbesserung bei der Umsetzung des Sicherheitsprogramms würdigt. 2016 wurde erstmals ein Standort mit diesem Preis ausgezeichnet: Sant Andreu (Spanien).

Gesundheit und Sicherheit: eine fortwährende Verpflichtung

Das kontinuierliche Engagement für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz hat mit der Einhaltung wichtiger Sicherheitsrichtlinien zu tun – z. B. dem Tragen geeigneter Sicherheitsausrüstung bei bestimmten Arbeiten –, aber auch damit, laufend offene Gespräche darüber zu führen, um dauerhaft ein sicherheitsorientiertes Verhalten zu gewährleisten. Für Clariant sind die Gesundheit und die Sicherheit ihrer Mitarbeitenden für das Funktionieren des Unternehmens und für den Nachhaltigkeitserfolg unverzichtbar.

0,19

betrug die **Lost Time Accident Rate** (LTAR, Unfälle mit Ausfalltagen, gemessen an 200 000 Arbeitsstunden) im Jahr 2016 (2015: 0,17)

Engere Zusammenarbeit entlang der Lieferkette **Über Grenzen hinweg**

Lieferanten sind ein integraler Bestandteil der Strategie und des Erfolgs von Clariant. Um Aspekte wie Qualität und Leistung sowie umweltspezifische und soziale Kriterien in der Wertschöpfungskette zu berücksichtigen, sind signifikante Anstrengungen und enge Zusammenarbeit nötig. Dies umfasst alle wesentlichen Kategorien und Länder weltweit.

Die warme, feuchte Luft legt sich wie eine Decke über sattes, tropisches Grün, während kleine, leuchtend rote Palmkerne geerntet werden. Wenngleich Clariant Rohstoffe nicht direkt von den Palmölproduzenten bezieht, ist dieser Ort ebenso wichtig wie die Labors, in denen Clariant chemische Produkte entwickelt: Denn hier ernten Bauern einen der erneuerbaren Rohstoffe von Clariant – Palmöl. Clariant wählt Lieferanten, Outsourcing-Partner und Dienstleister auf Basis umfangreicher Umwelt-, Leistungs- und sozialer Kriterien und im Einklang mit dem eigenen Nachhaltigkeitsbekenntnis. Aus gutem Grund: Clariant legt grössten Wert auf die beste Qualität bei Rohstoffen, Verpackung, Produktionsmitteln, Services und sonstigen Gütern. Alle globalen Lieferanten von Clariant – darunter auch Palmöllieferanten – sind für das Unternehmen wertvolles Kapital. Daher ist Clariant auf die Pflege starker, von Zusammenarbeit geprägter Beziehungen mit jedem einzelnen Lieferanten fokussiert.

Lieferanten sind von entscheidender Bedeutung für den Erfolg von Clariant

Ohne Qualität, Leistung und Nachhaltigkeit ist kein Unternehmenserfolg möglich.

Clariant geht daher bei Lieferantenauswahl und -management mit grösster Sorgfalt vor. Clariant bezieht jedes Jahr Produkte und Dienstleistungen von mehr als 25 000 Lieferanten weltweit. Um dabei hohe Nachhaltigkeitsstandards zu erreichen und aufrechtzuerhalten, verpflichtet Clariant die Lieferanten zur Anwendung von Standards in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und der Vermeidung von Korruption, die mit den selbst angewendeten Vorgaben vergleichbar sind.

Einen Schritt weiter: Verhaltenskodex für Lieferanten und UN Global Compact

Die Lieferanten von Clariant befinden sich zwar in der ganzen Welt, aber sie alle verpflichten sich zur Einhaltung derselben Grundsätze: Bereitstellung hochwertiger und nachhaltiger Quellen aus Produktion mit ethischen Arbeitsbedingungen. Clariant hat diese Vorgaben im Verhaltenskodex für Lieferanten dargelegt, der auch die Grundsätze des UN Global Compact der Vereinten Nationen beinhaltet. Ziel ist es, die Einhaltung der Menschenrechte zu sichern, Diskriminierung von Mitarbeitenden zu verhindern, Zwangs- und Kinderarbeit auszuschliessen, die Vereinigungsfreiheit der

Belegschaft zu gewährleisten, Umweltvorschriften einzuhalten, die Produktverantwortung zu übernehmen und einen fairen Wettbewerb sicherzustellen.

Aus Herausforderungen entstehen Chancen und Kooperationen

Es ist für jedes Unternehmen sehr schwierig, über alle Einzelheiten der kompletten Lieferkette genau Bescheid zu wissen – insbesondere bei vorgelagerten Prozessen, bei denen Materialien weiter weg und fernab von den eigenen Niederlassungen bezogen werden. Mit Blick auf diese Herausforderung nutzt Clariant verschiedene Kanäle und Kooperationsinitiativen mit Anspruchsgruppen, um die Transparenz entlang der Lieferkette zu verbessern. Darunter ist die Initiative »Together for Sustainability (TfS)« – Gemeinsames Engagement für Nachhaltigkeit –, der Clariant im April 2014 beigetreten ist. Die Initiative soll die Kontrolle der Nachhaltigkeit bei Lieferanten verbessern und entsprechende Verbesserungen fördern.

Durch TfS können Clariant und die anderen Mitgliedsunternehmen aus der Chemiebranche die Nachhaltigkeitsleistung von Lieferanten beurteilen. Dies erfolgt durch Nachhaltigkeitskriterien, die auf die

Lieferketten-Zertifizierung

Die Zertifizierung der Lieferkette erfordert die Einhaltung der Anforderungen des RSPO-Zertifizierungsstandards, der auf einem Qualitätsmanagementsystem basiert, in dem Produktionsidentifikation und -kontrolle die zentralen Ziele sind.

Segregierte (getrennte) Lieferkette

Zukunft: Segregiert

Überwindung vielfältiger Herausforderungen:

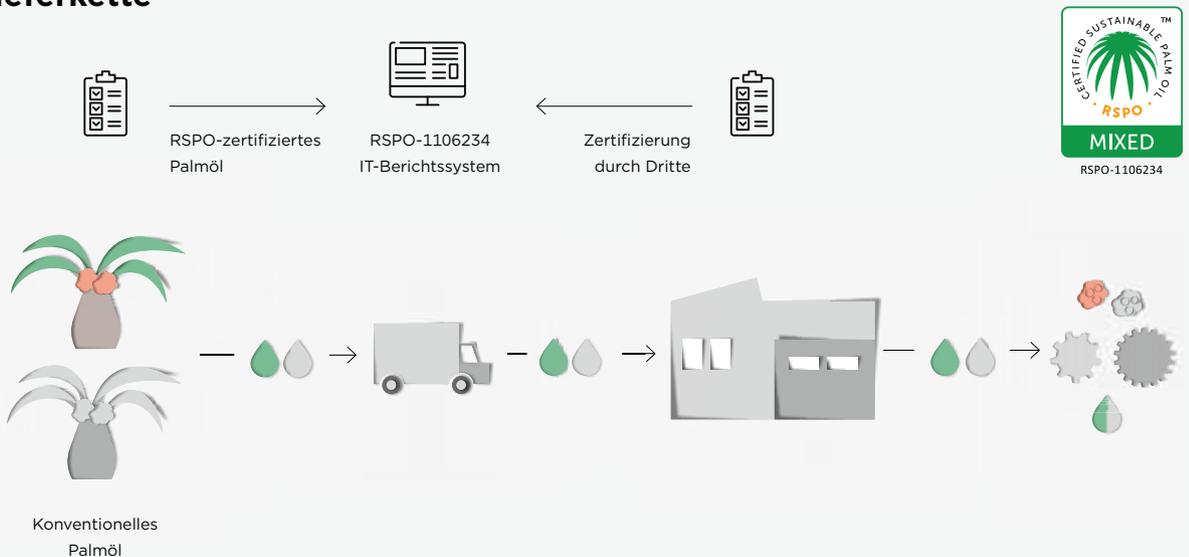
- Hohe Komplexität bei Derivaten auf Palmbasis
- Steigende Kosten
- Schwierige Lieferbedingungen



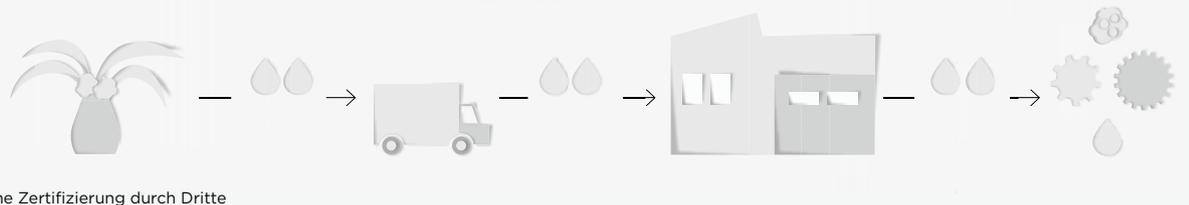
Massenbilanz Lieferkette

Aktuell: Massenbilanz

- Bessere Zusammenarbeit mit Lieferanten
- Erhöhung des tatsächlichen Anteils zertifizierter Rohstoffe auf Palmbasis
- Vorbereitung für Segregierte (getrennte) Lieferkette



Herkömmliche Lieferkette



Der RSPO hat einen Katalog umweltspezifischer und sozialer Kriterien erarbeitet, die Unternehmen als Voraussetzungen für die Herstellung von zertifiziertem, nachhaltigem Palmöl (CSPO) erfüllen müssen. Diese Kriterien helfen, negative Auswirkungen im Umfeld der

Produktionsorte zu verringern. Zudem bietet der RSPO Programme zur Kontrolle der Anwendung zertifizierter Materialien auf Palmbasis. In der Massenbilanz-Zertifizierung wird bestätigt, dass die Menge des eingehenden, zertifizierten Materials auf Palmbasis der ausgehenden

Menge entspricht. Eine Zertifizierung erfordert die sorgfältige Überwachung der Herstellungsprozesse. Clariant durchläuft diese Überwachung und dies wird von den Prüfern des RSPO nach Inspektion aller relevanten Produktionsstandorte der Clariant bestätigt.

2020

Bis 2020 beabsichtigt Clariant eine RSPO-Zertifizierung für segregierte (getrennte) Lieferketten von Rohstoffen auf Palmbasis für alle relevanten Standorte zu erreichen.

100 %

aller relevanten Clariant Standorte sind seit 2016 nach den Massenbilanz-Regeln von RSPO zertifiziert.

17 %

des globalen Palmöls ist nach dem RSPO Standard zertifiziert.

Anforderungen der Branche abgestimmt sind. Diese basieren auf den Grundsätzen von Responsible Care®, auf dem UN Global Compact, der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO, International Labour Organization) und auf nationalen Gesetzgebungen. Dank dieses auf Kooperation ausgelegten Programms liegt bei mehr als 60 % von Clariants Rohstoffeinkäufen eine Nachhaltigkeitsprüfung vor.

Palmöl und der Runde Tisch für Nachhaltiges Palmöl (RSPO)

Aus den leuchtend roten Kernen, die auf Plantagen geerntet werden, wird eine Substanz produziert, die zunehmend als erneuerbarer Rohstoff für vielfältige Anwendungen genutzt wird: Palmöl. Clariant verwendet kein Palmöl, sondern Derivate auf Basis von Palmkernöl, die vorwiegend für Körperpflege und Haushalt zum Einsatz kommen. Leider ist der Palmölanbau teilweise auch für Abholzung und negative Auswirkungen für die lokalen Gemeinschaften verantwortlich.

Daher forciert Clariant in Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden die nachhaltige Beschaffung von Palmölderivaten, um die negativen Umweltfolgen sowie nachteilige soziale Auswirkungen bei der Palmölproduktion zu reduzieren.

Transparenz ist die Grundlage für eine nachhaltigere Auswahl. Um dies sicherzustellen, hat Clariant ihr Ziel einer Zertifizierung durch den Roundtable on Sustainable Palmoil (RSPO) an allen Standorten erreicht, an denen Produkte aus Rohstoffen auf Palmbasis hergestellt werden (d. h. Clariants Körperpflege- und Home-Care-Produkte). Unter der RSPO-Massenbilanz-Zertifizierung entspricht die Menge an Palmkernöl in einem Produkt dem Äquivalent des Palmkernöls, welches in RSPO-zertifizierten Mühlen und Plantagen hergestellt wurde. Durch Produkte auf Basis von Palmölderivaten nach der Massenbilanz-Zertifizierung des RSPO bietet Clariant Kunden die Möglichkeit, sich auf einen Beitrag zur Herstellung zertifizierter Rohstoffe auf Palmbasis

zu berufen. Weitere Informationen zum RSPO und zu Palmöl mit Massenbilanz-Zertifizierung finden Sie auf Seite 51.

Kooperation in der Praxis: Nachhaltiges Palmöl und Rückverfolgbarkeit in Sabah (SPOTS)

Für Clariant hat sich Zusammenarbeit als effektives Mittel erwiesen, um die Lieferkette besser zurückverfolgen und umgestalten zu können. Zu diesem Zweck hat sich Clariant mit Wilmar International Ltd., The Global Amines Company, Wild Asia und L'Oréal zusammenschlossen und unterstützt malaysische Kleinbauern, die Palmöl produzieren, bei Fragen der Nachhaltigkeit, Zertifizierung, Rückverfolgbarkeit der Lieferkette und bei der Steigerung der Produktivität um 20 % bis 2020. Dieses Joint-Venture – bekannt unter der Bezeichnung Nachhaltiges Palmöl und Rückverfolgbarkeit in Sabah (SPOTS – Sustainable Palm Oil and Traceability in Sabah) – setzt Aktionspläne in Bezug auf die nachhaltige

»Die Massenbilanz-Zertifizierung unterstreicht unser Bekenntnis zu nachhaltiger Beschaffung erneuerbarer Rohstoffe.«

RALF ZERRER

Leiter Strategic Marketing, Geschäftseinheit Industrial & Consumer Specialties



Beschaffung von Palmöl und Derivaten auf Palmbasis um. Dies geschieht durch intensive Arbeit an der Transparenz der Lieferkette und die Unterstützung unabhängiger Kleinbetriebe mit dem Ziel, deren Einkommen zu steigern und die Lebensqualität sowie das Gemeinwohl nachhaltig zu verbessern. Davon profitieren alle Beteiligten: die Unternehmer, die Organisationen, die Kleinbetriebe sowie die Ökosysteme und Gemeinschaften der Palmölplantagen.

Together for Sustainability

Together for Sustainability (TfS) wurde 2011 von den Einkaufsleitern von sechs grossen multinationalen Chemieunternehmen ins Leben gerufen und ist inzwischen auf 19 Mitglieder angewachsen. Die Initiative TfS widmet sich der Entwicklung und Umsetzung eines globalen Programms zum Lieferantenengagement, mit dem Nachhaltigkeit in der Lieferkette in der Branche bewertet, überprüft und verbessert werden soll. Die TfS-Mitglieder nutzen zwei Instrumente zur Beurteilung des Nachhaltigkeitsmanagements ihrer Lieferanten. Dies sind zum einen TfS-Bewertungen durch EcoVadis und zum anderen TfS-Überprüfungen (Audits) mit Inspektionen vor Ort, durch genehmigte Prüfer. Die Ergebnisse werden dann mit Zustimmung des Lieferanten anonymisiert an alle Mitglieder weitergegeben. Dieses gemeinsame Vorgehen verbessert die Effizienz sowohl für Lieferanten als auch für die Mitgliedsunternehmen.

Seit Beginn der TfS-Initiative wurde die Nachhaltigkeitsleistung von 6 383 Liefe-

ranten auf Grundlage der EcoVadis-Bewertungen eingeschätzt und es wurden 724 TfS-Überprüfungen mit Hilfe des TfS-Audit-Programms umgesetzt. 2016 gab es 241 neue Prüfungen im Rahmen des TfS-Audit-Programms. Ausserdem erfolgten 1 773 neue Lieferantenbewertungen durch EcoVadis.

Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette geht weiter

Clariant möchte als Bindeglied zwischen Lieferanten und Kunden fungieren. Clariant versucht, komplexe Quellen nachzuvollziehen und zu kontrollieren, damit ein Höchstmass an Nachhaltigkeit und Qualität erreicht werden kann. Dies gilt für Lieferanten in unmittelbarer Nähe von Clariant ebenso wie für Lieferanten rund um den Globus. Damit Clariant erstklassige Ergebnisse erzielen kann, müssen auch die Lieferanten Erstklassiges leisten. Voraussetzung ist, dass sie über die nötigen Ressourcen und Kenntnisse verfügen. Gemeinsame Anstrengungen – wie SPOTS und TfS – haben sich bei der Handhabung dieses unverzichtbaren Bestandteils der Geschäftstätigkeit von Clariant als überaus erfolgreich erwiesen. Clariant hofft, künftig noch mehr Möglichkeiten nutzen zu können, um die Zusammenarbeit und die Transparenz zu verbessern – für mehr Nachhaltigkeit der Produkte und der Branche insgesamt.

25 000

Lieferanten weltweit beliefern Clariant mit Rohstoffen und Dienstleistungen.

> 60 %

der Rohstoffeinkäufe von Clariant sind nach Nachhaltigkeitskriterien überprüft worden.

6 383

Lieferanten wurden seit 2011 nach EcoVadis-Nachhaltigkeitskriterien bewertet.

724

Nachhaltigkeits-Überprüfungen haben seit 2011 durch das TfS-Audit-Programm stattgefunden.

Planet

Das Ziel von Clariant, die Umweltbelastung stetig zu senken, erreicht das Unternehmen durch Energieeffizienz, Optimierung der Betriebsabläufe und eine Verringerung der Emissionen durch Anpassungen bei der Technologie und Verhaltensänderungen. Zudem hilft Clariant bei der Entwicklung von innovativen Lösungen für die Abwasserbehandlung, um die wertvolle Ressource Wasser zu schützen und zu bewahren. Mit der Nutzung von nachwachsenden Rohstoffen für chemische Produkte beschreitet Clariant neue Wege bei der nachhaltigen Produktion.

Den Vorsatz, langfristig immer nachhaltiger zu werden, setzt Clariant nicht mit isolierten Lösungen, sondern mit einem ganzheitlichen Ansatz um – nur so lassen sich die hochgesteckten Umweltziele erreichen.

UMWELTZIELE 2025

(in % pro t produzierter Güter, bezogen auf 2013)



Verringerung des Energieverbrauchs



Verringerung der direkten CO₂-Emissionen



Verringerung der Emission von Treibhausgasen



Verringerung des Wasserverbrauchs



Verringerung des Abwasservolumens



Verringerung des Abfallaufkommens

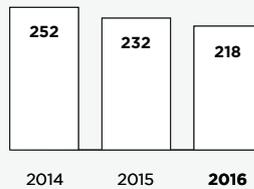
ENERGIEVERBRAUCH

2950

Mio. kWh Energie nutzte Clariant im Jahr 2016.

TREIBHAUSGASINTENSITÄT

in kg pro t hergestellter Güter, was -27% seit 2013 entspricht.



ABWASSER

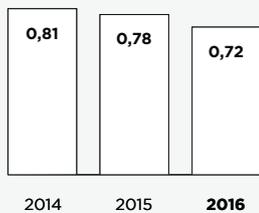


13

Mio. m³ Abwasser, einschliesslich Abwasser Dritter

ENERGIEINTENSITÄT

in MWh pro t hergestellter Güter, was -22% seit 2013 entspricht.



TREIBHAUSGASEMISSIONEN

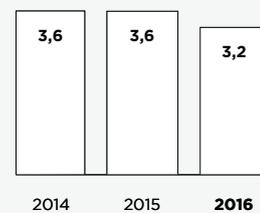


0,89

Mio. t direkte und indirekte Emissionen

ABWASSERINTENSITÄT

in m³ pro t hergestellter Güter, was -30% seit 2013 entspricht.



DIREKTE CO₂-EMISSIONEN



0,41

Mio. t von Heiz- und Brennstoffen

WASSERINTENSITÄT



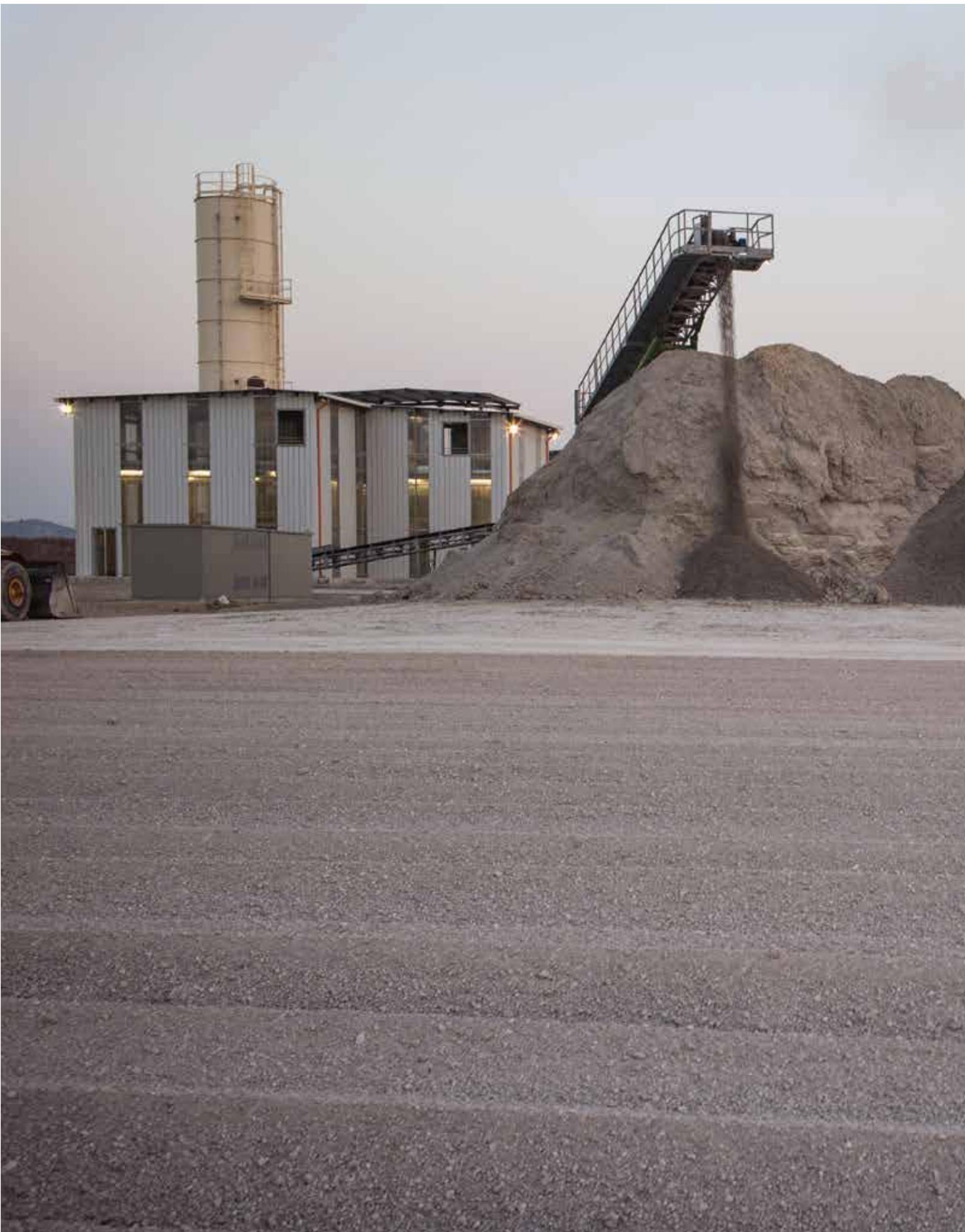
11,7

m³ Wasser pro t hergestellter Güter, was -28% seit 2013 entspricht.

ABFALL

147

tausend t gefährlicher und ungefährlicher Abfall





Im Wendekreis der Sonne

Verantwortlich mit der Erde umzugehen, wenn man ihr wertvolle Mineralien entnimmt: Für diese Vision kann man sich auch im trockensten Winkel Sardinien erwärmen. Dort geht man in einer Bentonit-Mine mit bestem Beispiel für umweltverträglich betriebenen Tagebau voran.

FOTOGRAFIE Jo Röttger **TEXT** Bertram Job

Die Hauptinsel Sardinien wird in etwa 20 landschaftliche Gebiete eingeteilt, und wenn es nach den 2,5 Millionen Touristen im Jahr ginge, wäre La Nurra am unteren Ende der Beliebtheitskala angesiedelt. Jenseits der kühnen, schwer zugänglichen Steilküste hat die trockene Hochebene im Nordwesten der zweitgrössten Mittelmeerinsel meist nur Buschwerk, Staub und hartnäckige Winde zu bieten. Über fünfzig Jahre, nachdem hier die Malaria ausgerottet wurde, finden sich bis heute kaum richtige Dörfer, geschweige denn nennenswerte Orte. Fünf Menschen teilen sich im Schnitt einen Quadratkilometer Fläche. Für Geologen und Mineralogen hingegen rangiert das Gebiet ganz weit oben. In seinem Kalk- und Schiefergestein sind Erdschichten aus dem frühen Tertiär verborgen, die für sie von grossem Interesse sind. Am Capo dell'Argentiera wurde bis 1963 Silber abgebaut, nachweislich seit den Zeiten der Römer. Und weiter im Landesinnern, bei s'Aliderru, fördern Bagger und Raupen Tag für Tag einen besonderen Schatz zutage: den weissen Bentonit. Das ist eine Tonerde, die bis zu 40 Meter tief – und seit zig Millionen Jahren – zwischen anderen Schichten liegt. Ihre grandiosen, aufsaugenden bzw. abbindenden Talente verdankt sie vor allem den geschichteten Mineralien des Bentonits, welches im Laufe von Jahrtausenden unter hohem Druck aus verdichteter Asche geformt wurde.

Weltweit gibt es 57 verschiedene Arten der kostbaren Tonerde, die weiterverarbeitet in ganz verschiedenen Branchen verwendet wird – zur Purifikation von Speiseölen und Treibstoffen, als Zusatz für Arzneimittel, bei der Papierherstellung, für Bohrungen etc. Für den sogenannten CA-Bentonit, der vornehmlich in Giessereien und bei der Pelettierung von Stahl benötigt wird, gilt dieses Areal als eines der besten weit über die Region hinaus. Das erklärt Francesco Loi jedem Besucher früher oder später vor Ort. »Hier ist das Rückgrat unserer Möglichkeiten in Europa«, sagt er mit unüberhörbarem Stolz im durchdringenden Bass.

Damit ist zum einen die geschäftsführende Società Sarda di Bentonite (SSB) gemeint, für die Loi, ein Mann jenseits der 50 mit kohlrabenschwarzen Haaren, als Operation Sites Manager tätig ist. Aber auch die

Clariant Unternehmensgruppe, die als Eigentümerin eine betont langfristige Nutzung der Vorkommen anstrebt. Eine ambitionierte Strategie, die sich nicht auf die Ausbeutung der Rohstoffe beschränkt; so ist es in den Leitlinien (»Our Mission«) ihrer Geschäftseinheit Functional Minerals eindeutig fixiert. »Wir betreiben Wertschöpfung durch Nachhaltigkeit und Innovation«, heisst es da.

Das sind Vorgaben, die Loi mit seiner Mannschaft nur zu gern und immer besser erfüllt. Jeden Februar, nach der Regenperiode, beginnen sie hier wieder, die kostbare Tonerde aus dem weitläufigen, wandernden Tagebau herauszubaggern. Bis in den November laden Sattelschlepper Fuhre um Fuhre an der angrenzenden Fabrik ab. Das ist eine offene Station aus Silobauten, Bürocontainern und einem gut ausgerüsteten Labor, in dem Alessandro, der Chemiker, Proben des Aushubs tagtäglich auf alle relevanten Parameter untersucht.

Lange Zeit hätten sich seine Leute weitgehend darauf beschränken können, im Silowerk ein paar Knöpfe zu drücken, sagt Loi. Das reichte aus, um den Bentonit mit Natriumcarbonat zu aktivieren und zur weiteren Verarbeitung in Santa Giusta vorzubereiten – dem Hauptwerk im Hafen bei Oristano, wo er getrocknet und nach Europa verschifft wird. Das hiess allerdings auch, ein Rohprodukt per LKW auf die 160 Kilometer weite Strecke zu bringen, das noch rund 40 % Wasser enthält – und am Zielort viel Öl und Energie aufzuwenden, um den zum weiteren Transport erforderlichen Anteil auf etwa 12 % zu reduzieren. Reichlich viele Emissionen, vom Truck bis zum rotierenden Trockner.

Inzwischen konnten der Site Manager und seine Ingenieure den Prozess entscheidend verbessern. Seither sind alle viel mehr draussen beschäftigt, wie Loi registriert hat. Denn rund um die Anlage liegt nun knöchelhoch ausgebreitet Tonerde in verschiedenen Farbtönen. Dies illustriert augenfällig, worum es hier geht: Ressourcen zu schonen, indem man Sonnenenergie zur Trocknung des Bentonit nutzt. So geht das Gestein mit deutlich weniger Flüssigkeitsanteil auf die Fahrt nach Santa Giusta, wo es schneller weiter getrocknet werden kann.

Unterm Strich macht das einige Tonnen weniger Gewicht pro Lkw aus und reduziert die Transportkos-



»Wir sollten auf diesem Land keinen Fussabdruck hinterlassen, denn es gehört uns nicht.«

FRANCESCO LOI

Operation Sites Manager, BU Functional Minerals

ten signifikant. Das bedeutet weniger Belastung für die Umwelt, weniger Kosten fürs Unternehmen – und spürbar mehr Effizienz. »Wir sind jetzt in der Lage, in kürzerer Zeit mehr Material zu produzieren«, bilanziert Loi. Das ist nicht der kleinste Vorteil im internationalen Wettbewerb, bei dem vieles um die vorausschauende Kalkulation der Nachfrage kreist.

Dieser Fortschritt ist ganz nach dem Geschmack des gebürtigen Insulaners, der wie so viele andere hier ein eingefleischter Patriot ist. Man braucht nicht lange um zu begreifen, dass dieser Flecken Erde für ihn der grossartigste von allen ist – und damit auch der schützenswerteste. Zudem passt dieser Durchbruch bestens in die Philosophie der florierenden Geschäftseinheit von Clariant, die stets beides will: Langfristigen Zugang zu Mineralstoffen durch nachhaltige Erschliessung und eine führende Rolle am globalen Markt. Ein Anspruch, der von 39 Minen auf drei Kontinenten und 1,9 Millionen Tonnen Bentonit-Förderung pro Jahr für Kunden in rund 130 Ländern unterstrichen wird.

Das Unternehmen hat erhebliche Mittel für die Umstellung des Trocknungsverfahrens zur Verfügung gestellt. Um Flächen für die Sontentrocknung zu gewinnen, wurden in s'Aliderru zusätzlich 18 Hektar Land gepachtet. Clariant garantierte den Kommunen, dass das Land später unbeschadet zurückgegeben wird. Überdies wurde weiter nördlich eine weitere Mine geschlossen; auf ihrem Areal kann jetzt zusätzlich Tonerde trocknen. Vertragsfirmen setzen ein respektvolles Erdreich-Management um: Jeder Kubikmeter ausgehobene Erde soll nach der Erschliessung genau dort wieder verfüllt werden, wo er entnommen wurde. Anschliessend wird die Oberfläche auf Kosten des Unternehmens rekultiviert und an die Bauern für die landwirtschaftliche Nutzung zurückgegeben.

Unter diesen Umständen kommt sich Francesco Loi manchmal wie ein Dirigent vor: Er muss den Takt vorgeben, in dem Böden geöffnet, Erdmassen zwi-



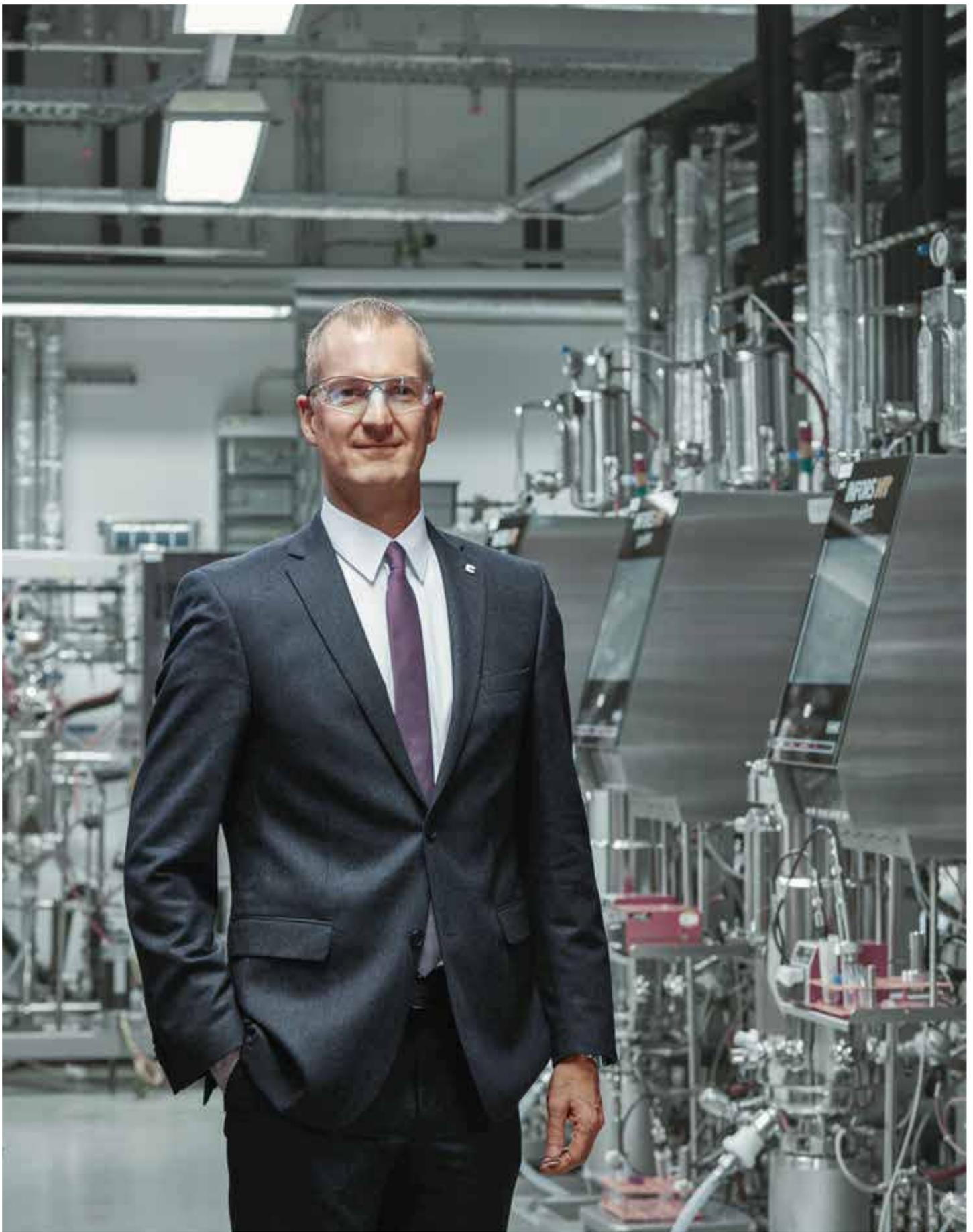


schengelagert und zu gegebener Zeit neu verfüllt werden. Die Landbesitzer, darunter viele Kleinbauern, profitieren von der Verpachtung, sie sichert ihre Existenz. Und für ihn selbst ist dieser Umgang mit den Ressourcen alternativlos: »Wir sollten auf diesem Land keinen Fussabdruck hinterlassen, denn es gehört uns nicht. Alles ist bloss geliehen. Wir müssen es irgendwann an unsere Kinder zurückgeben.«

Was damit angestossen worden ist, hat offenbar noch keinen Endpunkt erreicht. Längst halten Loi und seine Mitarbeiter einige der Flächen bei der Mine für Experimente frei. Dort versuchen sie, den Bentonit mit Hilfe der Sonne noch stärker zu trocknen, bevor er

nach Santa Giusta gebracht wird. Das ist eine echte Herausforderung; gerade der letzte Anteil Wasser ist aus der Tonerde nur sehr schwer herauszubekommen. Schon jetzt wird sie dazu bis zu sieben Mal ausgelegt, was einige Wochen in Anspruch nimmt.

Doch ist nicht Zähigkeit eben jene Eigenschaft, die man den Menschen auf dieser Insel mehr als jede andere nachsagt? »Wir glauben an unsere Idee«, sagt Loi. Das sei schon vor einigen Jahren so gewesen, als sie entwickelt wurde, im Austausch mit Ingenieuren und Entscheidern zwischen Sardinien, der Schweiz und Bayern, »und jetzt setzen wir sie Schritt für Schritt um.«



MARKUS RARBACH
Leiter Start-up Business Project Biofuels & Derivatives

Den Wandel anführen

Das Potenzial erneuerbarer Rohstoffe nutzen

Als führendes Unternehmen der chemischen Industrie im Bereich Nachhaltigkeit legt Clariant höchste Priorität auf verantwortungsvolle Beschaffung von erneuerbaren Rohstoffen, deren vermehrte Nutzung für Produkte sowie die Entwicklung und Herstellung von innovativen biobasierten Chemikalien und Biokraftstoffen.

Angetrieben durch den grossen Bedarf an effizienteren und nachhaltigeren Lösungen, haben viele Branchen weltweit begonnen, mit erneuerbaren Rohstoffen zu arbeiten, so auch Unternehmen der Chemiebranche. Auch Clariant setzt auf alternative Lösungen und ist längst zu einer Pionierin bei erneuerbaren Rohstoffen geworden. Das Interview mit Markus Rarbach, Leiter Start-up Business Project Biofuels & Derivatives, stellt Clariants innovatives, pflanzenbasiertes sunliquid®-Verfahren vor und geht der Frage nach, welche Gelegenheiten sich bei der Nutzung erneuerbarer Rohstoffe in einer sich wandelnden Welt noch eröffnen.

Wie würden Sie die zunehmende Bedeutung von erneuerbaren Rohstoffen in der Chemiebranche beschreiben?

MARKUS RARBACH Die Branche, und die Gesellschaft insgesamt, stehen vor der Herausforderung, das Wirtschaftswachstum und die Lebensqualität auf nachhaltige Weise in Einklang zu bringen. Wenngleich begrenzte fossile Rohstoffe derzeit einen grossen Teil der Ausgangsprodukte in der chemischen Industrie ausmachen und das in absehbarer Zukunft so bleiben wird, ist es für Chemieunternehmen wichtig, nach Alternativen zu suchen. Der Schlüssel sind nachhaltige Prozesse, die mit erneuerbaren

Rohstoffen arbeiten, um biobasierte Chemikalien und Kraftstoffe zu produzieren – ein Weg, den Clariant bereits beschreitet. Wir möchten wettbewerbsfähig und innovativ bleiben, während wir unseren CO₂-Fussabdruck möglichst reduzieren und dabei höchstmögliche Leistungen anbieten. Dafür werden wir unseren Kunden auch weiterhin nachhaltige biobasierte Lösungen anbieten.

Was sind die wichtigsten Themen, die Sie in Bezug auf erneuerbare Rohstoffe verfolgen?

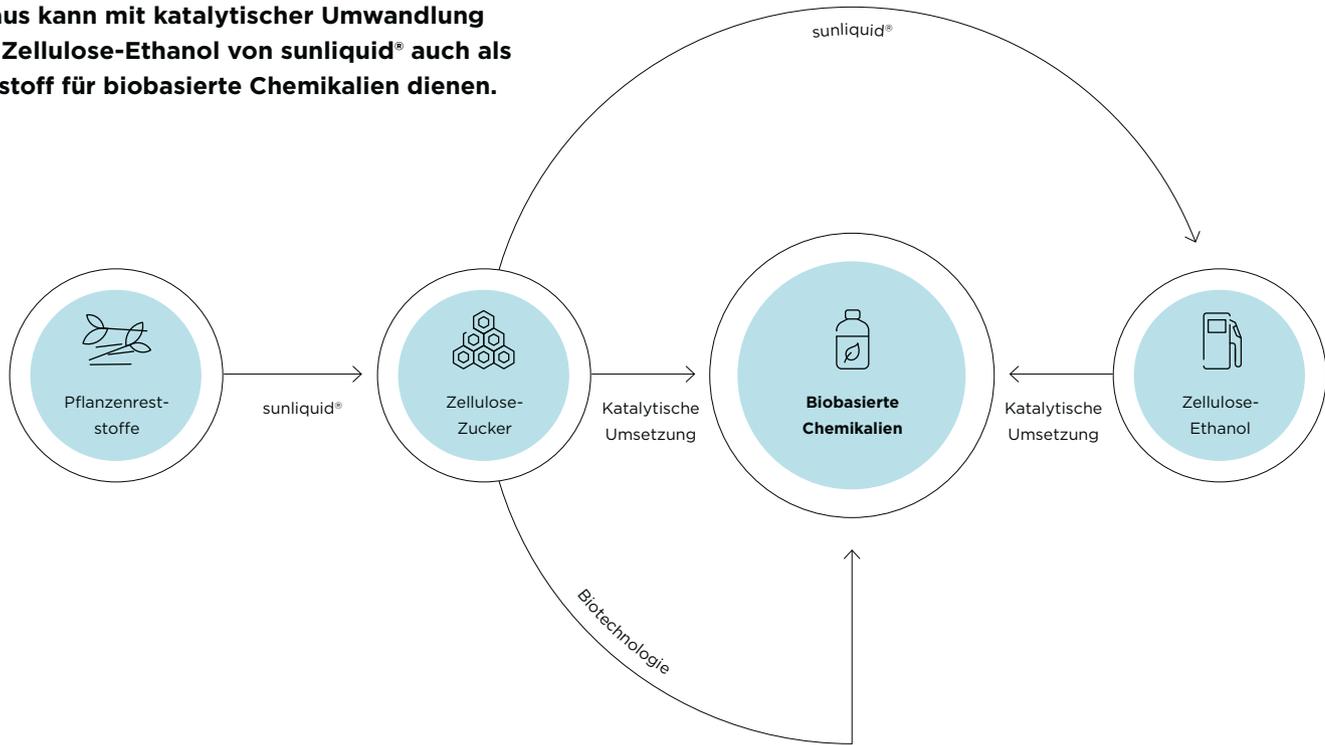
Bei Group Biotechnology konzentrieren wir uns auf die Entwicklung neuer Produkte und Prozesse auf Basis erneuerbarer Rohstoffe. Der Schwerpunkt meines Teams liegt darauf, Lignozellulose zu hochwertigen Produkten zu verarbeiten. Wir benutzen ausschliesslich Pflanzenreststoffe wie Weizenstroh oder Bagasse, also Zuckerrohr-Reststoffe, die nicht mit der Nahrungsmittelproduktion konkurrieren. Mithilfe biotechnologischer Verfahren wandeln wir diese Stoffe in Zucker um. In einem weiteren biotechnologischen Prozess verwerten Mikroorganismen den Zucker und es entstehen Alkohole oder Säuren. Unser Team entwickelt Prozesse und arbeitet mit Mikroorganismen, um derartige Produkte effizient und nachhaltig produzieren zu können.

Eine Partnerschaft für erneuerbare Rohstoffe

Clariant wurde 2016 Ankeraktionär und exklusiver globaler Vertriebspartner der südkoreanischen BioSpectrum, einem führenden Anbieter von natürlichen Aktivsubstanzen für Personal Care Produkte. Diese strategische Partnerschaft unterstützt Clariants Initiative, hochinnovative Aktivsubstanzen auf Basis erneuerbarer Rohstoffe einzusetzen.

Wirtschaftliches und nachhaltiges Zellulose-Ethanol

Über den Einsatz als nachhaltiger Biotreibstoff hinaus kann mit katalytischer Umwandlung das Zellulose-Ethanol von sunliquid® auch als Rohstoff für biobasierte Chemikalien dienen.



Kooperationen zeigen die breite Alltagstauglichkeit von sunliquid®

- Mit Mercedes-Benz und Haltermann wurde in einem Flottentest mit Serienfahrzeugen erfolgreich ein zukunftsfähiger Brennstoff getestet, sunliquid®20 – ein Gemisch, das 20% Zellulose-Ethanol enthält.
- Drei mit Ethanol betriebene Scania LKWs wurden in einer Produktionsanlage in São Paulo getestet.
- In einer Kooperation mit Werner & Mertz, dem Hersteller von Produkten der Marke Frosch, wurde Zellulose-Ethanol in Wasch- und Reinigungsmitteln angewendet. clariant.com/sunliquid

An welchen Projekten mit erneuerbaren Rohstoffen arbeiten Sie gerade?

Erneuerbare Rohstoffe zu verwenden, mag nicht neu sein. Der Ansatz, unverzehrbare Pflanzenmaterial für chemische Produkte zu verwenden, ist jedoch relativ neu und die Herausforderung besteht darin, Prozesse zu finden, die das Material ökonomisch und nachhaltig umwandeln. Das sunliquid®-Projekt hat das geschafft, wir können damit Weizenstroh oder andere Pflanzenreststoffe in Ethanol umwandeln, während wir im Vergleich zu fossilen Treibstoffen die Treibhausgasemission um 95% senken und Kosten minimieren. Das macht sunliquid® attraktiv für Kunden, die Alternativen zu stärke- oder glukosebasierten Produkten suchen. Wir können einen zu 100% zellulosebasierten, integrierten Prozess anbieten, mit dem sich hochwertiges Ethanol oder fermentierbare Zucker gewinnen lassen. sunliquid® ist zudem sehr ausgereift und wurde in unserer

Demonstrationsanlage in Straubing ausführlich getestet.

Wie beeinflusst das für sunliquid® verwendete Material die zur Herstellung von Ethanol benötigte Energie?

Die sunliquid® Technologie ist energieautark – darin liegt einer der größten Vorteile des Verfahrens. Mit dem Prozess lassen sich aus vier bis fünf Tonnen Stroh eine Tonne Ethanol herstellen. Lignozellulose, die Biomasse-Basis von sunliquid®, ist im Wesentlichen die stabilste Form eines Zuckerspeichers, die Mutter Natur kennt. Die Natur nutzt Zucker als Energiespeichereinheiten, und Lignozellulose besteht aus in langen Ketten gebundenen Zellulosezuckern. Indem diese Ketten aufgebrochen und die Zucker in Ethanol umgewandelt werden, werden sie zu einem flüssigen Energieträger, der über eine hohe Energiedichte verfügt, ohne dass im Prozess viel

»Clariant sieht erneuerbare Rohstoffe als eine Gelegenheit, Kundenbedürfnisse einen Schritt weiter zu bringen.«

MARKUS RARBACH

Leiter Start-up Business Project Biofuels & Derivatives

Energie verloren geht. Zudem entstehen währenddessen zwei weitere Nebenprodukte, die genügend Energie für den gesamten Prozess liefern.

In welcher Anwendung kommt Ethanol, das mit der sunliquid®-Technologie produziert wurde, zum Einsatz?

Die offensichtlichste Anwendung ist der Einsatz in Fahrzeugen – sunliquid®-Ethanol ist eine nachhaltige Energiequelle für flüssige Kraftstoffe. Biokraftstoffe leisten einen wichtigen Beitrag bei der CO₂-Reduktion beim Transport. Clariant setzt sunliquid® in eigenen LKWs ein. Den Anfang machte die Anlage in Suzano bei São Paulo. Im Rahmen einer Partnerschaft mit dem Fahrzeughersteller Scania erwarb Clariant Mitte 2015 drei LKWs, die jetzt Eco-Trucks heißen.

Nach ungefähr einem Jahr konnte Clariant – im Vergleich zu den bisher eingesetzten LKWs mit Dieselmotoren – eine 90-prozentige CO₂-Reduktion verzeichnen. In einem weiteren Schritt wurde für die Eco-Trucks ein Ethanol der zweiten Generation verwendet, welches mittels Clariants sunliquid® Technologie aus Rohrzuckerbagasse gewonnen wurde.

Dass sich mit sunliquid®-Ethanol die Nachhaltigkeit beim Transport auch ohne Veränderungen an der Fahrzeugflotte oder der Infrastruktur erreichen lässt, konnte ein Test mit Serienmodellen von Mercedes-Benz zeigen. Zudem kann Zellulose-Ethanol über katalytische Umwandlung als Rohstoff für biobasierte Chemikalien verwendet werden oder die im ersten Schritt produ-

zierten Zucker können auch für die Fermentation von anderen biobasierten Chemikalien und Bausteinen verwendet werden (vgl. Abbildung Seite 64).

Was gab die Inspiration, auf erneuerbare Rohstoffe zu setzen, und wie soll die Verwendung erneuerbarer Rohstoffe noch weiter vorangetrieben werden?

Ich denke, da gibt es viele Aspekte zu beachten. Nachhaltigkeit ist eine der strategischen Säulen von Clariant, und ein Aspekt davon ist die CO₂-Reduzierung durch zunehmende Verwendung von erneuerbaren Rohstoffen. Das ist nicht nur uns ein wichtiges Anliegen, sondern auch vielen Kunden. Generell geht es darum, Mehrwert für unsere Kunden zu generieren. Erneuerbare Rohstoffe spielen dabei eine wichtige Rolle. Indem wir deren Potenzial ausschöpfen, können wir vorhandenen Produkten einen Mehrwert verleihen und durch neue Anwendungen Wertschöpfung erzeugen. Dieser Mehrwert mag von Innovationen ausgehen, er fördert aber auch die Wettbewerbsfähigkeit, die Nachhaltigkeit und die Rohstoffsicherheit. Die Branche sucht nach Möglichkeiten, wie sie ihre Rohstoffbasis erweitern kann. Erneuerbare Rohstoffe sind im Gegensatz zu knappen fossilen Rohstoffen allgemein keinen starken Kurschwankungen unterworfen, und sie werden langfristig verfügbar sein. Clariant wird stets die Bedürfnisse der Kunden in den Mittelpunkt rücken – und während die biobasierte Industrie wächst, wird Clariant auch weiterhin Pionierin darin sein, nachhaltige, innovative Lösungen für die Kunden zu finden.

EcoTain®-Produkte auf Basis erneuerbarer Rohstoffe

Clariant verwendet für sunliquid® Lignozellulose. Einige weitere Produkte, die das EcoTain®-Label tragen, werden auf Basis von erneuerbaren Rohstoffen hergestellt:

Plantasens® Olive Squalane

Inhaltsstoff für die Körperpflege auf Basis nachwachsender Rohstoffe

- Ausnehmend samtetes Hautgefühl
- Auf Pflanzenbasis (zu 100 % aus Oliven gewonnen)
- Hitzebeständig

GlucoTain®

Tensid auf Basis nachwachsender Rohstoffe

- Pflanzenbasiertes, RSPO-zertifiziertes Palmöl (Runder Tisch für Nachhaltiges Palmöl, RSPO)
- 94 – 95 % RCI (Anteil Kohlenstoff aus erneuerbaren Quellen)
- Erfüllt den anerkannten COSMOS Standard

Chinacridon Pigmente

- Hochleistungspigment auf Basis (erneuerbarer) Bernsteinsäure
- Geringerer CO₂-Abdruck im Vergleich zu erdölbasierten Produkten
- Identische Produktspezifikation (Bio/petrochemische Bernsteinsäure)

Energieeffizienz, Emissionsziele und Optimierung

Kosten, Kultur und Technologie im Gleichgewicht

Durch die Nutzung umfassender Management-Tools und Programme, die Technologie, Daten und Verhaltensrichtlinien zusammenführen, erreicht Clariant Energieeffizienz, operative Optimierung sowie eine Reduzierung von Kohlendioxid- und Treibhausgasemissionen.

Energieeffizienz lässt sich sozusagen an der Schnittstelle von Technologie, Daten und Verhalten realisieren. Im operativen Bereich eingesetzte Technologie, digital erfasste Umweltindikatoren und menschliches Verhalten müssen zusammenkommen, damit Energieeinsparungen möglich werden. An genau dieser Schnittstelle möchte Clariant aktiv sein – insbesondere, um ehrgeizige Energieverbrauchs- und Emissionsziele zu erreichen: Zwischen 2013 und 2025 sollen der Energieverbrauch um 30 %, die Kohlendioxid (CO₂)-Emissionen um ebenfalls 30 % und die Treibhausgasemission pro Tonne produzierter Güter um 35 % gesenkt werden. Durch die Entwicklung innovativer, fortlaufender Programme für das Management von Energieverbrauch, Kosten, Optimierung und Schulung fördert Clariant Energieeffizienz auf eine Weise, welche die Nutzung von Ausrüstungen und Anlagen sowie die Energienutzungsgewohnheiten von Mitarbeitenden optimiert und – besonders wichtig – den Energieverbrauch und die Treibhausgasemissionen verringert.



Einsparungen durch eWATCH

Durch verschiedene Projekte unterschiedlichen Umfangs konnte der Energieverbrauch pro Kilogramm produzierter Güter im Vergleich zum Basisjahr 2013 bis Jahresende 2016 um insgesamt mehr als 20 % gesenkt werden. Die CO₂-Emissionen sanken im selben Zeitraum in etwa um 15 % und Treibhausgasemissionen um ca. 27 %. Allein durch eWATCH konnte Clariant im Jahr 2016 3,4 Mio. CHF einsparen.

eWATCH: Energiemanagement aus einer Hand

Energieeffizienz ist ein Balanceakt. Die Reduzierung schädlicher Umweltauswirkungen erfordert erstklassiges und problembewusstes Management, eine performanceorientierte Kultur und ein ständiges Auge auf die Kosten. Dies ist auch bei Clariant so: Leistungsstärke und Qualität im operativen Bereich sowie über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg sind entscheidend – ebenso wichtig ist aber auch Energieeffizienz, um die Kosten möglichst niedrig zu halten und Nachhaltigkeit zu gewährleisten. Um hier Ausgewogenheit zu erreichen, hat Clariant ein umfassendes Energieeffizienzprogramm entwickelt, das durch detaillierte Analyse des Energieverbrauchs Einsparpotenziale in allen Tätigkeitsbereichen von Clariant ermittelt. Dieses innovative und aufschlussreiche Programm mit der Bezeichnung eWATCH schärft das Bewusstsein der Mitarbeitenden in Bezug auf Energie, unterstützt bei der Erreichung von Energiemanagement-Zielen und optimiert die Energieeffizienz von maschinellen Prozessen.

eWATCH erfasst den Aufbau und die Verwendung von Ausrüstungen und Prozessen in den Clariant Anlagen sowie alle Formen der Energienutzung bei Clariant – Elektrizität, Heizung/Kühlung, Dampf, Erdgas, Stickstoff und Produktion von deionisiertem Wasser. Darüber hinaus analy-

siert das Tool Clariants Energieverbrauch und liefert Informationen zum Energiefluss, zu Preisen und zur Nutzungsoptimierung. Es ermittelt Gesamtverbrauchsmuster und Bedarfsdaten und wird zukünftig in zunehmendem Mass auch Aspekte wie Wartungsaktivitäten, Verfahrensumstellungen, Reinigung und Produktionsplanung einbeziehen. Darüber hinaus beinhaltet eWATCH eine Datenbank mit Schulungsinhalten. Sie verfügt über Informationen zu Best Practices, der Optimierung von Ausrüstungen oder Situationen, in denen Mitarbeitende nicht mit voller Leistung laufende Anlagen abschalten sollten. eWATCH ist also ein ganzheitliches System, das sowohl operative Abläufe steuert als auch Denkweisen positiv beeinflusst. Dies hilft letztlich beim effektiven Management des gesamten Spektrums der Energienutzung von Clariant.

Clariant Energy Intelligence Guide und Mitarbeitendeneinbindung

Ein Aspekt des Clariant-Energiemanagementkonzepts ist technologiebasiert – Computer erfassen umweltrelevante Daten, Energieverbrauch und Emissionen. Darüber hinaus hat eWATCH aber auch eine dynamische, verhaltensbezogene Komponente: den Clariant Energy Intelligence Guide (CEIG). CEIG ist eine Datenbank, die Informationen, Anleitungen, Best Practices, erfolgreiche Optimierungsprojekte, Kenn-

zahlen und Tools für mehr Energieeffizienz beinhaltet und dem Nutzer damit ermöglicht, den Umgang mit Energieressourcen systematisch zu optimieren. Jeder Mitarbeitende erhält spezifische Informationen zur intelligenten Energienutzung. Gleichzeitig erfasst Clariant ein aussagekräftiges Gesamtbild des Energieverbrauchs und beteiligt die Mitarbeitenden konstant am Verbesserungsprozess. CEIG ermöglicht ausreichend exakte und schnelle Berechnungen zu Faktoren wie Isolierung, Druckverlust, CO₂-Bilanzen oder Effizienz von Energieerzeugung am Standort. Darüber hinaus umfasst die Datenbank umfangreiches Schulungsmaterial zum Thema Energieeinsparung in der Praxis.

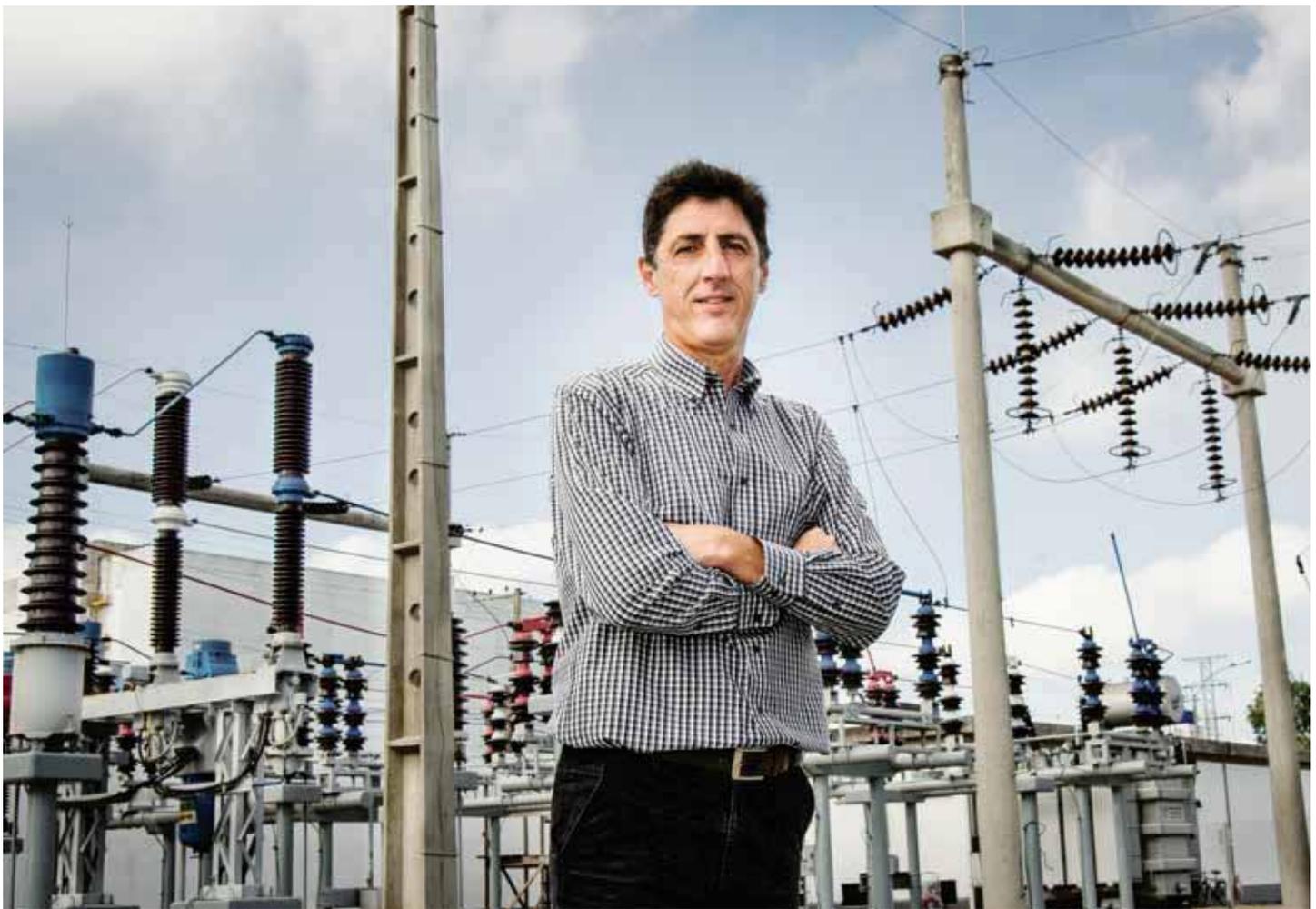
Um die Mitarbeitenden kontinuierlich aktiv zu beteiligen und energiesparende Verhaltensweisen zu fördern, fordert Clariant das Personal darüber hinaus auf, selbst Vorschläge für Verbesserungen von Produktionsprozessen zu machen. So hat etwa ein Team aus der Geschäftseinheit (BU) Pigments Verbesserungen bei der Herstellung von Pigmenten angeregt. Dies führte bei diesem speziellen Produktionsprozess zu einer Reduzierung der Abwassermenge um 50 %, der Gewässerbelastung um 20 %, des Verbrauchs an Dampfenergie um 40 % sowie des Strom- und Eisverbrauchs um 50 % pro Kilogramm Pigmente. Darüber hinaus konnte durch die vorgeschlagenen

721

kWh Energie pro hergestellte Tonne Güter benötigte Clariant 2016 (2015: 782 kWh/pro t).

50 000

kWh Energie konnten durch eWATCH 2016 eingespart werden.



JOSE LUIS ARRANZ

Leiter Site Management & Services, BU Industrial and Consumer Specialties (ICS), Suzano, Brasilien

eWATCH

Das Energieeffizienzprogramm von Clariant, mit welchem durch eingehende Analyse der Energieverbräuche im gesamten Unternehmen Einsparpotenziale identifiziert werden.

18

Mio. CHF jährlich wiederkehrende Einsparungen ermöglicht das eWATCH-Programm seit 2013.

3,4

Mio. CHF an Energiekosten konnten durch das eWATCH-Programm allein im Jahr 2016 eingespart werden.

Verbesserungen im Produktionsprozess die Chargenmenge verdoppelt werden. Dies zeigt, zu welchen positiven Ergebnissen Verhaltensänderungen von Mitarbeitenden in Bezug auf Energieeffizienz und Prozessoptimierung führen. Dessen ist sich auch Jose Luis Arranz bewusst, Leiter Site Management & Services am Standort Suzano, Brasilien: »Am Standort Suzano binden wir das gesamte Personal in Schulungsmassnahmen und Aktivitäten im Zusammenhang mit CEIG eWATCH ein. Wir ermutigen die Mitarbeitenden, Vorschläge für besseres Energiemanagement und mehr Effizienz zu machen. Wir schärfen das Bewusstsein dafür, dass sich geringerer Energieverbrauch direkt in Kosteneinsparungen und einer Reduzierung von CO₂- und Treibhausgasemissionen niederschlägt. Es ist wichtig, zu verstehen, dass erst die aktive Beteiligung der Mitarbeitenden in Verbindung mit Operational

Excellence das Entstehen einer starken Energieeffizienzkultur ermöglicht.«

Clariant Operational Excellence

Ein weiteres Element zur Verknüpfung von Technologie, Verhaltensweisen und umweltrelevanten Daten für die Verringerung von Energieverbrauch und Emissionen ist die Clariant Excellence (CLNX)-Initiative. CLNX umfasst vier Bereiche: Operational, Commercial, Innovation und People Excellence. Insbesondere Operational Excellence konzentriert sich auf die Schaffung von Mehrwert für Clariant und ihre Kunden durch Effizienzsteigerung. Dabei werden alle Schritte der Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen (z. B. Auftragseingang, Produktionsplanung, die Produktion selbst, Transport von Produkten zum Kunden) – sowie der gesamte Vertriebsprozess und die Aftersales-Kundenbetreuung –

»Vorschläge von Mitarbeitenden sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor beim Energiemanagement.«

JOSE LUIS ARRANZ

Leiter Site Management & Services, BU Industrial and Consumer Specialties (ICS), Suzano, Brasilien

beachtet. Als Ergänzung zu eWATCH bietet Operational Excellence ausserdem umfassende Schulungen, um sicherzustellen, dass alle Mitarbeitenden die Bedeutung der Aspekte Optimierung, Effizienz und Exzellenz verinnerlichen.

Produktionseffizienz und Optimierung: CPS YEE

Das Clariant Production System (CPS) führt die Initiativen des Operational Excellence-Programms weiter, indem es in allen BUs optimale Produktivität, Nachhaltigkeit und finanzielle Performance unterstützt. CPS arbeitet auf drei Ebenen – Management, Personalmanagement und operative Systeme. Produktionsprozesse werden unter den Gesichtspunkten Leistungssteigerung und Nachhaltigkeit standardisiert, vereinfacht und modernisiert. Durch die Adressierung dieser dynamischen Faktoren unterstützt CPS die Geschäftsziele von Clariant, stärkt Bewusstsein und Verhaltensweisen der Mitarbeitenden in Bezug auf mehr Effizienz und optimiert operative Systeme.

Clariant geht beim Thema Produktionseffizienz mit einem durchdachten, detaillierten und ganzheitlichen Konzept vor. CPS YEE (Clariant Production System Yield, Energy, Environment) basiert auf der

Tatsache, dass Kosten im Zusammenhang mit Erträgen (Rohstoffe), Energie und Umwelt in der Regel einen Grossteil der produktionsbezogenen Aufwendungen ausmachen. Das Tool dient der Steigerung von Erträgen, der Optimierung der Energieeffizienz und der Abfallreduzierung durch Analyse spezifischer Produktionsprozesse oder Produktionseinheiten. Auf diese Weise entsteht ein umfassendes Bild der Energieoptimierung. Mithilfe von CPS YEE realisierte Clariant Einsparungen von etwa 51 Mio. CHF zwischen 2013 und 2016.

Das ganze Bild beim Thema Effizienz erfassen

Vor dem Hintergrund seiner Umweltziele für 2025 setzt Clariant eWATCH, CLNX und CPS YEE ein, um Energieverbrauch und Emissionen zu reduzieren. In der Vergangenheit hat die Entwicklung und Implementierung dieser Programme für mehr Prozesseffizienz und gestiegenes Bewusstsein bei den Mitarbeitenden gesorgt. Das Benchmarking für Umweltindikatoren macht Fortschritte deutlich erkennbar, motiviert zu mehr Effizienz und hat sich bei Clariant als sehr erfolgreich erwiesen. Das Unternehmen wird auch weiterhin mit Strategien arbeiten, die diese Elemente beinhalten.

Auf Zukunftskurs

Alle deutschen Clariant Standorte sind nach ISO 50001 zertifiziert – ein internationaler Standard zur Schaffung effizienter Energiemanagementsysteme in Unternehmen. Clariant strebt an, zukünftig für weitere Standorte diese Zertifizierung zu erlangen. Darüber hinaus plant Clariant die Realisierung weiterer Projekte, die sich mit der Reduzierung von Energieverbrauch und Emissionen, dem Austausch veralteter Ausrüstungen und der Steigerung des Bewusstseins der Mitarbeitenden befassen.

Innovative Lösungen für die Wassernutzung

Ambitionierte Umweltziele

Nachhaltiges Wassermanagement ist ein umfassendes und komplexes Thema – ein Thema, bei dem Clariant mit Nachdruck vorgeht und auf zwei Ziele setzt: reduzierter Wasserverbrauch und weniger Abwassererzeugung. Clariant will durch Kooperations- und Innovationsinitiativen Lösungen für die effiziente Wassernutzung entwickeln, die für die weltweite Anwendung im industriellen Bereich geeignet sind.

Im Osten Spaniens, in Katalonien, liegt eine von antiker Historie und Modernität charakterisierte Stadt, in der Innovationsgeist blüht und gedeiht: Tarragona. Tarragona ist geprägt von Trockenheit, reich an Kultur und Mittelmeerstränden und beherbergt neben einer archäologischen Stätte – die zum Weltkulturerbe gehört – eine Ansiedlung von Chemieunternehmen, darunter Clariant. Clariant ist sich bewusst, dass die verantwortungsvolle Wassernutzung jetzt und in Zukunft ein wichtiges Umweltthema ist und hat sich daher einem Projekt zur Abwasserbehandlung angeschlossen, das 2016 unter dem Titel INSPIREWATER begründet wurde. Das Projekt hilft dabei, die ambitionierten Umweltziele – die Reduktion des Wasserverbrauchs um 35 % und des Abwassers um 40 % pro Tonne produzierter Güter zwischen 2013 und 2025 – zu erreichen. Mitten im Mikrokosmos der Chemieunternehmen, einem Gebiet mit begrenzten Wasserressourcen, ziehen bei INSPIREWATER, einem mit Fördergeldern der Europäischen Union (EU) finanzierten Projekt, elf Partner aus Industrie und Wissenschaft an einem Strang: Gemeinsam wollen sie am Clariant Standort Tarragona effiziente Lösungen zur Abwasserbehandlung erforschen, die auf innovativen Membrantechnologien basieren. Die elf Partner kommen aus acht Branchen, z. B. der Stahl-, Papier- und chemischen Industrie. Das Projekt

wird durch das Rahmenprogramm der EU für Forschung und Innovation, Horizon 2020, gefördert. Clariant bietet im Konsortium das »Versuchsgelände« für die innovativen Lösungen zur Abwasserbehandlung.

Lösungen für ein besseres Abwassermanagement

Wie die Gesellschaft ist auch Clariant von einer gesunden Umwelt und der langfristigen Verfügbarkeit von Ressourcen, wie Wasser, abhängig. Folglich ist Clariant bestrebt, den Frischwasserverbrauch zu reduzieren, da es in immer mehr Regionen zu Wasserknappheit kommt. In der Provinz und der Stadt Tarragona führen gesunkene Flusswassermengen für die Gemeinden und bei der industriellen Wassernutzung zu Problemen. So konzentriert sich Clariant auf fortschrittliche Technologien, die in neuen Kombinationen angewendet werden, um die Leistung zu steigern und optimale

Recycling-Bedingungen zu schaffen. Dies unterstützt Clariant nicht nur bei der Schaffung nachhaltiger Technologien, mithilfe derer die Umweltauswirkungen minimiert werden können, es begrenzt auch die Zunahme der Produktionskosten.

Jenseits des Mikrokosmos von Tarragona

Die einzelnen Technologien, die innerhalb des Projektes kombiniert werden, sind zwar nicht neu, ihre gemeinsame Nutzung ist aber dennoch innovativ, da sie hier Hand in Hand arbeiten und so die Effizienz der Prozesse bei der Abwasserbehandlung verbessern. Zusätzlich leistet die innovative Nutzung der Membran-Technologie einen wertvollen Beitrag zu Clariants ambitionierten Zielen bei der Abwasserreduktion.

Aufgrund dieser Umweltziele ist Clariant überzeugt, dass INSPIREWATER breiten Nutzen und vielfältige

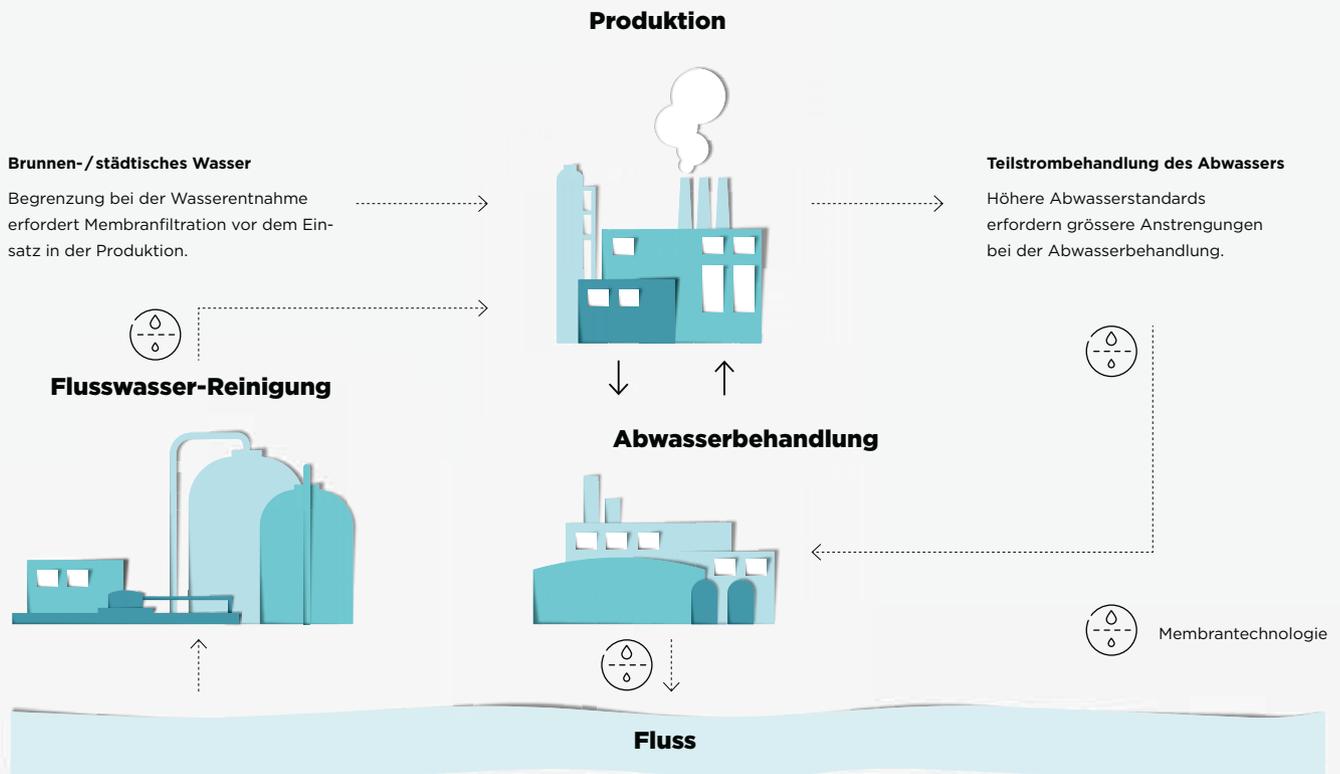
»Für Clariant ist jenes Abwasser das beste, das erst gar nicht anfällt.«

FRIEDHELM ZORN

Leiter Competence Center Environmental Technologies

Ein integriertes Konzept zur Wasserbehandlung

Durch den Einsatz eines Multimembran-Verfahrens kann Clariant hohe Kosten und Energiebedarf reduzieren.



INSPIREWATER ist eine öffentlich-private Partnerschaft (ÖPP) von Clariant und zehn anderen Partnern. In der Anlage von Clariant in Tarragona, die als Testgelände genutzt wird, setzt INSPIREWATER auf ein neues Vorgehen bei der Abwasserbehandlung. Durch Einsatz

eines Multimembran-Verfahrens, das Bewuchsschutz, Katalysatoren und Vorwärtsosmose mit standardmässigen Umkehrosmose-Techniken kombiniert, kann Clariant die hohen Kosten und den hohen Energiebedarf umgehen, welche bei der ausschliesslichen Anwendung

der Umkehrosmose anfallen würden. Im Gegensatz zur Umkehrosmose ist für die halbdurchlässige Membran, die bei der Vorwärtsosmose verwendet wird, kein hydraulischer Druck erforderlich. Dadurch können Kosten und Energieverbrauch gesenkt werden.

Anwendungsmöglichkeiten bietet. Es generiert nicht nur End-of-Pipe-Lösungen mit geringerem Energieverbrauch und Emissionen, sondern führt auch zum Aufbau einer Wissensbank für Anwendungen in früheren Stadien des Produktionsprozesses. So erhält Clariant vielleicht auch in anderen Regionen mit ergiebigerem Flusswasser z. B. die Möglichkeit, dieses Wasser als Produktionsmittel vorzubehandeln und das Abwasser innerhalb der Produktion zu recyceln. Auf diese Weise kann jeder

einzelne benötigte Wassertropfen mehrmals genutzt werden.

Ressourceneinsparungen und geringere Auswirkungen auf die Umwelt können letztlich einen Nachahmungseffekt unter den Chemieunternehmen in Tarragona auslösen, der sich immer weiter ausbreitet. INSPIREWATER hat überdies das Potenzial, eine regelrechte Flut an verbesserten Lösungen für eine nachhaltige Wassernutzung durch Unternehmen in aller Welt hervorzu- bringen – mit Clariant an vorderster Front.



Wasserverbrauch und Abwasser rückläufig

Über die letzten vier Jahre ist der Wasserverbrauch an den Produktionsstätten bei Clariant von 71 Mio. m³ auf 48 Mio. m³ und das Abwasseraufkommen von 20 Mio. m³ auf 13 Mio. m³ zurückgegangen.

Strategie und Wesentlichkeit

Clariant arbeitet mit Hingabe daran, qualitativ hochwertige, nachhaltige und innovative Produkte herzustellen. Der strategische Ansatz der Nachhaltigkeitsinitiativen von Clariant beruht daher stets auf den drei Nachhaltigkeitsdimensionen: Performance, People und Planet.

Die in den vorangegangenen Kapiteln dieses Berichts erörterten Programme basieren auf den wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen, die durch eine Materialitätsanalyse identifiziert wurden. Ein grosser Teil davon befasst sich mit der Entwicklung und nachhaltigen Herstellung von wettbewerbs- und zukunftsfähigen Produkten sowie den dafür notwendigen Prozessen. Der Faktor Mensch spielt dabei eine übergeordnete Rolle für den Erfolg des Unternehmens. Gemeinsam tragen alle Elemente dieser Nachhaltigkeitsstrategie dazu bei, Clariant als eines der führenden nachhaltigen Unternehmen der globalen chemischen Industrie zu positionieren.



»Um nachhaltige Wertschöpfung zu generieren, muss Clariant die Kundenbedürfnisse und die Branchentrends stets im Auge behalten.«

—
JOACHIM KRÜGER

Leiter Corporate Sustainability & Regulatory Affairs

Joachim Krüger, was bedeutet Nachhaltigkeitserfolg bei Clariant für Sie? Worin sehen Sie die wichtigsten Anzeichen für Fortschritte bei Ihrem Team und für Clariant als Ganzes?

JOACHIM KRÜGER Im Sinne der Förderung von Fortschritt und Innovation pflegt das Corporate Sustainability and Regulatory Affairs Team einen engen und regelmässigen Kontakt mit Mitarbeitenden im gesamten Unternehmen, um das Engagement für Nachhaltigkeit voranzubringen. Die Grundlage des Erfolgs sind ein starkes Interesse und die Sensibilisierung der Belegschaft sowie stringente Prozesse – wie das Portfolio Value Program, mit dessen Hilfe wir Clariants Produkte bezogen auf Nachhaltigkeitsaspekte analysieren.

Um auf dieser Basis nachhaltige Wertschöpfung zu generieren, muss Clariant die Kundenbedürfnisse und die Branchentrends stets im Auge behalten. Unsere Sustainability Dialog Veranstaltungen, die 2015 in Frankfurt und im November 2016 in Shanghai stattfanden, spielen dabei eine wichtige Rolle. Die bei diesen Events gewonnenen Einblicke erweitern unsere Erkenntnisse über Marktbedürfnisse, was letztlich die Entwicklung und Erweiterung der Nachhaltigkeitslösungen unterstützt, die wir den Kunden anbieten. So stieg beispielsweise im Jahr 2016 die Zahl der besonders nachhaltigen Produkte von Clariant, die für ihre herausragenden Nachhaltigkeitsleistungen mit dem

EcoTain®-Label ausgezeichnet wurden, innerhalb eines Jahres von 60 auf mehr als 140.

Wie entwickelt sich das Kundeninteresse zum Thema Nachhaltigkeit? Und gibt es die Bereitschaft, für bestimmte nachhaltige Lösungen mehr zu bezahlen?

Unsere Kunden fragen immer stärker nach Produkten, die exzellente Nachhaltigkeitseigenschaften aufweisen. Wir bekommen in diesem Zusammenhang sehr positive Rückmeldungen auf unser EcoTain®-Label als ein verlässliches und transparentes Tool, das die Kunden bei ihren eigenen Nachhaltigkeitszielen und bei der Marktdifferenzierung unterstützt.

Dennoch hält sich die Bereitschaft, für nachhaltige Produkte und Services auch mehr auszugeben, in Grenzen. Nachhaltige Innovationen müssen daher nicht nur mit den Benchmark-Lösungen mithalten können, sondern bestenfalls noch zusätzlichen Mehrwert bieten. Clariants biobasierte Pigmente etwa, ebenso wie zuckerbasierte Haushalts- und Körperpflegeprodukte, nachhaltige Additive und halogenfreie Flammschutzmittel verbinden Nachhaltigkeit und Geschäftsvorteile für den Kunden. Insgesamt betrachtet generieren unsere EcoTain®-Produkte höhere Margen als das durchschnittliche Produktportfolio. Das zeigt deutlich, dass sich Nachhaltigkeit und Geschäftserfolg sehr wohl vertragen.



Joachim Krüger
Leiter Corporate
Sustainability &
Regulatory Affairs

Sie haben über die Nachhaltigkeit der Lösungen gesprochen, die den Kunden angeboten werden. Wie sieht es mit der Nachhaltigkeit von Clariants eigenen Abläufen aus?

Als aufgeschlossenes Unternehmen, das auf transparente Art und Weise mit seinen Stakeholdern kommuniziert, setzt sich Clariant öffentlich Umweltziele und lässt sich auch an ihnen messen. Nachdem wir die Umweltziele, die wir uns im Jahr 2011 für 2020 gesetzt hatten, schon viel früher erfüllt haben, haben wir uns zu weiteren wichtigen Verbesserungen verpflichtet, die wir bis 2025, bezogen auf die produzierte Menge und das Basisjahr 2013, erreichen wollen. Während wir im Jahr 2016 auf dem Weg zu all diesen Zielen weiter vorangekommen sind, arbeitet ein unternehmensübergreifendes »2025 Target Team« gemeinsam am kontinuierlichen Fortschritt und der Steuerung der Investitionen, damit weitere Verbesserungsfelder identifiziert werden können.

Neben Umweltschutzthemen spielen auch Aspekte wie die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden im Zusammenhang mit der Nachhaltigkeit unserer betrieblichen Abläufe eine wichtige Rolle. Das AvoidingAccidents@Clariant-Programm hat seit dem Start im Jahr 2007 dazu beigetragen, dass Clariants Lost Time Accident Rate (LTAR) erheblich reduziert werden konnte. Die LTA-Rate, welche die Zahl der Betriebsunfälle mit mindestens einem Tag Ausfallzeit im Verhältnis zu 200 000 Arbeitsstunden widerspiegelt, sank von 0,92 im Jahr 2007 auf 0,19 in 2016.

Eine weitere wichtige Aufgabe ist die Definition zusätzlicher sozialer Ziele, die unsere Nachhaltigkeitsziele ergänzen, sowie die zunehmende Integration von Menschenrechtsaspekten in die Nachhaltigkeitsbeurteilung, um sicherzustellen, dass wir weiterhin einen umfassenden und ausgewogenen Ansatz bei der unternehmerischen Nachhaltigkeit verfolgen.

Wie beziehen Sie Ihre Lieferanten in Ihre Nachhaltigkeitsinitiativen ein?

Die komplexen Lieferketten von heute bergen im Bereich Nachhaltigkeit sowohl grosse Chancen als auch Risiken. Um mit anderen an diesen Risiken zu arbeiten, wirkt Clariant seit 2014 an der brancheneigenen Together for Sustainability (Tfs)-Initiative mit, bei welcher die Ergebnisse aus Lieferanten-Beurteilungen und -Audits von unabhängigen, zertifizierten Experten mit teilnehmenden Unternehmen gemeinsam genutzt werden. 2016 konnten wir dadurch zum ersten Mal mehr als die Hälfte der Lieferantenbasis mit Nachhaltigkeitsbeurteilungen abdecken. Wir werden die Folgenbewältigungs- und die Korrekturmassnahmenplanung künftig noch weiter ausdehnen.

Welche Themen werden Clariant im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit in den nächsten Jahren besonders beschäftigen?

Wir werden die Arbeit an Nachhaltigkeitsthemen auf der Ebene der Geschäftseinheiten weiterführen, einschliesslich detaillierter Nachhaltigkeits-Roadmaps. Auch werden wir weiter an den Zielen zu unserem Bekenntnis zur nachhaltigen Beschaffung von Rohstoffen auf Palmbasis arbeiten. Wir werden ausserdem schwermetallbasierte Pigmente in der Geschäftseinheit Masterbatches auslaufen lassen und Cr(VI)-Katalysatoren durch Innovationen ersetzen, an denen derzeit gearbeitet wird. Allgemein kann man sagen, dass eine Zusammenarbeit über unsere Unternehmensgrenzen hinweg immer wichtiger werden wird, um unsere ehrgeizigen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Best-Practice-Beispiele wie die SPOTS-Initiative können hier als zukunftsweisend betrachtet werden.

Strategischer Fokus auf Nachhaltigkeit

Als eines der weltweit führenden Unternehmen auf dem Gebiet der Spezialchemie schafft Clariant mithilfe innovativer und nachhaltiger Lösungen einen Mehrwert für Kunden aus den verschiedensten Branchen. Corporate Sustainability unterstützt den langfristigen Markterfolg. Das spiegelt sich im positiven Feedback durch Kunden und der grossen Akzeptanz des Nachhaltigkeitsangebots von Clariant wider. Darüber hinaus unterstreichen Nachhaltigkeitsprogramme die Rolle von Clariant als verantwortungsvolles Unternehmen, das sich dem Umweltschutz und sozialer Verantwortung verschrieben hat und positive Entwicklung vorantreibt.

Für Clariant umfasst das Nachhaltigkeitsmanagement umweltverträgliche, ethische, soziale und auf die Zukunft ausgerichtete Massnahmen, einen wohlüberlegten Umgang mit Rohstoffen und eine gerechte Behandlung von Kunden und Mitarbeitenden. Die voran-

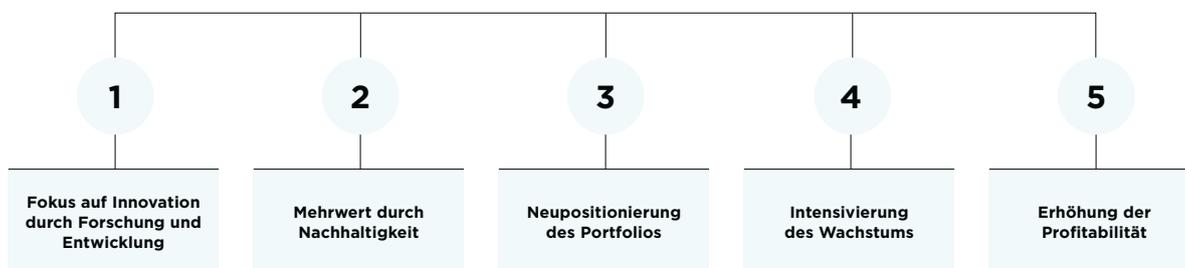
gegangenen Kapitel haben ausführlich wichtige Aspekte von Clarians Nachhaltigkeitsmanagement beschrieben. Dieser Abschnitt soll einen Überblick darüber geben, wie Clariant diese Themen strategisch behandelt.

Volle Einbindung in die Unternehmensstrategie

Um sicherzustellen, dass Nachhaltigkeit bei allem, was Clariant tut, eine Rolle spielt, wurde sie im August 2014 als eine der fünf Säulen in der Unternehmensstrategie verankert. Wie in den vorangegangenen Kapiteln deutlich wurde, fördert diese Verankerung Wachstum und Erfolg von Clariant durch deren Kopplung an soziale Verantwortung und ehrgeizige Umweltziele.

Im Jahr 2016 wurden die strategischen Säulen überarbeitet und angepasst. Gleich auf die Innovation, die als strategischer Ausgangspunkt betrachtet wird, folgt die Nachhaltigkeit. Sie ist der Wegweiser für eine

FÜNF-SÄULEN-STRATEGIE



Innovation Excellence · Commercial Excellence · Operational Excellence · People Excellence



MATERIALITÄTSMATRIX VON CLARIANT



zukunftsorientierte Wertschöpfung. Aufbauend auf diese ersten beiden Säulen folgen die Neupositionierung des Portfolios, die Intensivierung des Wachstums und die Steigerung der Profitabilität. Dadurch wird der Fokus auf Wertschöpfung für Aktionäre und andere Stakeholder betont. Clariants Geschäftseinheiten integrieren diese fünf Säulen dann in ihre jeweilige Strategie (siehe Seite 42 im Integrierten Bericht von Clariant).

Schwerpunkt auf wesentliche Themen

Um den Fokus gezielt auf Nachhaltigkeit zu richten, führt Clariant Bewertungen zur Wesentlichkeit (oder »Materialität«) von Nachhaltigkeitsaspekten durch. Diese Aspekte werden in der obenstehenden Materialitätsmatrix veranschaulicht.

Die Matrix zeigt die Nachhaltigkeitsbereiche, die für Clariant und ihre Interessengruppen (»Stakeholder«) die grösste Bedeutung haben. Sie ist das Ergebnis ausführlicher Stakeholder- und Trendanalysen, die von Clariant und externen Experten durchgeführt wurden. 2012 fand eine umfassende Wesentlichkeitsanalyse statt,

in die auch Marktanalysen und Stakeholder-Befragungen einfließen. Im Laufe des Jahres 2013 erstellte Clariant weitere Analysen und erfasste Daten, um die Matrix zu aktualisieren und eine Feinabstimmung vorzunehmen.

Clariants Sustainability Council, der zentrale, leitende Ausschuss für Nachhaltigkeitsthemen unter Vorsitz des CEO, nimmt eine Beurteilung der Ergebnisse vor und stellt fest, welche Nachhaltigkeitsaspekte und -bereiche derzeit besonders relevant sind – und im Hinblick auf aktuelle Projekte und Unternehmensziele von besonderer Bedeutung sind. Regionale Nachhaltigkeitsausschüsse sorgen dafür, dass die Nachhaltigkeitsstrategie in ihren Regionen richtig und konsequent umgesetzt wird. Clariants nächste umfassende Wesentlichkeitsanalyse ist für 2017 vorgesehen.

Offene Kommunikation zum Zweck der Nachhaltigkeit

Zusätzlich zu Befragungen und Besprechungen diskutiert Clariant seit 2015 alljährlich mit ihren Stakeholdern über Nachhaltigkeitsthemen. Der erste Nachhaltigkeitsdialog fand 2015 in Frankfurt statt. Im November 2016 folgte ein weiterer in Shanghai.

Die Veranstaltung in Shanghai zählte über 200 Besucher: Kunden, Händler, Lieferanten und Behörden kamen zusammen, um sich Präsentationen anzusehen, sich an Gruppendiskussionen zu beteiligen und bei Parallelveranstaltungen von Clariants Spezialisten und externen Experten mehr über die Herausforderungen und Errungenschaften der Nachhaltigkeitsbestrebungen in China zu erfahren. Die chinesische Regierung lenkt Kunden und Märkte mittlerweile in Richtung nachhaltigerer Lösungen, und Clariant zeigte ihre proaktive Unterstützung mithilfe von Produkten und Dienstleistungen, die mit den folgenden drei globalen Trends in Zusammenhang stehen: Umweltschutz, Globalisierung und Urbanisierung sowie Ressourcen und Energie.

Mitarbeitende und Prozesse

Clariant ist bestrebt, ein bevorzugter Arbeitgeber zu sein, um engagierte und starke Kandidaten zu gewinnen und langfristig zu binden, die sich für die Entwicklung eines leistungsstarken Unternehmens einsetzen. Die richtigen Mitarbeitenden zu gewinnen, sie schnell und effektiv einzuführen, einzugliedern und sie bei ihrer beruflichen Entwicklung zu unterstützen, ist von entscheidender Bedeutung für den Erfolg von Clariant. Es ist daher eine der Prioritäten von HR, den Ruf von Clariant als Arbeitgeber zu stärken und Talente und engagierte Mitarbeitende zu gewinnen, indem neue Arbeitsformen gefördert werden.

Clariant betrachtet auch die Vielfalt seiner Mitarbeitenden, die aus über 90 Ländern kommen, als einen wesentlichen Wettbewerbsvorteil im Markt. Diese Mitarbeitenden verfügen über vielfältige kulturelle Hintergründe und bringen unterschiedliche Fähigkeiten und Talente in das Unternehmen – die Basis für innovative und kreative Lösungen. Um ihr Bekenntnis für Vielfalt zu dokumentieren, hat Clariant die globale Clariant Employment Policy verabschiedet, eine interne Arbeitsplatzrichtlinie, welche die Förderung einer vielfältigen Belegschaft umfasst und darauf abzielt, die besten Kandidaten für offene Positionen zu finden.

Die Mitarbeiterprozesse von Clariant werden mit modernen digitalen Technologien verwaltet. Ein spezielles Augenmerk liegt auf Performance-Management-Prozessen, welche eine Schlüsselrolle im Mitarbeiterengagement und bei der Unterstützung des Wandels hin zu einer leistungsstarken Organisation spielen. Zusätzlich zeigen globale Befragungen zum Engagement der Mitarbeitenden, dass Clariant grossen Wert auf die Motivation und Einbeziehung ihrer Belegschaft legt. Zur zweiten Befragung dieser Art im Jahr 2016 wurden 15 803 Mitarbeitende in 26 Ländern (18 Sprachen) zur Teilnahme eingeladen (2014: 10 583 – 10 Länder).

Dies entspricht fast 90 % der weltweiten Clariant Belegschaft. Die Teilnahme stieg dabei deutlich an und erreichte in einigen Ländern sogar nahezu 100 %. Zukünftig möchte Clariant auch gewährleisten, dass das Unternehmen angemessen auf die sich wandelnden Arbeitsmärkte und die vielfältigen kulturellen Bedürfnisse einer immer stärker globalisierten Belegschaft eingehen kann (siehe Seite 44 in diesem Bericht und Seite 15 im Integrierten Bericht von Clariant).

Geschäftsethik und Compliance

Geschäftsethik und Compliance sind wesentliche Bereiche der Corporate Sustainability. Clariant hat sich dazu verpflichtet, Menschenrechte zu respektieren und zu unterstützen – nicht nur in den eigenen betrieblichen Aktivitäten, sondern auch in Geschäftsbeziehungen. Diese Verpflichtung wurde in der Grundsatzserklärung zu Menschenrechten festgehalten. 2007 wurde der Verhaltenskodex von Clariant eingeführt, der auf Clariants Website im Abschnitt »Corporate Governance« öffentlich zugänglich ist. Er beschäftigt sich mit verantwortungsvollen Verhaltensweisen, der Reputation des Unternehmens und der Minderung von Risiken für Aktionäre – er ist für alle Mitarbeitenden von Clariant Vorschrift. Um diese Selbstverpflichtungen wirksam umzusetzen und sicherzustellen, dass es weder wissentlich noch unwissentlich Menschenrechtsverletzungen zu verantworten hat, prüft, überwacht und managt das Unternehmen das Handeln in Bezug auf Menschenrechte – sowohl in den eigenen betrieblichen Abläufen als auch in den Lieferketten.

Die zehn Prinzipien der Compliance, die das Kernstück des Verhaltenskodex von Clariant darstellen, verpflichten sämtliche Mitarbeitenden dazu, Folgendes zu vermeiden: Interessenkonflikte, aktive oder passive Bestechung, Insiderhandel, Verstösse gegen das Kartellrecht, Geldwäsche, Bilanzbetrug, Offenlegung

vertraulicher Informationen und Missbrauch von Geschäftseigentum zu privaten Zwecken. Des Weiteren müssen Gefahren für die Umwelt, Diskriminierung und Belästigung verhindert werden. Clariant toleriert keinerlei Verstösse gegen den Verhaltenskodex. Alle Mitarbeitenden sind dazu aufgerufen, die Compliance-Abteilung über Verhaltensweisen in Kenntnis zu setzen, die gegen den Kodex verstossen. Ein wichtiger Kanal, um Verstösse gegen den Verhaltenskodex wie Diskriminierung oder Verletzungen der Menschenrechte zu melden, ist die »Clariant Integrity Line«. Auch alle Fragen rund um das Thema Compliance können mit diesem Tool global gebündelt werden. In enger Zusammenarbeit mit dem Compliance-Team kümmert sich eine globale HR Case-Manager-Organisation innerhalb Human Resources um fundierte Anliegen.

Produktsicherheit, -nachhaltigkeit und -innovation als Basis für neue Lösungen

Für ein Spezialchemie-Unternehmen sind Produktsicherheit zum Schutz von Gesundheit und Umwelt von entscheidender Bedeutung. Die Product Stewardship-Organisation von Clariant gewährleistet die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften für die Produkte des Unternehmens in den Märkten, in denen das Unternehmen tätig ist, sowie die Kommunikation mit den Kunden über die sichere Nutzung und das Management unserer Produkte (siehe Seite 32). Neben der Produktsicherheit ist auch die Prüfung der Nachhaltigkeit ein Schritt, der bei Clariant für alle grösseren Forschungs- und Entwicklungsprojekte vorgeschrieben ist. Das Portfolio Value Program (PVP) untersucht systematisch das Produktportfolio auf Stärken und Schwächen in Bezug auf Nachhaltigkeit – und berücksichtigt dabei den gesamten Lebenszyklus (siehe Seite 27). Mit dem Portfolio Value Program setzt das Unternehmen einen ehrgeizigen

Standard und liefert einen Ansatz für die Steuerung seines Produktportfolios hin zu innovativeren und nachhaltigeren Lösungen.

Um spezielle Aufmerksamkeit auf die Nachhaltigkeit der angebotenen Produkte zu richten, hat Clariant das unternehmenseigene EcoTain®-Label eingeführt. Dieses Label kennzeichnet klar definierte, herausragende Nachhaltigkeitsleistung von Produkten. Die über 140 EcoTain®-Produkte, die zum Jahresende 2016 von allen Geschäftseinheiten angeboten wurden, und Beispiele dafür finden Sie sowohl in diesem Bericht (siehe Seite 27) als auch im Integrierten Bericht 2016 (siehe Seite 30).

Umweltverträgliche und sichere Produktion

Die nachhaltige Nutzung erneuerbarer Ressourcen gewinnt in der chemischen Industrie zunehmend an Bedeutung, weil dadurch wertvolle Ressourcen geschont sowie Energieverbrauch, Emissionen und Abfall verringert werden können. Auch Kunden und Verbraucher

verlangen immer häufiger Lösungen, die auf erneuerbaren Materialien basieren. Clariant setzt auf eine Steigerung der Verwendung erneuerbarer Rohstoffe, sofern dies möglich und angemessen ist. Ausserdem werden innovative, biobasierte Chemikalien und Biokraftstoffe entwickelt und produziert (siehe Seite 62).

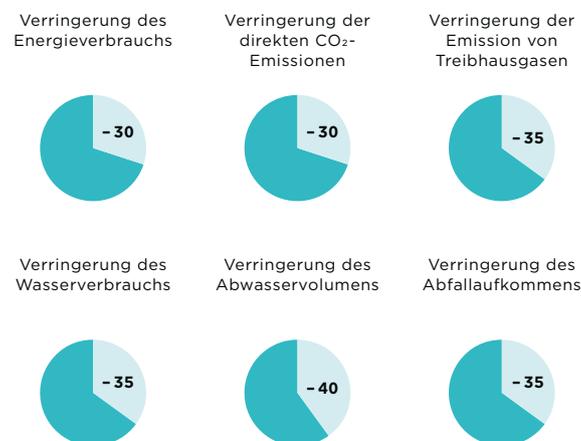
Um die Umweltauswirkungen des Geschäftsbetriebs zu mindern, möchte Clariant im Vergleich zum Jahr 2013 in sechs wichtigen Bereichen wesentliche Verbesserungen im Verhältnis zur produzierten Menge erzielen. Dies wird aus der Grafik »Umweltziele 2025« ersichtlich.

Im Vergleich zum Vorjahr konnten 2016 in allen der sechs Umweltindikatoren Fortschritte auf dem Weg zu den Zielen für 2025 verzeichnet werden (siehe Seite 54). Diese Fortschritte werden durch Clariants umfassende Analysen und ständige Verbesserungen untermauert. Das YEE-Programm (Yield, Energy, Environment) trägt dazu bei, Bereiche mit Verbesserungspotenzial im Produktionssystem zu erkennen. Es legt Massnahmen fest und bringt ökologische und finanzielle Vorteile mit sich. Clariants eWATCH-Programm für Energieeffizienz und die Teilnahme an INSPIREWATER (einer öffentlich-privaten Partnerschaft der EU zur innovativen Abwasserbehandlung) als Vertreter der chemischen Industrie sind weitere Bestandteile des ganzheitlichen Unternehmensansatzes (siehe Seite 70).

Gesundheit und Sicherheit stellen für Clariant ebenfalls übergeordnete Ziele dar. Die Vorgabe des Unternehmens ist es, stets null Unfälle anzustreben. Die Unternehmensstrategie für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz konzentriert sich darum auf Prävention, Schulungen, Anreize und einen offenen Dialog und wird vom globalen Programm AvoidingAccidents@Clariant unterstützt (siehe Seite 47).

UMWELTZIELE 2025

(in % pro t produzierter Güter, bezogen auf 2013)



Nachhaltigkeit in der Lieferkette

In einer immer globaleren Wertschöpfungskette ist es nicht leicht, Kosteneffizienz, hohe Produktqualität, Umweltstandards, soziale Standards und Liefersicherheit in Einklang zu bringen. Da die Lieferanten einen wichtigen Teil des Netzwerks darstellen, erwartet Clariant, dass sie sich ethischen und nachhaltigen Geschäftspraktiken verpflichten. Diese Erwartung ist im Verhaltenskodex für Lieferanten niedergeschrieben, welcher auf der Unternehmenswebsite heruntergeladen werden kann und den Lieferanten ausgehändigt wird. Clariant erwartet von Lieferanten und Geschäftspartnern, dass diese die gleichen hohen Standards in Bezug auf Menschenrechte verfolgen wie Clariant selbst. Unser Verhaltenskodex für Lieferanten erklärt unmissverständlich, dass wir in unseren Betrieben und Lieferketten keinerlei Kinder- oder Zwangsarbeit tolerieren und dass die Rechte unserer Mitarbeitenden und der Mitarbeitenden entlang der Lieferkette zu schützen sind – Versammlungsfreiheit, Arbeitsbedingungen und das Verbot von Diskriminierung eingeschlossen.

Darüber hinaus haben Clariants Group Procurement Services eine Nachhaltigkeits-Roadmap für das Jahr 2017 erarbeitet. Diese beinhaltet Ziele wie etwa die Erstellung von 100 Scorecards zur Beurteilung neuer Lieferanten und die Verbesserung des Ergebnisses bei erneuter Bewertung von über drei Vierteln der Lieferanten im Rahmen der Initiative »Together for Sustainability« (TfS). TfS ermöglicht Clariant, in Zusammenarbeit mit anderen Chemieunternehmen die Nachhaltigkeit von Lieferanten an einer Reihe von Kriterien zu messen, die auf die Anforderungen der chemischen Industrie abgestimmt wurden (siehe Seite 50). Dank TfS gelang es Clariant, bis zum Jahresende 2016 Nachhaltigkeitsbewertungen für über 60 % seiner Rohstoff-Lieferbasis (nach Ausgabenvolumen) anzufertigen.

Anerkennung

2016 erhielt Clariant für seine Nachhaltigkeitsprogramme und -leistungen verschiedene Auszeichnungen. Diese beinhalteten Responsible Care®-Awards in den USA, Brasilien, Chile und Venezuela sowie die Clean Industry-Zertifizierung zweier Standorte in Mexiko. Eine Auszeichnung von besonderer Bedeutung war die wiederholte Aufnahme in den europäischen und den weltweiten Dow Jones Nachhaltigkeitsindex, wobei die bestmögliche Punktzahl von 100 in den Kategorien Innovationsmanagement, Umweltberichterstattung und betriebliche Umwelteffizienz erreicht wurde. Analytiker von RobecoSAM bestätigten, dass sich Clariant in den obersten 3 % der weltweiten Chemieunternehmen befindet, was die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Dimensionen der Nachhaltigkeit betrifft. Für diese Leistung wurde Clariant mit dem RobecoSAM Sustainability Silver Class Award 2017 ausgezeichnet. Darüber hinaus wird Clariant auch in anderen Nachhaltigkeitsverzeichnissen aufgeführt, wie etwa im FTSE4Good, Vigeo Europe 120 Index und im SXI Switzerland Sustainability 25 Index. Analysten wie Sustainalytics und IMUG/eiris sehen das Unternehmen als führend auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit an.

MEMBER OF
Dow Jones
Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM



Daten zur Nachhaltigkeit

Um allen Stakeholdern transparente und vergleichbare Nachhaltigkeitsinformation zu bieten, berichtet Clariant seit 2007 detailliert über ihre Nachhaltigkeitsleistung nach dem Rahmen von GRI (Global Reporting Initiative) für Nachhaltigkeitsberichterstattung, seit 2014 nach der GRI-G4-Version der GRI-Richtlinien.

GRI ist eine internationale unabhängige Organisation, die Unternehmen, Regierungen und anderen Organisationen hilft, die Auswirkungen des Geschäfts auf kritische Nachhaltigkeitsfragen zu verstehen und zu kommunizieren (siehe www.globalreporting.org).

PwC hat eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit zu den quantitativen Nachhaltigkeitsindikatoren 2016 im Online-Bericht sowie zum Führungs- und Berichterstattungsprozess für die Erhebung und Konsolidierung der Daten zur Nachhaltigkeit durchgeführt.



[reports.clariant.com/
2016/sustainability-report/gri](http://reports.clariant.com/2016/sustainability-report/gri)

Impressum

Herausgeber

Clariant International AG, Muttenz

Kontakt

Group Communications

Daniel Kaufmann

Tel. + 41 61 469 54 79

Investor Relations

Anja Pomrehn

Tel. + 41 61 469 67 45

Anfragen per E-Mail an

sustainability@clariant.com

Website

www.clariant.com

Bestelladresse

Bestellungen sind über die Website von Clariant

www.clariant.com möglich

oder schriftlich an die folgende Adresse zu richten:

Clariant International AG

Investor Relations

Rothausstrasse 61

4132 Muttenz

Schweiz

* Von Clariant in zahlreichen Ländern geschützte Produkt- und Servicemarken

™ Von Clariant in zahlreichen Ländern lizenzierte Produkt- und Servicemarken

© 2017 Clariant International AG, Rothausstrasse 61, 4132 Muttenz, Switzerland

Redaktion und Beratung Nachhaltigkeitsberichterstattung

Sustainserv, Zürich und Boston

Gestaltung, Grafik und Layout

Kammann Rossi GmbH, Köln

Mutabor Design GmbH, Hamburg

Bildnachweis

Rui Camilo Photography: S. 52

HG Esch Photography: S. 25

Fernando Gardinali: S. 44, 45, 68

Ivgenia Moebus Photography: S. 25

Jo Röttger: S. 1, 5 – 11, 14 – 22, 38 – 43, 56 – 61

Scanderbeg Sauer Photography: S. 2, 62, 73

Druck

Neidhart + Schön, Zürich

Hinweis für zukunftsgerichtete Aussagen

Dieser Bericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf aktuellen Erwartungen und Prognosen der Konzernleitung basieren.

Solche Aussagen unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Unsicherheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse und Leistungen der Clariant International AG von denjenigen abweichen, die in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit genannt bzw. von ihnen projiziert werden. Die Informationen in diesem Bericht werden von der Clariant International AG bereitgestellt und entsprechen dem Stand zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts.

Disclaimer

Die Clariant International AG publiziert Nachhaltigkeitsberichte in englischer und deutscher Sprache. Die englische Fassung ist verbindlich.



ClimatePartner[®]

klimaneutral

Druck | ID 53232-1702-1017



Wandel beginnt mit uns.

CLARIANT INTERNATIONAL LTD
Rothausstrasse 61
4132 Muttenz
Schweiz
© Clariant International Ltd, 2017