

one

DAS CWS MITARBEITERMAGAZIN
02/2020



auf ein wort

Vielfalt beginnt mit offenen Ohren

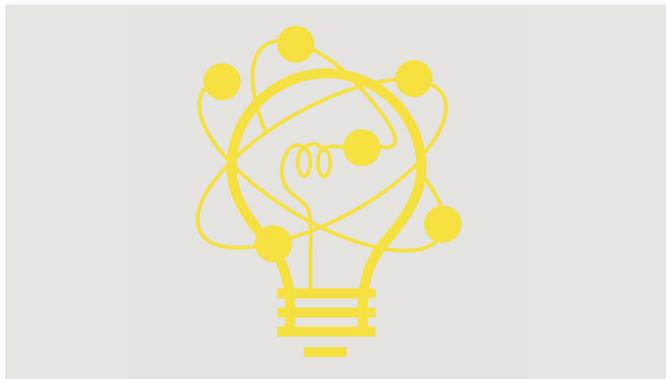
CWS



hidden champions

Unsere Held*innen in Zeiten von Corona

Seite 10



inhouse

„Immer wieder Stoff“

Seite 14

vor ort

Vor Ort in Europa

Seite 3

auf ein wort

Vielfalt beginnt mit offenen Ohren

Seite 5

einblick

Hygiene im Nanobereich - profi-con ergänzt CWS-Familie

Seite 7

showroom

Das smarte Hygienepaket CWS Smart- Wash Plus

Seite 8

gemeinsam erfolgreich

Arbeitsunfälle: Das Ziel ist die Null

Seite 9

hidden champions

„CWS ist in der Krise zusammen- gewachsen“

Seite 12

Hi,

Auch vor Corona war CWS schon Profi in Sachen Hygiene. Und doch hat die Pandemie auch für uns alles verändert. Wir haben unser Angebot aktualisiert, unsere Zusammenarbeit neu organisiert und uns an die neue Situation angepasst. Viele unserer administrativen Kolleg*innen arbeiten noch immer schwerpunktmäßig von zuhause, Gemeinschaftsräume sind nur unter strengen Hygieneregeln nutzbar. Daher haben wir uns entschieden, unser Mitarbeitermagazin „one“ auf ein digitales Magazin umzustellen. Nun können Mitarbeiter*innen von überall auf das Magazin zugreifen. Und auch Kund*innen erhalten so einen tieferen Einblick in den Arbeitsalltag ihres Systemanbieters.

CWS stärkt nun einen weiteren Aspekt seiner unternehmerischen Verantwortung: Diversity. In dieser Ausgabe erklärt CEO Jürgen Höfling im Interview, warum sich Vielfalt und Kooperation gleich doppelt lohnen. In der Rubrik „hidden champions“ lesen Sie, wie die CWS Familie weiter zusammengewachsen ist. Welche Rolle eine enge gruppenweite Zusammenarbeit dabei spielte und wie man ein europaweit agierendes Unternehmen durch eine Pandemie manövriert, berichtet Steffen Langner, Head of Continuous Improvement und Leiter der Corona Taskforce bei CWS, im Interview in „auf ein wort“. In der Rubrik „showroom“ lesen Sie mehr zu CWS' digitalem Hygienepaket, dem CWS SmartWash Plus. Das Paket kombiniert den bekannten CWS SmartWash mit einem digitalen Spiegel, der die Waschaumnutzenden mit einer Animation dazu aufruft, sich die Hände zu waschen. Unter „vor ort“ können Sie herausfinden, welche weiteren Projekte die CWS Gruppe bisher im Jahr 2020 aufgesetzt bzw. weiterentwickelt hat.

Alle News Manager wünschen Ihnen nun viel Spaß beim Lesen der neuen „one“!

Ihr Redaktionsteam

Sie haben Fragen, Anregungen oder Feedback? Senden Sie uns eine E-Mail an corp-communications@cws.com



Lea Fielstette
Manager Corporate
Communications



Dr. Maren Otte
Group Director
Corporate Communications
& Responsibility

Vor Ort in Europa



Ja, die Größe spielt eine Rolle: CWS bringt kontaktlose Anprobe-Lösung auf den Markt

Wäre es nicht großartig, wenn Kund*innen die Möglichkeit hätten, auch online die richtige Größe für ihre Arbeitskleidung zu ermitteln? Das ist nicht möglich? Doch, ist es! CWS arbeitet an einem neuen Online-Tool, das den Kund*innen hilft, die genaue Kleidungsgröße zu finden, die ihnen passt. Das Tool ergänzt die physische Anprobe und ermöglicht es CWS, online die richtige Kleidungsgröße für jede*n Träger*in zu empfehlen.

Gerade in der heutigen Zeit oder bei vorübergehender Abwesenheit können Online-Anproben schnell, einfach und natürlich unter Einhaltung der Datenschutzbestimmungen durchgeführt werden. Die Daten der Kund*innen bleiben vertraulich und werden nur im Rahmen des sicheren Online-Tools verwendet.

Und so funktioniert es:

- CWS sendet einen Weblink an Kund*innen.
- Die betreffende Person beantwortet ein paar kurze Fragen zu Alter, Größe und Gewicht.
- Die gesammelten Informationen werden dann zur Berechnung der empfohlenen Kleidergröße für einzelne Kund*innen verwendet.

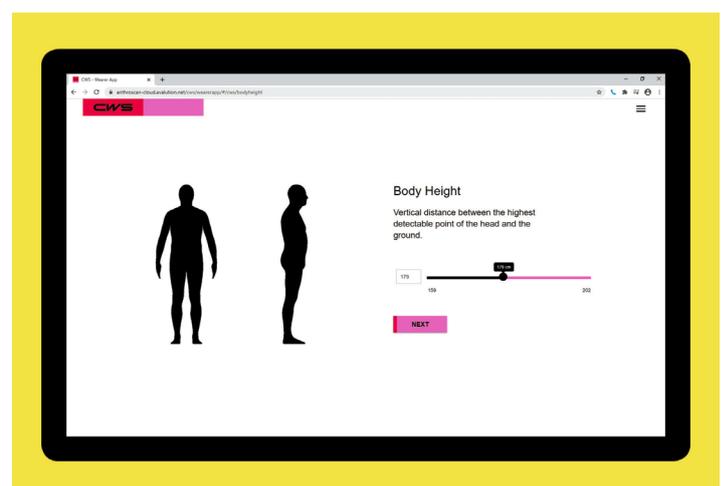
Auf diese Weise hilft das neue Online-Tool CWS, einen ergänzenden Online-Dienst zur physischen Anprobe anzubieten, der sich als nützlich erweist, wenn Kund*innen nicht an einer Offline-Anprobe mit CWS-Vertriebsmitarbeiter*innen teilnehmen konnten. Die Idee dahinter ist es,

Kund*innen bei der Auswahl ihrer Arbeitskleidung die Gewissheit zu geben, dass sie auch online die richtige Größe erhalten und sich daher keine Sorgen über mögliche Rückgaben machen müssen. Ein weiteres Plus: Das Tool ist rund um die Uhr verfügbar, und Größenempfehlungen werden sofort angeboten, wodurch Kleidungsstücke schneller bestellt werden können.

Perfekte Lösung in Zeiten von Covid-19

Julie Nauwelaerts, International Innovation Manager bei CWS, erläutert einen weiteren hilfreichen Aspekt. „Gerade in Zeiten von Covid-19 und Abstandsgeboten ist es äußerst wichtig, unseren Kund*innen eine kontaktlose und hygienische Lösung zu bieten, die es ihnen ermöglicht, ihre Mitarbeiter*innen weiterhin sicher mit Arbeitskleidung zu versorgen. Die Träger*innen sparen Zeit, müssen ihre Größe nicht schätzen oder Kleidungsstücke von Kolleg*innen anprobieren – unser Tool ist die Antwort auf neue und berechnete Anforderungen, die die globale Pandemie mit sich gebracht hat.“

Die Einführung des neuen Tools begann im April, zunächst in den Benelux-Ländern, auf die ein Pilotprojekt in Deutschland und der Schweiz folgen wird. Danach ist die Einführung in allen anderen Gebieten und Regionen geplant.





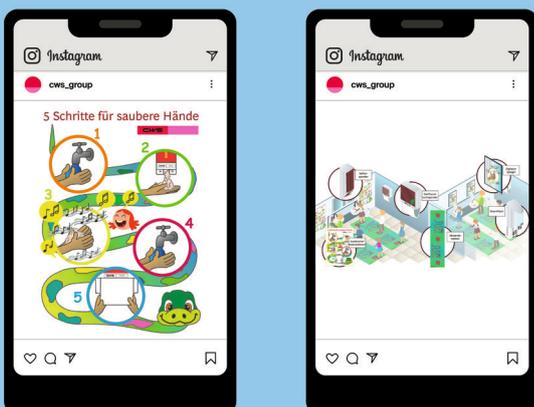
Sicher am Arbeitsplatz: Hygiene in der Industrie

CWS Verkaufsprofis schauen über den Waschraum hinaus und analysieren den kundenindividuellen Bedarf bei der hygienischen Ausstattung von Industriebereichen.

Nach dem Start des Lösungsverkaufs für Kindergärten sowie Büros und Händehygiene veröffentlichte die Hygiene Division im Oktober ihr Paket für „Industries“. CWS Vertriebsmitarbeiter*innen konzentrieren sich gruppenweit auf die Ausstattung der Räumlichkeiten von Industrie- und Produktionsunternehmen. Dabei haben sie auch die aktuellen Hygieneregeln im Zuge der Corona-Pandemie im Blick. Denn diese stellen beispielsweise hinsichtlich der Händehygiene besondere Anforderungen.

CWS Verkaufsprofis schauen also über den Waschraum hinaus und analysieren den kundenindividuellen Bedarf. Dazu gehören beispielsweise Schmutzfangmatten am Eingang und in stark frequentierten Bereichen sowie Desinfektionsmittelspender am Eingang, an Produktionsstätten oder in der Kaffeeküche. Dafür stellt das Produktmanagement neben Bewährtem auch neu ins Portfolio aufgenommene Artikel zur Verfügung.

Unterstützt wird das Team zudem mit Posts in den Sozialen Medien LinkedIn, Facebook und Instagram. So soll zusätzlich Bedarf geweckt und auf das Angebot von CWS aufmerksam gemacht werden.



Rebranding abgeschlossen: Vendor in CWS umbenannt

Der 1. Juli war ein wichtiges Datum für CWS. An diesem Tag wurden die Rebranding-Maßnahmen am Hauptsitz von Vendor in Tilburg abgeschlossen. Die neuen Kolleg*innen begannen offiziell über ihre CWS-E-Mail-Konten zu kommunizieren, und eine entsprechende Info-Mail wurde an alle Kund*innen verschickt. Die Produktlösungen von Vendor, zum Beispiel der Handtuchspender IQ für stark frequentierte Waschräume, wurden einem vollständigen Rebranding unterzogen und in das CWS-Portfolio integriert. Im Gegenzug wurde die Verwendung der Marke „Vendor“ mit sofortiger Wirkung eingestellt.

Die CWS-Gruppe erwarb das Spezialunternehmen für Hygienelösungen Vendor im vergangenen August von der Private-Equity-Gesellschaft Egeria.



Film ab! CWS Workwear stellt Komplettservice in neuem Video vor

Vom individuellen Anpassen bis zur sauberen, gebügelten Kleidung: Der einzigartige Komplettservice für Schutz- und Arbeitskleidung von CWS Workwear ist maßgeschneidert für branchenspezifische Ansprüche. Was alles dazugehört, zeigt ein Animationsvideo. Kund*innen und Interessierte erhalten umfassenden Einblick in die verschiedenen Prozesse von CWS Workwear. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der gründlichen wie nachhaltigen Reinigung der Arbeitskleidung nach zertifizierten Hygienestandards in den CWS Wäschereien. Das Video kann auf der CWS Homepage unter dem Menüpunkt „Service“ angesehen werden und steht auf Deutsch, Englisch, Niederländisch, Französisch und Polnisch zur Verfügung.

Vielfalt beginnt mit offenen Ohren

In den vergangenen Jahren hat CWS erfolgreich am Thema Nachhaltigkeit gearbeitet und gehört inzwischen zu den Besten der Branche. Um den Vorsprung weiter auszubauen und ein noch attraktiveres Arbeitsumfeld zu schaffen, stärkt CWS nun einen weiteren Aspekt seiner unternehmerischen Verantwortung: Diversity. Warum sich Vielfalt und Kooperation gleich doppelt lohnen, erklärt Jürgen Höfling im Interview.

Herr Höfling, CWS will verstärkt die Vielfalt im Unternehmen fördern. Warum ist Ihnen das wichtig?

Ganz persönlich, weil ich es als bereichernd empfinde, mit unterschiedlichen Menschen zusammenzuarbeiten und verschiedene Perspektiven einzubeziehen. Ich habe während meines Berufslebens häufig in internationalen Teams gearbeitet, die zudem gleichberechtigt mit Frauen und Männern besetzt waren. Diese Vielfalt hat sich positiv auf die Arbeitsatmosphäre ausgewirkt: Unterschiedliche Sichtweisen oder kulturelle Erfahrungen einzubeziehen, stärkt automatisch Verständnis und Kooperation untereinander – was wiederum zu besseren Ergebnissen führt.

„Unterschiedliche Sichtweisen oder kulturelle Erfahrungen einzubeziehen, stärkt automatisch Verständnis und Kooperation untereinander – was wiederum zu besseren Ergebnissen führt.“

Jürgen Höfling

Sehen Sie großen Nachholbedarf bei CWS?

Ich finde, wir haben durch die Integration von Initial bereits viel erreicht. Aus zwei Unternehmen mit unterschiedlichen Kulturen hat sich ein neues, starkes Team formiert. Ein Team, in dem Menschen aus 16 Nationen Hand in Hand zusammenarbeiten. Können wir noch besser werden? Sicher! Etwa wenn es darum geht, unsere doch eher

deutsche Denkweise aufzubrechen oder den Anteil weiblicher Führungskräfte zu vergrößern.



Wird CWS also einen Fokus auf das Thema Frauen in Führung legen?

Uns ist jede Facette von Diversity wichtig – sei es Geschlecht, Nationalität, ethnische Herkunft, Religion, Behinderung, Alter oder sexuelle Orientierung. Es geht darum, eine Vielfalt der Perspektiven zu erreichen – dazu gehört klar auch die weibliche Sichtweise. Derzeit ist fast jeder zweite Beschäftigte bei CWS eine Frau. Im mittleren Management liegt das Verhältnis aber lediglich bei 25 Frauen zu 93 Männern. Und auf dem Executive Level sind von 21 Personen nur zwei weiblich. Hier sehe ich Handlungsbedarf.

Gibt es schon konkrete Ideen, wie Sie Vielfalt in der Belegschaft und diverses Denken fördern möchten?

Vor Kurzem haben wir einen Rat für Diversity & Inclusion gegründet. Das bestehende Gremium hat sich zunächst grundsätzlich mit Diversität bei CWS beschäftigt: was verstehen wir darunter, wo stehen wir heute und was können wir zur Förderung von Diversität im Unternehmen tun. Der Rat für Diversity & Inclusion hat bereits viele Ideen erarbeitet und konkrete Vorschläge gemacht, wie wir uns das

Thema bewusst machen, Chancen erkennen und gemeinsam angehen können, zum Beispiel mit einer Umfrage unter allen Mitarbeiter*innen.

Mehr zum Thema

In Kürze stellen wir Ihnen den Rat für Diversity & Inklusion vor. Sie erfahren, woran das Gremium arbeitet, warum Teilnehmer*innen für das Thema brennen und wie Sie sich einbringen können.

Welche Ergebnisse erhoffen Sie sich aus dieser Umfrage?

Wir wollen zunächst zuhören und verstehen: Welche Themen finden die Kolleg*innen generell wichtig? Wo gibt es Handlungsbedarf? Welche Projekte wären sinnvoll – was erwarten unsere Kolleg*innen auch von uns bei diesem Thema? Aus den Antworten auf solche Fragen ergibt sich die konkrete Richtung für unsere nächsten Schritte. Außerdem wollen wir über diese Umfrage Mitarbeiter*innen gewinnen, die mit uns am Thema arbeiten und als Diversity-Botschafter*innen im Unternehmen agieren können.

Das ist die interne Perspektive. Wird sich auch der Außenaufttritt von CWS verändern? In Ihrer Zeit bei DHL beispielsweise haben Sie eine viel beachtete Kampagne angestoßen: Für 14 Länder gab es maßgeschneiderte Umsetzungen mit Motiven, die auf die jeweiligen Nationen abgestimmt waren ...

Eine passende Bildsprache zu verwenden, ist sicherlich ein Aspekt. Schon damals ging es aber um mehr, nämlich darum, verschiedene kulturelle, ethische und religiöse Einstellungen zu analysieren, sich in sie hineinzusetzen und dann eine exakt passende Kundenansprache über alle Kanäle hinweg zu entwickeln. Vor dieser Herausforderung stehen wir auch bei CWS: Wir müssen in unserer Kommunikation mehr Vielfalt zeigen und Menschen verschiedener Herkunft berücksichtigen. Das birgt auch Chancen für die Produktentwicklung oder den Vertrieb.

Gehen Sie davon aus, dass sich die Vielfalt im Unternehmen positiv auf die Geschäftszahlen auswirken wird?

Wir möchten ein Arbeitsumfeld schaffen, in dem jede einzelne Person unabhängig von ihrem Geschlecht, Alter, Nationalität, Religion, Behinderung oder sexueller Orientierung wertgeschätzt wird und ihre Stärken voll ausspielen

kann. Ich bin mir ziemlich sicher, dass dies ein guter Nährboden für Bestleistungen und Innovation ist – wenn auch vielleicht manchmal auf verschlungenen Pfaden. Das ist eine Chance, die wir nutzen müssen. Daher bitte ich alle Mitarbeiter*innen herzlich, sich engagiert und mit ihren persönlichen Erfahrungen und Fähigkeiten einzubringen!

Stichwort: Diversity

Der Begriff „Diversity“ beschreibt ein organisatorisches und gesellschaftspolitisches Konzept. Ziel ist der wertschätzende Umgang mit Verschiedenheit und Individualität sowie die bewusste Einbeziehung unterschiedlicher Sichtweisen. Als Kerndimensionen von Diversity gelten meist: Alter, Geschlecht, Ethnie, soziale Herkunft, sexuelle Orientierung sowie physische und psychische Verfassung. Um das Thema in Unternehmen voranzubringen, wurde 2006 Die Initiative Charta der Vielfalt [www.charta-der-vielfalt.de/] gegründet.

Hygiene im Nano- bereich – profi-con ergänzt CWS-Familie

Seit Anfang des Jahres machen die Reinraumspezialisten von profi-con das Leistungsspektrum von CWS Cleanrooms komplett. Wir stellen das jüngste Mitglied des Geschäftsbereichs vor.

Wenn alles sauber ist, starten die Reinraumspezialisten von profi-con erst richtig durch. Mit Fachwissen, Sorgfalt und Professionalität sorgen sie dafür, dass in Biotech-Laboren, pharmazeutischen Produktionsstraßen und vielen anderen Reinräumen staubfreie oder sterile Bedingungen bis in den Nanobereich herrschen. 1985 in Aschaffenburg gegründet, gehört das Unternehmen heute zu einem der führenden Anbieter professioneller Reinraumreinigung und -schulung. Rund 200 Mitarbeitende sind an 18 Standorten in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Bulgarien beschäftigt. Seit Anfang des Jahres ist profi-con Teil der Geschäftseinheit CWS Cleanrooms.

„Wir arbeiten nach strengen internationalen Richtlinien und garantieren unseren Kunden eine staubfreie, beziehungsweise sterile Umgebung für ihre hochkomplexen Arbeitsprozesse“

Dr. Wolfgang Tolzin, Managing Director von profi-con

Für diese Tätigkeit braucht man vor allem eine ruhige Hand: Mit sehr viel Erfahrung bewegen sich die Spezialisten an ihren Einsatzorten. Schließlich gilt es, keine Verwirbelungen zu erzeugen und die unsichtbaren Verunreinigungen von allen Oberflächen zu beseitigen. Neben absoluter Präzision brauchen die Spezialkräfte umfangreiches Wissen über Materialien, Hightech-Geräte, Sterilisierungsprozesse und vieles mehr.

Dieses Wissen gibt profi-con über seine Reinraum-Akademie an alle weiter, die sich mit der Thematik befassen. In Tagestrainings lernen zum Beispiel nicht nur Nutzer,

sondern auch Planer, Konstrukteure und Zulieferer die Besonderheiten im Reinraum. Dazu kommen Schulungen zur Qualitätssicherung nach GMP-Richtlinien (Good Manufacturing Practice). „Wir führen viele Schulungen bei den Kunden durch“, erklärt Dr. Wolfgang Tolzin. „So können wir vor Ort ganz gezielt die spezifischen Anforderungen aufgreifen.“ Außerdem coacht profi-con seine Kunden bei Bedarf, wenn etwa eine neue Produktion von den bisherigen Vorgaben abweicht.

Reinraumanwender aller Größen und Branchen – von lokalen Apotheken bis zu Global Playern – profitieren seit vielen Jahren vom Know-how der Spezialisten. „Zusammen mit den Services von CWS Cleanrooms mit Fokus auf Reinraumtextilien ergibt sich daraus ein am Markt bislang noch nicht verfügbares Leistungsbündel“, sagt Markus Schad, Leiter CWS Cleanrooms. „Damit haben unsere Kunden im Segment Kontaminationskontrolle gebündelte Fachkompetenz aus einer Hand.“

Mehr Informationen zu CWS Cleanrooms und profi-con finden Sie unter: <https://www.cws.com/de-DE/press/cws-reinraum-plant-ubernahme-von-profi-con>.

Das smarte Hygiene- paket CWS Smart- Wash Plus

Ein digitaler Spiegel mit animierten Anleitungen zum Händewaschen macht die schlaue Mischarmatur CWS SmartWash zum Hygienehelfer in öffentlichen Waschräumen.

Händewaschen nicht vergessen! Ob aus Bequemlichkeit oder weil man mit seinen Gedanken gerade ganz woanders ist: Viele Waschaumnutzer*innen lassen beim Händewaschen gerne einmal alle Fünfe grade sein. Nur rund 30 Prozent von ihnen greifen im Durchschnitt dabei zur Seife. Doch gerade die Corona-Pandemie macht deutlich, wie wichtig es ist, sich regelmäßig gründlich und mit Seife die Hände zu waschen, um mögliche Infektionsketten zu unterbrechen.



Hier kommt das smarte Hygienepaket CWS SmartWash Plus von CWS zum Einsatz. Es erweitert die innovative Mischarmatur CWS SmartWash mit einem digitalen Spiegel. Auf dessen Oberfläche erinnern Animationen die Waschaumnutzer*innen zum Händewaschen und leiten sie durch den korrekten Reinigungsprozess. Marktstart in Europa war Mitte Juli.

Der Clou: Die Einstellungen der Mischarmatur und die Animation sind aufeinander abgestimmt. Sobald sich die



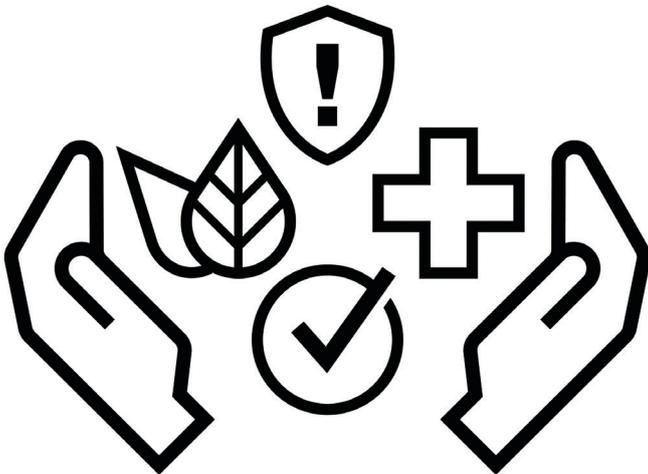
Hände dem Bewegungssensor der Armatur nähern, sprudelt automatisch ein Seifen-Wasser-Gemisch aus dem Hahn. Gleichzeitig werden auf dem Spiegel nacheinander alle Schritte des korrekten Händewaschens eingeblendet – vom Einseifen, gründlichen Verreiben bis zum Abspülen. Zum Schluss weist der smarte Spiegel noch darauf hin, die Hände zu trocknen. Die patentierte Mischtechnik ist außerdem noch nachhaltig – sie spart bis zu 90 Prozent Wasser und bis zu 60 Prozent Seife ein.

„Mit dem CWS SmartWash Plus präsentiert sich CWS einmal mehr als Anbieter von durchdachten Hygienelösungen,“ so Karolin Rohmer, Director Group Product Lines Hygiene & Floorcare bei CWS. „Waschaumbetreiber*innen erhalten so ein nachhaltiges, innovatives, hygienisches und digitales Paket, das sie bei ihrem eigenen Hygienekonzept unterstützt. Zum einen unterstützen sie ihre Gäste und Kunden aktiv bei einer gründlichen Händehygiene. Gleichzeitig wirken sie so aktiv daran mit, die Infektionskette zu unterbrechen.“

Das Hygienepaket CWS SmartWash Plus eignet sich für Unternehmen und Betriebe jeglicher Größe. Der Handel, Büros, die Gastronomie sowie mobile Knotenpunkte wie Flughäfen, Bahnhöfe oder Raststätten profitieren ebenfalls von dem ganzheitlichen Hygieneangebot.

Arbeitsunfälle: Das Ziel ist die Null

Genau 877.198 mal kam es 2018 allein in Deutschland zu meldepflichtigen Arbeitsunfällen. Das sagt die jüngste Statistik der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung (DGUV). CWS steht für ein gesünderes, sicheres Morgen. So verfolgt das Unternehmen im Bereich Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz ein ehrgeiziges Ziel: Die Zahl der Arbeitsunfälle soll bis zum Jahr 2025 auf 0 sinken. Zu diesem Zweck hat die Abteilung Quality, Environment, Safety and Health (QESH) im April eine umfassende Sicherheitskampagne gestartet.



Nach einer Planungs- und Vorbereitungsphase haben ab Mai erste Trainings an 30 CWS-Standorten in Belgien, den Niederlanden, Deutschland, Irland und der Schweiz begonnen. Wegen der Coronakrise finden diese zurzeit virtuell statt, etwa in Form von interaktiven Webinaren. Teilnehmer*innen sind die örtlichen Führungsteams und QESH-Verantwortlichen sowie Mitarbeiter*innen aus Personalabteilungen und Betriebsräten. Die Schulungsreihe gliedert sich in drei aufeinander folgende Module. Jedes davon entspricht einem möglichen Komplex von Unfallursachen.

1. Verantwortlichkeiten

Im ersten Modul ging es um klare Verantwortlichkeiten. „Arbeitssicherheit ist immer auch eine Führungsaufgabe“, sagt Mathias Peter vom Schweizer QESH-Team. „Wenn nicht klar festgelegt ist, wer in puncto Sicherheit wofür zuständig ist, können Unfälle eher passieren. Im Training haben wir unter anderem die bestehende zentrale QESH-Richtlinie für Führungskräfte erneuert und einen Verbesserungsplan für den Standort Kriens gestartet.“

2. Risikoverringern

In Modul 2 befassen sich die Teilnehmer*innen mit der richtigen Bewertung und der effektiven Verringerung von Gesundheits- und Sicherheitsrisiken. Es geht um gesetzliche Anforderungen und bestehende Standards aber auch darum, Risiken zu kennen und Verbesserungsmaßnahmen zu entwickeln.

3. Risikobewusstsein

Modul 3 wiederum dreht sich ganz um die Frage, wie sich das Risikobewusstsein aller CWS Mitarbeiter*innen schärfen lässt. Hier liegt der Schwerpunkt auf der Schulung von sicheren Arbeitsweisen und Vorgaben. Letztlich geht es darum, positive Verhaltensänderungen zu bewirken.

Um Sicherheit und Gesundheit im Unternehmen nachhaltig weiter zu verbessern, werden die drei Module nach und nach an allen CWS Standorten in Europa stattfinden.

„Ich denke, eines sollten wir alle verstehen“, sagt Sabine Hesselbein, Plant Manager HealthCare bei CWS in Warburg, die am ersten Modul teilgenommen hat. „Sicherheit am Arbeitsplatz ist auch Sicherheit für den Arbeitsplatz. Wenn wir es schaffen, Unfälle und Ausfälle auf Null zu bringen, stärken wir nicht nur unsere eigene Gesundheit, sondern die der ganzen CWS-Familie.“

Unsere Held*innen in Zeiten von Corona

Ein Rückblick auf 20 Wochen Ausnahmezustand.

Der Alltag mit Corona läuft – fast – wieder normal. Grund genug, mit einem Rückblick den CWSspirit der Kolleginnen und Kollegen in der Krise zu feiern.

Wir erinnern uns: Rapide steigende Infektionszahlen kündigen im März den Ausnahmezustand an. Die CWS Mitarbeiter*innen – vor allem in den Wäschereien und im Service – wissen sofort: Als Helfer*innen der systemrelevanten Helfer*innen tragen sie jetzt eine große Verantwortung – und packen sie an.

Im Gespräch mit ihren Kund*innen finden sie zügig Lösungen für die gestiegenen Hygieneanforderungen. Der wachsende Bedarf an hygienisch sauberen Textilien erfordert u. a. in den Wäschereien Nachtschichten. Lieferengpässe bei Desinfektionsmitteln setzt die CWS Supply Chain Organisation zusätzlich unter Druck. Mit höchstem Einsatz tun sie neue Lieferanten und Lieferwege auf und können so die Versorgung der Kunden mit den lebenswichtigen Produkten sicherstellen.

Gleichzeitig rollt eine Welle der Solidarität durch das gesamte Unternehmen: In Eindhoven helfen die Kolleg*innen aus dem Vertrieb im Service aus. Als es an Mund-Nasen-Masken fehlt, werden Mitarbeiter*innen aus eigenem Antrieb aktiv. Zum Beispiel das Customer Fulfilment Center (CFC) in Międzyrzecz, CWS Česká repulika, und Haniel und CWS in Duisburg: Sie spenden Masken, zum Teil selbst genäht, an Krankenhäuser, Pflegeeinrichtungen und Seniorenheime.

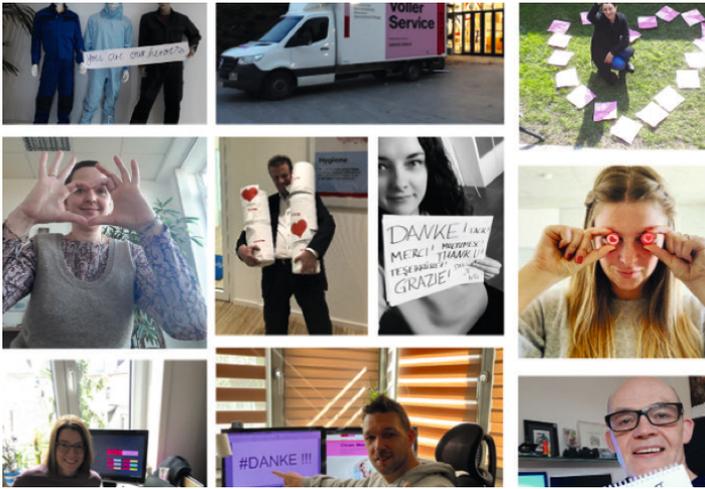
Den Maskenbedarf für die CWS Belegschaft und ihre Familien organisiert die CWS Supply Chain Organisation, das sind rund 150.000 waschbare Mund-Nasen-Masken. Bei SCM Lauterbach verpackt und verschickt das neunköpfige Team allein an zwei Tagen 19.000 Masken. Vorher überbrücken großartige Einzelinitiativen den Bedarf: Die



Auszubildende Tatjana Valkov in Bad Oldeslohe zum Beispiel schneidert in ihrer Freizeit Masken in CWS-Farben für ihr Team des Kundenbetreuungs-Innendienstes Healthcare Nord. Das Wäscherei-Team in Brehna produziert rund 865 Masken für alle Mitarbeiter*innen des Standorts, Fahrer und Außendienst nach einem selbstentwickelten Schnittmuster der Kollegin Petra Kiesche.

CWS Mitarbeiter*innen europaweit folgen einem internen Aufruf und sagen per Foto „DANKE“ an die Kolleg*innen, die in Wäschereien, on tour oder im Kundendienst unter erschwerten Bedingungen ihr Bestes geben.





Mit den Lockerungen Anfang Mai wird deutlich, dass einige Kolleg*innen durch die Corona-Krise in existenzielle Nöte geraten sind. Um ihnen unbürokratisch zu helfen, legt das CWS Management Anfang Mai den CWS Support Fund auf, finanziert mithilfe freiwilliger Beiträge der CWS Geschäftsleitung und des Haniel-Vorstands.

„Es macht mich stolz, mit welchem unermüdeten Einsatz alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angepackt haben, um den gestiegenen Bedarf an Hygienelösungen zu decken. Diesen CWSspirit kann man nicht verordnen – er ist vielmehr Ausdruck, dass die Werte, für die CWS steht, von allen Mitarbeitenden gelebt werden.“

Jürgen Höfling, CEO

„CWS ist in der Krise zusammengewachsen“

Um die Auswirkungen der Corona-Krise auf CWS tagesaktuell zu bewerten und nächste Schritte zu planen, gründete die CWS Gruppe eine Corona Taskforce, d.h. einen Krisenstab. Die Geschäftsführung der Gruppe sowie aller Regionen und Divisionen arbeiten hier mit den Experten der Bereiche Quality, Environment, Safety, Health (QESH), Human Resources (HR), Operations, Logistik, Supply Chain, IT und Kommunikation eng zusammen. Wie ist es, ein international operierendes Unternehmen durch die Corona-Krise zu manövrieren? Steffen Langner, Head of Continuous Improvement und Leiter der Corona Taskforce bei CWS berichtet über die Arbeit des Krisenstabs.

Herr Langner, ab wann war klar, dass CWS auf die Corona-Pandemie reagieren muss?

Bis Mitte Februar haben wir die Situation sehr genau beobachtet und geprüft, ob die Infektionsketten weiterhin nachvollziehbar sind und frühzeitig unterbrochen werden können. Als Ende Februar die Infektionszahlen rasant nach oben gingen, wussten wir, dass wir handeln müssen. Ich erinnere mich noch gut daran: Ich habe damals aus dem Skiurlaub unsere erste Krisen-Telefonkonferenz aufgesetzt.

Wie sind Sie dann vorgegangen?

Wir haben schnell bemerkt, dass wir mit einer zentralen Steering-Gruppe nicht weit kommen. Es gibt regional einfach zu viele unterschiedliche Regelungen der Behörden. Unsere Lösung war daher ein Krisenmanagement welches neben der gruppenweiten Steuerung auch divisionale und cross-funktionale Taskforces sowie lokales Krisenmanagement beinhaltet. Den lokalen Krisenmanagement Teams kommt dabei ein großer Stellenwert zu. Sie ergänzen oder passen die zentralen Richtlinien an die lokalen Anforderungen an, sie übersetzen sie implementieren die Richtlinien lokal.



Was war für Sie persönlich die schwierigste Aufgabe in der Task Force?

Das war für mich ganz klar die Unberechenbarkeit und geringe Erfahrung hinsichtlich dem Corona Virus sowie die unterschiedlichen Vorgaben der Länder. Unser erklärtes Ziel war es allen Mitarbeiter*innen den bestmöglichen Schutz vor einer Infektion zu geben und Ihnen ein Gefühl der Sicherheit zu vermitteln. Dazu brauchte es sehr viele Gespräche und Informationen von sehr vielen Personen in der Organisation, um den jeweils bestmöglichen Ansatz zur Problemstellung zu definieren und schnell und effektiv in die Organisation zu bringen.

Was hat Sie in dieser Phase am meisten überrascht?

Besonders schön zu erleben war, dass es im ganzen Unternehmen keine einzige Person gab, die nicht mitgezogen hat. Jede*r hat dort unterstützt, wo es gerade nötig war. Wie wir es zum Beispiel geschafft haben, innerhalb kürzester Zeit Mund-Nasen-Masken für die gesamte Belegschaft zu produzieren, ist eine richtig tolle Story. Ich habe das Gefühl, dass CWS in der Krise noch enger zusammengewachsen ist. Man spürt förmlich dieses Selbstverständnis ein erklärtes Ziel gemeinsam erreichen zu wollen. Insbesondere wenn es „brennt“, ist die CWS Organisation durch nichts aufzuhalten. Das erlebt zu haben, bedeutet mir sehr viel.

Welche Lehren zieht CWS aus der Krise?

Die Krise bestärkt uns darin, den Weg des „Continuous Improvements“ weiterzugehen: das was wir tun, jeden Tag besser machen zu wollen. Das hilft uns, in Zukunft besser

mit Situationen umzugehen, die wir nicht komplett verstehen oder kontrollieren können. Unsere Pandemiepläne werden dahingehend verbessert. Außerdem sehen wir große Potenziale im „Mobile Working“ – d.h. neue Formen der Kollaboration – einem Mix zwischen Präsenzzeiten und Arbeiten von zu Hause. Im Vordergrund steht hier ein Umfeld in dem wir zum einen die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter*innen verbessern können, aber auch unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter erhöhen.

„Die Krise bestärkt uns darin, den Weg der kontinuierlichen Verbesserung weiterzugehen.“

Steffen Langner, Head of Continuous Improvement und Leiter der Corona Taskforce

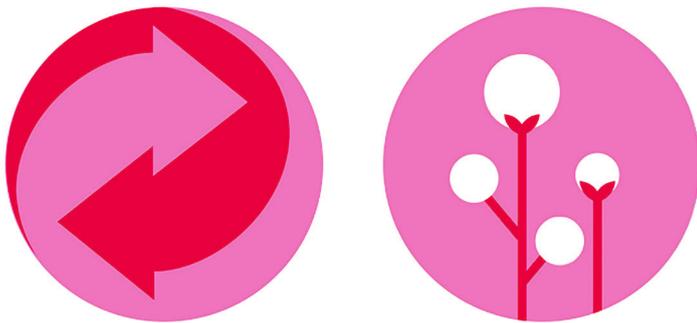
Was nehmen Sie persönlich aus der Krise mit in die Zukunft?

Ich bin vor etwas mehr als einem Jahr zu CWS gekommen und kann nur sagen: Die Entscheidung zu CWS zu kommen, war genau die richtige. Ich habe viel gelernt und bin sehr stolz Teil der CWS Familie zu sein und das was wir bisher gemeinsam geschafft haben. Und ich bin gespannt auf alle weiteren Herausforderungen.

„Immer wieder Stoff“

Wir alle wollen immer besser werden. Besser – das heißt für CWS vor allem eins: nachhaltiger. Um künftigen Generationen eine gesunde Umwelt zu hinterlassen, gilt es, sorgfältiger mit unseren Ressourcen umzugehen. Bei CWS zum Beispiel fallen Jahr für Jahr Textilabfälle an. Wer also, wenn nicht wir, wäre in der Lage, groß angelegte, effektive Maßnahmen zur Wiederverwertung alter Textilien zu ergreifen? Aus diesem Grund starten wir im August die Workwear Challenge „Immer wieder Stoff“.

Haustierspielzeug erreicht. Wir sind gespannt, welche davon wir bald als neue CWS Produkte vorstellen können. Auch alte Arbeitskleidung kann aus dem Stoff sein, der uns gemeinsam erfolgreicher macht.



CWS schätzt die Ideen und Perspektiven aller Mitarbeiter*innen. Ab August waren sie eingeladen, sich an einem Wettbewerb für mehr Nachhaltigkeit zu beteiligen.

Zusätzlich zu CWS' kontinuierlicher Weiterentwicklung seiner nachhaltigen Produkte und Services waren alle Mitarbeiter*innen eingeladen, sich an diesem Ideenwettbewerb zu beteiligen. Wir sind davon überzeugt, dass – egal welche Position jemand bei CWS innehat – alle aus ihrer spezifischen Erfahrung und Perspektive Ideen für mehr Nachhaltigkeit einbringen können.

Ziel war es, herauszufinden: Wie lassen sich textile Ressourcen zurückgewinnen oder die textile Abfallmenge reduzieren, indem man die Lebensdauer von Arbeitskleidung verlängert? Bis Anfang Oktober haben CWS schon einige kreative Einsendungen zur Wiederverwendung der Stoffe, z.B. für Sporttaschen, Ofenhandschuhe oder



Impressum

cws.com wird betrieben von

CWS International GmbH
Franz-Haniel-Platz 6-8
D-47119 Duisburg
Deutschland

Tel.: +49 203 987165-0
E-Mail: info.de@cws.com

Management Board

Jürgen Höfling (CEO)
Heiko Karschti (CFO)
Morten Haure-Petersen (CDO)

Sitz der Gesellschaft: Duisburg
Registergericht: Amtsgericht Duisburg HRB 8957
Umsatzsteueridentifikationsnummer: DE 811 131 122

In der dieser Website zugrunde liegenden Datenschutzerklärung wird die CWS International GmbH nachfolgend als „CWS“ bezeichnet.