

Standortdenken

Liebe Mitarbeiterinnen, liebe Mitarbeiter, wer aufmerksam öffentlich geführte Diskussionen innerhalb der deutschen Wirtschaft verfolgt, wird erstaunt feststellen, dass der von uns genannte „Piesteritzer Weg“ seine Nachahmung findet. Nicht unter diesem Namen, versteht sich.

Aber immer mehr Unternehmen erkennen, dass sie ihren Standort nicht nur als Quelle von ökonomischen Erfolgen begreifen dürfen. Um die Existenz des eigenen Unternehmens zu sichern, gehört vor allem auch eine motivierte Belegschaft, die sich am eigenen Arbeitsplatz ebenso wohl fühlt, wie die Familie am Standort selbst. Zum Beispiel die Idee, betriebliche Kindereinrichtungen zu bauen und zu betreiben, wurde natürlich nicht in Piesteritz geboren. Das ist wahr. Aber wahr ist auch, dass immer weniger deutsche Unternehmen in der Vergangenheit von dieser Möglichkeit, einen Beitrag zur Familienfreundlichkeit ihres Betriebes zu leisten, Gebrauch machten. Von Jahr zu Jahr verengte sich der unternehmerische Blick: auf den Berichtszeitraum eines Jahres, eines halben Jahres oder gar von drei Monaten bei börsennotierten Unternehmen. Unbeeinflusst von der seit Jahrzehnten ablesbaren demografischen Entwicklung ...

Doch nun setzt das große Erwachen ein. Der Arbeitsmarkt ist stellenweise wie leergefegt. Der Ruf eines Unternehmens wird schon längst nicht nur von der Brieftasche, sondern auch vom jeweiligen betrieblichen Umfeld bestimmt. Unter dem Strich: Wir haben da einen Vorsprung.

Aber nicht nur Freunde der Tour de France wissen, wie schwer es ist, einen solchen dann auch zu behaupten. Um da erfolgreich zu sein, muss man nicht nur sich selbst und seine Möglichkeiten sehr gut kennen, sondern vor allem – um im Bild zu bleiben – die jeweilige Rennsituation. So wie die Mitarbeiter des Zentralbereiches Marketing, die nun schon seit vielen Monaten ihre Aktivitäten immer wieder den konkreten Bedingungen im Düngemittelmarkt anpassen.

Auf unserer Haben-Seite steht in diesem Rennen auf jeden Fall die Tatsache, dass wir alle Standortfaktoren langfristig in ihrer Gesamtheit entwickelt haben: Die Kitas, das Medicum und das futura Science Center stehen dafür als Beispiele.

Von Rüdiger Geserick

Marketing in bewegten Zeiten

Marktvorsprung bei wichtigen Industrie-Chemikalien halten

Häufiger als in der Vergangenheit rückt der Marketingbereich derzeit in den Fokus der Aufmerksamkeit. Darüber sprach BLICKPUNKT PIESTERITZ mit Antje Bittner, Leiterin des Zentralbereiches Marketing, und Dr. Maximilian Severin, Leiter Marketing Düngemittel.

BP: Zunächst, Frau Bittner, welche Produkte liegen Ihnen mehr am Herzen: die der Industrie-Chemie oder jene des Düngemittelbereiches?

Antje Bittner: Natürlich beide Bereiche, wenngleich auf den ersten Blick es so scheint, als ob die Produkte der Industrie-Chemie so etwas wie „Selbstläufer“ sind. Der erste Blick trügt. Auch ein Spitzenerzeugnis wie AdBlue will klug betreut und vor allem zukunftsgerichtet ausgerichtet werden. Entscheidungen bei diesen enormen Größenordnungen der Produkte betreffen viele Bereiche unseres Unternehmens. Entscheidungen, die Geld kosten und Geld einbringen können. Je nachdem, wie klug oder unklug unsere Aktivitäten waren.

BP: Wenn es um den Düngemittelmarkt geht, kann man die Turbulenzen geradezu täglich wie Wasserstandsmeldungen aus den Medien ablesen. Unruhige Zeiten für Sie und Ihre Mitarbeiter, Herr Dr. Severin. Worauf legen Sie den Schwerpunkt?

Dr. Maximilian Severin: Der hat sich gewandelt, so wie sich die gesellschaftliche Diskussion geändert hat. Vor etwa einem Jahr hatten wir uns teil-

weise sehr drastischen Angriffen auf alle harnstoffbasierten Düngemittel zu erwehren. Es sah fast so aus, als ob der Weltdünger Nummer eins, Harnstoff, kurioserweise aus Deutschland verbannt werden sollte. Darauf mussten wir reagieren – deutlich und mit dem uns ja zur Verfügung stehenden wissenschaftlichen Background.

BP: Es blieb aber nicht bei diesen Abwehrschlachten

Dr. Maximilian Severin: Nein, das hätte uns auch wenig gebracht, wenn wir lediglich gegen andere Dünger argumentiert hätten. Uns ging es ja ausschließlich erstens darum, die wissenschaftlich nicht haltbare Diskussion gegen harnstoffbasierte Dünger zu beenden und zweitens die auf der Hand liegenden Vorteile unserer Palette innovativer Dünger zu verdeutlichen – laut und deutlich.

BP: Und diese Strategie bestimmt derzeit das Düngemittel-Marketing?

Antje Bittner: Die zunehmenden Herausforderungen des Düngemarktes sind hinlänglich bekannt. Sie zwingen uns kontinuierlich, uns selbst in Frage zu stellen.

Dr. Maximilian Severin: Und dies bedeutet, dass wir derzeit große Anstrengungen unternehmen, um der Gesellschaft, vor allem aber den Landwirten, unsere Haltung zum einen zur Landwirtschaft im Allgemeinen und zu

(Fortsetzung auf Seite 2)



Fachtagung Düngung der SKW Piesteritz in Maidhofen, Österreich

Marketing in bewegten Zeiten

(Fortsetzung von Seite 1)

den aktuellen Forderungen der Bauern zum anderen zu verdeutlichen.

BP: Und Sie glauben, das interessiert die Landwirte?

Antje Bittner: Und ob! Sie interessiert nicht nur unser Standpunkt, sie fordern diesen sogar ein! So haben wir Zuschriften bekommen, in denen mit Nachdruck verlangt wird, dass wir in aller Öffentlichkeit verdeutlichen, wie wir zum Beispiel zu den jüngsten Protestaktionen der Bauern stehen.

Dr. Maximilian Severin: Um ein Beispiel zu nennen: Als nach den großen Protestaktionen der Bauern im November des vergangenen Jahres am Brandenburger Tor Landwirte mit ihren Traktoren wieder die Heimfahrt antraten, rollten einige auch über die B 187 an unserem Südtor vorbei. Als sie auf der Höhe des Eingangs Süd waren, veranstalteten sie ein Hupkonzert. Sie wollten wohl einen Verbündeten grüßen, den sie – völlig zurecht – im Düngemittelproduzenten Piesteritz vermuteten. Ihre Grüße aber blieben unerwidert und die Traktoristen waren empört.

BP: Und wie haben Sie da reagiert?

Antje Bittner: Wir haben ihnen zwei Dinge geschrieben, und zwar: Die SKW Piesteritz steht an der Seite der Bauernproteste. Vor allem trifft das auf die Forderungen der Bauern zu, Wissenschaftlichkeit in die Schaffung politischer Rahmenbedingungen einziehen zu lassen. Zum Beispiel liegen die von der Politik zugrunde gelegten Ammoniak-Emissionswerte bei der Anwendung von harnstoffbasierten Düngern fernab aller Realität.

Dr. Maximilian Severin: Außerdem mussten wir den Traktorfahrern verdeut-

lichen, dass im Agro-Chemie Park nicht nur Unternehmen arbeiten, die mehr oder weniger eng mit der Landwirtschaft verbunden sind. Und diese „Fremdfirmen“ konnten natürlich mit dem Hupkonzert wenig anfangen.

BP: Nun können Sie unsere Positionen zur Landwirtschaft schlecht nur per Mails oder Briefe transportieren. Welche Wege gehen Sie da?

Antje Bittner: Da haben wir eine ganze Palette von Möglichkeiten zur Verfügung. Ganz weit vorn stehen die Kundenveranstaltungen der SKW Piesteritz-Gruppe – der Feldtag. Und ganz weit vorn stehen vor allem die Fachtagungen Düngung ...

Dr. Maximilian Severin: ... wir veranstalten in der Saison 2019/2020 immerhin 21 solcher Veranstaltungen, quer durch Deutschland und auch in Österreich sowie Dänemark.

Antje Bittner: Da diese Tagungen mit Abstand die wichtigsten Kundenveranstaltungen sind, möchten wir bundesweit weiter expandieren. Das Gleiche betrifft unsere Außendienstorganisation.

Dr. Maximilian Severin: Hinzu kommen Anzeigenschaltungen und Veranstaltungen von Dritten. So nimmt zum Beispiel Herr Geserick, der Vorsitzende unserer Geschäftsführung, neben Agrarministerin Julia Klöckner an einer großen Podiumsdiskussion teil, die von der führenden Landwirtschaftszeitschrift „top agrar“ organisiert wird.

Antje Bittner: Und auf keinen Fall vergessen möchte ich das Wirken unseres Wissenschaftszentrums, des futura Science Centers. Es strahlt sozusagen in verschiedene Ebenen der Gesellschaft aus – angefangen von den Landwirten selbst, die die Häuser am alten historischen Markt in Wittenberg immer mehr

als eine Stätte des Dialogs mit der Gesellschaft betrachten. Hinzu kommt der große Bereich Schulen und Hochschulen. Und natürlich auch viele sonstige Besucher, die hier Informationen darüber erhalten, wie auch neun Milliarden Menschen ernährt werden können und warum innovative Mineraldünger nicht nur effizient für die Pflanzenernährung, sondern auch wichtig für den Umweltschutz sind.

Einstellungen

Wir begrüßen im Unternehmen:

Bereich Ammoniak:
Herr Pascal Lüderitz

Bereich Ammoniak:
Jens Amenda

Bereich Eisenbahnbetrieb:
Ivo Dittmann

Bereich Versand:
Philipp Biermann

Bereich Ingenieurtechnik:
Sebastian Quinque

Bereich Verkaufsabteilung feste
Düngemittel:
Tobias Kirschke

Bereich Standorteinrichtungen:
Kathrin Seidler

Bereich Öffentlichkeitsarbeit:
Peggy Wießner

Auf Hochtouren: Jahresabschluss 2019

Die Prüfung des Jahresabschlusses 2019 durch KPMG läuft auf Hochtouren. Insgesamt kann für das Jahr eine sehr ordentliche Bilanz gezogen werden. Bei einem Umsatz über Vorjahr konnte mit einer Jahresproduktion von 5,3 Mio. Tonnen der vierthöchste Wert in der Unternehmensgeschichte erreicht werden. Auch liegt 2019 nach dem branchenweit sehr schlechten Jahr 2018 das Ergebnis wieder auf einem Spitzenplatz in der historischen Zeitbetrachtung, trotz anhaltend komplizierter Randbedingungen. Es wurden rund 50 Mio. € Ausgaben in Investitionen und

Reparaturen am Standort realisiert. Ein nicht unerheblicher Teil ist neben Produktions- und Logistikerweiterungen auch wieder in den Bereich Umweltschutz und Optimierung von Energieeffizienz geflossen. Unsere Finanzposition zum Bilanzstichtag hat sich deutlich verbessert und die wichtige Ratingkennzahl Nettoverschuldungsquote stellt mit einem Wert von Eins wieder eine Bestnote im sogenannten „Investment-Grade“ der Banken- und Analystenwelt dar.

T. Klett

Tief bewegt, haben wir die Nachricht erhalten, dass unser Mitarbeiter, Herr

Rainer Knof

verstorben ist.

Während seiner langjährigen Tätigkeit als Betriebsschlosser in der Abteilung Technische Werkstätten zeichnete er sich stets durch hohes fachliches Können, vorbildliche Einsatzbereitschaft und Zuverlässigkeit aus.

Wir werden ihm ein ehrendes Andenken bewahren. Unsere aufrichtige Anteilnahme gilt seinen Angehörigen.

SKW Stickstoffwerke Piesteritz GmbH
Geschäftsführung Betriebsrat