Globethics Repository



Case Study: BASF AG

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Preprint
Authors	Lexis, Ulrike
Publisher	Bertelsmann Stiftung
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-11-02 19:16:25
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/173404

Case Study:

BASF AG

"Initiative Zukunft Rhein-Neckar-Dreieck"

BertelsmannStiftung

Authorin:

Ulrike Lexis, Institut für Bildung und Gemeinnützigkeit, Gütersloh

Diese Fallstudie wurde am "Lehrstuhl und Seminar für Allgemeine BWL" der Universität Mannheim" für Studierende der Wirtschaftswissenschaften erstellt.

Case Study: BASF AG

“Initiative Zukunft Rhein-Neckar-Dreieck”

Kontakt:

Anna Peters

Projektmanager

Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen/Corporate Social Responsibility

Bertelsmann Stiftung

Telefon 05241 81-81401

Fax 05241 81-681246

E-Mail anna.peters@bertelsmann.de

www.bertelsmann-stiftung.de

Inhalt

Fallstudie BASF AG 6
Das Unternehmen: BASF AG 9
Finanzdaten, Aktionärsstruktur, wesentliche Kennzahlen 9
Strategie 2015 und Corporate Social Responsibility 10
Corporate Citizenship 11
Die handelnden Personen 13
Eggert Voscherau 13
Professor Claus E. Heinrich 14
Die Region 14
Die BASF und der Verbund-Standort Rhein-Neckar-Dreieck 14
Zukunftsinitiative bzw. Metropolregion Rhein-Neckar heute 17
Die Stakeholder (und die Geschichte) des regionalen Entwick- 17
lungsprozesses 17
Die Aktivitäten der Zukunftsinitiative Metropolregion Rhein- 19
Neckar (ZMRN) 19
Die Stakeholder der BASF AG 20
Mitarbeiter 20
Mitarbeitervertretung 20
Personalkosten BASF-Gruppe 21
Personalpolitik BASF 21
Weitere personalpolitische Instrumente 22
Gewerkschaft 22
Wettbewerber 23
Die Branche in der Region 23
Zulieferer 24
Stark durch Kooperation in der Forschung 24
Kunden 24
Medien/Öffentlichkeit 25
NGO’s 25
Aktionäre/Investoren 26
Annex: 28
Linkliste 28

BASF 28
Metropolregionen 28
Literaturhinweise 29

Fallstudie BASF AG

Die Region Rhein-Neckar mit den Zentralorten Mannheim, Ludwigshafen und Heidelberg ist heute der siebtgrößte Ballungsraum Deutschlands mit rund 2,4 Millionen Menschen und 100.000 Unternehmen, darunter vielen Weltmarktführern wie BASF, SAP, MLP oder Fuchs Petrolub. Die Hochschulen und Forschungsinstitutionen der Region genießen einen exzellenten Ruf, der internationale Großflughafen Frankfurt liegt in der Nähe. Trotz dieser Stärken wurde die Region nicht als einheitliches ,,Rhein-Neckar-Dreieck“ wahrgenommen u. a. weil sie im Schnittpunkt dreier Bundesländer liegt.

Die drei Bundesländer Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen werden nicht nur seit langem unterschiedlich regiert, sie stehen auch in Konkurrenz zueinander. Dies zeigt sich bei den Hochschulen (Speyer, Heidelberg und Mannheim), dem Wettbewerb der Städte um Unternehmensansiedlungen und bei den Landesverwaltungen, die unterschiedliche Schwerpunkte setzen.

Diese strukturellen Schwierigkeiten führten zu inkompatiblen politischen Entscheidungen und Verwaltungsverfahren hüben und drüben und zogen ineffiziente Verwaltungsabläufe nach sich, die die Qualität der Region als Unternehmensstandort gefährdeten. Besonders beidseits des Rheins in Ludwigshafen und Mannheim führte dies teils zu absurden Ergebnissen (wie z. B. drei unterschiedliche Schulgesetze, drei Verhandlungspartner bei Förderprogrammen sowie unterschiedliche Strategien in der Wirtschaftsförderung oder die Tatsache, dass die Region über keine einheitliche Statistik verfügte).

Unternehmenschefs und Kommunalpolitiker fühlten sich zu Sorgen um die Regionalentwicklung veranlasst. Denn für Unternehmer ist die regionale Entwicklung eine Determinante für potentielles Unternehmenswachstum, denn sie bestimmt personelle und sachliche Ressourcen. Eine Region kann nur wirtschaftsstark und attraktiv sein und damit Investoren und qualifizierte Fach- und Führungskräfte anziehen, wenn sie günstige Rahmenbedingungen bietet.

Die Geschichte der bisherigen Regionalentwicklungsversuche ist lang; so startete die ,,Initiative für Beschäftigung“ schon 1999 ein Netzwerk zur regionalen Förderung von Beschäftigung mit eigenen Projekten wie ,,Ausbildungsreifeseminar“ oder ,,Kontinuierliche Praxistage“. Aber auch der daran anschließende Koordinierungsversuch, das ,,Regionalgespräch“, eine Runde führender Entscheider der Region aus Politik, Ministerien, Kreisen, Kommunen und Wirtschaft, entwickelte und verabschiedete zwar bereits 2002 gemeinsam mit dem Wirtschaftsforum der IHK die regionale ,,Vision 2015“, scheiterte aber an der Umsetzung.

Der größte Arbeitgeber der Region, die BASF, hat bereits seit 1865 seinen Hauptsitz in Ludwigshafen, wo im Zuge der Unternehmensgeschichte das größte Industrieareal Europas entstand. Für die ehemalige Badische Anilin & Soda Fabrik ist die Attraktivität der Region für Fach- und Führungskräfte entscheidend für die Weiterentwicklung des Unternehmens. Insbesondere in der längerfristigen Perspektive fürchtet die BASF einen erheblichen Fach- und Führungskräftemangel bei insgesamt ungenügenden Standortbedingungen. Warum ist der Standort ungenügend?

In den 90er Jahren, als mehr als 10.000 Arbeitsplätze im Rhein-Neckar-Gebiet verloren gingen, begann die BASF, ihr Engagement für den Standort Ludwigshafen zu intensivieren. ,,Das Investment und das Wissen, das hier in Ludwigshafen verankert ist, ist nicht verlagerbar. Der globale Wettbewerb zwingt uns, den Anschluss zu halten und deshalb brauchen wir auch in 30 Jahren von der regionalen Standortqualität her solche Bedingungen, dass wir die klügsten Köpfe nach Ludwigshafen holen können“, sagt Knuth Henneke von der BASF.

Der stellvertretende Vorstandsvorsitzende, Eggert Voscherau, war davon überzeugt, dass es nach dem Scheitern des Regionalgesprächs eine neue Initiative geben musste: ,,Wenn wir im globalen Wettbewerb weiterhin Spitze sein wollen, brauchen wir an unserem Stammsitz in dieser Region das beste Team.“

Voscherau stellte 2003 in seiner Funktion als Vorsitzender des ,,Wirtschaftsforums Rhein-Neckar“ der örtlichen Industrie- und Handelskammern die ersten Weichen für die ,,Zukunftsinitiative Rhein-Neckar Dreieck“ (ZRND). Er entwickelte eine politische Vision, zeigte ,,Leadership“ und sorgte für finanzielle Ressourcen und unternehmerische Kompetenz. Zu Beginn bestand die Herausforderung v. a. darin, regionale Partner zu finden, die die Vision der BASF teilten.

Der BASF-Vorstand stellte bald darauf einen hochrangigen Lenkungskreis aus zentralen und kooperationsbereiten Persönlichkeiten zusammen. Gemeinsam verabschiedeten sie die ersten Projektvorschläge. Das wichtigste Anliegen Voscheraus war, jeden der Teilnehmer zu einem Themenpaten für die eigenverantwortliche Umsetzung dieser Ziele zu machen. Er selbst nahm sich des Themas ,,Wettbewerbsfähigkeit“ an.

Die BASF lieferte den Unterstützungsapparat für die Initiative, entschied selbst aber nicht, was gemacht werden sollte. Knuth Henneke von der Projektleitung der Initiative unterstreicht, wie wichtig die Integration eigenverantwortlicher Themenpaten war: ,,Dadurch hat es schnell eine glaubwürdige Übertragung in die Politik und die Gremien gegeben. Zum anderen haben sich andere Unternehmen mit an die Spitze gesetzt und treiben die Dinge weiter voran“. Somit war eine tragfähige Architektur für die neue Initiative entstanden.

Die Initiative entwickelte die ,,Vision 2015“ und schrieb sich die Umsetzung auf die Fahnen. So konnten alle bisherigen Teilnehmer der Regionalentwicklung einbezogen und bereits entwickelte Projektideen wieder aufgegriffen werden.

Mit der ,,Vision 2015“ legte sich die Region fest, bis 2015 zu einer der attraktivsten und wettbewerbsfähigsten Regionen Europas zu werden. Die einzelnen Ziele waren Internationalität, exzellente Bildungseinrichtungen, leistungsfähige Verwaltung, hoher Beschäftigungs- und Bekanntheitsgrad. Zu jedem der neun Oberziele wurde aus dem Lenkungskreis ein verantwortlicher Themenpate benannt.

Einige Monate später konnten die fünfzehn wichtigsten Unternehmen der Region wie SAP, MVV, Roche, HeidelbergCement u. a. überzeugt werden, an der jungen Initiative teilzunehmen. Ihre Chefs unterzeichneten gemeinsam die vorbereitete ,,Unternehmererklärung“, die nicht nur das Bekenntnis zur aktiven Teilnahme an der Initiative enthielt, sondern auch härtere Forderungen, die vom Lenkungskreis aufgrund

ihrer politischen Brisanz bislang ausgeklammert worden waren. Kurz darauf traten fünfzig mittelständische Unternehmen bei.

Die Zukunftsinitiative Rhein-Neckar Dreieck (ZRND) wagte sich z. B. mit der Verabschiedung der ,,Kulturvision 2015“ im Januar 2005 zügig an kontroverse Themen. Mit der Kulturvision lag erstmals eine ganzheitliche Analyse der kulturellen Leistungsfähigkeit der Region vor, die auch helfen sollte, wichtige Fragen zu entscheiden, z. B. wie viele und welche Theater es in Zukunft in der Region geben sollte.

Im April 2005 wurde das Rhein-Neckar-Dreieck als ,,Zukunftsinitiative Metropolregion Rhein-Neckar“ (ZMRN) in den Kreis der Europäischen Metropolregionen aufgenommen, ein Status, der von der deutschen Ministerkonferenz für Raumordnung verliehen wird.

Ihr bedeutendster politischer Erfolg war die Unterzeichnung des Staatsvertrags zwischen den drei Bundesländern Baden-Württemberg, Hessen und Rheinland-Pfalz im Juli 2005. Voscherau bezeichnete die darin vereinbarte Zusammenarbeit als ,,Modellfall für kooperativen Föderalismus in Deutschland“. Parallel zur Vorbereitung des Staatsvertrages verlief der Plan der Institutionalisierung des partizipativen Regionalentwicklungsprozesses durch die Schaffung nachhaltig fester Strukturen.

Seit dem 1. Januar 2006 ist der Staatsvertrag in Kraft und die Region ist dabei, die neuen Strukturen des regionalen Managements mit einer effizienteren Regionalplanung und -entwicklung aufzubauen, für die der Vertrag die Grundlage bietet. Die Gründung des neuen Raumordnungsverbandes ,,Metropolregion Rhein-Neckar“, der aus dem Raumordnungsverband Rhein-Neckar, dem Regionalverband Rhein-Neckar-Odenwald und der Planungsgemeinschaft Rheinpfalz hervorgeht, erfolgte schon 2005.

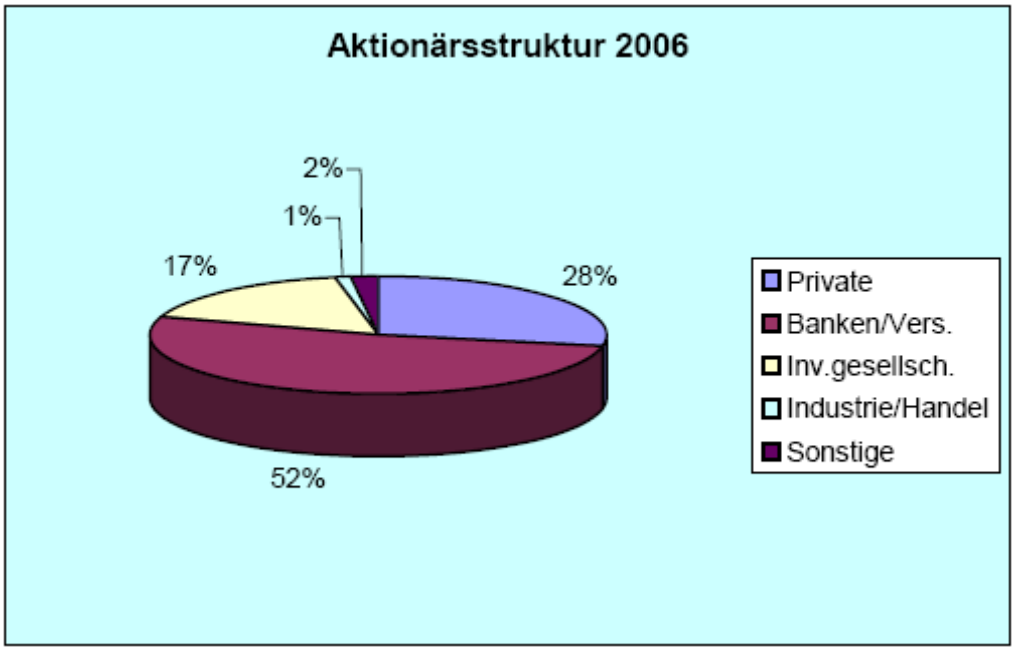
Im Jahr 2006 nahm dann die zweite wichtige Institution, die Metropolregion Rhein-Neckar GmbH, ihre Arbeit, die Umsetzung der ,,Vision 2015“, in Mannheim auf. Geschäftsführer wurde Wolf-Rainer Lowack, ehemaliger Personaler der BASF und gleichzeitiger Geschäftsführer des Vereins ,,Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar“, dem Zusammenschluss aller wichtigen Stakeholder in der Region, dessen Vorsitzender Eggert Voscherau bis zum 1.1.2007 war. Ihm folgte Prof. Claus E. Heinrich, Vorstandsmitglied der SAP AG nach. Der Verein ist das dritte Standbein im Prozess. Die BASF entsendete (und bezahlte) professionelles Personal und half so, einen neuen institutionellen Rahmen für die Regionalentwicklung zu schaffen.

Ebenfalls 2006 wurde die Stiftung Metropolregion Rhein-Neckar gegründet, die z.B. einen hochdotierten Forschungspreis in der Region vergibt. In ihrem Vorstand sitzen die wichtigen Unternehmensvertreter der Region sowie der Geschäftsführer des Vereins Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar, Dr. Lowack. Das institutionelle Setting gilt nun als abgeschlossen und die regionalen Strukturen als zukunftsfähig.

Das Unternehmen: BASF AG

Finanzdaten, Aktionärsstruktur, wesentliche Kennzahlen

Die BASF Aktiengesellschaft ist der führende, weil umsatzstärkste Chemiekonzern der Welt. Nachdem schon 2005 als das bisher beste Jahr in der Firmengeschichte beschrieben wurde, glänzte die Gruppe 2006 noch stärker. BASF erzielte einen Umsatz von 52,6 (10 Mrd. mehr als im Vorjahr!) und einen Gewinn von knapp dreieinhalb Milliarden Euro (300 Mio. mehr als 2005). Die wesentlichen Unternehmensdaten wie Umsatz, Dividende und Gewinn zeigen – auch durch Übernahmen und Rückkäufe eigener Aktien - eine positive Entwicklung. Die Zukunft für BASF liegt in Deutschland, aber auch in Asien, wo der Konzern bis 2010 ein Fünftel seines Umsatzes erzielen will. 70 % dieses asiatischen Umsatzes sollen aus lokaler Produktion stammen. Heute wird etwa die Hälfte des Umsatzes in Deutschland erreicht.



Die Aktie ist in den wichtigen internationalen Nachhaltigkeitsindices, im Dow Jones Sustainability Index sowie im FTSE4Good enthalten. Ihre Wertentwicklung im Zehnjahreszeitraum 1996 – 2006 war 229 %, das entspricht 12,7 % im Durchschnitt und liegt damit über der durchschnittlichen Performance von EURO STOXX mit 11 % und des DAX mit 9 %.

In über 170 Länder weltweit liefert die BASF mehr als 8.000 Verkaufsprodukte aus den fünf Segmenten Chemikalien, Kunststoffe, Pflanzenschutz und Ernährung, Veredlungsprodukte sowie Öl und Gas. BASF beschäftigte Ende 2006 rund 95.247 Mitarbeiter weltweit, 17,7 Prozent mehr als im Vorjahr, davon knapp 34.000 Beschäftigte am größten Verbundstandort Ludwigshafen. Mittelfristig angestrebt sind 32.000 Dauerarbeitsplätze in Ludwigshafen.

Die Beschäftigtenzahl der BASF weist durch fortdauernde effizienzsteigernde Maßnahmen in Ludwigshafen und Nordamerika eine längerfristig leicht abnehmende Tendenz auf, die phasenweise von Personalaufbau durch Übernahmen unterbrochen wird. Das Unternehmen ist einer der größten Ausbildungsplatzanbieter Deutschlands und Initiator des BASF Ausbildungsverbundes, der für viele zusätzliche Ausbildungsplätze in der Region gesorgt hat. Etwa drei Viertel der Mitarbeiter werden am Gewinn beteiligt (73,5 %).

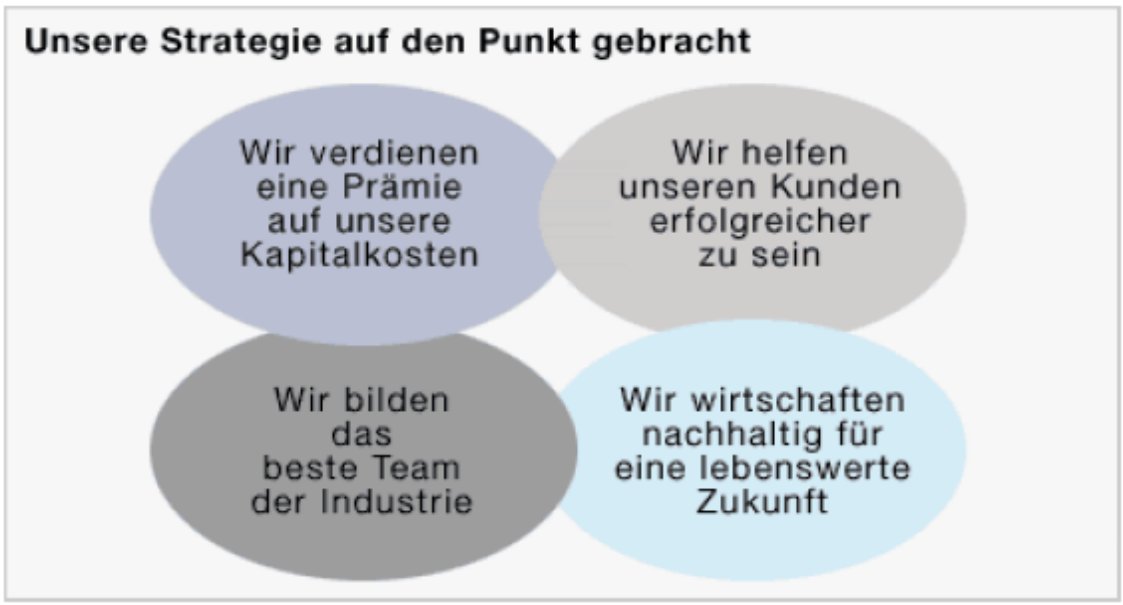
Die BASF wirbt offensiv mit den Städten der Metropolregion, mit ihrem kulturellen und sportlichen Angebot sowie mit ihren Hochschulen um Studenten und Fachkräfte.

Auf der Jahreshauptversammlung 2007 soll die Umwandlung der BASF AG in eine Societas Europea (SE), eine europäische Aktiengesellschaft beschlossen werden. Gleichzeitig soll der Aufsichtsrat von 20 auf 12 Personen verkleinert werden.

Strategie 2015 und Corporate Social Responsibility

In den Grundwerten und Leitlinien des Unternehmens ist festgeschrieben, dass wirtschaftlicher Erfolg mit nachhaltiger Entwicklung und gesellschaftlicher Verantwortung verbunden werden soll, um zu nachhaltigem Wachstum zu führen. Die vier strategischen Leitlinien, an denen die BASF ihr Handeln bis 2015 ausrichtet, folgen einem Stakeholderansatz. Diese Erweiterung des ,,Shareholder Value Ansatz“, der nur die Aktionärsinteressen berücksichtigt, bezieht alle Anspruchsgruppen eines Unternehmens (Mitarbeiter, Kunden, Aktionäre, Lieferanten...) in seine Unternehmensstrategie ein.

Die BASF bildet diesen Ansatz in ihrer Strategie ab. Sie lautet:



Quelle: http://corporate.basf.com/de/ueberuns/strategie/?id=IT qC9Fgxbir4Dh

Corporate Citizenship

Im Jahr 2006 hat die BASF als ,,Corporate Citizen“ 67,2 (2005: 56,8) Mio. Euro für Spenden und Sponsoring sowie für eigene Projekte ausgegeben, das sind 10 Mio. mehr als im Vorjahr (2005 waren es gegenüber dem Vorjahr 50 % mehr). Zwei Drittel flossen dabei in Bildungsprojekte, z.B. in die ,,Offensive Bildung“ mit mehreren Projekten in der Metropolregion. Unter der Überschrift ,,Mit uns gewinnt die Region“ gibt BASF ihre Ausgaben für regionales Engagement 2005 in der Metropolregion mit 22 Mio. Euro an. Auch das Spendenwesen soll sich an regionalen Bedürfnissen orientieren. Die BASF führt dazu aus: ,,Unser wirtschaftlicher Erfolg (...) wird mehr und mehr von der sozialen Akzeptanz unseres Handelns abhängen. Das gilt besonders für das Umfeld unserer Standorte...“. Zusätzlich beteiligt sich BASF an der Initiative ,,Wissensfabrik“.

Zum Vergleich:

> Microsoft Deutschland stellt für Bildungsinitiativen (,,Schlaumäuse“) jährlich über 30 Millionen Euro in Geld- und Sachwerten zur Verfügung.
> SAP: Mit ihrem internationalen University-Alliances-Programm fördert die SAP die wissenschaftliche und technische Ausbildung, indem sie Lehrenden und Studierenden auf der ganzen Welt Zugang zu SAP-Lösungen ermöglicht. An dem 1988 ins Leben gerufenen Programm, in das SAP jährlich Geld- und Sachspenden im Wert von knapp 130 Mio. € investiert, nehmen mittlerweile über 500 Bildungseinrichtungen teil.
> Bayer stellt *international* für sein Engagement, darunter zahlreiche Bildungsprojekte, insgesamt 50 Mio. bereit.
> BP hat mit seiner Sozialoffensive ein neues Feld betreten und viel öffentliches Aufsehen durch die Verknüpfung von Personalarbeit und Gemeinnützigkeit (Corporate Volunteering) erregt. BP legt auf Mitarbeiterspenden den jeweiligen Betrag drauf und verdoppelt so die Summe (,,Matching Funds“), eine ehrenamtliche Tätigkeit eines Mitarbeiters wird mit einem weiteren Geldbetrag bis 550 Euro für die Organisation erhöht. BP wurde vom manager magazin als das sozialste Unternehmen Europas gekürt. In Deutschland gab BP an Spenden für soziale Projekten etwa eine Million Euro aus (dies sind die Projekte, Kampagnen (Girl’s Day) und Spendenaktivitäten (Charity Walk), die das Unternehmen nennt und beziffert). Die BP Stiftung gibt zusätzlich 200 TEUR jährlich für Maßnahmen zur Bekämpfung der Jugendarbeitslosigkeit aus.

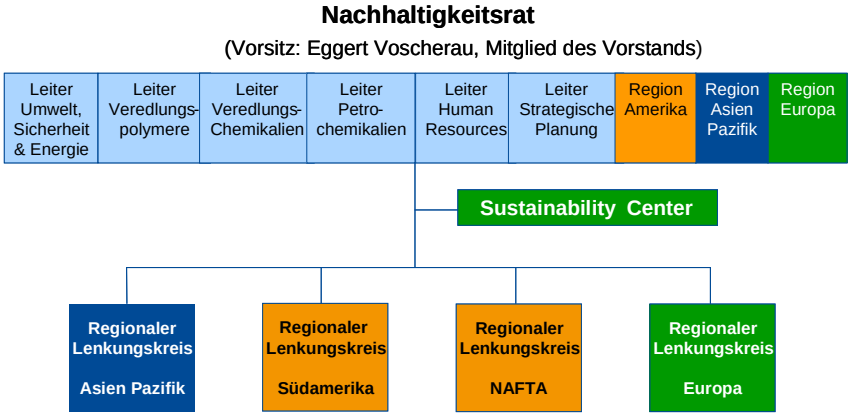
Eine entscheidende Rolle für den Erfolg der BASF als Bürger oder ,,corporate citizen“ spielt die Pflege des Umfelds der Standorte. Die BASF will deshalb durch ihr soziales und ökologisches Engagement als ein verlässlicher Partner und attraktiver Arbeitgeber anerkannt werden, der seine gesellschaftliche Verantwortung wahrnimmt.

Die BASF plant trotz zunehmend globaler Ausrichtung des Unternehmens auch weiterhin Arbeitsplätze in Deutschland zu erhalten und neu zu schaffen. BASF-Vorstand Eggert Voscherau gab hierzu die Erklärung ,,Wir haben auch eine Verpflichtung als deutsches Unternehmen gegenüber der deutschen Volkswirtschaft“ ab.

Für die BASF ist CSR seit langem Teil der Strategie; es bedeutet die Umsetzung von Nachhaltigkeit auf Unternehmensebene. Deshalb übernimmt die BASF in ihrem Einflussbereich Verantwortung und spielt dort eine aktive Rolle bei der Gestaltung von nachhaltiger Entwicklung. CSR schließt dabei das Monitoring und die Begrenzung von Risiken ein und zielt darauf, bestehende Geschäftsfelder zu fördern und neue zu

schaffen. Der klare Bezug zur Geschäftstätigkeit und den jeweiligen regionalen Gegebenheiten ist ebenso Voraussetzung für CSR wie der transparente Dialog mit Stakeholdern.

Nachhaltige Unternehmensführung ist in der BASF auch organisatorisch fest verankert. 2001 gründete die BASF einen Nachhaltigkeitsrat, der die Ausrichtung der gesamten BASF-Gruppe am Leitbild der Nachhaltigkeit steuert. Dieses Gremium besteht neben dem Vorsitzenden Eggert Voscherau aus acht Bereichsleitern. Ihre zentrale Aufgabe ist die Strategieentwicklung für die drei Handlungsfelder des Leitbilds: Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft. Um diese Strategie weltweit umzusetzen, wurden regionale Netzwerke in Asien, Europa sowie Nord- und Südamerika eingerichtet.



Quelle: http://corporate.basf.com/de/sustainability/management/dernachhaltigkeitsrat.htm

Dem Lenkungskreis arbeiten verschiedene Projektteams zu, die aus Mitarbeitern bestehender operativer Einheiten gebildet werden. In den Teams geht es z. B. um die Erarbeitung messbarer Indikatoren, um die Weiterentwicklung und Überprüfung von Umwelt- und Sozialstandards und um die Ausweitung der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Facheinheiten unterstützen die Umsetzung der BASF-Grundwerte. Die Aktivitäten bezüglich der Themen Sicherheit, Gesundheit und Umweltschutz sind in einem weltweiten Netzwerk organisiert, das vom Kompetenzzentrum ,,Responsible Care“ gesteuert wird. Die weltweite Initiative ,,Responsible Care“ wird von allen großen Chemiefirmen seit den 90er Jahren (es begann in Kanada 1984) unterstützt und ist bei der BASF erfolgreich in ihrer CSR-Strategie aufgegangen. Sie steht für den Willen der chemischen Industrie, unabhängig von gesetzlichen Vorgaben, nach einer ständigen Verbesserung der Unternehmen in den Bereichen Umwelt, Sicherheit und Gesundheit zu streben und diesen Fortschritt auch regelmäßig öffentlich aufzuzeigen. Mit ,,Responsible Care“ möchte die chemische Industrie einen Beitrag zur Lösung der globalen (Umwelt) Probleme in den Bereichen leisten, die in ihren Verantwortungs- und Einflussbereich fallen (Vgl. Wikipedia).

Als Schaltstelle zwischen Nachhaltigkeitsrat, regionalen Lenkungskreisen, Projektteams, Facheinheiten und Standorten agiert das Sustainability Center. Es ist neben der Koordination der unternehmensinternen Projekte und Teams auch zuständig für

externe Kooperationen mit Umwelt- und Wirtschaftsverbänden, Initiativen wie dem Global Compact der Vereinten Nationen und Rating Agenturen.

Die handelnden Personen

Eggert Voscherau

Eggert Voscherau wurde 1943 in Hamburg geboren. Er ist der Bruder des Hamburger Politikers Henning Voscherau. Nach Abschluss der Wirtschaftsoberschule begann seine berufliche Entwicklung mit einer kaufmännischen Lehre bei Unilever. Er ist seit 1996 Mitglied des Vorstandes der BASF AG, Arbeitsdirektor und seit 2003 stellvertretender Vorsitzender des Vorstands und Mitglied im Rat für nachhaltige Entwicklung, der die Bundesregierung berät. Im März 2006 erhielt er die Ehrendoktorwürde der Fakultät für Betriebswirtschaftslehre der Universität Mannheim. Dort sagte Professor Martin Weber über Voscherau:

> "Sein betriebswirtschaftliches Lebenswerk ist gekennzeichnet durch die klare Analyse aktueller wirtschaftlicher Entwicklungen und Herausforderungen und deren Beantwortung in konzeptionell eindrucksvoller Weise." Flankiert wird das Schaffen von Herrn Voscherau durch ein unternehmerisches und gesellschaftliches Verantwortungsgefühl, das in der neueren betriebswirtschaftlichen Forschung und Praxis als Corporate Social Responsibility in den Fokus für ein sozial verantwortliches Miteinander von Wirtschaft und Gesellschaft gerückt ist".

Voscherau ist ein wichtiger politischer Berater in Deutschland und galt als Vertrauter des ehemaligen Bundeskanzlers Gerhard Schröder. Er war unter anderem Mitglied in der Rürup und in der Hartz-Kommission und wurde als Nachfolger von Florian Gerster als Chef der Bundesagentur für Arbeit gehandelt. Weil er sich aber bei BASF in der Pflicht sah, lehnte er ab. Eggert Voscherau ist Vorsitzender des Vereins ,,Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar e.V.“, in dem alle wichtigen Stakeholder der Region wie Unternehmen und Verbände vertreten sind.

> ,,Corporate Social Responsibility ist unser strategischer Ansatz, soziale und ökologische Fragestellungen in die Geschäftsprozesse zu integrieren und damit langfristig zum wirtschaftlichen Erfolg beizutragen. Wir wollen CSR auch auf nationaler und internationaler Ebene aktiv mitgestalten“, sagt Voscherau.

Voscherau sagt im manager magazin (26.1.2007) über CSR:

> ,,Im Rahmen meiner Managerlaufbahn habe ich lange in Ländern wie Peru, Argentinien und Brasilien gearbeitet. In diesen Ländern begreift man sehr schnell, wie wichtig das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen wie der BASF ist. Die Diskrepanz zwischen arm und reich tritt dort wesentlich deutlicher zutage - und verursacht entsprechende Spannungen. (...)Firmen müssen Geld verdienen. Deshalb ist es wichtig, die CSR-Aktivitäten mit dem Kerngeschäft zu verknüpfen - so sichern sie den langfristigen Erfolg des Unternehmens und nutzen der Gesellschaft. Firmen wie BASF haben deshalb die Aufgabe, die Menschen mitzunehmen bei einer ökonomischen Entwicklung, die sich im Zeitalter der Globalisierung rasend beschleunigt. Wir sollten so viele Menschen wie möglich in diesen dynamischen Prozess integrieren.

> Unsere CSR-Strategie umfasst drei Ebenen. Zunächst geht es um Risikominimierung. Das ist für uns als Chemieunternehmen eine Pflichtaufgabe. Wir wollen mit unseren CSR-Aktivitäten aber mehr erreichen. Wir wollen durch integrierte CSR-Maßnahmen unser Geschäft fördern und neues Geschäft gewinnen. Wir wollen also das Thema verstärkt in unseren Kundenbeziehungen nutzen. CSR ist für uns deshalb Teil der Geschäftsstrategie und eben kein Gutmenschentum.
> Der Landstrich zwischen Heidelberg und Neustadt an der Weinstraße ist vielleicht unter anderem auch deshalb ein bisschen besser dran als andere, weil die BASF ihr Verständnis vom Unternehmen als gutem Bürger hier schon seit 142 Jahren praktiziert. Derzeit fördern wir zum Beispiel das naturwissenschaftliche Grundverständnis im Vorschulalter, aber auch den Spracherwerb. Rund 90 Kindertagesstätten machen mit bei unserer "Offensive Bildung". Wir fördern aber auch Hauptschüler, bringen sie der Ausbildbarkeitnäher... .“

Professor Claus E. Heinrich

Vorstandsmitglied bei SAP und heutiger Vorstandsvorsitzender des Vereins ,,Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar e.V.“. Er ist Alumnus und Honorarprofessor an der Universität Mannheim, wo er BWL und Informatik studierte und anschließend im Bereich Produktionsplanung und Operations Research promovierte. Noch heute hält er regelmäßige Vorlesungen an seiner Alma Mater zum Thema ,,Supply Chain Management“. Bei der SAP verantwortet er als Vorstandsmitglied u. a. den Bereich Personal.

Auch für die SAP AG die Metropolregion Rhein-Neckar von großer Bedeutung. Fast ein Drittel der weltweit über 38.000 SAP-Mitarbeiter lebt und arbeitet hier. Die Attraktivität der Metropolregion Rhein-Neckar spielt bei der Gewinnung von Spitzenkräften für den Standort Walldorf eine wesentliche Rolle. Daher bietet SAP als Teil ihres gesellschaftlichen Engagements Vereinen und Initiativen der Metropolregion seit Jahren die Möglichkeit, sich mit konkreten Projekten um finanzielle Unterstützung zu bewerben.

Die Region

Die BASF und der Verbund-Standort Rhein-Neckar-Dreieck

Die Rolle von BASF für die Region Rhein-Neckar kann man kaum überschätzen, was dieses Photo verdeutlicht, das unten mittig die Innenstadt von Ludwigshafen und unten rechts die Innenstadt von Mannheim zeigt.[1] Die Hauptfläche wird von den BASF Anlagen besetzt.

[1] http://de.wikipedia.org/wiki/Bild:Basf-ludwigshafen-ww-1.jpg#file



„Das am Rhein gelegene Werk in Ludwigshafen ist der weltweit größte Produktionsstandort der BASF. Gleichzeitig ist das zehn Quadratkilometer große Werkgelände mit rund 2000 Gebäuden Sitz der Unternehmensleitung und das Zentrum der Forschung.“ Mit rund 34.000 Mitarbeitern und 5.000 Fremdfirmenmitarbeitern ist die BASF der größte Arbeitgeber der Metropolregion Rhein-Neckar. Darüber hinaus trägt der Standort direkt und indirekt zur Sicherung von 71.000 Arbeitsplätzen in Deutschland bei.

In den 140 Jahren seit seiner Gründung hat sich der Standort Ludwigshafen zum weltweit größten zusammenhängenden Chemieareal entwickelt.



Das Stammwerk war auch die Wiege der Verbundstrategie: Alle der über 200 Produktionsbetriebe sind vielfältig miteinander verknüpft, über 2000 Kilometer oberirdische Rohrleitungen sorgen für kurze Wege beim Transport von Produkten und von Energie in Form von Heizgas und Dampf.“ (Quelle: Standortportal Ludwigshafen der BASF, http://www.standort-ludwigshafen.basf.de/start)

Rhein-Neckar Raum



Quelle: http://www.rhein-neckar-dreieck.de/1066.0.html

Zukunftsinitiative bzw. Metropolregion Rhein-Neckar heute

In Deutschland gibt es elf Metropolregionen, u. a. die bekannten Rhein-Ruhr, Berlin-Brandenburg, Sachsendreieck oder Frankfurt Rhein-Main. Die Metropolregionen sind stark verdichtete, urbane Zentren internationaler Bedeutung und gelten der Raumordnungskonferenz (Länderminister für Raumordnung) als Motoren des sozio-ökonomischen Wandels.

Das Regionalentwicklungsmodell des Rhein-Neckar Dreiecks folgte einer partizipativen Strategie, die alle Betroffenen zu Beteiligten machen soll. Vergleichbare Ansätze gibt es in vielen deutschen Regionen, die meisten setzen auf Markenbildung mithilfe starker PR, versuchen regionale Besonderheiten heraus zu heben, Tourismus, Kunst und Kultur zu fördern. Das Besondere des Rhein-Neckar Dreiecks ist der gelungene Versuch, die Unternehmen einzubinden, Dominanz zu verhindern sowie eine starke institutionelle Absicherung des Vorhabens durch Verband, Verein und GmbH Rhein-Neckar.

Der heutige Prozesstreiber ist die Rhein-Neckar GmbH, die sich aus der ,,alten“ Regionalmarkting GmbH und dem ,,alten“ Verein Zukunftsinitiative konstituiert hat. Die GmbH ist für Regionalmarketing, PR, Repräsentation der Region und eigene Projekte zuständig. Gesellschafter sind der Verband Region Rhein-Neckar, der die politischen Schwergewichte der Region vereint, der Verein ,,Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar e.V.“, der alle wesentlichen Stakeholder um den Vorsitzenden Professor Heinrich versammelt und die IHK’n. Sie hat den Auftrag, die Vision 2015 mit jährlichen Zwischenzielen umzusetzen. Eine feste Verbindung zur neuen Raumordnungsbehörde besteht nicht. Die GmbH finanziert sich aus Einlagen und Projekteinnahmen. Projekte sind z.B. Übergangsmanagement Schule-Beruf, Ältere im Arbeitsmarkt oder eine bessere ICE-Anbindung der Region über den Bahnhof Mannheim nach Frankfurt.

Die Stakeholder (und die Geschichte) des regionalen Entwicklungsprozesses

Regionaler Stakeholder Raumordnungsverband Rhein-Neckar (ROV)
Der ROV war eine Institution des Staatsvertrages von 1969 zwischen Baden-Württemberg, Hessen und Rheinland-Pfalz. Seine Aufgaben umfassten unter anderem Wirtschafts- und Standortmarketing, integrierte Verkehrsplanung und Sicherung der Umweltqualität. Er sollte insbesondere als Moderator der Regionalentwicklung fungieren, hatte jedoch kein formales Mandat, auf das er sich stützen konnte. Somit war seine bisherige Arbeit nur selten von dem erwarteten Erfolg gekrönt.

Auf Grund seiner Raumplanungskompetenzen spielte der ROV für die neue Initiative von Anfang an eine große Rolle. Der Verband musste sich natürlich gegenüber der Initiative entscheiden, ob er kooperieren wollte oder nicht.

Klaus Mandel vom ROV weiß: ,,Die Lebenswirklichkeit der Menschen ist nicht global, sondern regional.“ Darum liegt dem Verband die grenzüberschreitende Zusammenarbeit in der Region besonders am Herzen. Der Entschluss, mit der BASF zusammenzuarbeiten, zeichnete sich bereits frühzeitig ab. Mandel bezeichnete es in diesem Prozess als ,,sehr wichtig, dass sich Eggert Voscherau als Symbolfigur dieser Initiative einsetzte und ihr damit von vornherein ein Gewicht gibt, was mit anderen

Personen schwerlich möglich gewesen wäre.“ Aber er betont auch: ,,Wir brauchen eine Änderung des Staatsvertrages als Grundlage dafür, dass wir als Regionalmanagement neue Instrumente in die Hand bekommen und die Regionalplanung schlanker und effizienter wird.“ So entschied sich der Verband erst nach der Unterzeichnung des Staatsvertrages zur Kooperation mit der Initiative. Für Wolfgang Pföhler, den Vorsitzenden des ROV, war klar: „Der neue Staatsvertrag bedeutet keinen Schlusspunkt. Er bedeutet ein Startsignal.“

Nach Mandels Ansicht muss es möglich sein, jedem Netzwerkpartner einen Gewinn in Aussicht zu stellen – wenn auch erst nach einer gewissen Zeit. Eine derartige Win-Win-Situation kann die Voraussetzungen für eine langfristige, stabile Kooperation schaffen. Das Fazit von Mandel ist insgesamt positiv: Auch wenn es von den Aufgaben und Zielen her Überschneidungen des Verbandes mit der Initiative gibt, könne man durch gute Abstimmung und kluge Aufgabenteilung zu einem Mehrwert kommen, der jedem nutze.

Der Verband Region Rhein-Neckar (VRRN)

Träger der Regionalplanung – einer staatlichen Aufgabe, die häufig bei Bezirksregierungen liegt und in Wirtschafts- oder Innenministerien beaufsichtigt wird - in der Metropolregion ist der länderübergreifende VRRN mit Sitz in Mannheim, eine Körperschaft öffentlichen Rechts. Dieser wurde per Staatsvertrag zwischen den Bundesländern Baden-Württemberg, Hessen und Rheinland-Pfalz zum 1. Januar 2006 gegründet und ist Rechtsnachfolger der bisherigen drei Regionalverbände. Mitglieder dieses politischen Gremiums sind die beteiligten Länder und Städte. An der Spitze der Verbandsverwaltung mit rund 30 Mitarbeitern steht der Verbandsdirektor. Er ist gleichzeitig einer der beiden Geschäftsführer der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH.

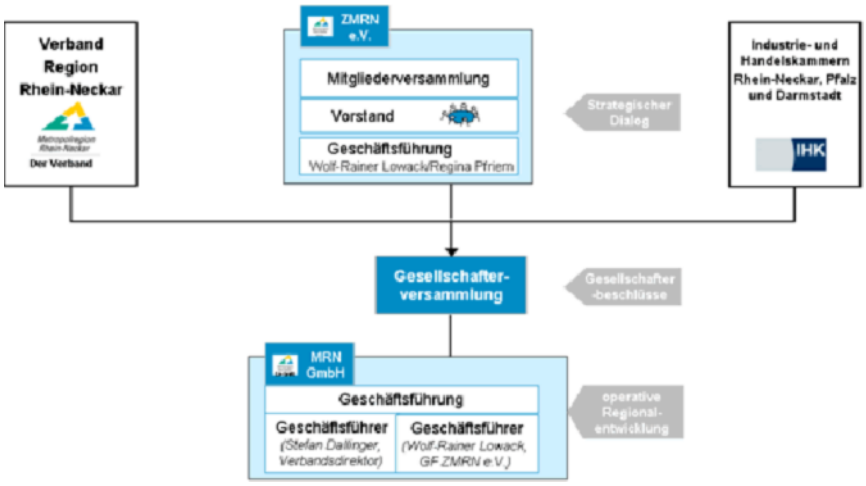
Der Verband stellt einen einheitlichen Regionalplan auf, der die bisherigen drei Regionalpläne ersetzt, schreibt diesen fort und arbeitet an dessen Verwirklichung mit. Außerdem trägt und koordiniert der VRRN die Themen Wirtschaftsförderung, Standortmarketing, Landschaftspark, Erholungseinrichtungen, Kongresse, Messen, Kultur- und Sportveranstaltungen und das Tourismusmarketing – jeweils unter dem Aspekt der regionalen Bedeutsamkeit. Koordinationsfunktion hat der Verband bei der Verkehrsplanung, dem Verkehrsmanagement und der Energieversorgung.

Die politische Willensbildung des Verbands erfolgt unter dem Vorsitz der Verbandsvorsitzenden in der Verbandsversammlung, die 96 Sitze hat. Sie setzt sich zusammen aus den Landräten, den Oberbürgermeistern sowie Bürgermeistern der Städte mit mehr als 25.000 Einwohnern und weiteren Kommunalpolitikern der Metropolregion. Den Verwaltungsrat bilden die Verbandsvorsitzende und 27 Mitglieder aus der Verbandsversammlung. Mit dem Planungsausschuss und dem Ausschuss für Regionalentwicklung und Regionalmanagement hat der Verband zwei beschließende Ausschüsse.

Die Regionalplanung definiert Entwicklungsziele und –grenzen für Unternehmen, Private und Verkehr in räumlichen Dimensionen. Will ein Unternehmen sich z. B. langfristig ausdehnen, oder plant es eine bessere verkehrliche Anbindung, muss dies im Regionalplan, aus dem sich in nachgeschalteten Verwaltungsakten Flächennutzungs- und Bebauungspläne ableiten, vorgesehen sein. In Deutschland gilt das

Gegenstromprinzip, in dem sich Bottom-Up Bedarfe mit Top Down Vorgaben (Landesentwicklungspläne) treffen. Raumplanung ist dadurch gekennzeichnet, dass sie widerstreitende Interessen in Einklang bringen muss.

Zusammenwirken von Verein und Verband



Quelle: http://www.rhein-neckar-dreieck.de/1061.79.html

Die Aktivitäten der Zukunftsinitiative Metropolregion Rhein-Neckar (ZMRN)

Alle für die Region wichtigen Themen wurden von der ZMRN adressiert. Beispiele sind die im März 2004 veranstaltete Firmenkontaktmesse ,,HealthSci“ mit dem Schwerpunkt Natur- und Wirtschaftswissenschaft statt sowie ein erstes Arbeitstreffen der lokalen Museen. Unter der Schirmherrschaft der Themenpatin für Arbeitsmarktpolitik, Dr. Eva Lohse, Oberbürgermeisterin der Stadt Ludwigshafen, wurden bisher drei Arbeitsmarktkonferenzen seit Juli 2004 mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Verwaltung abgehalten. Auch das Projekt ,,Urban plus – Allianz für Umwelt, Wohnen und Beschäftigung“ zur Verbesserung der Wohn- und Lebensqualität hatte bereits erste Netzwerke zwischen Wohnungsunternehmen, Handwerk und weiteren Partnern geknüpft.

Die Initiative warb mit den Mitteln der PR um die Beteiligung der Bürger und etablierte die ,,Zukunftswerkstätten“ in mehreren Orten des Rhein-Neckar-Dreiecks, bei der mehrere tausend Bürger über die Zukunft des Rhein-Neckar-Dreiecks abstimmen und dessen Stärken und Schwächen identifizieren konnten. Henneke hält den großen ,,Kommunikations- und Transparenzaufwand“ für einen wesentlichen Erfolgsfaktor der Initiative.

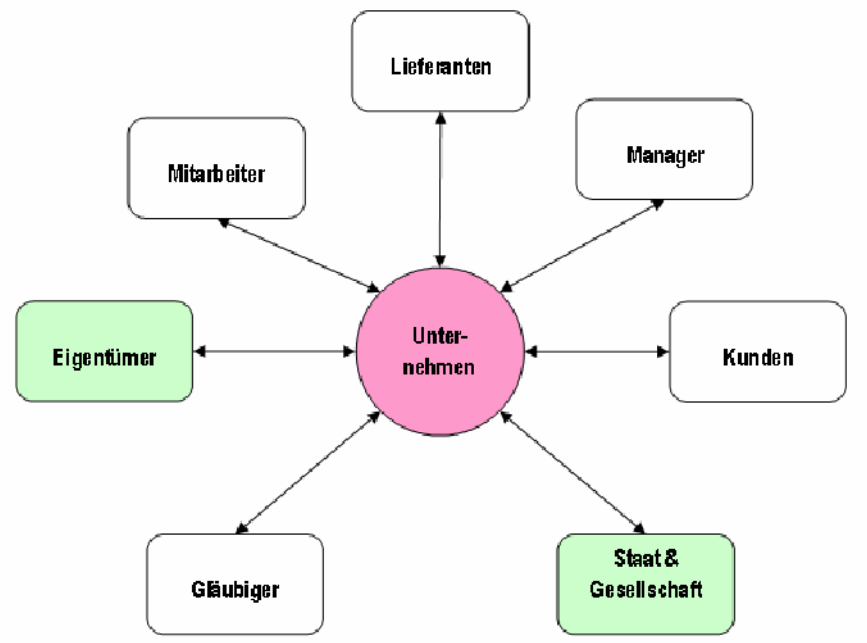
Die Clusterpolitik der Initiative hat zu einigen Neugründungen von innovativen Netzwerken und Vereinen wie der ,,BioRegion Rhein Neckar e.V.“ oder dem ,,Verein Sportregion Rhein-Neckar“ als Teil der ZMRN geführt.

2006 hat die ZMRN ein Projektportfolio bearbeitet, das vier zentrale Handlungsfelder für die Projektarbeit identifiziert: Ausbau der Region zur Nummer 1 in den Sparten Life Science und Gesundheit in Deutschland, Vernetzung der Hochschullandschaft mit der

Wirtschaftskraft der Region, Profilierung der Region als dynamischer Industriestandort und Steigerung der Attraktivität der Region nach außen. Außerdem ging es 2006 auch um Projekte zum Abbau von Standortnachteilen, die in erster Linie aus den spezifischen Rahmenbedingungen der Region am Schnittpunkt dreier Bundesländer entstanden sind.

Die Stakeholder der BASF AG

Die gängigen Anspruchsgruppen eines Unternehmens sind (S. Wikipedia):



Die BASF als Großunternehmen selbst definiert die folgenden Anspruchsgruppen und fasst den Ansatz damit weiter: Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter, Investoren, Vertreter von Regierung und Kommunen, Medien und Meinungsbildner sowie Nichtregierungsorganisationen.

Mitarbeiter

In der traditionell starken deutschen Chemieindustrie arbeiten 450.000 Personen, sie produziert ein Viertel des europäischen Bedarfs. Der Chemiesektor ist – zusammen mit Energiewirtschaft und Mineralölindustrie - außerdem die deutsche Branche, in der am besten verdient wird.

Die Mitarbeiterperspektive wird von der Lage der Branche und der Personalpolitik des Unternehmens bestimmt, sie kann sie durch Mitarbeiterbefragungen abgefragt werden. Der Betriebsrat wirkt laut Betriebsverfassungsgesetz an innerbetrieblichen Entscheidungen mit. Zusätzlich gibt es eine Vertretung der Führungskräfte, eine Jugend- und Auszubildendenvertretung sowie einen Schwerbehindertenbeauftragten.

Mitarbeitervertretung

Bisher bestehen bei der BASF der Euro-Dialog aus 19 Arbeitnehmervertretern der Gruppengesellschaften für länderübergreifende Themen, der Konzernbetriebsrat sowie

der Gesamtbetriebsrat. In Ludwigshafen umfasst der Betriebsrat 57 Mitglieder. Zusätzlich gibt es natürlich den Sprecherausschuss der Leitenden Angestellten und die Jugend- und Auszubildendenvertretung sowie den Vertrauensmann für Schwerbehinderte.

Personalkosten BASF-Gruppe

Für Löhne, Gehälter, soziale Abgaben und Aufwendungen für die Altersversorgung und soziale Unterstützung wendete die BASF-Gruppe im Jahr 2006 6.210 Millionen EUR auf, das sind 11,4 % mehr als im Vorjahr.

	Millionen EUR	Veränderung %
Löhne und Gehälter	5.030	10,5
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung	1.180	15,5
davon für Altersversorgung	287	18,3
Personalaufwand	6.210	11,4

Der Anteil männlicher Beschäftigter liegt bei über 80 Prozent. Bei den ,,Senior Executives“ liegt er bei knapp 95 Prozent.

Personalpolitik BASF

Die BASF ist für ein kooperatives Verhältnis zu Mitarbeitervertretern und Gewerkschaften bekannt. Im Jahr 2007 erhielt der Konzern den ersten Platz im ,,Good Company Ranking“, mit dem das manager magazin 120 europäische Unternehmen hinsichtlich Personalpolitik und Sozialer Verantwortung vergleicht.

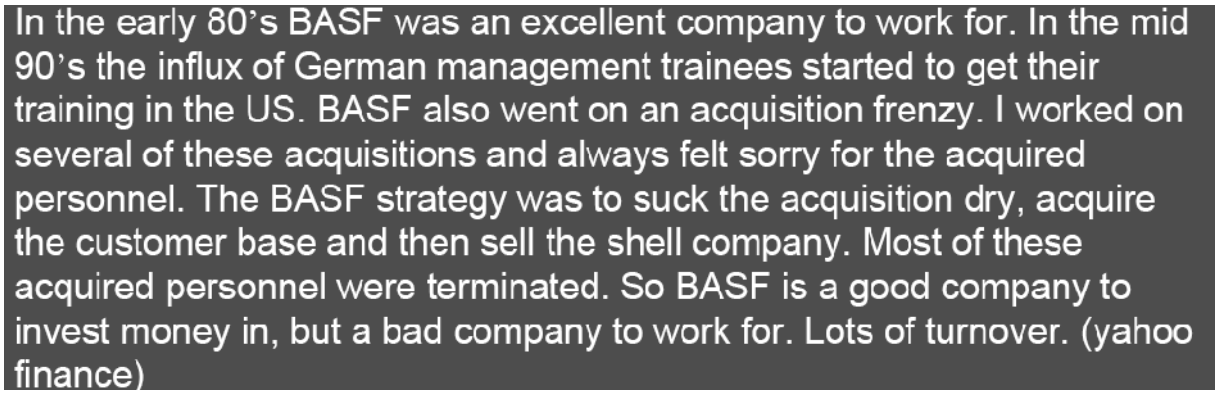
Die für den Chemiesektor zuständige IG Bau, Chemie und Energie (IG BCE) gilt als die konzilianteste deutsche Gewerkschaft. Insbesondere das gute Verhältnis des früheren Vorstandsvorsitzenden Strube zum Chef der Gewerkschaft, Schmoldt, war legendär. Professor Werner Abelshauser schreibt dazu in ,,Berliner Republik“:

> ,,Wie die BASF gewann - und Hoechst in Trümmer fiel
>
> Die BASF AG (...) ist so an die Weltspitze der Chemie vorgestoßen. Heute können die Pfälzer nicht nur weltweit die technischen Standards setzen. Sie vereinbaren ihre wirtschaftlichen Ziele auch mühelos mit ihrer Verantwortung in der korporativen Marktwirtschaft. Wenn Eggert Voscherau (BASF) und Hubertus Schmoldt (IG BCE) - wie einst Plisch und Plum - gemeinsam Lösungen finden, um Arbeitsplätze in Berlin und nicht in Bratislava zu schaffen, dann zeigt das: Ganz ohne Appell an den Patriotismus ist es möglich, die in Deutschland reichlich vorhandenen institutionellen Kostenvorteile zu nutzen. Von der Hoechst AG hingegen, die mit dem Abschied aus der Deutschland AG auch von der eigenen Unternehmenskultur abrückte, bleiben längst nur noch namenlose Trümmer eines Chemie-Weltkonzerns.“

Es gibt aber durchaus auch Kritik der Mitarbeiter am Unternehmen:

Michael Scheuermann, Kommunikationsexperte und heute Leiter Issues Management und Experte für Web 2.0 – Kommunikation der BASF Gruppe, zitiert in einem Vortrag

den Beitrag eines anonymen ehemaligen Mitarbeiters von einer Webseite, um zu illustrieren, womit sich das Issues Management bei BASF auseinander setzt.



Quelle: Folienvortrag Michael Scheuermann, 13.5.2004 Erläuterung Weitere personalpolitische Instrumente

Mehr zum Issue Management unter „NGO“, S. 21

Weitere personalpolitische Instrumente

Auch das Instrument der Mitarbeiterbefragung setzt BASF regelmäßig ein. Über 40 % der Gesellschaften der BASF Gruppe haben 2006 solche Befragungen durchgeführt. Die BASF will bis 2009 an allen ihren Standorten solche Befragungen durchgeführt haben. Die Identifikation der Themen, die für die einzelnen Anspruchsgruppen wichtig sind, übernimmt das ,,Issue Management“, das bei der Unternehmenskommunikation und im Sustainability Center beheimatet ist.

Die Standortbefragung, die BASF regelmäßig unter ihren Mitarbeitern durchführt, soll evaluieren, ob die Aktivitäten zur Steigerung der Standortattraktivität wirken. Die Ergebnisse der Standortbefragung 2007 in Ludwigshafen sind für BASF außerordentlich schmeichelhaft. Sie belegen die Qualität der Personal- und Standortpolitik. Etwa 80 Prozent der Mitarbeiter finden BASF als Arbeitgeber attraktiv, die Entwicklung gegenüber 2005 ist dabei positiv.

Die BASF AG investiert 123 Mio. Euro in Fort- und Weiterbildung. Durchschnittlich nimmt jeder Mitarbeiter 3,7 Tage lang an einer Maßnahme teil.

Um Arbeit und Familie besser zu synchronisieren, hat die BASF 2006 eine zweite Kinderkrippe in Ludwigshafen gebaut. Auch die öffentliche Anerkennung – wie zuletzt das manager magazin Good Company Ranking beweist – ist hoch. Familienorientierte Personalpolitik ist laut BASF Berichten ,,eine wichtige Grundlage für Chancengleichheit“.[2]

Gewerkschaft

Die BASF spricht in ihrem Unternehmensbericht von einem ,,Konstruktiven Dialog“ mit ihrer Mitarbeiterschaft. Es gibt ein jährliches Treffen mit der europäischen Arbeitnehmervertretung. Gemeinsam mit den Arbeitnehmervertretungen hat die BASF 2004 die

[2] http://berichte.basf.de/de/daten/gesellschaft/personalkosten/?id=7Cm2OA7t-bcp0zz

Betriebsvereinbarung ,,Mit Veränderung zu Stabilität“ beschlossen. Dort wird ein Personalstand von 32.000 Mitarbeitern am Standort Ludwigshafen für 2008 fest geschrieben. 2006 waren dort 220 Personen mehr beschäftigt. Personalabbauprogramme und betriebsbedingte Kündigungen sind bis 2010 ausgeschlossen.

Für das konstruktive Verhältnis von Belegschaft und Konzern spricht das 2004 eingeführte Entgeltsystem, das von der IGBCE begrüßt wurde. Es enthält nicht nur verpflichtende Mitarbeitergespräche und Qualifizierungsmaßnahmen, sondern koppelt v.a. übertarifliche Entgeltbestandteile an den Unternehmenserfolg. So gibt es für jeden Mitarbeiter eine persönliche Erfolgsbeteiligung (PEB), deren Höhe sich an der Gesamtkapitalrendite und der persönlichen Leistung des Mitarbeiters orientiert.[3]

Der ,,Lahnstein“-Tarifabschluss Chemie war der erste Tarifabschluss für 2007. Er sieht 3,6 – 4,3 Prozent mehr Lohn und damit die stärkste Tariferhöhung seit 1995 vor.

Wettbewerber

Von den ehemaligen Kartellpartnern der IG Farben, Agfa, BASF und Bayer haben nur BASF und Bayer die Entwicklung zum Global Player erfolgreich vollzogen. Die alte Agfa wurde 1981 von Bayer übernommen und 1999 an die Börse gebracht. Heute ist die belgische AG Agfa-Gevaert als Anbieter von Krankenhaus IT Marktführer in Deutschland, das alte Photogeschäft ist abgewickelt.

Die Hoechst AG schloss sich 1999 erst mit Rhone-Poulenc zu Aventis zusammen und wurde anschließend von Sanofi-Synthelabo zu der heutigen Sanofi-Aventis übernommen. Bayer Leverkusen hat seit 2002 viele Umstrukturierungen hinter sich, schrieb teilweise rote Zahlen, stieß Geschäftsbereiche ab (u. a. wurde der Bereich ,,Polymere“ als Lanxess ausgegliedert) und ist heute in drei selbstständige Teilkonzerne gegliedert. Bayer beschäftigt noch über 110.000 Mitarbeiter (1988: 165.000) weltweit und schreibt wieder Gewinn (2,8 Mrd Euro 2005). Bayer hat 2006 die Berliner Schering für 17 Mrd. Euro übernommen. Bayer findet sich im Internet als eine der ,,worst corporations...“, was nicht nur mit seinen chemischen Produkten sondern auch mit häufig kritisierten Herstellungsmethoden, der Missachtung von Menschenrechten, Kinderarbeit, AIDS-Politik etc. zu tun hat. (www.multinationalmonitor.org Liste von 2003)

Die Branche in der Region

Die Fuchs Petrolub AG, der weltweit größte Anbieter von Schmierstoffen, steht langfristig einem ähnlichen Problem wie die BASF gegenüber. In Europa und Übersee beschäftigt der Konzern zwar mehr als 4000 Mitarbeiter, hat aber seinen Unternehmenssitz seit 1931 in Mannheim. Der Leiter der Öffentlichkeitsarbeit, Hubertus Stärk, bestätigt die Bedeutung des Unternehmensstandorts: ,,Im Rahmen des Gesamtkonzerns, intern wie extern, spielt der Unternehmenssitz eine sehr wichtige Rolle.“

---

[3] http://www.ludwigshafen.igbce.de/portal/binary/com.epicentric.contentmanagement.servlet.ContentDeliveryServlet/site www.ludwigshafen.igbce.de/static files/PDF¬Dateien/3 139e3ac422e0e85 1e85bdb 1c5bf2 1ca. pdf

Fuchs Petrolub engagiert sich seit Jahren in Mannheim im kulturellen, wissenschaftlichen und sozialen Bereich. Neben anderen Firmen der Region hat sich auch Fuchs dazu entschieden, die Unternehmererklärung der ZRND zu unterschreiben. Denn wie Hubertus Stärk sagt: ,,Wenn die BASF ruft, dann lässt sich eine große Anzahl von Unternehmen rufen. Denn man kann davon ausgehen, dass die BASF, die sich auch personell sehr stark engagiert, weiß, was sie tut.“ Von daher kann das starke Engagement der BASF in der Initiative durchaus zwei Seiten haben. Zum einen spornt es andere Unternehmen an mitzumachen, im Vertrauen auf die Kompetenzen des regionalen Wirtschaftsführers. Auf der anderen Seite kann es Unternehmen von der Teilnahme abhalten, weil sie fürchten, ihr eigenes Engagement käme neben dem Giganten nicht genug zum Tragen.

Trotz Kritik im Detail ist auch Hubertus Stärk davon überzeugt, dass die Initiative einen entscheidenden Beitrag zum Zusammenwachsen der Region leistet.

Zulieferer

BASF hat 2006 in Ludwigshafen ein System von Partnerfirmen weiterentwickelt, das Zulieferer klassifiziert und auch aufschlüsselt, ob sich die Partnerfirmen den BASF Standards zu Umweltschutz und Sicherheit gegenüber konform verhalten. Natürlich werden auch betriebswirtschaftliche und Qualitätskriterien definiert und geprüft. Das Einhalten der Regeln durch die Partnerunternehmen wird honoriert.

Die BASF wirbt am Standort Ludwigshafen für Ansiedlung anderer Unternehmen und unterhält dafür eine eigene Abteilung. Eine Mitnutzung der von BASF gelegten Infrastruktur wird aktiv angeboten.

Stark durch Kooperation in der Forschung

Für die BASF sind Schaffung, Erhalt und Förderung von technologischem und wissenschaftlichem Expertenwissen überlebenswichtig. Sie hat daher einen Forschungsverbund geschaffen, dem 8000 Mitarbeiter der F&E angehören. Dazu gibt es 1300 Kooperationen mit Universitäten, Forschungsinstitutionen, Start Up Unternehmen und industriellen Partnern. Die strategische Innovations-Offensive ,,We innovate for Growth“ stellt zusätzliche Mittel für die Akquisition und Schaffung von Entwicklungszentren bereit. Die BASF gibt 1,2 Mrd. Euro jährlich für F&E aus, 700 Mio. Euro davon in Ludwigshafen und Limburgerhof. (Daten und Fakten 2006, S. 31)

Kunden

Ihr Verhältnis zu ihren Kunden beschreibt die BASF so: ,,Wir helfen unseren Kunden erfolgreich zu sein“. Dieses Bekenntnis ist eine der vier Leitlinien des Unternehmens. BASF lässt seine Unternehmenskunden zu Werbezwecken für sich sprechen, z.B. die Firma adidas, die mit BASF Werkstoffen arbeitet und seit mehr als 20 Jahren eine enge Bindung zur BASF unterhält.

Die Marketing und Vertriebsabteilung bei BASF hat 2005 dazu das Forum ,,perspectives“ entwickelt, das den kritischen Dialog mit den Kunden führen soll. Es

nutzt dazu Markt- und Wettbewerbsanalysen und erhebt Kundenwünsche. Das Forum ist fest etabliert und in zahlreichen Unternehmenseinheiten organisatorisch verankert.[4]

Medien/Öffentlichkeit

Die BASF spricht von ,,Nachbarn und Gesellschaft“: Neben Spenden und Sponsoring sieht sich die BASF verpflichtet, an ihren Standorten ein guter Nachbar und eine guter ,,Corporate Citizen“ zu sein. Sie führt dazu auch eigene Projekte durch, wie Bildungsprojekte (,,Offensive Bildung“), den Ausbildungsverbund oder die Förderung ehrenamtlicher Tätigkeiten der Mitarbeiter. Auch das Engagement für den Standort Ludwigshafen, das für 2006 mit 22 Mio. Euro beziffert wird, fällt in diese Berichtskategorie.

Die BASF Ludwigshafen präsentiert sich an ihrem Standort als offenes Unternehmen. Nicht nur ein Tag der offenen Tür – mit zuletzt 20.000 Besuchern – vermittelt Transparenz und reduziert Schwellenangst und Aversionen. Auch für die TV-Beiträge im Regionalfernsehen, die dreimal in der Woche ausgestrahlt werden, öffnet BASF seine Tore. Die Beiträge heißen ,,BASF inside“. Das große Besucherzentrum und das Bürgertelefon haben die gleiche Funktion: sie sollen die Bevölkerung über die BASF und ihre Produktion informieren und Ängste gar nicht erst entstehen lassen.

Im Sommer 2006 beteiligte sich die BASF öffentlichkeitswirksam an der Kampagne "Deutschland - Land der Ideen". Die Bundesregierung und 18 namhafte deutsche Unternehmen unterstützen das "Land der Ideen". Auch die BASF beteiligt sich an den zentralen Projekten der Initiative. Die Kosten der Aktion von rund 20 Millionen Euro teilen sich Wirtschaft und Bundesregierung. Ein solches Projekt belegt nicht nur gute Regierungskontakte des Unternehmens, sondern auch Interesse des Unternehmens am Standort.

NGO’s

Germanwatch, Greenpeace und andere NGO’s beobachten die BASF genau und kritisieren z. B. die Klimaaktivitäten des Konzerns. So wurde von Germanwatch festgestellt, die BASF blockiere den Beitrag deutscher Unternehmen zur Umsetzung des Kyoto Protokolls. Aber auch einzelne Produkte wie Weichmacher oder die Verwendung von Gentechnik und die Herstellung gentechnisch veränderten Saatguts stehen immer wieder in der Kritik der NGO’s. Attac kritisiert auch die Informationsaktivitäten des Konzerns zur Frage der Gentechnik in Schulen. Greenpeace hat beispielsweise vor der Jahreshauptversammlung 2006 mit stillenden Müttern gegen BASF-Gift in der Milch protestiert.

Das BASF Issues Management setzt sich strukturiert und v. a. in den neuen Medien und neuen Kommunikationsformen mit unternehmensrelevanten Themen auseinander. Dies sind Themen, die von außen – häufig über NGO’s - an das Unternehmen heran getragen werden und auf die das Unternehmen reagiert. Das Ziel des Issues

[4] http://corporate.basf.com/de/investor/strategie/kunden/feldmann interview. htm?id =V00 - mU92NABAAbcp30t

Managements ist, die Umwelt so zu verändern, dass Auswirkungen der Themen auf das Unternehmen kanalisiert werden können. Michael Scheuermann bloggt für die BASF und spürt so z.B. die Stimmung der Mitarbeiter oder unter den NGO's auf. In der Bloggergemeinde wird das Auftreten eines Unternehmens auch kritisch gesehen[5]. Die Abteilung macht einen globalen Trend zur Moralisierung des Geschäfts aus. Das bedeutet für eine Chemiefirma, z.B. drohender Reputationsverlust und eine wachsende Gefahr durch Skandalisierung seitens globaler NGO's. Die Unternehmenskommunikation als Risikomanagement versucht, diese Gefahren für den guten Ruf zu bannen. Sie muss dabei auf neue, spontane und dialogische Kommunikationsformen wie kritische Newsgroups und Mailinglists reagieren. Daher ist ,,Issues Management" der eingeschlagene Weg, um mit den Ansprüchen z.B. der global agierenden NGO's umzugehen. Die BASF kommentiert diese Ansprüche folgendermaßen:

> Die gute Nachricht: Es gibt Leben da draußen.
> Die schlechte Nachricht: Es ist nicht immer freundlich.
>
> Auf jeden Fall: No surprises!

Quelle: Folienvortrag Michael Scheuermann, 13.5.2004[6]

Aktionäre/Investoren

Die Aktionäre sind die „klassischen" Stakeholder, die der ,,Shareholder Value Ansatz" als exklusive Anspruchsgruppe definierte. Die Abteilung Investor Relations kümmert sich bei der BASF um die Belange und Informationsbedürfnisse der Aktionäre.

Die Position des **kritischen Aktionärs** Prof. Dr. Jürgen Rochlitz in der BASF Hauptversammlung am 28. April 2005 bestreitet grundsätzlich die Vereinbarkeit von Profit und Gemeinnutz. Diese Kritik ist exemplarisch für die Auseinandersetzung um Ökonomie und Ökologie.

> ,,Die Herren vom Vorstand, insbesondere aber Herr Voscherau, plaudern so gerne von Nachhaltigkeit: so formulierten sie die vierte strategische Leitlinie für die BASF 2015: ,,Wir wirtschaften nachhaltig für eine lebenswerte Zukunft." Ihnen muss gesagt werden, dass sie gar nichts, aber auch gar nichts von Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit verstanden haben. Herr Voscherau, Sie träumen von Nachhaltigkeit auf der rauen Wiese des Kapitalismus und verkennen, dass Nachhaltigkeit und Kapitalismus unvereinbar sind. Ihr Unverständnis von Nachhaltigkeit zeigt sich daran, dass sie in diesem Jahr die Aktionäre mit einem Dividendengeschenk sondergleichen überschütten und Aktien im Wert von 1,5 Milliarden Euro zurückkaufen. Wissen Sie nichts Besseres mit dem Geld anzufangen? Nachhaltig wäre es, den von Nochmitarbeitern und ehemaligen Mitarbeitern abgepressten Gewinn, den von der rotgrünen Regierung beigesteuerten zusätzlichen Gewinn durch

---

[5] (vgl. http://kurpfalznotizen.de/die-basf-bloggt-die-rheinpfalz.html)
[6] http://www.dprg.de/upload/downloads_47upl_file/Michael%20Scheuermann.pdf
http://www.bankkaufmann.com/a-10550-BASF-verdient-auf-Kosten-der-Gesundheit---Greenpeace-demonstriert-vor-BASF-Hauptversammlung-fuer-mehr-Schutz-vor-Chemikalien.html

> Senkung von Lohnnebenkosten und Steuern in die Zukunft und in neue Arbeitsplätze investieren.“
> Quelle: http://www.kritischeaktionaere.de/Konzernkritik/BASF/BASF-HV2005-Rede/basf-hv2005-rede.html.

Prof. Rochlitz ist pensionierter Hochschullehrer für Chemie und kritischer Aktionär bei BASF und Bayer.

Er war Professor an der Fachhochschule für Technik in Mannheim und Mitglied im Bund für Umwelt und Naturschutz, bei Greenpeace, in der Gesellschaft Deutscher Chemiker und in der Aktion Alternativer BASF-Aktionäre. Er war für BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN. 1984 bis 1988 im Gemeinderat der Stadt Mannheim; 1988 bis 1992 Mitglied des Landtages in Baden-Württemberg. Mitglied des Bundestages von 1994 bis 1998.

Annex:

Linkliste

BASF

- http://de.wikipedia.org/wiki/BASF Unternehmensgeschichte und weitere Daten
- http://de.wikipedia.org/wiki/Eggert Voscherau Zur Person von Eggert Voscherau
- http://b-republik.de/b-republik.php/cat/1 Text von Eggert Voscherau ,,Wettbewerb statt Wagenburg“ sowie Text von Prof. Dr. Werner Abelshauser ,,Gibt es eine Wirtschaftsethik des Rheinischen Kapitalismus?
- http://b-republik.de/b-repu-blik. ph p/cat/8/aid/994/title/Gibt es eine Wirtschaftsethik des Rheinischen Kapitalismus
- Regionale BASF Seite: http://www.standort-ludwigshafen.basf.de/start
- Über das Unternehmen BASF, alle Daten und Veröffentlichungen: http://corporate.basf.com/de/?id=V00-GY0GN9FjLbcp1WQ

  Finanzbericht incl. Daten zur Mitarbeiterpolitik
- Unternehmensbericht 2006: http://www.berichte.basf.de/de/2006/unternehmensbericht/?id=V00-eNLFfA8YUbcp*wZ
- Chemiebranche http://www.igbce.de/portal/site/igbce/menuitem.1e9c5e63fb75648dd16955cbc5bf21ca

  http://www.bpb.de/wissen/14Y1WY,0,Bruttomonatsverdienste nach a usgew%E4h lten Wirtschafts-zweigen.html
  http://berichte.basf.de/de/daten/gesellschaft/personalkosten/?id=7Cm2OA7t-bcp0zz
- aktueller Tarifabschluss Lahnstein: http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,470707,00.html

ZMRN

- Zukunftsinitiative / Metropolregion Rhein-Neckar

  http://www.rhein-neckar-dreieck.de

  der Verein: http://www.rhein-neckar-dreieck.de/1060.79.html

Metropolregionen

- http://de.wikipedia.org/wiki/Metropolregion
- http://www.region-rhein-neckar-dreieck.de

Literaturhinweise

Soziales Kapital:

- **Bourdieu, Pierre** (1983), Ökonomisches Kapital - Kulturelles Kapital - Soziales Kapital. In: ders. (1993): Die verborgenen Mechanismen der Macht, S.49-80.
- **Putnam, Robert D.**, Bowling alone,. Summary und Einordnung in: Sebastian Braun, Soziales Kapital, sozialer Zusammenhalt und soziale Ungleichheit, Integrationsdiskurse zwischen Hyperindividualismus und der Abdankung des Staates, auf: http://www.bpb.de/publikationen/6ME8WR,0,0,Soziales Kapital sozialer Zusammenhalt und soziale Ungleichheit.html

CSR Definition:

- **Bowles, Samuel** (2004), Microeconomics: Behavior, Institutions, and Evolution, Princeton University Press.
- **Habisch, André** (2003), Corporate Citizenship, Springer.
- **Harvard Business Review on Corporate Responsibility**, Harvard Business School Publishing Corporation, 2003.
- **Homann, Karl/Suchanek, Andreas** (2000): Ökonomik, Mohr Siebeck.
- **Locke, Richard M.;** in: MIT Working Paper gegen 5 $, Notes on Corporate Citizenship in a Global Economy, http://web.mit.edu/ipc/publications/papers.html mitsloan.mit.edu/50th/**pdf**/corpcitizenship.**pdf**
- **Porter, Michael E., Kramer, Mark R.** (2007), Corporate Social Responsibility, in: Harvard Business manager, 1/2007, S. 16 ff.
- **Vogel, David** (2005), The Market for Virtue, Brookings Institution Press.

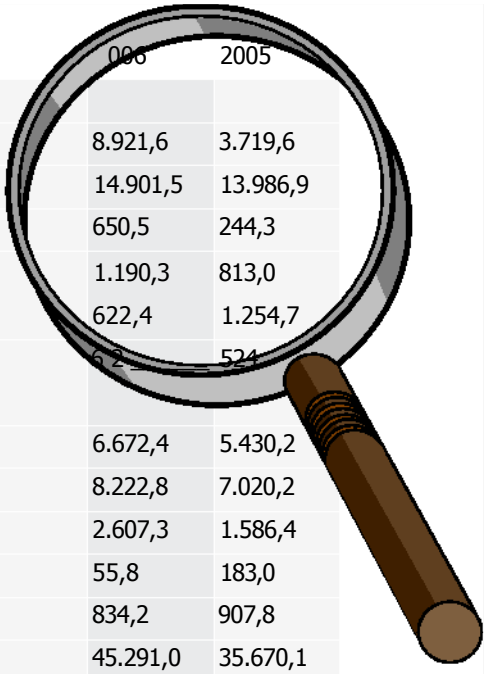
KURZ-ANHANG

GVU der BASF für 2006

Millionen €	**Erläuterungen im Anhang**	**2006**	**2005**
Umsatzerlöse	(	52.609,7	42.744,9
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistun-		37.697,5	29.566,8
Bruttoergebnis vom Umsatz		**14.912,2**	**13.178,1**
Vertriebskosten		4.995,5	4.329,9
Allgemeine Verwaltungskosten		893,2	780,1
Forschungskosten		1.276,6	1.063,7
Sonstige betriebliche Erträge	(	934,1	600,2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(	1.931,1	1.775,1
Ergebnis der Betriebstätigkeit		**6.749,9**	**5.829,5**
Ergebnis aus Unternehmen, die nach der Equity-Methode einbezogen wurden		35,0	5,6
Übriges Beteiligungsergebnis		36,7	342,4
Zinsergebnis		-371,9	-170,0
Übriges Finanzergebnis		77,0	-8 1,9
Finanzergebnis	**(**	**-223,2**	**96,1**
Ergebnis vor Ertragsteuern		**6.526,7**	**5 .9 25,6**
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(	3.060,6	2.758,1
Jahresüberschuss		**3. 466, 1**	**3.167,5**
Anteile anderer Gesellschafter	(	250,9	160,8
Jahresüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter		**3. 215,2**	**3.006,7**
Ergebnis je Aktie (€)	**(3)**	**6,37**	**5,73**
Verwässerungseffekte		-	-
Verwässertes Ergebnis je Aktie (€)	**(3)**	**6,37**	**5,73**

Quelle der GUV und Bilanz: Unternehmensbericht BASF 2006.

BASF-Bilanz



Millionen €	006	2005
Langfristiges Vermögen		
Immaterielles Vermögen	8.921,6	3.719,6
Sachanlagen	14.901,5	13.986,9
At Equity-bewertete Beteiligungen	650,5	244,3
Sonstige Finanzanlagen	1.190,3	813,0
Latente Steuern	622,4	1.254,7
Übrige Forderungen und sonstiges Vermögen	6 2	524
Kurzfristiges Vermögen		
Vorräte	6.672,4	5.430,2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	8.222,8	7.020,2
Übrige Forderungen und sonstiges Vermögen	2.607,3	1.586,4
Kurzfristige Wertpapiere	55,8	183,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	834,2	907,8
Gesamtvermögen	45.291,0	35.670,1

2006 AKTIVA

PASSIVA

Millionen €	2006	2005
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	1.279,2	1.3 16,8
Kapitalrücklage	3.141,0	3.100,2
Gewinnrücklagen und Bilanzgewinn	13.301,9	11.928,0
Sonstige Eigenkapitalposten	325,5	696,7
Anteile anderer Gesellschafter	530,5	48 1,8
Langfristiges Fremdkapital		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.452,0	1.546,6
Sonstige Rückstellungen	3.079,8	2.791,2
Latente Steuern	1.441,0	699,3
Finanzschulden	5.788,2	3. 68 1,7
Übrige Verbindlichkeiten	971,6	1.042,8
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4.754,7	2.777,0
Rückstellungen	2.848,3	2.762,5
Steuerschulden	858,7	887,2
Finanzschulden	3.694,9	259,3
Übrige Verbindlichkeiten	1.823,7	1.699,0
Gesamtkapital	45.291,0	35.670,1

Relationen

Umsatz BASF	2006	52,6 Mrd.
Gewinn BASF	2006	3,5 Mrd.
Mitarbeiter BASF in Ludwigshafen	2005	34.000
Einwohner Ludwigshafen	2005	167.400
Staatshaushalt Rheinland-Pfalz	2007 (Plan)	etwa 12 Mrd
Haushalt Heidelberg	2006 (Plan)	468 Mio

Die vorne zitierte Rede des Kritischen Aktionärs Prof. Dr. Jürgen Rochlitz in der BASF Hauptversammlung am 28. April 2005 geht noch weiter:

Alles andere als nachhaltig ist die Praxis der Preisdrückerei bei Auftragsvergaben über

Internetauktionen. Solche verschärften Marktmechanismen innerhalb und außerhalb des Betriebes und Ihre Zielvorgabe, durch inner- und außerbetriebliche Konkurrenz 450 Millionen Euro innerhalb eines Jahres einzusparen, sorgt nicht nur für Preisdruck, sondern für Psychodruck im Innen- wie Außenbereich. Angst vor Konkurs und Insolvenz bzw. Angst vor Selektion und Gehaltsminderung sind die Folgen. Sie entziehen der Region 450 Millionen - die überall fehlen werden - und glauben mit 37,8 Millionen Euro für Spenden. Sponsoring und eigenen Projekten Ihrer sozialen Verpflichtung nachgekommen zu sein. Sie vergiften damit nicht nur das Betriebsklima im Innern, das Geschäftsklima nach außen, sondern auch ihre Glaubwürdigkeit in der Region. Auch als Mitglied der Störfallkommission des Bundes sehe ich diese Entwicklung mit großer Sorge, da eine Minderung der Sicherheitslage durch Personalabbau und Kosteneinsparungen vor allem in den Störfallbetrieben, aber ebenso in allen anderen Produktionsbetrieben nicht hingenommen werden darf. Die Einführung der betriebsinternen Marktmechanismen, die zu einer Überprüfung der Notwendigkeit aller Arbeiten z.B. der Werkstechnik beinhalten, kann zur Minderung der Sicherheitslage führen. Besonders kritisch ist der Preisdruck auf die externen Dienstleister. Schließlich sind bei den Fremdfirmen schon heute 60 Prozent mehr Arbeitsunfälle zu verzeichnen als intern. Wollen Sie diesen Anteil noch erhöhen? Der Ausspruch von Werksleiter Heuser ,,Wir haben früher manchmal sicher zu viel gemacht“ ist bezeichnend. Wird damit nicht Tür und Tor geöffnet für jeglichen Abbau an Sicherheitskultur? Herrn Heuser sei gesagt, dass für Sicherheit nie genug getan und nie zu viel ausgegeben werden kann.

„Diese Geschäftspolitik zerstört den Sozialstaat.“

Wettbewerbsfähigkeit darf nicht weiter und verstärkt auf dem Rücken der Mitarbeiter und zu Lasten der Beschäftigung, zu Lasten der Bevölkerung Ludwigshafens, zu Lasten der kleinen und mittleren Betriebe der Region und zu Lasten der Sicherheit und Sicherheitskultur verbessert werden.

Diese Geschäftspolitik, die in Deutschland auf Beschäftigungsabbau, Senkung der Lohn- und Lohnnebenkosten, Senkung der Abgaben und Steuern setzt, zerstört den in Deutschland seit langem aufgebauten Sozialstaat.

Quelle:http://www.kritischeaktionaere.de/Konzernkritik/BASF/BASF-HV2005-Rede/basfhv2005-rede. html

Presseinformation P-07-1 24: Ergebnisse der Standortbefragung 2006 liegen vor vom 09. Feb 2007

Gute Noten für BASF als Arbeitgeber

Würden Sie Ihren Arbeitgeber an Ihre Freunde weiterempfehlen? Siebzig Prozent der Aniliner beantworten diese Frage in der aktuellen Standortbefragung mit ,,Ja" – das sind sechs Prozentpunkte mehr als in der Standortbefragung 2005. ,,Dass unsere Mitarbeiter dem Unternehmen gute Noten geben, sehe ich als Bestätigung für unser umfassendes Engagement zugunsten der Belegschaft", erklärt Hans-Carsten Hansen, Personalchef der BASF.

Dass sich das Unternehmensimage der BASF im Jahr 2006 auch insgesamt positiv entwickelt hat, ist eines der zentralen Ergebnisse der werksweiten Befragung unter BASF Mitarbeitern, die von der GfK im Auftrag des Unternehmens durchgeführt worden ist. ,,Die positiven Ergebnisse der Standortbefragung freuen uns natürlich", sagt Dr. Harald Schwager, Werksleiter des Verbundstandorts Ludwigshafen. „Der Aufwärtstrend für das Unternehmensimage deckt sich auch mit dem außerordentlich hohen Vertrauen der Mitarbeiter in die Leistungsstärke und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens", ergänzt Schwager. Laut der Befragung sind 96 Prozent der Mitarbeiter von einer guten beziehungsweise sehr guten künftigen Leistungsstärke der BASF überzeugt.

Auch als attraktiven Arbeitgeber schätzen 79 Prozent (2005: 77 Prozent) der Befragten ihr Unternehmen. ,,Gerade vor dem Hintergrund des immer schärfer werdenden Wettbewerbs um die besten Arbeitskräfte und den Herausforderungen der demografischen Entwicklung ist dieses Ergebnis besonders erfreulich. Die Attraktivität des Arbeitgebers wird beim Gewinnen und Halten von qualifizierten Mitarbeitern eine immer wichtigere Rolle spielen", so Personalchef Hansen weiter.

Allerdings besteht nach Meinung der Befragten beim Vertrauen in das Management in Zukunft Verbesserungspotenzial. So wünscht sich rund ein Viertel der Befragten, dass ,,Sichtweisen und Sorgen der Mitarbeiter" ernster genommen werden. ,,Gerade in Zeiten, in denen hohe Anforderungen an die Wettbewerbsfähigkeit unseres Standorts gestellt werden, sind Betriebsklima und Vertrauen in die Vorgesetzten eine wichtige Basis", so Hansen. ,,Hier werden wir den Dialog in Zukunft noch stärker suchen."

BASF entwickelt systematisch Antworten auf die Herausforderungen des demografischen Wandels. Im Rahmen der diesjährigen Befragung wurde daher erstmals die Frage gestellt ,,Unterstützt die BASF ihre Mitarbeiter, Beruf und Familie zu vereinbaren?". Über 60 Prozent der Befragten lobten die Familienfreundlichkeit und bescheinigten dem Unternehmen gute Noten für sein Engagement. So unterstützt die BASF die Aniliner mit zahlreichen Angeboten wie den BASF-Kinderkrippen bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Mit Weiterbildungsangeboten wird auch das lebenslange Lernen der Mitarbeiter gefördert. Bislang hat jeder zweite Befragte die Angebote des BASF-Lernzentrums genutzt.

Die Standortbefragung wurde im Auftrag der Unternehmensleitung im November 2006 von der GfK Marktforschung, einem unabhängigen Institut durchgeführt. Dabei werden rund 1.000 per Zufallsprinzip ausgeloste Mitarbeiter am Telefon befragt. Die Standortbefragung wird seit 2002 jährlich durchgeführt.

Quelle: http://ludwigshafen.basf.de/de/presse/mitteilungen/pm.htm?pmid=2568&id=NTGepA7sy blu*9S

Die Netzzeitung vom 23. November 2004

Die Unternehmensleitung des Chemiekonzerns BASF hat sich mit der Arbeitnehmervertretung auf einen Stellenabbau verständigt. Wie das Unternehmen am Dienstag mitteilte, werden am Stammsitz in Ludwigshafen bis 2007 rund 3300 Arbeitsplätze abgebaut. Auf betriebsbedingte Kündigungen soll dabei verzichtet werden. Von Ende 2007 bis 2010 soll dann die Beschäftigtenzahl bei 32.000 Mitarbeitern stabil bleiben, hieß es.

Betriebsrat und Konzernleitung unterzeichneten den Angaben zufolge eine entsprechende Betriebsvereinbarung. Der Verzicht auf einen weiteren Stellenabbau setze allerdings voraus, «dass für den Standort keine wirtschaftlichen Verwerfungen und keine negativen Rahmenbedingungen eintreten, sagte der stellvertretende Vorstandsvorsitzende Eggert Voscherau.

Die Vereinbarung zwischen Unternehmensleitung und Betriebsrat sehe darüber hinaus, dass BASF bis 2009 insgesamt sechs Milliarden Euro in die Werksanlagen am Stammsitz Ludwigshafen investiert. Das sind durchschnittlich 1,2 Milliarden Euro pro Jahr. Zusätzlich sollen weitere 700 Millionen Euro für Forschung und Entwicklung bereit gestellt werden. (nz)

Quelle: http://www.netzeitung.de/wirtschaft/unternehmen/314331.html

19.3.2007 Frankfurt (Reuters) - Der Chemiekonzern BASF will im Zuge der der Umwandlung in eine Europa-AG seinen Aufsichtsrat verkleinern. Dem Gremium sollen künftig nur noch zwölf statt bislang 20 Mitglieder angehören, wie aus der Einladung zur Hauptversammlung am 26. April hervorgeht. Anteilseigner und Arbeitnehmer sollen jeweils sechs Mitglieder in das Kontrollgremium entsenden. Als das Unternehmen vor drei Wochen seine Umwandlung in eine Europa AG angekündigte, hatten die Arbeitnehmer den Erhalt der Mitbestimmung gefordert.

Mit der Verkleinerung des Gremiums werden die Arbeitnehmer einem Vorabbericht der "Financial Times Deutschland" von Sonntag zufolge vor vollendete Tatsachen gestellt. "18 Sitze wären wünschenswert", habe der Gewerkschafter und BASF-Aufsichtsrat Ulrich Küppers gesagt, als der Konzern die Umwandlung in eine Societas Europaea (SE) ankündigte. Die jetzige einseitige Festlegung habe überrascht, da die Chemiebranche als konsensorientiert gilt.

Zudem müssen die deutschen Arbeitnehmervertreter wohl einen Teil ihrer sechs Sitze an Kollegen aus anderen europäischen Ländern abgeben. In dem Gremium, dass die Aufsichtsräte der Arbeitnehmerseite wählt, werden nur acht von 31 Delegierten aus Deutschland stammen.

(...) Aufsichtsratsvorsitzender soll der frühere BASF-Chef Jürgen Strube bleiben.

http://de.today.reuters.com/news/newsArticle.aspx?type=companiesNews&storyID=200 7-03-19T064145Z 01 KRO924095 RTRDEOC 0 DEUTSCHLAND-FIRMENBASF.xml&archived = False

Das Projekt „Corporate Social Responsibility“ der Bertelsmann Stiftung

Zentrale Zielsetzung des Projektes Corporate Social Responsibility (CSR) der Bertelsmann Stiftung ist es, bestehende und neue Ansätze der Umsetzung von gesellschaftlicher Verantwortung in den Unternehmen zu fördern. Es will dabei die vielfältigen Potenziale verantwortlichen Wirtschaftens und gesellschaftlichen Engagements in einer sich verändernden Welt aufzeigen.

Gemeinsam mit Experten aus Unternehmen und Wissenschaft erarbeitet die Bertelsmann Stiftung praxisrelevantes Managementwissen. Auf der Basis von 15 aufwändigen Case Studies, ist ein Konzept entstanden, das es Unternehmen ermöglichen soll, die Gestaltungsbausteine für ein effektives Management ihrer gesellschaftlichen Verantwortung in die Wertschöpfungsprozesse zu integrieren. Der Managementansatz und die Case Studies sind dokumentiert in dem Handbuch ,,Verantwortung für die Gesellschaft – verantwortlich für das Geschäft“.

Ein weiteres zentrales Anliegen des Projekts ist es, die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Akteuren des ,,Dritten Sektors“ und der Politik zur effektiven Lösung drängender gesellschaftlicher Probleme z.B. durch neue Kooperationsmodelle zu verbessern. Ein Leitfaden für den zivilgesellschaftlichen Sektor soll die Akteure auf eine professionelle Durchführung von Corporate-Citizenship-Projekten vorbereiten und praxisnahe Hinweise für robuste Partnerschaften liefern. Zur Anbahnung von Projekten zwischen Unternehmen und dem ,,Dritten Sektor“ ist es darüber hinaus sinnvoll, innovative Vermittlungsmethoden und kompetente Mittlerorganisationen zu nutzen. Das Projekt untersucht Leistungsfähigkeit und Potenziale dieser Strukturen und stellt die Informationen der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung.