Die Chemgineering Gruppe 2009

chemgineering

03 Editorial
Dr. Herbert Matthys über das vergangene Jahr

08 Business Development
Der nächste Erfolg kommt bestimmt

12 The Business Designers
Mit Kreativität und Energie zu Lösungen

16 The Technology Designers
Im Wandel beständig sein

18 Kontakt

Geschätzte Freunde von Chemgineering

«Live. Work. Create.» – Was könnte die Welt des Ingenieurs oder Consultants besser beschreiben? Während wir im letzten Jahresbericht Personen bei der Arbeit abbildeten, stehen dieses Jahr die Tätigkeit und die damit verbundene Botschaft im Vordergrund. Denn die Arbeit unserer Experten hinterlässt jenes Zeichen bzw. «Tag» an Produktionsstätten sowie im Gedächtnis unserer Kunden.

Obwohl Graffiti-Tags für viele als Entstellung des öffentlichen oder privaten Raumes stehen mögen, haben doch Sprayer weltweit ihre Arbeit als unabhängige neue Kunstform etabliert. Tatsächlich wurde das umseitig abgebildete Banksy-Graffito für einige wenige Pfund von der Wand eines Verkaufsstandes in Tottenham gekauft und danach in einer Kunstgalerie in Notting Hill für nicht weniger als 233 000 Pfund Sterling zum Verkauf angeboten. Sicher, Graffitikünstler stellen etablierte und traditionelle Werte in Frage, aber haben das nicht alle neueren Kunstströmungen getan? «Impressionisten» wurde ursprünglich abwertend für Claude Monet und seine Truppe verwendet, nachdem Monet ein Bild von Le Havre «Impression soleil levant» (Eindruck eines Sonnenaufgangs) genannt hatte. Und gerade dieser Impressionismus entwickelte sich bald zur hoch angesehenen Kunstrichtung.

Die Leistungen von Chemgineering mögen nicht per se als Kunstform erkennbar sein, aber sie beinhalten oft die Beseitigung alter Strukturen, um entweder Platz zu schaffen für neue und State-of-the-Art-Produktionsanlagen. Oder, im übertragenen Sinne, um alte Gewohnheiten aus dem Weg zu räumen, damit schlanke und gut durchdachte neue Geschäftsprozesse wirken können. Was immer wir erschaffen, wir hinterlassen dabei ein sichtbares Zeichen oder – um in der Bildsprache dieses Jahresberichts zu sprechen – ein «Tag».

Geografisch lassen sich «Tags» von Chemgineering offensichtlich überall im deutschsprachigen Europa, aber auch mehr und mehr an Orten wie Malmö, Skopje, Barcelona oder Schanghai finden. Wir sind stolz auf diese Spuren, die wir im industriellen Umfeld hinterlassen, und schätzen das Vertrauen unserer Kunden, uns ihre «Wände» für unsere Leistung zu überlassen. Viele belohnen uns nicht nur mit Aufträgen, sondern erklären auch ihre tiefste Zufriedenheit oder sogar Erleichterung, wenn sie z.B. den nächsten heiklen FDA-Audit bestanden haben. Wir sind überzeugt, dass der Wert unserer «Tags» mit der Zeit zunehmen wird. Denn wir streben beständig nach nachhaltigen Konzepten und praktischen Alternativen zu einfachen und mittelmässigen Lösungen. Wenn also der Junge auf der nächsten Seite skeptisch ein «Was?» an die Wand zeichnet, haben wir nicht bloss irgendeine Antwort, sondern eine gültige und wirksame.

WHAT?
KIDULTHOOD
OUT ON 2nd MAY '22

Indem wir Denkweisen durch Restrukturierung überflüssiger Geschäftsprozesse gekonnt beeinflussen oder das Risiko von Chargenabweichungen minimieren, geben wir dem Geschäft unserer Kunden die optimale Gestalt. Daher nennen wir unsere Beratungsexperten die Business Designer. Worauf wir stolz sind ist, dass mehr und mehr Kunden unsere Dienstleistungen ihren Zwischenhändlern und Lohnherstellern empfehlen. Was könnte uns Besseres passieren?

Indem wir uns aufs Wesentliche konzentrieren, z.B. ein zeitkritisches Investitionsprojekt, tun wir exakt das Richtige, um die ehrgeizigen Projektziele in Qualität, Zeit und Kosten auf optimierte Weise zu erreichen. So schaffen wir beständig Mehrwert für unsere Engineering-Kunden. Diese Hingabe unterscheidet die Technology Designer immer wieder klar und konsequent von ihren Mitbewerbern.

Nicht zuletzt möchte ich den unerschütterlichen Einsatz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Wohle des Kunden herausstellen. Es sind ihre hervorragende Arbeit, ihre Kreativität und die Bereitschaft, auch ein gutes Stück ihrer Zeit aus dem Koffer zu leben, die den Erfolg der Chemgineering Gruppe ausmachen. Wenn für viele von ihnen der Spruch «Live. Work. Create.» in umgekehrter Reihenfolge zutrifft, geschieht dies nur im Interesse unserer Kunden. Also lassen Sie mich an dieser Stelle Ihnen, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, herzlich für Ihr Engagement danken, stets die Erwartungen unserer Kunden zu übertreffen. Und auch Ihnen, unseren Kunden, möchte ich dafür danken, dass Sie uns Ihre «Wände» für neue und einzigartige «Tags» überlassen.

Es grüsst Sie herzlich

Dr. Herbert Matthys, CEO Chemgineering Gruppe

«Wir haben nicht bloss irgendeine Antwort, sondern eine gültige und wirksame.»

Die Bildlegende finden Sie auf Seite 11 in «Zahlen und Fakten 2009».

Der nächste Erfolg kommt bestimmt

Frischen Mut zeigen, aus Fehlern lernen, gemeinsam Anerkennung ernten. Worauf es im Business Development stets ankommt, weiss Dr. Armin Mayer.

Was bedeutet Beständigkeit für Sie?
Beständigkeit bedeutet für mich, sich täglich aufs Neue den Herausforderungen des Lebens zu stellen. Das gelingt uns sicher nicht jeden Tag gleich gut. Wir stecken es aber weg, um immer wieder auf die Erfolgsschiene zu kommen.

Wie äussert sich dies in Ihrem Geschäftsfeld?
Speziell im Vertrieb ist Beständigkeit eines der wichtigsten Kriterien. Der Kunde erwartet, dass er laufend umworben wird, was nicht nur wir allein, sondern auch viele unserer Mitbewerber tun. Leider wird nur einer belohnt und die anderen gehen leer aus. In letzterem Fall heisst es, rasch wieder auf den Beinen landen und mit frischem Mut die Kunden weiter gut betreuen. Der nächste Erfolg kommt bestimmt.

Was tragen Sie persönlich dazu bei?
Dass ich vorlebe, wie wir auch aus schwierigen Situationen, z.B. einem Projektverlust, unbeschadet hervorgehen und aus Fehlern lernen. Auf keinen Fall sind wir nachtragend, wenn wir nicht erfolgreich akquiriert haben. Allen am Akquisitionsprozess Beteiligten ist klar, dass der Kunde seine Entscheidung nicht zu rechtfertigen braucht – er trägt am Ende des Tages ja auch die Verantwortung. Dafür freue ich mich auch sehr, wenn wir gemeinsam Erfolg haben und Anerkennung ernten.

Wo sehen Sie die Synergien zwischen Consulting und Engineering am Markt am besten genutzt?
Eindeutig in der cGMP-Kompetenz. Während die Business Designer die Kunden in Belangen wie Produktionsabläufen, Qualitätssicherung, behördlichen Anforderungen oder Inspektionsvorbereitungen unterstützen, ermöglichen die Technology Designer durch Planung, Realisierung und Qualifizierung von Anlagen, dass Kunden wirklich cGMP-konform produzieren können. Der kontinuierliche Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen beiden Geschäftseinheiten führt zu einer starken Positionierung am Markt.

Letztes Jahr um diese Zeit sagten Sie, dass Sie noch nie so viele Anfragen hatten wie in dem Moment. Wie sieht das heute aus?
Leider etwas anders. Wir haben zwar sehr viele potenzielle Projekte, die auch teilweise zu Angeboten führen, die Auftragsvergaben aber verzögern sich. Ein Zustand, dem wir wiederum mit noch grösserem Engagement entgegenwirken, damit wir die Chancen, die uns geboten werden, so effektiv wie nur möglich nutzen.

Reflektieren Sie einen Tag aus dem Jahr 2009, an dem Sie besonders zufrieden nach Hause kamen.
Da hätte ich gleich zwei anzubieten: Einmal, als wir nach enormen Anstrengungen ein grösseres Engineering-Paket in Österreich gewinnen konnten. Das andere Mal, als ich mit dem unterschriebenen Vertrag für unser Mazedonienprojekt nach Hause kam. Beide Male konnte ich mit der Qualität unserer Mitarbeiter und Partner, denen ich hier ganz besonders danke, punkten.

Was tut sich in Südosteuropa?

Wir sind dabei, unser Team für Serbien zu erweitern, die erreichten Kundenbeziehungen im Sinne der Auftragsfortführung zu festigen, neue Kontakte zu knüpfen und unser Partnernetzwerk auszubauen. Wichtig wird sein, dass wir unsere serbischen Mitarbeiter rasch und erfolgreich in unsere Gruppe integrieren, um mit ihnen unseren Kunden Leistungen mit hoher Qualität zu marktgerechten Preisen anzubieten – das ist der Schlüssel zum Erfolg.

Wandel ist das einzig Beständige – wie äussert sich das in Ihrer Arbeit?

In mehrerer Hinsicht: Einmal müssen wir uns auf die sich ständig ändernden Anforderungen des Marktes einstellen, wobei diese geografischer oder technologischer Natur sind. Auslöser können aber auch Organisationsverschiebungen auf Kundenseite sein. Was wir gestern noch richtig gemacht haben, ist morgen vielleicht schon überholt. Da ist es sehr wichtig, ganz aufgeschlossen die neuen Bedürfnisse der Kunden zu erkennen, aufzunehmen und in den eigenen Reihen dafür zu sorgen, dass wir rasch und flexibel darauf reagieren und die passenden Lösungsansätze anbieten.

Welchen Bezug sehen Sie zwischen Graffiti und Ihrer Arbeit?

Im Gegensatz zu den meisten Graffitiproduzenten brauche ich meine «Kunstwerke» nicht heimlich kreieren und kann auch voll zu meinen Werken stehen.

Wie lautet Ihre Botschaft an die Leser des Chemgineering Jahresberichts 2009?

Ich danke unseren Kunden besonders dafür, dass sie in diesem so harten Jahr unsere Leistungen im Consulting wie im Engineering sehr fair honoriert und uns in der schwierigen Situation nicht unter Druck gesetzt haben. Das ermöglicht uns, weiterhin hochstehende Leistungen zu angemessenen Preisen zu erbringen.

«Sich täglich aufs Neue den Herausforderungen des Lebens stellen.»

CHANGE
YOUR
MIND.

The Business Designers

Mit Kreativität und Energie zu Lösungen

Hoher Einsatz, kompromisslose Qualität und ein Quäntchen Glück. Erfolgsrezepte und Wertegefüge der Business Designer aus Sicht von Dr. Gerhard Bauer-Lewerenz.

Was bedeutet Beständigkeit für Sie?
Berechenbar zu sein. Also zu den eigenen Aussagen stehen und den eingeschlagenen Weg auch bei raueren Bedingungen beibehalten. Das bedeutet vor allem, ein zuverlässiger Ansprechpartner für Mitarbeiter und Kunden zu sein und Zusagen einzuhalten. Genauso heisst dies aber auch, nicht gleich jeder neuen Mode hinterherzulaufen oder sich gar verunsichern und entmutigen zu lassen. Denn Erfolg braucht immer auch einen langen Atem.

Wie äussert sich dies in Ihrem Geschäftsfeld?
Durch Kontinuität in unseren Qualitätsansprüchen. Seit es Chemgineering gibt – 2011 werden es 15 Jahre – haben wir immer sehr hohe Ansprüche an die Qualität unserer Arbeit gehabt. Und das hat sich nie geändert, egal wie die wirtschaftliche Situation, egal wie die Erfahrung unserer Mitarbeiter war. Letzten Endes müssen unsere Projektleiter garantieren, dass wir hohe Qualität liefern. Da machen wir keine Kompromisse. Es zählt, dass wir ein sehr, sehr gutes Produkt abliefern.

Was tragen Sie persönlich dazu bei?
Der Firma und den Kunden treu bleiben und meine Haltung nicht aufgeben. Also, nicht weglaufen, auch wenn es Widrigkeiten gibt. Probleme mit den Menschen, die da sind, gemeinsam lösen. Des Weiteren die Ziele klar kommunizieren, weiterverfolgen bzw. kontrollieren und Hindernisse aus dem Weg räumen helfen.

Was hat Sie 2009 am meisten weitergebracht?
Die Unterstützung durch die Kollegen in der schwierigen wirtschaftlichen Situation 2009. Wir hatten 50 Prozent Umsatzeinbruch in den ersten vier Monaten. Trotz der schwierigen Lage sind die Leute geblieben und haben dann etwas angepackt, was einem typischen Berater gar nicht so leicht fällt: Akquisitionsarbeit. Wenn Projektarbeit nicht da ist, muss man die unangenehme Arbeit tun und zum Telefonhörer greifen, Kunden qualifizieren, Termine machen, Mailings versenden – da haben alle mitgemacht. Und wenn es Bedarfsmeldungen gab von Kundenseite, haben sie sich dafür eingesetzt – bei steigender Projektauslastung, die wir generiert hatten. Die Leute haben viele Stunden eingebracht und intensive Reisetätigkeit auf sich genommen: Montags irgendwo hinzufahren, um freitags heimzukehren, und das über viele Monate hinweg – das ist ein hoher Einsatz unserer Consultants. Das hat uns stark weitergebracht und wir konnten den grossen Einbruch der ersten Monate kompensieren.

Wie haben Sie die Herausforderungen 2009 gemeistert?
Durch Fokussieren auf die beiden wichtigsten Gruppen in unserem Geschäft: unsere Kunden und unsere Mitarbeiter. Kontinuierliche Betreuung unserer Kunden führte zu neuen Aufträgen und

klare Kommunikation unserer Lage führte zur vollen Unterstützung unserer Mitarbeiter. Beiden möchte ich an dieser Stelle danken. Dabei hat uns auch geholfen, dass uns die Eigentümer von Chemgineering beständig unterstützt haben. Und schliesslich darf das nötige Quäntchen Glück natürlich auch nie fehlen.

Wo haben Sie von den Synergien mit der Geschäftseinheit Engineering profitiert?
Die stärkste Synergie sehe ich bei Projekteinsätzen, die fundiertes technisches Wissen benötigen, wie z.B. bei der technischen Firmenbewertung im Rahmen einer Due Diligence.

Reflektieren Sie einen Tag aus dem Jahr 2009, an dem Sie besonders zufrieden nach Hause kamen.
Da gibt es zwei Kandidaten: Einmal, nachdem ich die Grundzüge eines neuen Leistungsangebots zu Strategieprojekten in Form von Charts beschrieben hatte. Das andere Mal, als meine laufende To-do-Liste einmal keinen «Dringend»-Punkt mehr anzeigte – davon bin ich jetzt schon wieder weit entfernt.

Wandel ist das einzig Beständige – wie äussert sich das in Ihrer Arbeit?
Wir wissen nie, woher eine neue Anforderung kommen wird oder worin sie bestehen wird. Wir wissen nur, dass wir auf der Grundlage unserer bisherigen Erfahrungen einen Lösungsweg finden werden.

Wo können die Business Designer Kunden bei ihren Veränderungen im Markt unterstützen?
Bei allen Fragen rund um Operations, wie z.B. bei der Ausrichtung auf neue regulatorische Anforderungen oder der Senkung operativer Kosten. Auch bei Standortfragen, also Gründung, Verlegung, Schliessung, Umbau und Organisation. Sehr gefragt ist unsere Unterstützung bei der Optimierung von Geschäftsprozessen aber auch z.B. bei der Bewertung von Produktportfolios.

Welchen Bezug sehen Sie zwischen Graffiti und Ihrer Arbeit?
Bei näherer Betrachtung nach innen hin einen sehr grossen: In beiden Fällen sind Kreativität und Energie der Schlüssel zum Erfolg. Nach aussen gibt es praktisch keine Gemeinsamkeit: Graffiti erscheinen meist grell und chaotisch. Unsere Dokumente sind keine spannenden Krimis, also eher unscheinbar in der äusseren Form, und müssen dafür im Aufbau absolut stringent und geordnet sein.

«Lassen Sie sich nicht entmutigen – Erfolg braucht immer auch einen langen Atem!»

KEEP
YOUR MIND
ON THE
TASK

The Technology Designers

Im Wandel beständig sein

Sich ändernden Ansprüchen in gleichbleibender Qualität stellen. Dabei zuhören und auf Kundenwünsche eingehen – auch in harten Zeiten. Rolf Mönig über bleibende Werte im Technology Design.

Was bedeutet Beständigkeit für Sie?
Bodenständigkeit, Kontinuität, Vertrauen, Nachhaltigkeit, Sicherheit. Dieselbe hohe Qualität der Leistungen erbringen. Dabei die Haftung nicht verlieren und geerdet sein, wie der Elektroingenieur in mir zu sagen pflegt.

Wie äussert sich dies in Ihrem Geschäftsfeld?
Beständigkeit hat einen hohen Stellenwert in unserem Geschäft als Dienstleister. Für unsere Kunden ist uns wichtig, auf Projekt- wie Managementebene einen kontinuierlichen Ansprechpartner zu wahren – auch nach Projektabschluss. Beständigkeit heisst auch, Kunden regelmässig über Neuigkeiten bei uns zu informieren. Ein einheitlicher Auftritt z.B. auf Visitenkarten oder in Publikationen macht enorm viel aus, damit jeder gleich erkennt: Aha, das ist die Firma Chemgineering.

Was tragen Sie persönlich dazu bei?
Regelmässige Besuche und Telefonate mit meinen Kontakten auf Kundenseite, zu denen ich einen engen und offenen Zugang habe. Und was mir ganz wichtig ist: den Umgang mit Kunden und Mitarbeitern vorleben, nach aussen wie nach innen – nach den gleichen Standards.

Was hat Sie 2009 am meisten weitergebracht?
Gemeinsam mit den Kolleginnen und Kollegen das schwierige Jahr zwar mit einigen «Deckschäden», aber ohne «Schiffbruch» überstanden zu haben. Insbesondere das letzte Quartal war sehr hart. Weitergebracht haben mich die oft heftigen, aber offenen und ehrlichen Diskussionen im Management und mit den Mitarbeitern. Und wenn die Leute auf mich zukommen und Feedback geben, spüre ich einfach: Ich bin Teil des Teams.

Wie haben Sie die Herausforderungen 2009 gemeistert?
Die bestehenden Projekte trotz Krise und kollektiven Nostradamus-Denkens gut abzuwickeln – das war meisterhaft. Und trotz mieser Auftragslage in der Akquise hartnäckig zu bleiben. Alle Mitarbeiter haben hier enormen Einsatz gebracht, nach dem Motto: «Jetzt erst recht». Im Management haben wir zudem immer eine gewisse Ruhe behalten, auch wenn's kribbelig wurde. Unsere Mitarbeiter haben wir offen informiert und ihnen die Botschaft vermittelt, dass wir diese Zeit überstehen werden.

Wo haben Sie von den Synergien mit der Geschäftseinheit Consulting profitiert?
Zum Beispiel bei Due Diligences, wo unsere Ingenieure ihr Fachwissen von technischer Seite einbringen. In Engineering-Studien wiederum ziehen wir in der Vorphase gern auch das Know-how von Com-pliance Consultants hinzu.

Vorraussetzung für die Nutzung der Synergien ist natürlich ein guter Informationsfluss wie ihn z.B. unser Büro in Hamburg vorlebt. Hier klappt das Zusammenspiel: Ein komplettes Team, kurze Informationswege, offener Austausch über Projekte – das ist ideal.

Reflektieren Sie einen Tag aus dem Jahr 2009, an dem Sie besonders zufrieden nach Hause kamen.

Im Prinzip gibt es für mich nicht den einen Tag. Spontan fällt mir ein Grossprojekt ein: Sehr konträre Meinungen schürten viele Emotionen. Aber wir haben schnell reagiert und das Projekt gemeinsam mit den richtigen Schritten wieder eingefangen. Das hat mich zufrieden gemacht. Da ich unter der Woche viel an den Standorten und bei Kunden unterwegs bin, freue ich mich auf jedes Wochenende zu Hause bei Familie und Freunden. Auch bei Fussball, Kirchenchor, Schützenverein und Skifahren kann ich auftanken. Manchmal passen noch zehn Liter mehr in den Tank, aber für die nächste Woche reicht's immer.

Wandel ist das einzig Beständige – wie äussert sich das in Ihrer Arbeit?

Da fällt mir der Spruch eines Freundes ein: «Wenn der Wind des Wandels weht, bauen die einen Windmühlen und die anderen Mauern.»* Wandel ist gut und muss sein. Ringsum tut sich immer etwas, auch bei unseren Kunden. Konkret besinnen wir uns immer wieder auf unsere Stärken und verbessern Prozesse laufend.

Wo können die Technology Designer Kunden bei ihren Veränderungen im Markt unterstützen?

Ganz klar beim Technologietransfer vom Ausland nach Europa und umgekehrt. Oder bei schlüsselfertigen Generalübernahmeprojekten und Generalplanungsmandaten, die wir – von konventionell bis unorthodox – flexibel an Kundenbedürfnisse anpassen. Wir halten unser Fachwissen auf dem aktuellen Stand, pflegen Kontakte zu Lieferanten und gehen auf Messen, um am Ball zu bleiben. Vorsprung im technischen Know-how – das ist der Mehrwert für unsere Kunden.

Welchen Bezug sehen Sie zwischen Graffiti und Ihrer Arbeit?

Als Jugendlicher waren Graffiti für mich Schmierei. Mittlerweile sind sie hoffähig geworden. Was ich toll finde: Graffiti mit eindeutigen Botschaften. Unsere Arbeit muss dem Kunden gegenüber genauso aussagekräftig sein, und diese Aussage soll bestehen. Das heisst nicht, dass man sich nicht weiterentwickelt, aber der Grundtenor muss einfach gleich sein. So kommen wir zu Beständigkeit – wie gute Graffiti.

* Anm. der Red.: Dieser Satz ist auch als alte chinesische Weisheit bekannt.

«Wenn der Wind des Wandels weht, bauen die einen Windmühlen und die anderen Mauern.»

The Business Designers

Chemgineering Business Design AG
Güterstrasse 107
4133 Pratteln 1 | Schweiz
T +41 61 467 89 00

Chemgineering Business Design GmbH
Kreuzberger Ring 13
65205 Wiesbaden | Deutschland
T +49 611 77 88 70

Chemgineering Business Design GmbH
Perfektastrasse 45
1230 Wien | Österreich
T +43 1 255 74 13 11

www.chemgineering.com

The Technology Designers

Chemgineering Technology AG
Güterstrasse 107
4133 Pratteln 1 | Schweiz
T +41 61 467 54 54

Chemgineering Technology GmbH
Kreuzberger Ring 13
65205 Wiesbaden | Deutschland
T +49 611 77 88 70

ASI GmbH
Friedrich-List-Platz 2
04103 Leipzig | Deutschland
T +49 341 99 42 6

Chemgineering Technology GmbH
Perfektastrasse 45
1230 Wien | Österreich
T +43 1 255 74 13 11

Chemgineering d.o.o.
Subotička 23
11000 Belgrad | Serbien
T +381 11 241 25 55

Impressum
Herausgeber: Chemgineering Holding AG
Unternehmenskommunikation, Uta Ünal
Güterstrasse 107 | 4133 Pratteln | Schweiz
T +41 61 467 54 00 | www.chemgineering.com
Gestaltung: WOMM Werbeagentur AG | Basel | Schweiz
Fotos: Andi Cortellini, Duncan, Judith
Druck: Multicolor Print AG | Baar | Schweiz
Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier

viable solutions
for life sciences