

Presseinformation

31.07.2013

Henkel zeichnet Verbesserungsvorschlag mit rekordverdächtiger Prämie aus

Eine lohnende Idee für Mitarbeiter und Unternehmen

Jedes Jahr zeichnet das Ideenmanagement von Henkel eingereichte Innovationsbeiträge und Verbesserungsvorschläge von Mitarbeitern aus. Jetzt erhielten drei Beschäftigte eine der höchsten bisher ausgezahlten Prämien für ihren Verbesserungsvorschlag für den Produktionsablauf im Bereich der Klebstoffproduktion.

Das Ideenmanagement von Henkel erhielt letztes Jahr rund 5200 Verbesserungsvorschläge von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Deutschland. Fast ein Viertel aller Mitarbeiter hatte einen oder gleich mehrere Vorschläge eingereicht. Mit 69 Prozent wurde die große Mehrheit der Verbesserungsideen in die Tat umgesetzt, was zu jährlichen Einsparungen im Betriebsprozess von 5,5 Millionen Euro geführt hat. Im Gegenzug hat das Ideenmanagement von Henkel 490.000 Euro an Prämien ausgezahlt.

Wichtig ist nicht nur die Realisierbarkeit der Vorschläge. Sie müssen über das hinausgehen, was normalerweise von dem Mitarbeiter im Arbeitsalltag erwartet wird. So sehen es die Vereinbarungen der Firmenleitung mit dem Betriebsrat vor.

Ein zusätzlicher Filter liefert die Lösung

In der Produktion von Schmelzklebstoffen ist der Produktionsablauf durch das Hinzufügen eines weiteren Filters verbessert worden. Die Produkte wurden bisher nur durch einen Filter gereinigt und die dabei anfallenden Klebstoffreste unterhalb des Filters in Kartons aufgefangen und gesammelt. Zur Vermeidung von Abfallkosten werden die Reste nach dem Auskühlen im nächsten Produktionszyklus wieder verwendet.



Der Vorschlag der Preisträger Jürgen Lehmann (Schichtleiter), Benjamin Jarosch (Schichtarbeiter) und Frank David (Abteilungsleiter), die Klebstoffrückstände vor dem Sammeln in den Kartons durch einen zweiten andersartigen Filter zu reinigen, hat zu einer Verbesserung des Produktionsablaufes geführt. Durch diese Umsetzung werden nicht nur 120 Tonnen Klebstoffmaterial, das ansonsten hätte entsorgt werden müssen, erhalten. Auch führt die Innovation zu einer jährlichen Kosteneinsparung von fast 300.000 Euro – einer der höchsten durch einen Verbesserungsvorschlag bisher erzielten Werte bei Henkel. Für ihren Vorschlag wurden die drei Mitarbeiter mit einer den Vereinbarungen mit dem Betriebsrat entsprechenden Prämie ausgezeichnet.

Gezielte Ideengenerierung durch Kampagnen mit Fokus auf Nachhaltigkeit

Die gezielte Ideengenerierung ist ein wesentlicher Baustein für ein erfolgreiches Ideenmanagement. Daher hat Henkel in unterschiedlichen Unternehmensbereichen verstärkt Ideengenerierungs-Kampagnen durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Kampagnen zeigen, dass über die Fokussierung die Beteiligung der Mitarbeiter und die Qualität der Vorschläge spürbar gesteigert werden. Mit dem Erfolgsmodell der gezielten Ideengenerierung werden derzeit verstärkt Nachhaltigkeitsthemen aufgegriffen. Ziel ist es, einen Beitrag zur Henkel Nachhaltigkeitsstrategie und den damit verbundenen Zielen zu leisten.

Henkel ist weltweit mit führenden Marken und Technologien in den drei Geschäftsfeldern Laundry & Home Care, Beauty Care und Adhesive Technologies tätig. Das 1876 gegründete Unternehmen hält mit rund 47.000 Mitarbeitern und bekannten Marken wie Persil, Schwarzkopf oder Loctite global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft. Im Geschäftsjahr 2012 erzielte Henkel einen Umsatz von 16.510 Mio. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2.335 Mio. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter <http://www.henkel.de/presse>

Kontakt	Lisa Kretzberg	Holger Elfes
Telefon	+49 211 797-56 72	+49 211 797-99 33
E-Mail	lisa.kretzberg@henkel.com	holger.elfes@henkel.com

Henkel AG & Co. KGaA

Folgendes Fotomaterial ist verfügbar:



Abteilungsleiter Frank David (links) zeigt den Einsatzort des neuen Filters in der Klebstoffproduktion.



Henkel-Vorstandsmitglied Jan-Dirk Auris (3. v. r.) übergab den Preisträgern die Prämie.



Luftbild Henkel: Standort Düsseldorf-Holthausen

Unsere Fokusfelder und unternehmensweite Ziele 2010 bis 2015

