

Mobil zum Ziel

Mobilitätsmanagement bei Clariant in der Schweiz



Exactly your chemistry.

Mobilitätsforum 27.03.2007



Exactly your chemistry.

1. Clariant auf einen Blick
2. Ausgangslage
3. Vorgehen
Ziele, Analysen, Ideen, Mobilitätsplan
4. Zwischenfazit

Clariant auf einen Blick



Exactly your chemistry.

- Global tätiges, weltweit führendes Unternehmen der Spezialitätenchemie
- Auf 5 Kontinenten mit über 100 Konzerngesellschaften vertreten
- Rund 21 500 Mitarbeitende
- Hauptsitz ist in Muttenz bei Basel, Schweiz
- Umsatz rund CHF 8.1 Mrd. (2006)
- 4 Divisionen : Textile, Leather & Paper Chemicals; Pigments & Additives; Functional Chemicals und Masterbatches
- Produkte von Clariant spielen in den Herstellungs- und Verarbeitungsprozessen der Kunden eine entscheidende Rolle und verleihen deren Endprodukten wertsteigernde Eigenschaften
- Unternehmenserfolg dank Know-how der Mitarbeitenden und deren Fähigkeit, neue Kundenbedürfnisse frühzeitig zu erkennen und mit den Kunden innovative und effiziente Lösungen zu entwickeln

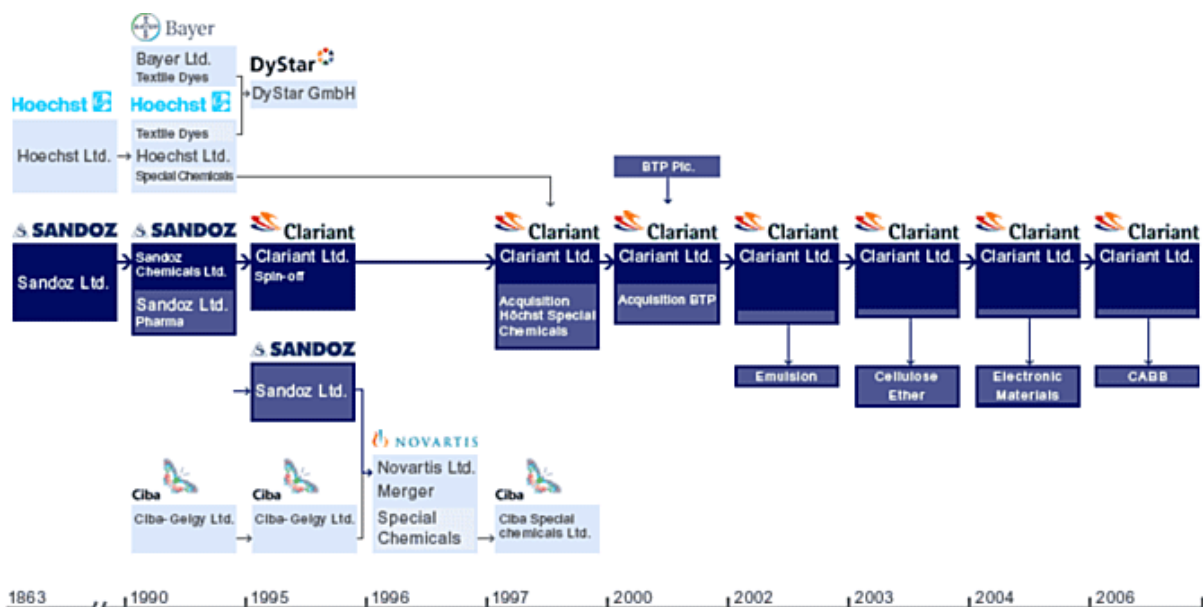
27. März 2007

Folie 3

Die Geschichte von Clariant



Exactly your chemistry.



27. März 2007

Folie 4

Ausgangslage



- Clariant = 1 Unternehmen der Spezialitätenchemie
- 3 Standorte im Raum Basel: Muttenz, Reinach, Münchenstein
- 1'645 Mitarbeitende in der Schweiz
- Muttenz ist Produktionsstandort in Form eines Industrieparkes (Clariant, Bayer, Aprentas ,...)
- Muttenz ist suboptimal mit öV erschlossen
- Unbefriedigende Parkplatzsituation in Muttenz

Vision des Kernteams „Mobil zum Ziel“



- Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Clariant in der Schweiz kommen stressfrei und auf eine nachhaltige Art zur Arbeit.
- Das nützt ihnen, dem Unternehmen, der Region und der Umwelt

Generelle Ziele



Mit geringen Ressourcen (Wirtschaft)

und ohne Verschlechterung des Betriebsklimas (Gesellschaft)

**möglichst viele Mitarbeitende zum Umstieg vom Auto auf
öV bzw. Fuss- und Veloverkehr zu bewegen** (Umwelt).

- Kernziele von Kernteam erarbeitet,
von Mitarbeitenden in Workshop unterstützt und damit
Legitimation vorhanden.

Generelle Strategie



1. Zielgruppen

- a.) Autofahrer steigen um auf öffentlichen Verkehr (öV)
und Fuss- / Veloverkehr (LV)
- b.) Bisherige öV / LV-Nutzer halten

2. Zeitachse

Phase 1: 2007 Anreiz-Massnahmen

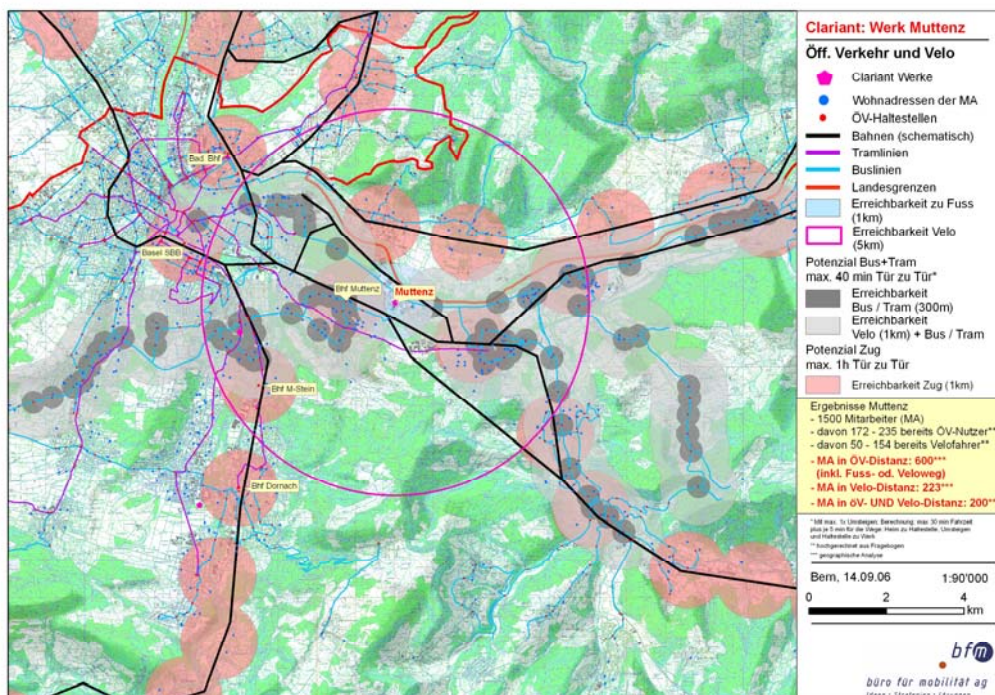
Phase 2: 2008ff Anreiz- & Lenkungs-Massnahmen

(letzteres, falls Ziele noch nicht erreicht, z.B. Parkplatzbewirtschaftung)

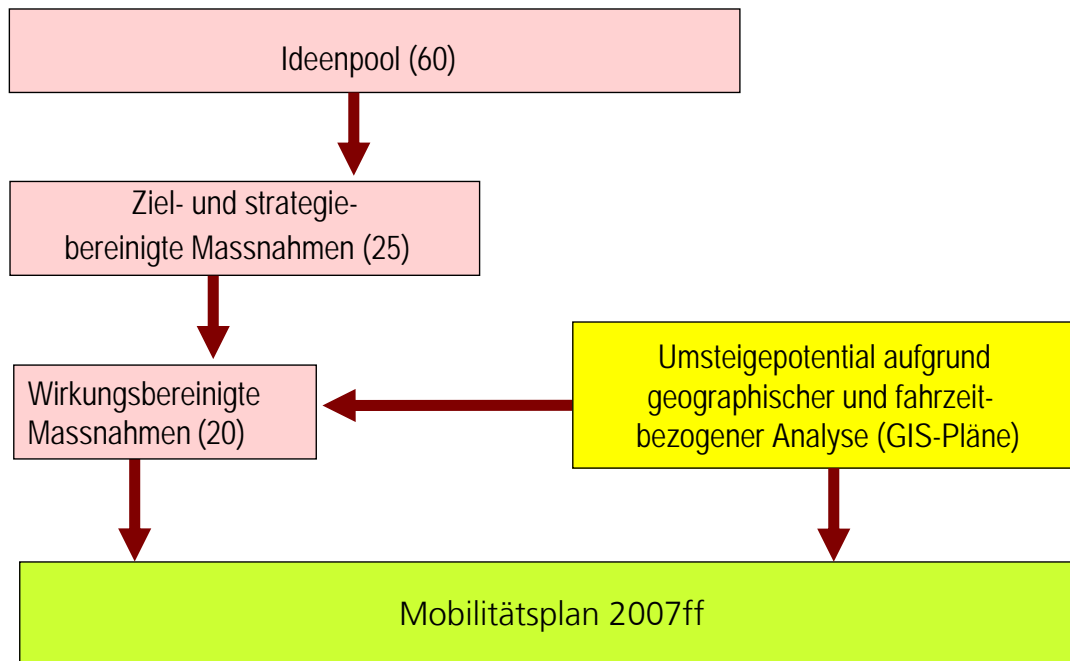
Analyse: Befragung und Workshop

- 78% fahren mit Auto oder Motorrad
 - Besonderheiten am Standort Muttenz (Schweizerhalle):
 - allgemeine Unzufriedenheit mit der Parkplatzsituation
 - unattraktives öV-Angebot (Bus-Haltestellen, Fahrplan, Verbindung)
 - unsichere Verhältnisse für Fussgänger und Velofahrer
 - 28% Schichtarbeitende
 - Grosses Potenzial für mehr öV- und Velo-Nutzung
 - Interesse an Fahrgemeinschaften vorhanden
- Mitarbeitende erwarten Umsetzung von Massnahmen, Mitmachbereitschaft ist vorhanden

Geographische Analyse



Vom Ideenpool zum Mobilitätsplan



Schwerpunkte Mobilitätsplan

Massnahmenpaket 2007 ff: **Anreize**

- Stärkung öV-Nutzung , zB JobTicket des TNW
- Optimierung Auto-Nutzung , zB CarPooling
- Attraktivierung Velo-Nutzung , zB Info über Radrouten , Bike-to-work
- Kommunikation

Massnahmenpaket 2008 ff: **Anreize & Lenkung**

- Zusätzlich Parkplatzbewirtschaftung

Zwischenfazit nach 1 Projektjahr



Voraussetzungen:

- Problem erkennen, analysieren, Vorgehen intern gut abstützen
- Ziele, Strategien und Zuständigkeiten definieren
- Mobilitätsplan als Gesamtpaket kommunizieren und laufend umsetzen
- Kooperationen mit öffentlicher Hand, Mobilitätsanbieter eingehen

Konkrete Wirkung:

- Positive Rückmeldungen der Mitarbeitenden auf konkrete Massnahmen, da Handlungsbedarf erkannt ist
- Wachstum des Standortes Muttenz ist wieder möglich (PP-Nachweis)