

CHT: „WE ARE HIRING.“ TEXTILTECHNIKER DRINGEND GESUCHT!

PERSONALPOLITIK IN ZEITEN DER PANDEMIE UND DES FACHKRÄFTEMANGELS

Die CHT Gruppe ist eine weltweit operierende Unternehmensgruppe für Spezialitätenchemie. Seit mehr als 65 Jahren ist sie in verschiedensten Industriebereichen und Märkten tätig. Innovative und hochwertige Spezialchemikalien neben überzeugenden Serviceleistungen gehören ebenso zum Portfolio wie chemische Hilfsmittel und Additive.



Textination sprach mit **Kurt Speckle** [Head of Technischer Service Dyestuffs] und **Ursula Häberli** [Head of Human Resources] speziell für den Bereich Textile Solutions über die Herausforderungen einer erfolgreichen Personalpolitik in so besonderen Zeiten wie einer Pandemie und des Fachkräftemangels.



Die Abteilung Technischer Service Farbstoffe, die der seit 32 Jahren für CHT tätige Kurt Speckle leitet, umfasst gegenwärtig 16 Personen. Sie besteht aus einem Technikerstab, der Kunden weltweit in Form von technischer Beratung, Betriebsversuchen vor Ort, Vorträgen und bei der Erstellung von Präsentationen betreut, sowie einem Laborteam, das Anfragen zu Farbeinstellungen, Problemlösungen, Echtheiten etc. bearbeitet. Je nach Kundenanfrage sind beide Abteilungen Hand in Hand gemeinsam tätig.

Das Know-how und das Herz des Technikerstabes bilden sechs Personen, alle 50+, die Kurt Speckle mit einem Schmunzeln auch als „textile Dinosaurier“ bezeichnet. Parallel werden junge Techniker mit Betriebserfahrung

aufgebaut, um an größere Aufgaben herangeführt zu werden. Unterstützend wirkt dabei die Lehrlingsausbildung für Textillaboranten in der CHT SWITZERLAND AG.

Als weltweit operierende Unternehmensgruppe für Spezialitätenchemie ist die CHT Gruppe seit über 65 Jahren in zahlreichen Industriebereichen und Märkten von 20 Ländern unterwegs. Die CHT Switzerland AG wird dieses Jahr 50 Jahre alt und ist weltweit das Kompetenzzentrum für Farbstoffe. Wie kommt es, dass eine so gute Marktstellung bei den Farbstoffen aufgebaut und erhalten werden konnte?

Kurt Speckle: Neben dem qualitativen Niveau unserer Produkte und der breiten Range mit mehr als 700 Produkten, die die unterschiedlichsten qualitativen Anforderungen der heutigen Kunden abdecken, bietet die CHT Switzerland auch einen ausgezeichneten technischen Service für die Produkthanwendung. Dieser weltweit bekannte Zusatz-Service macht uns für Kunden interessant und bringt uns weltweit Anfragen. Kundenspezifische Problemlösungen aus unserem Labor in die Produktion zu übertragen, ist einer der Schlüssel zu unserem Erfolg.

Im Unternehmensbereich Textile Solutions haben Sie verschiedenste Spezialchemikalien und Farbstoffe für die Textilproduktion im Portfolio. In welche Richtung der Farbstoffchemie bewegt sich aus Ihrer Sicht aktuell die Textilindustrie - welche Trends sehen Sie? Was bedeutet das für Ihr Produktangebot?

Kurt Speckle: Eine der Herausforderungen ist, heute die richtige Farbstoffgamme für den gewünschten Einsatzzweck zu finden. Wir haben in den letzten Jahren das Sortiment stetig den neuen Bedürfnissen und Anforderungen angepasst. Neben diesen technischen Spezifikationen wird die gesamte textilveredelnde Industrie auch laufend mit neuen ökologischen und toxikologischen Gesetzesanforderungen konfrontiert. Das Textil und auch technische Textilien müssen nicht nur bestimmte Echtheiten erfüllen, sondern auch den unzähligen Label-Anforderungen entsprechen. REACH und viele Labels führen zu stetigen Anpassungen im Farbstoff-Finish, damit die Produkte dem neuesten Stand der Technik entsprechen.



Kurt Speckle
Head of Technischer Service Dyestuffs
CHT Switzerland AG



Wie funktioniert eine optimale Teamarbeit im Farbstoff-Team, und wie können Sie sicherstellen, dass das langjährige erarbeitete Wissen und die viele Jahre umfassende Erfahrung weitergegeben werden?

Kurt Speckle: Erfahrungsaustausch funktioniert bei Personen mit praktischer Erfahrung. Nur darauf kann aufgebaut und neue Informationen dahingehend abgespeichert werden. Wir bedienen uns und kommunizieren auf einem gemeinsamen Laufwerk. Auch

eine rege verbale Kommunikation ist hierfür unumgänglich. Eigene Versuche im Labor und auch in der Produktion bei Kunden bilden den eigentlichen Erfahrungsschatz unserer Mitarbeiter.



Wir beobachten verschiedene Megatrends, die durch die Pandemie eine neue Wendung genommen haben und die auch Ihre Kunden in der Textilindustrie unmittelbar berühren: Neo-Ökologie, Konnektivität und Digitalisierung, Gesundheit - um nur einige zu nennen. Inwiefern fordert Sie das als Dienstleister für Ihre Kunden und als Arbeitgeber? Gibt es ein verändertes Anforderungsprofil an Ihre Mitarbeiter?

Kurt Speckle: Durch den Wegfall der Reisen und den direkten Kundenkontakte hat sich das Arbeitsbild natürlich geändert. Aufgrund der Erfahrungspotentials können aber viele Problemanfragen über die verschiedensten Kommunikationsmöglichkeiten bearbeitet und gelöst werden. Als nachhaltiges und auf Dauer eingeführtes System ist das aber nicht zu sehen. Erfahrung und Weiterentwicklung können nur durch Praxisversuche auf den unterschiedlichsten Maschinen zu unterschiedlichsten Bedingungen und mit unseren Farbstoffen erfolgen.

In welchen Ausbildungsbereichen – gleich ob Studium oder Berufsausbildung – sehen Sie Nachbesserungsbedarf in den Lehrplänen? Bringen Berufseinsteiger für Ihr Unternehmen das nötige Rüstzeug mit, oder müssen Sie in grundlegenden Anforderungsbereichen nachqualifizieren?

Ursula Häberli: Wir bilden unseren zukünftigen Fachkräftepool intern aus. Dazu haben wir jedes Jahr einige Lernende als Textile- und Chemielaboranten, denen wir im Anschluss eine fixe Anstellung anbieten. Die Ausbildung an der Berufsschule und in den Vertiefungskursen ist hervorragend. Die Lernenden werden in vielen verschiedenen Bereichen gefordert. Die Textillaboranten machen genau dieselbe Ausbildung wie die Chemielaboranten, haben aber zusätzlich noch 240 Lektionen Textilunterricht und Textilkurse. Textillaboranten benötigen inzwischen ein sehr umfangreiches, fundiertes und breites Fachwissen. Die Textilindustrie entwickelt sich rasant und so kommen stetig - zu dem bereits sehr breiten Basisfachwissen - neue, komplexe Inhalte dazu. Auch unterstützen wir tatkräftig bei Weiterbildungen zum Beispiel zum BSc Design & Technology an der Schweizerischen Textilschule. Diese Ausbildung ist breit fundiert und verschafft den Mitarbeitenden gutes Fachwissen und verschiedene zusätzliche essenzielle Kompetenzen.



Ursula Häberli
Head of Human Resources
CHT Switzerland AG

Was sagen Sie zur Personalsituation bei CHT im Allgemeinen? Können Sie alle Stellen besetzen? Wen suchen Sie aktuell besonders dringend?

Ursula Häberli: Unsere langjährige Marktpräsenz und der gute Ruf, den wir mit unserem Ansatz „Customer First“ über 50 Jahre aufgebaut haben, hilft uns immer wieder, Talente anzusprechen. Zurzeit suchen wir eine Person als [Textiltechniker/in Farbstoff für das BU Dyestuffs](#). Hier planen wir frühzeitig die Nachfolgeregelung eines Textil-Dinosaurier, der im 2022 in Pension gehen darf. Und für das [Garment Team suchen wir ebenfalls einen/eine Textiltechniker/in](#).

Der Garment-Bereich ist ein textiles Spezialgebiet, das in den letzten 10 Jahren vermehrt in Ost-Länder verlagert wurde. Deshalb wird die Suche sicher eine Herausforderung sein.

Sie haben für CHT unter <https://career-switzerland.cht.com> ein Karriereportal für das Unternehmen aufgebaut. Darin sprechen Sie direkt verschiedene Zielgruppen an: Lernende, Studierende, Berufseinsteiger und Berufserfahrene. Welche Rolle spielen in der Unternehmensgruppe die „alten Hasen“?

Ursula Häberli: Die alten Hasen heißen bei uns ab und an auch einmal „Dinosaurier“ – Textiler wie sie, mit einer oftmals lebenslangen Karriere in der textilen Welt, sind rar, pessimistisch gesehen: am Aussterben. Doch Spaß beiseite: Die alten Hasen sind enorm wichtig. Es liegt an ihnen, ihr Wissen aktiv an die nachfolgenden Generationen weiterzugeben. Das funktioniert schon sehr gut im Alltag. Das Farbstoff-Team – inklusive Chef - sitzt bewusst gemeinsam in einem großen Raum, damit viel mitgehört und ausgetauscht werden kann. Kürzlich hat das Team die „Textile Lunches“ gestartet. Das sind kurze knappe Learning Nuggets, um Wissen und Erfahrung weiterzugeben.

Employer Branding scheint seit einiger Zeit das Zauberwort zu sein. Man schaffe eine attraktive Arbeitgebermarke, stelle Stärken wie offene Unternehmenskultur, transparente Kommunikation, Verantwortung für den eigenen Bereich und Mitarbeiterbenefits ins Zentrum – und alle Stellen sind schnellstens besetzt. Was hält CHT von Employer Branding, welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht, und welche speziellen Angebote bieten Sie Interessenten an?



Ursula Häberli: Mit der Karriereseite <https://career-switzerland.cht.com> haben wir bewusst ein nach außen gerichtetes modernes Tool gewählt, um unseren Employer Brand zu stärken. CHT Ambassadors erzählen ihre Stories und machen damit Stellensuchenden Lust – oder auf Schweizerisch „gluschtig“, bei uns mitanzupacken und die Zukunft zu gestalten. Was ebenfalls ein großes Plus ist: Der Arbeitsort liegt in einer wunderbaren Landschaft mit hohem Freizeitwert, nah dem Bodensee und einer beeindruckenden Berglandschaft, wo sich unsere Mitarbeiter gerne bewegen.

Seit einiger Zeit tritt die CHT Unternehmensgruppe unter einem neuen Claim auf: Chemistry with Character. Entstanden ist diese Aussage für Marketingzwecke, aber sie sagt sicherlich auch etwas über das Unternehmen aus. Was bedeutet dieser Claim konkret für Ihre Personalpolitik? Wer ist bereits bei Ihnen im Team? Wen suchen Sie? Und wie sehr dürfen Mitarbeiter Ecken und Kanten haben?

Ursula Häberli: Wir suchen Macher mit hohen Teamplayer-Qualitäten. Das zeichnet uns aus und macht uns fit für die Zukunft. Wir bieten ein äußerst spannendes Aufgabengebiet, welches ein hohes Maß an Eigenver-

antwortung, Initiative und Kreativität verlangt. Wir sind stolz am Standort Montlingen das Kompetenzzentrum für Farbstoffe zu sein – einer der wenigen Betriebe im geografischen Raum Ostschweiz / Vorarlberg / Süddeutschland, den es noch gibt und noch lange geben wird.



Das Interview führte Ines Chucholowius, Geschäftsführerin der Textination GmbH