

yours

WIR SIND
ESSITY!

Einer von uns:
Wojciech Mikulski,
Oława, Polen.
S.6

**Unentbehrlich:
unser Office
Management** S. 22

**Wir forschen zur
Papierproduktion
der Zukunft** S. 30

**Projektwoche: So
geht gute Hygiene
in der Schule** S. 32

Essity: rund
um die Welt
ein Team

WAS MEINT IHR?

Sagt uns, was euch an **yours** gefällt, was ihr vermisst oder gern lesen würdet: yours@essity.com oder „**yours** – Dein Unternehmensmagazin“ auf Yammer.

Deutschland ist ein wichtiger Essity-Standort – und Teil des weltweiten **Essity-Teams**. Wir stellen Kolleginnen und Kollegen aus unterschiedlichsten Ländern vor. Wie wir haben sie immer **das gemeinsame Ziel** vor Augen: Essity als globalen Marktführer im Bereich Hygiene und Gesundheit.



Wir stellen vor: Kolleginnen und Kollegen aus Essity-Werken auf vier Kontinenten. Im Bild Gayle Brown (3.v.r.) mit ihrem Team in Neenah, USA. S.6



Von Tissue bis Karton: interessante Fakten zu einem vielfältigen Produkt. S.18

”

Bei einigen Leuten weiß ich an bestimmten Tagen schon, dass sie auf eine Sendung warten.“

Hat die Post im Blick: Sergen Altun vom Office Management in Mannheim. S.22



MEHR WISSEN HILFT.



Mentale Gesundheit: Workshops helfen, Vorurteile abzubauen, und unterstützen die Prävention. S.28



Bessere Schulhygiene: Die Projektwoche in einer Mannheimer Schule vermittelt spielerisch-kreativ wichtiges Know-how. S.32



KLEBEN UND KLEBEN LASSEN

„Über 50 Jahre Innovation, Marktführer, Qualität“ – so promotet Leukoplast aktuell das Fixomull-Sortiment. Mit Fixomull wurde die Kategorie „vollflächige Fixierung“ nicht nur vor über 50 Jahren erfunden: Seither kamen mit Fixomull transparent und Fixomull skin sensitive weitere innovative Produkte hinzu. Daher ist unser Sortiment damals wie heute die Nummer eins für die vollflächige Fixierung. Ein Sonderlogo und lustige Sticker unterstützen die Aktion bei unseren Medical-Kunden.

RUND
250.000

Service-Anfragen erhält und betreut Global Digital & Business Services im Jahr.

Ein Bus als Job-Botschafter



Seit Januar 2024 fährt ein Linienbus im Essity-Design durch den niederrheinischen Landkreis Kleve. Das Ziel: unseren Standort Emmerich in der Region als attraktiven Arbeitgeber bekannt zu machen. Der Bus ist bereits unser zweiter rollender Job-Botschafter im öffentlichen Raum. Im Frühjahr 2023 ging in Mannheim eine Straßenbahn im Essity-Look und mit der Botschaft „Starke Marken, starke Jobs“ an den Start.

Mitarbeitergewinnung mal anders: Tanja Müller, HR Managerin in Emmerich, am Heck des fertig beklebten Busses.

AUSGEZEICHNETE ZUSAMMENARBEIT FÜR DIE UMWELT

Die Umweltorganisation CDP hat Essity zum fünften Mal in Folge als „Supplier Engagement Leader“ ausgezeichnet. Das Lob würdigt die erfolgreiche Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten beim Bekämpfen des Klimawandels: Wir zählen zu den Vorreitern, die Emissionen auch bei eingekauften Waren, Dienstleistungen, Transporten und damit verbundenen Betriebsabfällen erfolgreich reduzieren.



Am Essity-Stand aktiv: (v.l.) Sarah Weigel, Christoph Reiß und Sandra Vrdoljak.

1.000 Wasserbälle beim Handballspiel

Mit seiner Marke Leukotape ist Essity Medizin- und Gesundheitspartner des Mannheimer Handball-Bundesligisten Rhein-Neckar Löwen. Am 18. April spielten die Löwen in Mannheim gegen Pokal-Finalist MT Melsungen. Wir waren nicht nur durch die Promo am Spielfeldrand dabei: In der Arena haben wir rund 1.000 Leukotape-Wasserbälle verteilt sowie über Essity und Leukotape informiert. Auch im Foyer gab's Flyer und Wasserbälle für interessierte Sportfans.

TERMINÜBERSICHT

- 06.07.24** Familientag im Werk Mannheim
- 18.07.24** Essity veröffentlicht Halbjahresbericht

POSITIVES „MY VOICE“- ERGEBNIS

Wir arbeiten gerne bei Essity. Das belegen die Ergebnisse der „My Voice“-Frühjahrsfrage 2024. Der Happiness-Faktor ist erneut angestiegen und liegt mit 78 Punkten über dem Branchendurchschnitt!



DAMIT WIR GRENZEN ÜBERWINDEN

Bei Essity setzen wir uns ein für Vielfalt, Gerechtigkeit und Inklusion (Diversity, Equity, Inclusion/DEI). Daher beschäftigten sich am 16. April rund 40 lokale DEI-Facilitators am Standort Mannheim mit Racial and Ethnical Diversity am Arbeitsplatz. Der kurzen Einführung in den halbtägigen Workshop folgte die hoch engagierte Diskussion anhand von Fallbeispielen.

Rund **36.000**

Mitarbeitende weltweit
mit 131 unterschiedlichen
Nationalitäten.

Rund
um die Welt ist
Essity in 30 Ländern
vertreten – mit Pro-
duktionsstandorten oder
anderen Niederlassungen.
Einige der Kolleginnen und
Kollegen, die dort arbei-
ten, stellen wir euch
auf den nächsten
Seiten vor.

Wir sind Essity





In **150**

Ländern werden Essity-Produkte verkauft.

72

Produktionsstandorte

ESSITY IN DEUTSCHLAND

- Rund 5.000 Kolleginnen und Kollegen arbeiten hier für Essity – in sechs Produktions- und drei Verwaltungsstandorten.
- Deutschland ist nach den USA weltweit der umsatzstärkste Ländermarkt für Essity: 2023 erzielte Essity hier mit rund rund 1,6 Mrd. Euro 12 Prozent seines weltweiten Nettoumsatzes. Insgesamt trägt Europa etwa 60 Prozent des Essity-Umsatzes bei und ist daher die bedeutsamste Region für unser Unternehmen.
- In Deutschland ist Essity der größte Anbieter für Toilettenpapier, Haushalts-, Taschen- und Kosmetiktücher sowie für Feuchttücher und Servietten. Wir führen mit Tempo und Zewa den deutschen Markt an.
- Essity wurde 2024 zum 19. Mal in Folge als deutscher Top Arbeitgeber ausgezeichnet.
- Schon gewusst? Unsere deutschen Tissue-Werke können zusammen fast 580.000 Tonnen Tissue produzieren. Das entspricht 20 Prozent der gesamten Tissue-Kapazität von Essity.





Wojciech Mikulski, Team Leader im Essity-Werk Oława. Wojciech arbeitet seit mehr als 13 Jahren bei Essity und ist aktuell Ausbilder an einer Inco-Pants-Produktionslinie. Er zählt zu den Ersten, die in Oława das Equipment-Ownership-Programm absolvierten, und gehört dem örtlichen Betriebsrat an. Außerdem wirbt Wojciech als Gesicht der polnischen HR-Kampagne für Essity als Arbeitgeber. Er ist auf Stellenanzeigen ebenso zu sehen wie auf wandgroßen Plakaten.



**Polen,
Oława**

Wojciech Mikulski



Der Erfolg von Essity kann sich sehen lassen: Unsere Produkte, Lösungen und Dienstleistungen ermöglichen Menschen auf der ganzen Welt ein gesünderes und würdevolleres Leben.



Magnus Groth, CEO von Essity: „Wir können viel bewirken – für die Menschen und für die Umwelt.“

Magnus Groth, Essity CEO, bringt es so auf den Punkt: „Essity ist erst sieben Jahre alt. Trotzdem verbessern wir jeden Tag Hygiene und Gesundheit für mehr als eine Milliarde Menschen in 150 Ländern! Dank seiner innovationsfreudigen und engagierten Mitarbeitenden ist Essity dabei, sich zum weltweiten Marktführer für Hygiene und Gesundheit zu entwickeln.“





John Binzeger, Production Support Leader an einer von zwei Papiermaschinen in Kawerau, Neuseeland. Essity ist Neuseelands einziger Hersteller von Toilettenpapier und Papierhandtüchern mit eigener Fabrik und Weiterverarbeitungsanlage. Einige der bekanntesten neuseeländischen Tissue-Marken stammen von Essity, etwa Purex, Sorbent und Handee. Außerdem stellt das Werk Produkte unserer Weltmarke Tork her. Von den mehr als 320 neuseeländischen Essity-Mitarbeitenden arbeiten 200 in Kawerau. Eine der Papiermaschinen wird jetzt umgerüstet: Statt Erdgas soll sie zu 100 Prozent lokalen geothermischen Dampf als Wärmequelle nutzen. Das steigert die Tissue-Produktionskapazität, senkt Emissionen und stärkt erneut unsere weltweit führende Position bei der Nutzung erneuerbarer Energien.



**Neuseeland,
Kawerau**

John Binzeger

Bis 2030

soll unser Treibhausgas-Ausstoß um rund 50% sinken.* Bis 2050 will Essity klimaneutral sein.

Wir stehen mitten im Leben

Bei Essity behalten wir genau im Blick, wie sich Alltag und Bedürfnisse der Menschen, die Märkte und die Wirtschaft entwickeln. Wichtige Trends sind für uns:



Bevölkerungsentwicklung:

Die Weltbevölkerung wächst und wird immer älter. Daher steigt die Nachfrage nach Hygiene- und Gesundheitsprodukten. Hier liegen Wachstumschancen für Essity, zum Beispiel bei Inkontenzprodukten oder der Versorgung chronischer Kunden. Um die Gesundheitssysteme zu entlasten, sind zudem wirksame Lösungen und Dienstleistungen zu Hygiene und Gesundheit gefragt. Ein weiteres wichtiges Thema ist die Frauengesundheit, etwa in den Wechseljahren. Außerdem gewinnen die zwischen 1997 und 2012 Geborenen jetzt an Einfluss: Beim Einkaufen wie bei der Wahl ihres Berufs/Arbeitgebers haben sie hohe Erwartungen, etwa bei Nachhaltigkeit und Chancengleichheit. Essity hat alle Altersgruppen im Blick, um gezielt innovative Lösungen zu entwickeln, die den Menschen gerecht werden.

WELTWEIT AKTIV MIT GEMEINSAMEM ZIEL: GRENZEN ÜBERWINDEN

Ob in Schweden, Deutschland oder Italien, in den USA oder in Indien: Bei Essity ziehen wir alle an einem Strang, um unser Ziel zu erreichen. Wir wollen Grenzen überwinden und Barrieren abbauen. Für mehr Wohlbefinden bei den Menschen, die unsere Produkte nutzen oder damit versorgt werden, wenn sie Hilfe brauchen, sowie bei den Pflegenden. Essity strebt danach, weltweit die unangefochtene Marktführerschaft im Bereich Hygiene und Gesundheit zu erreichen. Daran arbeiten wir jeden Tag, in allen Bereichen und zu allen Themen. Von Produktion, Innovation, Markenentwicklung und Nachhaltigkeit bis hin zu Essity als Arbeitgeber.

500

Nachbarschaftsprojekte unterstützte Essity 2023 rund um seine Standorte.



TITELTHEMA

Das Werk im niederländischen Hoogezaand: Hier stellen rund 500 Kolleginnen und Kollegen vielfältige TENA-Produkte sowie Libero-Babywindeln her.



8 Stunden

interne Fort- und Weiterbildung absolvierten die Essity-Mitarbeitenden 2023 im Durchschnitt.

ESSITY ALS ARBEITGEBER

Essity will ein attraktiver Arbeitgeber sein. Im Mittelpunkt steht dabei:

- eine Firmenkultur, in der sich Menschen entfalten können,
- Lernen als Teil der täglichen Arbeit,
- ein sicherer, nachhaltiger und gesunder Arbeitsplatz,
- Talente anzuziehen und zu fördern.



Hygiene: Durch die Coronapandemie ist das Bewusstsein für Hygiene und Gesundheit gestiegen. Um die Ansteckungsgefahr zu senken, legen die Menschen mehr Wert auf Vorbeugung, Sauberkeit und Selbstfürsorge, einschließlich guter Händehygiene. Besorgniserregend ist, dass es immer mehr bakterielle Erreger gibt, gegen die Antibiotika nicht mehr helfen (antimikrobielle Resistenzen/AMR). Laut Weltgesundheitsorganisation (WHO) eine enorme Gefahr für unsere Gesundheit. Essity bietet daher Handhygiene- und Reinigungsprodukte sowie Lösungen, Dienstleistungen und Wundversorgungsprodukte an, die Infektionen wirksam vorbeugen und Wunden heilen helfen.

Wolf Freeve, Department Manager im Werk Hoogezaand, Niederlande. „Ich leite ein Team von 24 Männern und Frauen“, sagt Wolf. „Meine Arbeit ist sehr vielfältig. Ich habe eine Coaching-Rolle und bin fürs Endergebnis verantwortlich. Gemeinsam mit dem Team Sorge ich dafür, dass alle Produktlinien und Maschinen reibungslos funktionieren. Daher bin ich regelmäßig selbst an der Linie und unterstütze die dortigen Teams. Ich staune immer noch über diese tolle Technik und greife sofort zum Werkzeug, um zu helfen, wenn an den Maschinen mal etwas nicht rundläuft.“



**Niederlande,
Hoogezaand**

Wolf Freeve



„Ich werde euch vermissen!":
Gayle Brown (im rosa T-Shirt)
arbeitet seit fast vier Jahrzehnten
im Essity-Werk in Neenah.
2025 wird sie in den Ruhestand
gehen.

Gayle Brown, (Unit) Controller, Controlling Product Supply, in Neenah, USA. Sie arbeitet seit 37 Jahren in dem Werk, das Tork-Produkte für Essity Professional Hygiene North America herstellt: „Ich habe in der Produktion in vielen Bereichen und Abteilungen gearbeitet“, erzählt Gayle. „Zum Beispiel als Operator in der Kernherstellung oder in der Serviettenproduktion – von einfachen über bedruckte Servietten bis hin zum Flexodruck. Aktuell bin ich Teamleiterin für einfache Servietten. Diese wechselnden Herausforderungen liebe ich an meinem Job am meisten. Als Teamleiterin arbeite ich mit allen Mitarbeitenden meiner Abteilung zusammen. Ich vermittele ihnen die Fähigkeiten, die sie brauchen, um ihre Arbeit sicher und effizient zu erledigen. Das umfasst praktische Anleitungen ebenso wie schriftliche Anweisungen. Anfang 2025 werde ich in den Ruhestand gehen – und vor allem die tollen Menschen vermissen, mit denen ich hier zusammengearbeitet habe.“



USA, Neenah in Wisconsin

Gayle Brown



Digitalisierung: Neue Technologien wie künstliche Intelligenz oder das Metaversum werden voraussichtlich großen Einfluss auf verschiedenste Branchen haben. Die Menschen verbringen mehr Zeit im Internet, wo reale und virtuelle Welt immer stärker miteinander verschmelzen. Essity nutzt die Digitalisierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Wir setzen neue Technologien ein, wo sie einen Mehrwert für unsere Kund*innen und Verbraucher*innen schaffen und gleichzeitig unsere Geschäftsleistung steigern.



Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung: Das Bewusstsein für Klimawandel, Naturschutz, Menschenrechte und Gleichberechtigung wächst. Bei Essity haben wir uns dazu verpflichtet, unsere Auswirkungen auf den Planeten zu reduzieren, um das Wohlergehen von Menschen und Gesellschaften zu verbessern.



98%

der Frischfasern für die Essity-Zellstoffherstellung entstammen zertifiziert nachhaltiger Waldbewirtschaftung.

STARKE MARKEN AUF PLATZ EINS

Unsere Marken TENA und Tork sind Weltmarktführer in den Bereichen Inkontinenzprodukte und Professional Hygiene! In Europa belegen wir zudem bereits die ersten Plätze in den Marktbereichen Consumer Tissue und Medical Solutions.

TITELTHEMA

Sicherheit im Fokus: Auch im Essity-Werk im pakistanischen Karatschi werden die Kolleginnen und Kollegen laufend zu Gesundheit und Sicherheit geschult.



Bilal Junaid (l.), ist seit 2022 stellvertretender RESH-Manager von Essity Pakistan in Karatschi. Seine Devise lautet: „Wenn's nicht nach Plan läuft, ist das eine Chance, etwas zu lernen.“ Bilal bewertet bei allen Prozessen am Standort die Sicherheits- und Umweltrisiken. Er sorgt unter anderem für die Kontrolle risikoreicher Aktivitäten, nimmt an internen Audits teil und unterstützt externe Audits. Außerdem hat er lokal das Projekt „Sicherheit und Compliance/Kure“ initiiert. Zu Bilals Hauptaufgaben zählt, durch Schulungen das Bewusstsein für Gesundheit, Sicherheit und Umwelt zu schärfen. „Ich will eine sichere Arbeitsumgebung für alle“, sagt er. Beim Essity-I-Care-Programm 2023 wurde seine Initiative zur Sicherheitsvisualisierung als Best-Practice-Beispiel ausgewählt. Das Werk in Karatschi ist 6.960 m² groß. Es stellt marktführende Produkte für die Orthopädie und Wundversorgung im Land her und steht damit für rund 60 Prozent des Essity Umsatzes in Pakistan.



**Pakistan,
Karatschi**

Bilal Junaid

2,9 Mio.

Tonnen Tissue können die Essity-Werke weltweit pro Jahr produzieren.

Soziale und ökologische Nachhaltigkeit ist für Essity ein strategisches Top-Ziel: um zukünftiges Wachstum und unsere Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und um Risiken zu reduzieren. Wir führen unsere Geschäfte verantwortungsvoll. Die Umweltauswirkungen senken wir durch gezielte Maßnahmen in den Bereichen Klima und Kreislaufwirtschaft sowie nachhaltige Innovationen. Wir achten die biologische Vielfalt und haben uns verpflichtet, ab 2050 keine Treibhausgase mehr auszustößen.

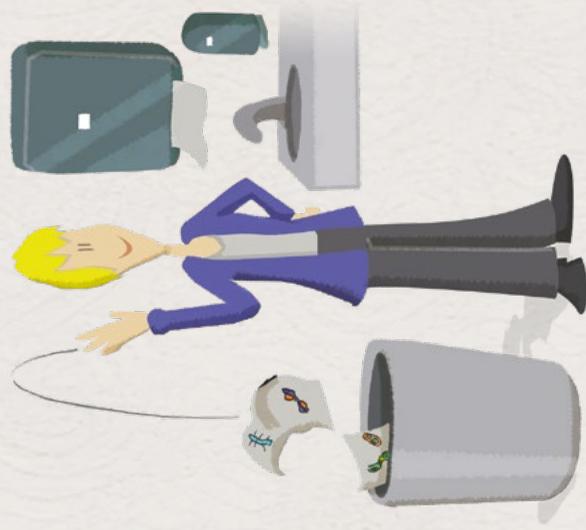
Essity setzt neue Maßstäbe in Sachen Nachhaltigkeit: Seit Mai sind **Tempo Feuchte Toilettentücher** mit Flachsanteil auf dem Markt! Mit nur rund 120 Tagen bis zur Ernte ist Flachs ein schnell nachwachsender Rohstoff. Das hilft, die **Wälder zu entlasten**. Im Test überzeugte das Konzept des ersten feuchten Toilettentuchs mit Flachsanteil 94 % der Verbraucherinnen und Verbraucher.

Ab jetzt mit Flachsanteil: das gesamte Sortiment von Tempo Feuchte Toilettentücher.



Papier ist super!

Ohne Hygiene- und andere Papiere ist unser Alltag kaum vorstellbar. Hier einige interessanten Fakten zum Thema Papier und Umwelt.



Hände waschen und Hände trocken – das sind zwei zentrale Bestandteile der Händehygiene. Denn: Feuchte oder nasse Hände können Mikroben und Krankheitserreger schnell auf andere Oberflächen übertragen. Um Infektionen zu vermeiden, sind Papierhandtücher unschlagbar. Beim Trockenrubbeln der Hände landen die Keime im Tuch und wandern danach mit diesem in den Abfall.

AUF EINEN BLICK

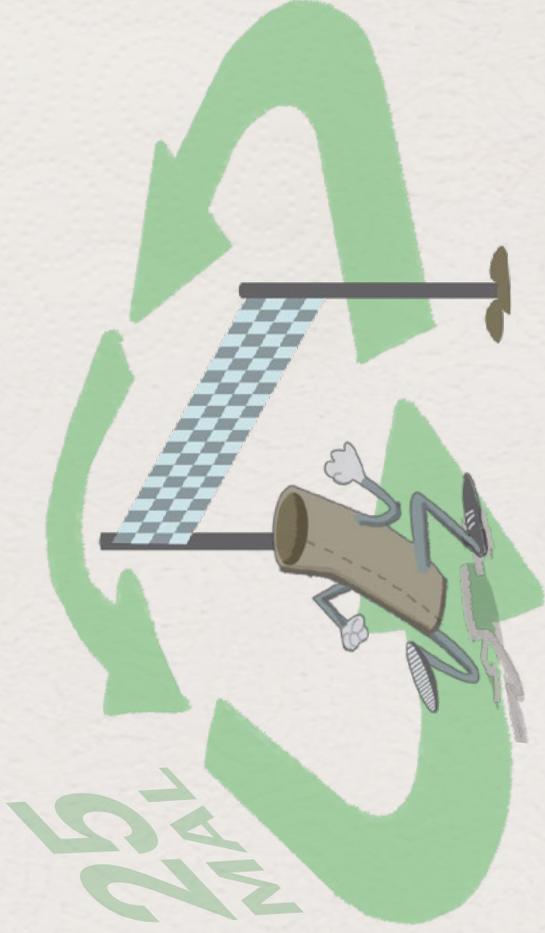
22 Mio.

Tonnen Papier werden jährlich in Deutschland hergestellt.
Davon sind:

HOUSE OF
PAPER

Es gibt **3.000 unterschiedliche Sorten Papier**, zum Beispiel **Kartonage, Schreibpapier, Backpapier oder Hygienepapiere.**





25 Mal lassen sich Papierfasern im Schnitt wiederverwenden. Die **Recyclingquote von Altpapier** liegt in Deutschland bei rund 83%. Das heißt: Hierzulande kommen für die Herstellung von 100 Kilo Papier 79 Kilo Altpapier zum Einsatz!
Essity verarbeitet auch **Recyclingfasern zu Hygienepapier**. Zahlreiche Tork-Produkte haben dafür das deutsche Umweltsiegel „Blauer Engel!“ verliehen bekommen.

Die Papierindustrie hat ein großes Interesse daran, dass der Rohstoff Holz auch in Zukunft zur Verfügung steht und die Forstwirtschaft nachhaltig arbeitet. In der Regel werden Holz aus Durchforstungen und die Abfälle aus Sägewerken genutzt. Um zu belegen, dass das Holz wirklich aus einer **nachhaltigen Bewirtschaftung** der Wälder stammt, besteht Essity auf FSC™- oder PEFC™-Zertifizierungen. So machen wir den **Waldschutz** für Kunden und Konsumenten nachprüfbar.



Manchmal muss es Kunststoff sein: Unsere Hygienepapiere benötigen zuverlässigen, wasserfesten Schutz. Bislang verliefen alle Tests mit Papierverpackungen unbefriedigend. Essity hat sich dazu verpflichtet, **100 % recycelbare Kunststoffverpackungen** zu verwenden. Bis 2025 sollen diese zudem **zu 85 % aus recycelten oder erneuerbaren Materialien** bestehen.



QR-Code scannen und mehr zur Faser-gewinnung bei Essity erfahren.



Tor-
fieber

Der Ball rollt



REGELMÄSSIG AUF DEN RÄNGEN

Ingo König, RST Maintenance Leader, Kostheim: „Seit frühester Kindheit bin ich fußballverrückt. Ich liebe die Atmosphäre und Emotionen, die dieser Sport mit sich bringt! Wenn ich es schaffe, kicke ich einmal die Woche in meiner Mannschaft, bei den alten Herren des SV Kostheim 1912 e.V. Ich schaue gern lokalen Fußball wie die Spiele meines Sohnes oder der Jungs, die ich kenne. Mit meiner Partnerin bin ich regelmäßig im Stadion des 1. FSV Mainz 05 – und das, obwohl ich als Jugendlicher gegen Mainz gespielt habe. Und eigentlich ein ‚Fan‘ von Eintracht Frankfurt bin, da ich früher davon träumte, mal für die Eintracht spielen zu dürfen.“



AM LIEBSTEN IM STADION

Sebastian Lauer, Auszubildender in Kostheim: „Ich verfolge die Spiele meines Vereins, des 1. FSV Mainz 05, am liebsten gemeinsam mit meinen Freunden live im Stadion. Zu Fußballspielen ging ich schon von klein auf. Damals noch zusammen mit meinem Vater ins Bruchweg-Stadion, wo wir den Aufstieg in die 1. Liga feiern durften. Seither gehört für mich zu jedem guten Wochenende ein Stadionbesuch.“



SCHAUT GERN AUCH GANZ FÜR SICH

Rainer Müller, Operator, Kostheim: „Ich bin leidenschaftlicher Fußballfan, mein Herz schlägt für den 1. FSV Mainz 05 und die deutsche Nationalmannschaft. Ich hatte jahrzehntelang eine Dauerkarte der 05er – bis Corona kam. Bei schönem Wetter werde ich die EM mit meiner Familie im Wochenendhaus via Beamer schauen. Dabei schön grillen und ein Bierchen trinken. Ansonsten schaue ich Fußball gern allein, da die Spiele sehr an meinen Nerven zerren.“



STEHT IM HERZEN IMMER AN DER SEITE DES BRUDERS

Jana Müller (r.), Talent Aquisition Support Mannheim, hier mit Kollegin Juliane Keil: „Bei der EM unterstütze ich die deutsche Nationalmannschaft – sympathisiere wegen meines Freundes aber auch mit Italien. In der Bundesliga drücke ich Schalke 04 die Daumen, da mein Bruder Marius aktuell dort spielt. Ich bin sein großer Fan: Wohin er geht und wo er spielt, da supporte ich ihn natürlich.“

LIVE DABEI SEIN BRINGT'S

Michael Dörr, Mannheim, Teamleiter Hanky C-Schicht: „Am liebsten sehe ich die Spiele live im Stadion, ich war deutschlandweit auch bei Spielen der 1. und 2. Liga. Mein Lieblingsverein ist Waldhof Mannheim. Da habe ich sechs Jahre in der Jugend gespielt, war zu Bundesligazeiten in vielen Stadien und bei den Heimspielen oft Balljunge. Auch heute gehe ich öfters ins Stadion zu Drittliga-, gelegentlich auch zu Auswärtsspielen. Die EM schaue ich im Clubhaus des SpVgg Wallstadt an, wo ich spiele und im Vorstand bin. Wenn Deutschland spielt, treffe ich mich mit Nachbarn und Freunden daheim.“



Unsere
guten
Geister



Ein vertrautes Gesicht:
Daniela Lang arbeitet
am Standort Aschheim
an der Rezeption.

Wie Öl im Getriebe

Das Office Management ist an unseren Bürostandorten in Hamburg, Mannheim und München eine unentbehrliche Schnittstelle. Daniela Lang und Sergen Altun geben Einblick in ihren vielfältigen Alltag.

Daniela Lang

Ohne unsere Kolleginnen und Kollegen vom Office Management würde in unserem Büroalltag vieles aus dem Ruder laufen. Aber wie sieht ihr Job eigentlich aus? Fragen wir mal Daniela Lang, Office Representative am Bürostandort Aschheim bei München. Wer dort arbeitet oder zu Gast ist, kommt an ihr nicht vorbei: Zusammen mit einem Kollegen betreut Daniela die Rezeption und arbeitet im Front-Office. Sie weiß, wer morgens zur Arbeit eintrifft und wer wann welchen Besuch empfängt. „Mein Kollege und ich teilen uns auf in Früh- und Spätschicht. Ich schließe auf, er schließt ab“, lacht Daniela. Spätestens um 7:15 Uhr ist sie da, um die Türen zu öffnen. Um 17:30 Uhr endet der Tag an der Rezeption.

Easy Job? Fehlanzeige!

Danielas Tag hat viele Aufgaben, neben der Gäste-Registrierung etwa die Raumbuchung sowie die Raumplanung mit dem

Service. Hinzu kommen ein- und ausgehende Post, Infomaterialien, die Abrechnung der Handkasse, Warenverkäufe oder andere organisatorische Dinge. Insgesamt arbeiten in Aschheim neun Kolleginnen und Kollegen im Office-Management, die meisten im Back-Office. Sie sind die Anlaufstelle für verschiedenste Anliegen, von ratsuchenden neuen Mitarbeitenden über den Vermieter bis hin zu Lieferanten. Übers Back Office laufen Rechnungen, Bestellungen und Zutrittsregelungen. Ebenso die Nutzung der Firmenwohnungen, zum Beispiel, weil neue Kolleg*innen Hilfe bei der Wohnungssuche brauchen. „Wir sind Hauptanlaufstelle für alle möglichen Themen und haben immer ein offenes Ohr“, sagt Daniela. „An dem Gebäude an unserem Standort hier in Aschheim wird noch viel fertiggebaut. Unser Vermieter hat einiges zu tun und es gibt viele offene Fragen. Irgendjemand muss das ja regeln.“ Wer? Na klar, das Office Management!





Ab geht die Post!

Waldhof ab. Ich öffne und sortiere alles: Meistens steht im Adressfeld nur die allgemeine Essity-Adresse. Also müssen wir schauen, an wen das eigentlich gehen soll“, berichtet Sergen. Das setzt voraus, dass er die Kolleg*innen, ihre Funktion und Aufgaben kennt, damit die Post ans Ziel gelangt. Natürlich sind Sergen und seine Kollegen dabei zum Einhalten des Briefgeheimnisses verpflichtet.

Und wie stellt er sicher, dass nichts verloren geht? „Fast die gesamte Post wird gescannt und erhält einen digitalen Stempel. Wir kreieren einen digitalen Zwilling“, erklärt Sergen während seiner Werksrunde. Diese beginnt er mit dem Postauto gegen 8:00 Uhr bei Tor 1 und beendet sie bei der Außenstelle der Siemens Betriebskrankenkasse. Zeitgleich verteilt sein Kollege die Post im Hauptverwaltungsgebäude. Der Tag ist eng getaktet, gegen 14:30 Uhr kommt UPS schon zur letzten Abholung. Die Haupt-Anlaufstation für die ein- und ausgehende Post steht im Mannheimer Magazin. Hier liegen in rund 30 blauen Containern die Postsachen, die Sergen abholt und verteilt. „Das geht Hand in Hand. Alle wissen, dass der Post austausch morgens stattfindet, und verlassen sich auf dieses Verteilsystem. Häufig werden dringende Nachrichten oder Schreiben erwartet – bei manchen Leuten weiß ich das an einigen Tagen schon“, sagt Sergen. Nur gut, dass die Poststelle alles im Blick hat!



Alle Hände voll zu tun: Sergen Altun betreut im Werk Mannheim die Poststelle. Ein Job, der ihn auf Trab hält, denn sein Tag ist eng getaktet.

Sergen Altun

Super, die Post ist da! Auch Sergen Altun, der seit drei Jahren in der Poststelle im Mannheimer Essity-Standort arbeitet, kann nicht über Langeweile klagen: An den meisten Tagen gehen etwa 250 bis 300 Briefe und Pakete über seinen Tisch. „Meine Arbeit beginnt recht früh, denn morgens hole ich unsere Post bei der externen Poststelle in Mannheim-

Sag mal, Celine...

Unsere Kollegin Celine Jahn lebt gern im Ausland. Derzeit arbeitet sie für Essity in den USA: Eindrücke aus ihrem Alltag in Philadelphia.

Mit Mann und zwei Kindern über den Atlantik zu ziehen, war eine Herausforderung. Doch ich wollte schon immer längere Zeit außerhalb Europas leben, nun ergab sich die Gelegenheit. Meine größte Sorge war, was dieser Schritt für meine Familie bedeutet. Dass es jetzt so gut läuft, verdanken wir auch der Freundlichkeit und Offenheit vieler Menschen hier. Ob in der Schule, in der Nachbarschaft oder bei der Arbeit: Der Gemeinschaftsgedanke zählt. Dadurch

ist es auch einfacher, etwas zu unternehmen. Gehen wir zum Beispiel auf ein Stadtfest, gibt es immer Mitmach-Highlights. Selbst der Zoo bietet Extra-Unterhaltung wie Kinderschminken. Hier ist es leichter, Kontakte zu knüpfen, auch auf der Arbeit. Mein Team sitzt hauptsächlich in Europa, aber meine direkten Ansprechpersonen sind hier. Wir sind ein diverses Team mit kurzen Dienstwegen und super Stimmung. Viele Menschen in den USA definieren sich über die Arbeit

und glauben an den amerikanischen Traum: Wer hart arbeitet, kann etwas erreichen. Europäern ist die Balance zwischen Arbeit und Privatleben wichtiger, sie wird intensiver gelebt. Hier ist es ungewöhnlich, mehr als eine, vielleicht mal zwei Wochen Urlaub zu nehmen. Das sind einfach unterschiedliche Sichtweisen. Uns gefällt das Leben hier insgesamt sehr, auch wenn einige Dinge anders laufen. Was ich aber vermisse: europäisches Essen und das Oktoberfest in München.

Celine ist gebürtige Französin aus der Nähe von Versailles. Mit 18 zog es sie während ihres dualen Studiums in Marketing and Management Studies ins Ausland. Die Etappen: Deutschland, Schweiz, dann wieder Deutschland – bei Essity in München. Inzwischen arbeitet Celine seit zehn Jahren als Global Master Brand Director für uns. Im Sommer 2023 wechselte sie für zwei Jahre zu Essity in die USA.



Jubiläumsfest mit viel Gefühl



95 Jahre Tempo: Das feiern wir von August bis Dezember mit tollen Aktionen im Handel.

Von Freudentränen bis Schnupfennase: Die Taschentücher unserer Marke Tempo sind in allen Lebenslagen dabei. Und das seit 95 Jahren. Das ist fast ein ganzes Jahrhundert voller Gefühle und Innovationen! Tempo ist eine Marke, die Menschen verbindet und die jeder kennt. Daher feiern wir diesen besonderen Geburtstag von August bis Dezember gemeinsam mit den Verbraucherinnen und Verbrauchern:

- Beim großen On-Pack-Gewinnspiel warten Preise im Wert von 95.000 Euro. Wer eine Aktionspackung kauft und den aufgedruckten QR-Code scannt, gelangt direkt zur Gewinnspielseite im Internet. Dort erfährt man sofort, ob der Gewinnspielcode aus der Packung zu einem der tollen Preise gehört. Prominent platzierte Störer in den Märkten lenken die Aufmerksamkeit auf das Gewinnspiel und unsere Produkte im Regal.
- Dank Multibuy-Coupon gibt's beim Kauf von zwei Tempo-Produkten 1 Euro Sofortrabatt.
- Auch die neue Limited Edition „Love & Happiness“ nimmt am Gewinnspiel teil.

- Die beliebten Tempo-Original-Boxen punkten mit sechs neuen Designs.

Natürlich unterstützen eine reichweitenstarke Medienkampagne und eine eigene Promo-Website die Jubiläumsaktion. Happy Birthday, Tempo!



„Das wird ein tolles Jubiläum!“: Nathalie Müller (r.), Senior Brand Manager Hanky/Facials DACH, und ihre Kollegin Cornelia Heining, Senior Shopper Marketing Manager, bei der Vorstellung der Promo für das Sales Team.



Auch die Seele zählt

Mental Wellbeing: Prävention und das Überwinden von Tabus unterstützen unsere psychische Gesundheit.

Tipp

ZUM REINHÖREN

Die neuste Folge des Essity „Tabufrei“-Podcasts dreht sich ebenfalls darum, was Unternehmen tun können, um die mentale Gesundheit ihrer Mitarbeitenden zu schützen. Das Podcast-Team hat darüber mit Betroffenen und Expertinnen gesprochen.



Zum „Tabufrei“-Podcast

Wir alle haben mal schlechte Phasen. Aber wisst ihr, wie sich eine Depression anfühlen kann? Die Teilnehmenden an den Essity-Workshops zum Mental Wellbeing haben dem mutig nachgespürt. Dabei halfen ihnen speziell designte Gegenstände, die „Moodsuits®“. Dazu zählt etwa die „Glocke“, eine Art durchsichtiger Helm, der den Kopf bis zu den Schultern umschließt. Wer ihn trägt, kann ein Stück weit nachempfinden, wie es ist, sich von anderen Menschen durch eine unsichtbare Wand getrennt zu fühlen. Ein Gefühl, das an Depressionen Erkrankte häufig beschreiben.

Warum gibt es die Workshops?

„Pro Jahr ist jede vierte Person in Deutschland von einer psychischen Krankheit betroffen. Für diese Menschen und ihre Angehörigen bedeutet das oft Einschränkungen im sozialen und beruflichen Leben. Außerdem kämpfen viele bei seelischen Erkrankungen immer noch mit Verunsicherung, Vorurteilen und Ängsten“, sagt Mareike Frerichs, Learning & Leadership Managerin bei Essity in Hamburg. Essity realisiert daher 2024 vielfältige Angebote, um die seelische Gesund-

heit zu fördern. Teils zusammen mit dem pme Familienservice, der Lebenslagen- oder Gruppencoaching anbietet. Auch die Beratungsagentur „Shitshow“ ermöglicht Vorträge und Workshops am Arbeitsplatz.

Es geht um Themen wie Burn-out, Resilienz, sensible Führung, Stress oder Einsamkeit. Mit dem Ziel, vorzubeugen und Vorurteile zu überwinden. Häufig werden seelische Probleme und Belastungen mit „so schlimm ist das doch nicht“ abgetan. Ein Irrtum und verletzend für Betroffene. Bei Essity wollen wir auch unter Mitarbeitenden Verallgemeinerungen und Ausgrenzung überwinden. „Unsere Arbeit und unser Arbeitsumfeld sind wichtige Einflussfaktoren für die mentale Gesundheit. Wir trennen Gefühle und Erfahrungen nicht in privat und beruflich, sondern nehmen unsere Psyche überall mit hin“, sagt Mareike. Unser Wohlfühl wird auch durch soziale und emotionale Einflüsse bestimmt. Die Verantwortung liegt zwar grundsätzlich bei uns selbst. Doch als verantwortungsbewusster Arbeitgeber unterstützt Essity gezielt das mentale Wohlergehen der Mitarbeitenden.

SICH EINZUFÜHLEN, FÖRDERT DAS VERSTÄNDNIS.

EINE SCHWERE LAST



Kaum zu (er)tragen: Was ist das für ein Gefühl, jeden Tag eine seelische Last mit sich herumzutragen? Eine Schwere, die runterzieht und erschöpft? Das gewichtige „Cape“ hilft nachzuvollziehen, wie es Menschen mit einer Depression ergehen kann.

DAUERND NEBEL IM KOPF



Aus der Welt gefallen: Die „Glocke“ simuliert das Gefühl, eine Wolke vor den Augen oder Nebel im Kopf zu haben. Viele Menschen mit Depressionen kennen das. Sie fühlen sich dadurch einsam, doch es gelingt ihnen nicht, in Kontakt mit anderen zu treten.

VOR KUMMER GEBEUGT

Kopf hoch? Leichter gesagt als getan: In einer depressiven Episode kämpfen viele Menschen mit einem niederdrückenden Gefühl, wie es der „Beuger“ vermittelt.



GEPLAGT DURCH WÜRGENDE ANGST

Leben im Krisenmodus: Menschen mit Angststörungen erfahren häufig quälende Ängste. Wer den „Würger“ anlegt, erhält zumindest einen Eindruck davon, was das heißt.



Weitere Infos,
auch zu den
Mental-Wellbeing-
Angeboten.

Hoch **innovativ**

Auf dem Weg zur CO₂-neutralen Papierproduktion: Bund fördert bahnbrechendes Forschungsprojekt von Essity und Voith.

Essity hat klar definierte Nachhaltigkeitsziele. Um diese zu erreichen, setzen wir auch auf innovative Verfahren in der Papierproduktion: „Als weltweit führendes Hygiene- und Gesundheitsunternehmen wollen wir die Dekarbonisierung der Papierindustrie vorantreiben. Gemeinsam mit Voith denken wir die Papierherstellung völlig neu und entwickeln eine wegweisende Technologie, die eine CO₂-neutrale Produktion möglich machen wird“, sagt Magnus Groth, Präsident und CEO von Essity.

Ziel der neuen Technologie: bis zu

-95%

Wasserverbrauch und bis zu

-40%

Energieverbrauch

Die neue Technologie soll den Wasserverbrauch um bis zu 95 Prozent reduzieren und den Energieverbrauch um bis zu 40 Prozent! Daher erhält das Pilotprojekt im Rahmen des Programms „Dekarbonisierung in der Industrie“ Unterstützung vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) sowie durch den EU-Fonds „NextGenerationEU“. Den Förderbescheid über rund 14,5 Mio. Euro übergab Dr. Franziska Brantner, Parlamentarische Staatssekretärin des BMWK, am 7. Mai. Die Fördersumme wird abhängig vom erfolgreichen Projektfortschritt ausgezahlt.

Pilotanlage bereits in Betrieb

Am Voith-Standort Heidenheim wurde eine Pilotanlage installiert, die noch in diesem Jahr in den Regelbetrieb wechseln soll. „Hier geht es um ein echtes Vorreiter-Projekt. Damit ist die Pilotanlage ein klares Signal für die gesamte Branche“, sagte Brantner bei der Besichtigung. Das Forschungsvorhaben in der Pilotanlage

markiert einen Durchbruch in der nachhaltigen Papierproduktion. „Mit der erfolgreichen Inbetriebnahme haben wir einen weiteren Meilenstein auf dem Weg zu einer CO₂-neutralen Papierproduktion erreicht“, betont Andreas Endters, CEO Voith Paper.

Keine fossilen Brennstoffe

Die gesamte Pilotlinie wird zu 100 Prozent elektrisch betrieben. Der vollständige Verzicht auf fossile Brennstoffe ermöglicht eine klimafreundliche Produktion. Darauf zielt auch die Förderung durch das BMWK: Es geht darum, die Emission von Treibhausgasen in der Papierindustrie zu mindern. Und dadurch im Sektor Industrie das Erreichen der gesetzlichen Klimaschutzvorgaben zu unterstützen.



Übergabe des Förderbescheids: Am Voith-Stammsitz in Heidenheim trafen sich am 7. Mai (v.l.) Andreas Endters, CEO Voith Papers, Wilfried Wemhoff, Geschäftsführer Essity, Dr. Franziska Brantner, Parlamentarische Staatssekretärin beim BMWK, und Dr. Thoralf Haag, CEO Voith Group.

„Ich mag den Teamaspekt beim Formationstanz.“

Tanz als Sport

Männer sind Tanzmuffel? Jan-Mika Stahl ganz sicher nicht: Unser Kollege ist leidenschaftlicher Formationstänzer.



Harte Arbeit für den perfekten Auftritt: Jan-Mika Stahl und seine Tanzpartnerin Samira Kain in Aktion.

Formation zu tanzen heißt: Mika, wie unser Kollege gerufen wird, und seine Tanzpartnerin koordinieren ihre Bewegungen nicht nur miteinander, sondern auch mit den sieben weiteren Paaren ihrer Mannschaft. „Ich mag diesen Teamaspekt“, sagt Mika. Verlässlichkeit und Verantwortungsgefühl sind gefragt. Sonst klappt es nicht mit der Choreografie, bei der alle zusammen tanzen, aber jedes Paar eine feste Position hat. Und jeder Schritt sitzen muss: Seit 2023 nimmt „LaforMa“, kurz für „Latein-Formation-Mannheim“, an offiziellen Turnieren teil.

Diesen Februar schloss Mika sein Bachelor-Studium in Wirtschaftswissenschaften ab. Bis Mitte Oktober macht er am Standort Mannheim ein Praktikum im Bereich Digitales Marketing Central & East. Praktisch, dass es vom Büro nicht weit ist zum PSC

Mannheim-Schönau e.V.: Als Teil der Abteilung Tanz trainiert LaforMa dort zweimal die Woche vier Stunden.

Seit der Schulzeit dabei

Mika, 22, fand auf eher ungewöhnliche Weise zum Tanzsport. Für die Abitur-Bälle seines Gymnasiums studierte ein tanzsporterfahrener Lehrer mit Freiwilligen jedes Jahr eine lateinamerikanische Showeinlage ein. In der 12. Klasse ist Mika erstmals dabei – im Tanzkurs hat er entdeckt, dass ihm das Tanzen Spaß macht. Die Gruppe, zu der er stößt, tritt bereits zum zweiten Mal beim Abi-Fest auf. „Die fanden das so cool, dass sie weitergemacht haben. Meine damalige Tanzpartnerin und ich sind dann mit reingerutscht“, sagt Mika.

Nicht einmal Corona kann die Tänzerinnen und Tänzer noch ausbremsen: Gefrustet vom einsamen Video-Trai-

ning, üben sie gemeinsam im Garten, sobald Treffen wieder möglich sind. Die einstige Schultanzgruppe macht inzwischen von sich reden. Nicht nur, weil sie sich schon in ihrer zweiten Saison von der Landesliga Süd bis in die Regionalliga getanzt hat. „Es ist sehr ungewöhnlich, dass wir außerhalb der Tanzszene eine eigene Formation aufgestellt haben“, sagt Mika. Dem LaforMa auch menschlich viel bedeutet: Bis heute tanzen dort viele aus seiner Schulzeit, unter anderem seine Freundin und sein bester Freund seit der 7. Klasse.

Du willst dein Hobby vorstellen?

Schick uns eine Info an: yours@essity.com



Wow, alles so schön bunt hier: Die Schülerinnen und Schüler verpassten nicht zuletzt den Sanitärräumen einen neuen Look.

... Essity in der Schule

Mannheimer Neckarschule setzt Projektwoche zur Schulhygiene um.



TAG 1: GUTE HÄNDEHYGIENE

Hände richtig gewaschen? Die Tork-Händehygienebox macht das Ergebnis sichtbar. Der Vorher-Nachher-Vergleich der alten Waschgewohnheiten mit der neu gelernten Methode zeigte einen deutlichen Unterschied. Zum Start hatten die Kinder ihr Klassenzimmer erkundet: Erstaunlich, wo sich überall Bakterien verstecken! Zusammen erarbeiteten sie dann die Grundregeln guter Händehygiene, lernten den Unterschied zwischen „guten“ und „schlechten“ Mikroben kennen und stellten Seife her.

Nur ein Tag? Tatsächlich dauerte die Projektwoche zum Thema Schulhygiene an der Mannheimer Neckarschule fünf Tage! In dieser Zeit erfuhren die Kids der dritten und vierten Klassen viel Neues über (Hände-)Hygiene, Bakterien und Seife. Aber auch die Menstruation und weitere Themen kamen zur Sprache. Denn gute Hygiene ist mehr als Sauberkeit. Sie ist auch Infektionsvorbeugung und Gesundheitsschutz. Und sie will gelernt sein.

Daher gestaltete Essity im Mai gemeinsam mit Lehrkräften die Schulhygienewoche. Durch Experimente lernten die Kinder grundlegende Hygieneregeln. Im kreativen Teil erfuhren sie spielerisch mehr über Keime, Hygiene und Gesundheit. Die Schülerschaft der Neckarschule stammt aus mehr als 90 Nationen. Hier werden die Herausforderungen sichtbar, vor denen Bildungseinrichtungen und Schüler*innen in sozial benachteiligten Gebieten stehen. Unser Projekt zeigt, wie Hygienebildung in allen Schulen gelingen kann: Essity entwickelt schon lange Schulungsmaterial für Lehrkräfte, Eltern, Schülerinnen und Schüler.



TAG 2: REDEN ÜBER DIE MENSTRUATION

Gemeinsam mit Gesundheitsexpert*innen der Stadt Mannheim näherten sich die neun bis zwölf Jahre alten Mädchen bei einer Fragerunde dem Thema Menstruation. Unter anderem bastelten sie danach ein „Periodenarmband“, um den Ablauf des Monatszyklus besser zu verstehen: Verschiedenfarbige Perlen stehen jeweils für einen bestimmten Zyklustag. Hinzu kam ein Täschchen zum Verstauen der Periodenprodukte.



EIN TAG MIT ...

TAG 3 & 4 : SCHULTOILETTEN VERSCHÖNERN ...



Dass Schultoiletten meistens kein schöner Ort sind, ist ein offenes Geheimnis. Häufig vermeiden es Kinder sogar, auf die Toilette zu gehen. So auch an der Neckarschule. Als zentralen Teil der Projektwoche gestalteten die Schülerinnen und Schüler daher die Schultoiletten neu. Angeleitet von Mitgliedern des Mannheimer Kunstkollektivs Studio 68 entstanden wahre Graffiti-Kunstwerke. Die kreativen Aktivitäten stärkten das Bewusstsein für Hygiene. Vor allem aber verwandelten sie die Sanitärräume in Orte, an denen sich die Kinder wohlfühlen.

... UND GIPSHÄNDE BASTELN



Die Kinder arbeiteten abwechselnd in zwei Gruppen: Während die eine Gruppe Wände dekorierte, stellte die zweite Gipsabdrücke ihrer Hände her und bemalte diese später. Die individuell abgeformten Gips Hände unterstützten das Thema Händehygiene auch optisch eindrucksvoll. Außerdem fertigten die Kinder Plakate, um die Themenwoche und das Gelernte vorzustellen. Einige integrierten darauf sogar ein kleines Quiz.

TAG 5: ABSCHLUSS- PRÄSENTATION



Am letzten Tag konnten Eltern, andere Klassen, die Medien und sonstige Interessierte die Ergebnisse des Schulhygieneprojekts und weiterer Projekte besichtigen. Vor allem aber erhielten die Kinder ihre Hygienediplome. Diese zeichnen sie als Hygienexpert*innen ihrer Schule aus, die Hygienetipps und -regeln vermitteln können. Mit dabei (v.l.): Mannheims Bildungsbürgermeister Dirk Grunert, die Essity-Mitarbeiter Oliver Obel und Etienne Rieger sowie Schulleiter Peter Deffaa.

Mehr wissen zur Abwehr von IT-Gefahren

Was ist denn **Phishing?**



Der Begriff bezeichnet Versuche, über gefälschte E-Mails, SMS oder Webseiten an vertrauliche Infos, etwa PINs, zu gelangen. Cyberkriminelle sind oft sehr listig, nutzen Namen von Essity-Mitarbeitenden als Absender. Jeden Monat erkennen und blockieren unsere Sicherheitsmechanismen rund 700.000 Phishing-Mails! Regelmäßige Schulungen und simulierte Phishing-Kampagnen helfen uns allen, solche Angriffe zu erkennen. Seit Beginn des Lernprogramms wurden weltweit über 400.000 Mails an 18.000 Mitarbeitende verschickt. Die Ergebnisse zeigen, dass diese gut geschult sind und die Attacken schnell erkennen. Die meisten wissen, wie sie verdächtige Mails melden. So wurden Hunderte echter Cyberangriffe rechtzeitig abgefangen.



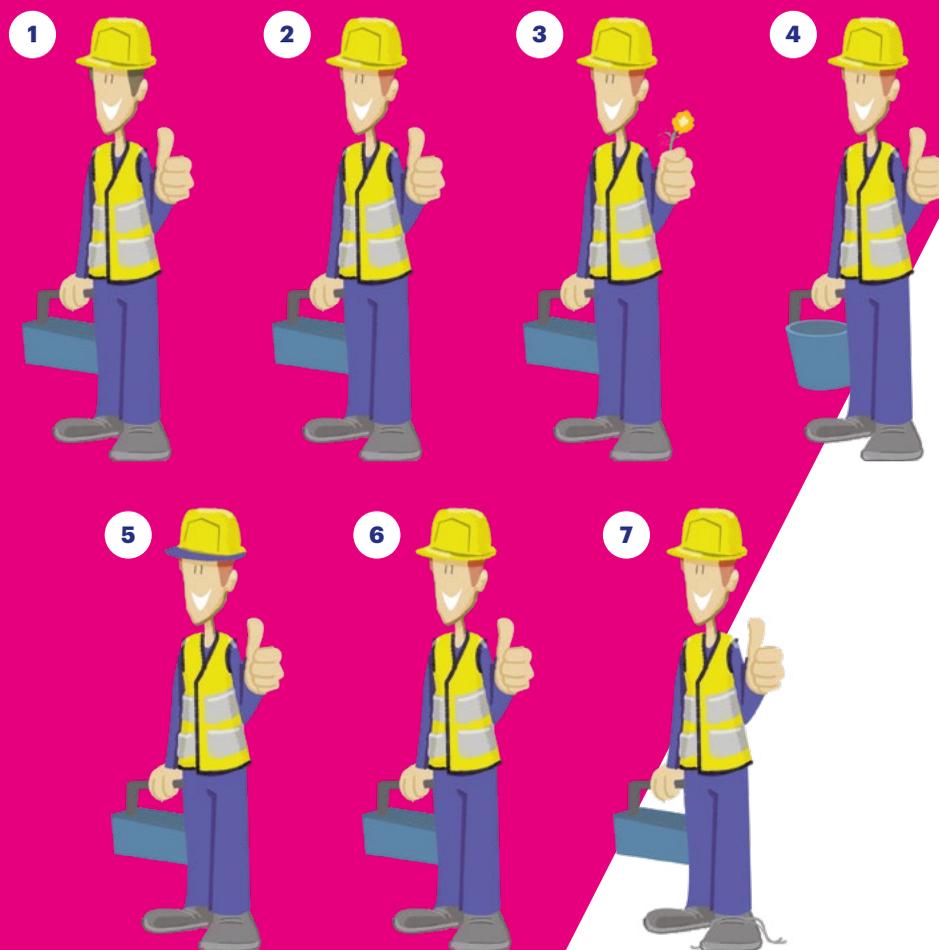
QR-Code scannen und Report deiner Cyber-Abwehr-Stärke einsehen. Tipp: Trainings auf Essentials nutzen.

„Wichtig ist, dass alle von uns Phishing-Attacken erkennen können“, sagt Werner Schmalzer, VP Global IT Services: Nur gemeinsam können wir sicherstellen, dass die zahlreichen, rund um die Uhr laufenden Attacken keinen Schaden in unserem Unternehmen anrichten.

Für echte Checker



Lauter Doppelgänger? Nein, nur zwei der hier gezeigten Figuren sind komplett identisch. Über den QR-Code links könnt ihr prüfen, ob ihr sie gefunden habt.



Impressum

Herausgeber:
Essity GmbH
Verantwortlich:
Michaela Wingefeld, Communi-
cations Director DACH
Chefredaktion: Sabine Elbert,
Communications Manager DACH
Redaktion: Büro Malburg
Magazingestaltung: DWORAK
UND KORNMESSEUR OHG
Produktionsagentur Druck:
Gerber Print GmbH
E-Mail: yours@essity.com

So erreichen Sie uns

Essity GmbH
Einsteinring 30,
85609 Aschheim
Tel.: +49 89 97006-0
E-Mail: yours@essity.com

