

Pressemitteilung

Studie | Thinktank-Themendossier

Deutsche Spezialchemiebranche gerät unter Wettbewerbsdruck

Deutscher Technologievorsprung schwindet zusehends – Absatzchancen in den Schwellenländern werden zu wenig genutzt – Innovationskultur ist Mangelware

Bonn, 19. April 2018 (bdu) – Die deutsche Spezialchemie muss ihre Komfortzone verlassen, um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. Ursache: Der technologische Vorsprung verringert sich. Anbieter aus Schwellenländern gewinnen Marktanteile in Europa und entwickeln sich zu ernsthaften Konkurrenten. Während aber erfolgversprechende Strategien deutscher Spezialchemieunternehmen für eine international ausgerichtete Markterweiterung häufig fehlen, wächst parallel der Kosten- und Optimierungsdruck am Standort Deutschland. Dies sind zentrale Ergebnisse der heute veröffentlichten Studie sowie eines umfangreichen Themendossiers „Die Zukunftsfähigkeit der deutschen Spezialchemie“ des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater (BDU), die von vier Mitgliedsfirmen als Thinktank mit Spezial-Know-how in der Chemiebranche verfasst wurden. Insgesamt 160 Manager von deutschen Spezialchemieunternehmen gaben in der Befragung ihre Einschätzung ab, welche Relevanz sie vorgegebenen Thesen in den fünf untersuchten Handlungsfeldern Innovation, Produktion, Wertschöpfungsstrukturen, Profitabilität und Internationalisierung beimessen und in welchem Maße sie ihr eigenes Unternehmen im Hinblick auf die daraus resultierenden Herausforderungen vorbereitet sehen. Die Abweichungen fallen teilweise erheblich aus.

98 Prozent der befragten Chemiemanager (davon 64 Prozent mit hoher Relevanz) sind der Meinung, dass der einheimische Chemiestandort über eine optimierte Wertschöpfung attraktiver gestaltet werden muss. Das Problem: Lediglich 36 Prozent bewerten ihr eigenes Unternehmen in dieser Hinsicht schon als zukunftsorientiert aufgestellt.

75 Prozent messen der Entwicklung einer innovationsfördernden Unternehmenskultur einen hohen Stellenwert zu. Aber 45 Prozent bemängeln bei der Beurteilung des eigenen Unternehmens erhebliche Defizite. Für 96 Prozent besitzen Entwicklungspartnerschaften mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen einen hohen Stellenwert. Anlass zur Sorge gibt allerdings, dass sich aktuell nur 38 Prozent gut gerüstet sehen.



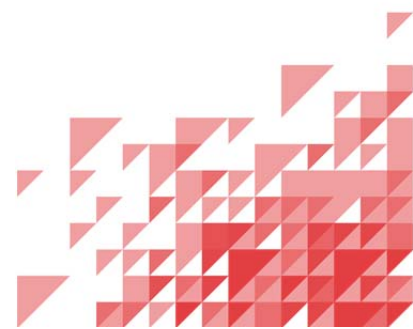
Kenntnisse der Wachstumspotenziale und Absatzchancen in den Schwellenländern besitzen für 68 Prozent eine hohe und für 29 Prozent der Chemiemanager eine mittlere Relevanz. Über die Hälfte gibt in der Selbsteinschätzung allerdings an, noch nicht über einen ausreichenden Wissensstand zu verfügen. 91 Prozent finden es wichtig, dass ihre Führungs- und Kommunikationsstrukturen auf die internationalen Anforderungen ausgerichtet sind. Nur 39 Prozent sehen sich hier schon optimal aufgestellt.

Um den zunehmenden Kosten- und Margendruck abzuschwächen, befürworten 92 Prozent eine kundenspezifische Individualisierung der eigenen Produkte. Nur knapp die Hälfte fühlt sich hier schon gut gerüstet. 90 Prozent der Befragten halten es für relevant, Verbesserungspotenziale durch differenzierte Geschäftsprozesse zu nutzen. Allerdings besitzen 60 Prozent noch keine klare Einschätzung zu einer erfolgversprechenden Ausrichtung.

97 Prozent (davon 70 Prozent mit hoher Relevanz) sind der Meinung, dass die funktions- und unternehmensübergreifenden Prozesse konsequent an den Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet sein müssen. Doch nur 38 Prozent sehen ihr eigenes Unternehmen auf dem richtigen Weg. Die Wertschöpfungskette durchgängig zu digitalisieren halten 91 Prozent für wichtig, aber mehr als die Hälfte fühlt sich zurzeit nicht gut vorbereitet.

Aus Sicht der BDU-Thinktank-Experten müssen die Unternehmen der Spezialchemie besonders die folgenden Herausforderungen beachten und unternehmerische Zukunftslösungen vorantreiben:

1. Die Verbesserung der Attraktivität des Spezialchemiestandortes Deutschland muss über eine Wertschöpfungsoptimierung erfolgen.
2. Viele Unternehmen besitzen keine Internationalisierungsstrategie, sie müssen aber raus aus ihrer nationalen Komfortzone.
3. Ohne tiefe Marktkenntnisse der Schwellenländer sind internationale Engagements sehr risikobehaftet.
4. Unternehmen der Spezialchemie müssen ihre innovationsfördernde Unternehmenskultur schärfen.
5. Kooperationen, z.B. mit Forschungseinrichtungen oder Start-Ups, sind zunehmend erfolgsentscheidend.
6. Neue, kundenspezifische Produkte und Dienstleistungen sind Voraussetzung für künftiges profitables Wachstum.
7. Auch künftig werden Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungsinitiativen notwendig sein. Hier sind zunehmend neue, innovative Herangehensweisen gefragt.
8. Besonders die Unternehmen der mittelständischen Spezialchemie müssen das Arbeiten in geschlossenen organisatorischen Einheiten aufgeben.



9. Die Auswertung und Analyse von Kundendaten bieten die Chance für individualisierte Angebote und sind extrem erfolgsrelevant.
10. Ohne aktives Partnerschaftsmanagement werden mögliche Wettbewerbsvorteile nicht genutzt.

Download Pressemitteilung, Studie, Thinktank-Themendossier sowie Infografik unter:

<https://www.bdu.de/thinktank-chemie>

Hintergrund Studie und Thinktank-Themendossier: Das Themendossier „Die Zukunftsfähigkeit der deutschen Spezialchemie“ wurde von einem BDU-Thinktank-Team bestehend aus vier Mitgliedsunternehmen – BearingPoint, drpetriconsulting, SEDLÁK & PARTNER sowie CMC² GmbH – mit ausgewiesener Expertise in der Chemiebranche durchgeführt und versteht sich als Leitfaden für die Top-Etagen der deutschen Spezialchemie. Die Studienbefragung erfolgte mit besonderer Unterstützung von SEDLÁK & PARTNER. Der Untersuchungsschwerpunkt lag hier auf den Handlungsfeldern Innovation, Produktion, Wertschöpfungsstrukturen, Profitabilität und Internationalisierung. Das Thinktank-Team hat hierzu Thesen formuliert und von rund 160 Managern deutscher Spezialchemieunternehmen validieren lassen.

Bonn, 19. April 2018

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Bundesverband Deutscher Unternehmensberater BDU e.V. | www.bdu.de

Klaus Reiners | Pressesprecher

T +49 (0) 228 9161-16 oder 0172 23 500 58, klaus.reiners@bdu.de

