

Harald Schwager

Vorstand für Chemie und Innovation

Evonik Industries AG

Rede anlässlich des F&E–Pressegesprächs
am 5. Oktober 2017
in Essen

Sendesperrfrist: 5. Oktober 2017 – 10.00 Uhr

– Es gilt das gesprochene Wort –

Meine Damen und Herren,

ich freue mich sehr, Sie hier in Essen zur Forschungspressekonferenz von Evonik zu begrüßen. Der eine oder andere von Ihnen kennt mich noch aus meiner vorherigen Funktion. Seit dem 1. September gehöre ich nun zum Vorstand von Evonik. Als stellvertretender Vorstandsvorsitzender bin ich zuständig für das Ressort Chemie und Innovation. Damit bin ich, trotz langer Tätigkeit in der chemischen Industrie, bei Evonik also aktuell der Neue für Neues.

Ideen haben alle, gute Ideen haben viele. Das reicht aber nicht. Für wirtschaftlichen Erfolg müssen Unternehmen gute Ideen auch in die Praxis bringen und sie erfolgreich vermarkten. Erst dann sind es Innovationen. Gute Innovationen bringen uns voran. Sie liefern messbare Erfolge, positive Ergebnisse und sichern zukunftsfähige Arbeitsplätze. Daher sind sie für Evonik ein wesentlicher Punkt der strategischen Agenda. Wir werden viel Kraft und all unsere Kompetenz in Innovation legen, am Puls der Zeit und ganz eng am Kunden. Eine Aufgabe, auf die ich mich sehr freue.

Meine Damen und Herren,

„Kraft für Neues“ gehört zum Markenzeichen von Evonik und ist zugleich unser Leistungsversprechen. Mir gefällt dieser Ansatz sehr gut, denn er spiegelt genau das wider, was wir im Unternehmen unbedingt brauchen: moderne, zeitgemäße Innovationsstärke. So entstehen neue Anwendungen, neue Produkte, neue Lösungen – alles maßgeschneidert für unsere Kunden, zum Teil sogar gemeinsam mit ihnen entwickelt.

Forschung und Entwicklung sind kein Selbstzweck. Wir forschen und entwickeln für unsere Kunden, mit unseren Kunden, zum Nutzen unserer Kunden. Und damit auch zu unserem eigenen Nutzen, denn neue Produkte sorgen für neues Geschäft und damit für Wachstum.

Meine Damen und Herren,

Innovation, die stets die Kundenbedürfnisse in den Fokus rückt, ist für unsere kurz-, mittel- und langfristige Entwicklung unverzichtbar. Zurzeit erzielen wir mit neuen Produkten und Anwendungen einen Anteil von 10 Prozent an unserem Umsatz. Das reicht nicht. Evonik muss hier besser werden. Mittelfristig wollen wir diesen Anteil auf 16 Prozent steigern.

Ich habe mich in den vergangenen Wochen davon überzeugt, dass bei Evonik die Voraussetzungen für Innovationen bestens sind. Unsere Innovationspipeline ist gut gefüllt. Sie enthält einen ausbalancierten Mix an neuen Geschäftsoptionen ebenso wie Projekte zur Sicherung und zur perspektivischen Erweiterung von bereits bestehenden Geschäften. Der Wert dieser Pipeline ist in den vergangenen fünf Jahren um rund ein Drittel gestiegen. Woher wissen wir das? Indem wir für die Projekte in der Pipeline die Nettobarwerte der Geschäftspläne addieren.

Diese Geschäftspläne wollen wir zügig realisieren. Dazu brauchen wir mehr Effektivität und Effizienz in Forschung und Entwicklung, in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden und in der Markteinführung der Produkte. So finden wir mit unseren Innovationsprojekten noch zielgerichteter und schneller den Weg zum Kunden und generieren für Evonik zusätzlichen Umsatz.

Die Aufwendungen von Evonik für F&E bleiben mit mehr als 400 Millionen € pro Jahr auf hohem Niveau. Dieser Betrag entspricht einer F&E-Quote von rund 3 Prozent für den Gesamtkonzern. Setzen wir dieses Geld effizient und gezielt ein, ist es gut angelegtes Geld. Rund 90 Prozent der Forschungsaktivitäten liegen in unseren operativen Einheiten, in den Segmenten, und damit nah beim Kunden.

Für Produkt- und Lösungsinnovationen gemeinsam mit unseren Kunden fördern wir künftig bevorzugt F&E in den Geschäften, die ein besonderes Wachstumspotenzial haben. Bereits heute liegt die F&E-Quote in diesen Geschäften zwischen 4 und 6 Prozent.

Evonik hat Kraft für Neues, das habe ich in meinen ersten Treffen mit Mitarbeitern erlebt. Mit Begeisterung und Engagement verfolgen sie Themen, aus denen innovationsgetrieben in Zukunft zusätzlich neues Geschäft entstehen soll. Dieses Engagement ist gut eingebettet in die Strategie des Konzerns. Aus sechs Innovations-Wachstumsfeldern soll Neugeschäft entstehen. Rund 1 Milliarde € zusätzlichen Umsatz bis zum Jahr 2025 erwarten wir von diesen Innovations-Wachstumsfeldern.

Beispiel Sustainable Nutrition: Hier etablieren wir weitere Produkte und Services für eine nachhaltige Ernährung in der Tierhaltung sowie für den Menschen. Das tun wir etwa, indem wir moderne digitale Technologien verknüpfen mit unserem Wissen und unserer Erfahrung um gesunde Tierernährung. Den Nutzen haben die Tiere, der Landwirt und die Verbraucher. Einen ersten Eindruck von dem, was wir hier vorhaben, wird Ihnen nachher Stefan Pelzer in seinem Vortrag über die Digitalisierung des Hühnerstalls vermitteln.

In einem weiteren Innovations-Wachstumsfeld beschäftigen wir uns mit dem Thema Membranen. Unsere SEPURAN® Technologie zur effizienten Gasseparation erweitern wir stetig für zusätzliche Anwendungen und erschließen damit attraktive Märkte. Noch in diesem Jahr geht ein erweiterter Anlagenkomplex an unserem österreichischen Standort in Schörfing in Betrieb. Hier werden wir insbesondere Membranmodule für effiziente Stickstoffgewinnung produzieren. Im nächsten Jahr soll eine weitere Membran zur Erdgasaufbereitung das innovative Produktportfolio ergänzen. Die beiden Gase – Erdgas und Stickstoff – machen mehr als 80 Prozent des gesamten Gasseparationsmarktes aus.

Ulrich Küsthardt wird auf die sechs Innovations-Wachstumsfelder, von denen ich Ihnen eben zwei kurz umrissen habe, gleich detaillierter eingehen. Eines möchte ich aber schon einmal deutlich machen: Hinter allen liegt jeweils eine klare Strategie, mit Geschäftszielen, Marktzielen und Geschäftsmodellen. Damit sind diese sechs innovationsgetriebenen neuen Felder ein gewichtiger Teil unserer Wachstumsagenda. Und sie sollen spürbar dazu beitragen, den Umsatz mit neuen Produkten und Anwendungen zu erhöhen.

Meine Damen und Herren,

Evonik stellt den Kunden in den Mittelpunkt seiner Innovationsanstrengungen. Hierauf konzentrieren wir uns. Wir wollen für die Wünsche der Kunden morgen und übermorgen gerüstet sein. Daher blicken wir auch über den Tellerrand – und über unser aktuelles Geschäft hinaus. Um die Erforschung neuer Hochtechnologien kümmert sich unsere strategische Innovationseinheit Creavis. Und in einer eigenen Digital GmbH entwickeln und erproben wir digitale Technologien für Evonik. Auch hier geht es uns um den Kunden, um neue Geschäftsmodelle, Lösungen und Services. Der digitale Wandel der chemischen Industrie wird ein wesentlicher Motor für Innovationen in unserer eigenen Industrie und vor allem in den Industrien unserer Kunden sein.

Sie sehen, wir bearbeiten spannende Themen mit viel Potenzial für die Zukunft. Die Palette von Evonik ist nicht nur groß, sondern auch bunt. Machen Sie sich in den nächsten Stunden gern ein eigenes Bild davon.