Klaus Engel

Vorsitzender des Vorstandes

Evonik Industries AG

Statement

anlässlich F&E Pressegespräch

am 21. Juni 2016

in Essen

Sendesperrfrist: 21. Juni 2016, 11.00 Uhr

– Es gilt das gesprochene Wort –

Sehr geehrte Damen und Herren,

was macht ein innovatives Unternehmen aus? Genau das wollten wir von Kunden, Investoren, Politikern, Wissenschaftlern und unseren Mitarbeitern wissen. Deshalb haben wir Anfang dieses Jahres bei Forsa eine Umfrage zur Innovationskraft von Evonik in Auftrag gegeben.

Mehr als 2.000 Personen haben teilgenommen, und mehr als 50 Prozent der Teilnehmer haben gesagt: Wie innovativ ein Unternehmen ist, lässt sich ablesen an „neuen und verbesserten Produkten“. Das ist keine große Überraschung, denn unser Verständnis von Innovation ist heute immer noch stark technisch geprägt.

Doch dieses Verständnis wandelt sich – und auch das zeigt sich in den Ergebnissen der Umfrage: Rund 25 Prozent der Befragten sehen die Themen Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein als zentrale Merkmale von Innovation.

Tatsächlich müssen Innovation und Nachhaltigkeit heute enger miteinander verknüpft werden. Die Weltbevölkerung wächst weiter, 2050 werden wir mehr als 9 Milliarden Menschen sein.

Das bedeutet: Gesundheit, Ernährung und Ressourceneffizienz sind zentrale Herausforderungen, die wir bewältigen müssen. Und dafür brauchen wir dringend Innovationen. Vor diesem Hintergrund diskutieren Politik, Unternehmen, Wissenschaft und Gesellschaft den Wandel von technischer zu sozialer Innovation.

Die Expertenkommission Forschung und Innovation der Bundesregierung hat Anfang des Jahres einen Bericht vorgelegt, in dem sie die Regierung auffordert, soziale Innovationen in ihren Programmen mehr zu berücksichtigen. Gefragt sind neben neuen Technologien auch Veränderungen im Lebensstil und neue Geschäftsmodelle. Kunden und Bürger sollen zu Treibern des Innovationsprozesses werden.

Meine Damen und Herren, in der chemischen Industrie hat der Wandel von der technischen zur sozialen Innovation längst begonnen. Wir bei Evonik haben ein breites Verständnis von Innovation.

- Innovation ist mehr als ein neues Produkt.
  Wir optimieren Prozesse und Technologien, suchen maßgeschneiderte Lösungen und Services bis hin zu neuen Geschäftsmodellen.
- Innovation ist für uns Kooperation.
  Gemeinsam mit unseren Kunden, mit Partnern aus der Wissenschaft und in interdisziplinären Teams suchen wir nach kreativen Lösungen und neuen Wegen.
- Innovation muss Nutzen stiften.
  Für den Kunden schafft sie einen Mehrwert, für die Menschen soll sie das Leben besser machen. Und für Evonik ist sie ein wesentlicher Treiber des Wachstums und ein wichtiger Pfeiler unserer Strategie.

Mit unserem Segment Nutrition & Care sind wir in Märkten tätig, die durch Bevölkerungswachstum, Globalisierung, Gesundheits- und Nachhaltigkeits-bewusstsein geprägt sind.

Wir orientieren uns an diesen Trends und bedienen mit unseren Aktivitäten in den Bereichen Konsumgüter, Ernährung und Gesundheit viele Bedürfnisse des täglichen Lebens.

- Mit einer rasant wachsenden Bevölkerung nimmt weltweit auch der Bedarf an tierischen Eiweißen und damit an Fleisch und Fisch zu.
- Wir suchen nach Lösungen für eine umweltfreundliche Aquakultur.
- Das Anwachsen einer kaufkräftigen Mittelschicht in Schwellenländern steigert die Nachfrage nach Reinigungsmitteln und Körperpflegeprodukten.
- Wir machen als erstes Unternehmen umweltfreundliche Biotenside kommerziell zugänglich.
- Die Menschen werden immer älter – Produkte für mehr Gesundheit erlangen daher eine noch größere Bedeutung.
- Wir forschen an Knochenimplantaten, die sich selbst auflösen.

Mehr zu diesen Themen erfahren Sie heute Nachmittag von unseren Experten.

Meine Damen und Herren, Innovation ist für uns kein Selbstzweck, Innovation ist für Evonik wesentlich. Sie ist ein wichtiger Treiber für profitables Wachstum, sie ist der Hebel, um neue Märkte zu erschließen:

Wir erfinden Neues, handeln kreativ und agieren unternehmerisch. So wollen wir uns in einem wettbewerbsstarken Umfeld behaupten und durchsetzen. Daher investieren wir weiter kräftig in Forschung & Entwicklung. In den vergangenen fünf Jahren haben wir die jährlichen Ausgaben dafür um durchschnittlich 6 Prozent pro Jahr gesteigert. Allein 2015 lagen die F&E-Ausgaben bei 434 Millionen €; bezogen auf den Umsatz entspricht dies einer F&E-Quote von 3,2 Prozent.

Diese Quote wollen wir auch künftig halten, denn Innovationen sind das Lebenselixier der Spezialchemie. Ein entscheidender Erfolgsfaktor ist die Verbindung von Innovationskraft und Kundennähe. Entsprechend entfallen rund 90 Prozent unserer Aufwendungen für Forschung & Entwicklung auf Aktivitäten innerhalb unserer Segmente. Dort arbeiten unsere Experten an Themen, die spezifisch auf unsere Kerntechnologien und -märkte ausgerichtet sind, und erforschen und entwickeln neue Geschäfte. Die verbleibenden 10 Prozent fließen in die strategische Forschung zum Aufbau neuer Hochtechnologie-Aktivitäten außerhalb des bestehenden Konzernportfolios.

Unser Anspruch ist klar: Wir wollen eines der innovativsten Unternehmen der Welt werden. Innovationen müssen künftig einen noch deutlicheren Beitrag zu Umsatz und Gewinn leisten.

Unser Ziel ist anspruchsvoll: Mittelfristig wollen wir 16 Prozent unseres Umsatzes mit Produkten erzielen, die jünger als fünf Jahre sind. Eine gut gefüllte Innovationspipeline ist hierfür Voraussetzung – und ihr Wert soll in den kommenden Jahren weiter deutlich steigen.

Wir haben für unsere Innovationsziele in den vergangenen Jahren strategisch die Weichen gestellt. Wir haben eine Innovationsoffensive gestartet und angekündigt, in den kommenden zehn Jahren mindestens 4 Milliarden € für Forschung & Entwicklung auszugeben.

Diese Investitionen tragen Früchte: Wir haben den Wert unserer Innovationspipeline im Jahr 2015 im Vergleich zum Vorjahr um eine halbe Milliarde € deutlich gesteigert. In einem nächsten Schritt haben wir gerade unsere Wachstumsfelder angepasst und neu festgelegt. Sie liegen in hochattraktiven Märkten, die wir aufgrund unserer Kernkompetenzen mit neuen Produkten und Lösungen bedienen können.

Und wir haben klare Erwartungen: Die sechs Wachstumsfelder des Konzerns sollen bis zum Jahre 2025 mehr als 1 Milliarde € zusätzlich zum Umsatz beitragen.

Eines dieser Wachstumsfelder ist das Geschäft mit Membranen.

Hier erschließen wir uns bereits mit innovativen Produkten und Technologien attraktive Märkte. Daher wollen wir in Schörfling in Österreich eine neue Hohlfaserspinnanlage zur Produktion von Membranmodulen der Marke SEPURAN® für effiziente Gasseparation bauen.

Die neue Anlage soll unsere Position als Technologieführer für effiziente Gasseparation stärken. Mit unseren hochselektiven Membranen wollen wir am Wachstum im weltweiten Gasmarkt überproportional partizipieren.

Meine Damen und Herren, wir wenden viel Geld für F&E auf und richten unsere Innovationsstrategie noch klarer aus. Doch die Treiber für Innovation sind unsere Mitarbeiter.

Ihr Mut zum Neuen, ihre Kreativität, ihr Wille zur Selbsterneuerung, ihre Verlässlichkeit und ihre Nähe zum Kunden geben den Ausschlag.

Vor gut einer Woche haben wir hier in Essen auf Zeche Zollverein die Gewinnerin unseres internen Ideenwettbewerbs gekürt. Ganz im Zeichen der Digitalisierung konnten alle Mitarbeiter sich über eine Online-Plattform beteiligen. Die Gewinnerin bekommt nun die Möglichkeit, sich ein Jahr lang ausschließlich ihrer Idee zu widmen und diese voranzutreiben.

Darüber hinaus kooperieren wir mit Forschungseinrichtungen, Hochschulen und anderen Industrieunternehmen, um neueste Erkenntnisse in der Chemie, Biologie und Physik schnell in unsere Innovationen einfließen zu lassen.

Ergänzt wird unsere Forschung & Entwicklung durch unsere Venture-Capital-Aktivitäten.

Dabei investieren wir gezielt in spezialisierte Technologiefonds und Start-up-Unternehmen mit strategischem Bezug zu Evonik. Dadurch erhalten wir bereits in sehr frühen Entwicklungsphasen Einblicke in neue Technologien und Geschäfte, die unserer Wachstumsstrategie entsprechen. Folglich haben wir unser Venture-Capital-Portfolio zuletzt gezielt ausgebaut – seit dem Jahr 2012 um insgesamt 14 Beteiligungen weltweit.

Unmittelbar wird der angekündigte Erwerb des Spezialadditiv-Geschäfts des US-Unternehmens Air Products die Innovationskraft von Evonik bei Spezialadditiven stärken.

Die Akquisition ist ein bedeutender Meilenstein für unsere weitere

Unternehmensentwicklung. Unser Produktportfolio und das zu übernehmende von Air Products sowie deren starke Marktpositionen ergänzen sich hervorragend. Ebenso wie wir folgt auch das Spezialadditiv-Geschäft von Air Products einem lösungsorientierten Geschäftsmodell. Dieses zeichnet sich durch einen engen Austausch mit den Kunden bei Forschung und Entwicklung sowie durch einen hervorragenden technischen Service aus. Die Spezialadditiv-Sparte von Air Products verfügt über exzellente F&E-Mitarbeiter sowie eine starke F&E-Pipeline.

Meine Damen und Herren,

wir sind mit unserer Forschung und Entwicklung auf einem guten Weg.

Wie dieser Weg aussieht, wird Ihnen im Anschluss unser Chief Innovation Officer Ulrich Küsthardt aufzeigen.

Übrigens: Fast 50 Prozent der von Forsa Befragten trauen Evonik zu, mittelfristig zu einem der innovativsten Unternehmen der Welt aufzusteigen.

Das bestärkt uns in unserem Engagement und fordert uns zugleich heraus, die anderen 50 Prozent auch noch für uns zu gewinnen.