



Die chemische Industrie setzt auf Digital

An der Digitalisierung kommt kein Wirtschaftssektor vorbei. Auch die chemische Industrie beschäftigt sich weltweit mit neuen, digitalen Technologien und disruptiven Geschäftsmodellen. Viele deutsche Unternehmen sehen sich in einer Aufholjagd, zeigt eine aktuelle Deloitte-Studie.

Die chemische Industrie erhofft sich aus neuen, digitalen Technologien enorme Wertschöpfungs- und Wachstumspotenziale. Das zeigt der „Deloitte Global Digital Chemistry Survey“, an dem sich in diesem Jahr mehr als 100 Führungskräfte aus zehn Ländern in Nordamerika, Europa und Asien beteiligten. Es gebe kaum ein Unternehmen im Bereich Chemie und Special Materials, das sich aktuell nicht

intensiv mit dem Thema „Digital“ beschäftige, stellt Deloitte fest. Häufig werden aber sowohl Chancen als auch Risiken im digitalen Ökosystem unterschätzt.

Vorerst setzen die meisten Unternehmen noch auf eine schrittweise Verbesserung ihrer internen Betriebsabläufe (75%) und eine stärkere Kundenbindung (70%) mithilfe innovativer Informations-

technologien. Mehr als ein Drittel der Teilnehmer gab an, schon an neuen informationsbasierten Geschäftsmodellen zu arbeiten. Als häufigste Anwendungsfälle wurden Predictive Analytics, Sensoren in der Materialwirtschaft und zur weiteren Anlagenautomatisierung sowie Additive Manufacturing/3D-Printing genannt.

52% der Befragten gaben an, ihnen fehle eine wirkliche digitale Strategie.

Deloitte Global Digital Chemistry Survey 2016

Dagegen spielen Künstliche Intelligenz und autonome Roboter in der Chemieindustrie nach Ansicht der Studienteilnehmer weltweit noch kaum eine Rolle.

Obwohl noch häufig in Pilotphasen, so sieht sich doch bereits heute ein Viertel der Teilnehmer selbst als „digitale“ Vorreiter in ihrer Branche, ein weiteres Viertel will innerhalb der nächsten drei Jahre in die Spitzengruppe aufschließen. Gerade deutsche und europäische Unternehmen meinen hier an Boden gutmachen zu müssen, während chinesische Unternehmen eher davon ausgehen, ihren digitalen Vorsprung abzugeben.

Gleichzeitig sagen aber auch 52 Prozent der Befragten, ihnen fehle eine wirkliche digitale Strategie. Besonders in deutschen Unternehmen bemängeln die Teilnehmer widersprüchliche Ziele und eine fehlende Abstimmung der Beteiligten (71%). Dazu erklärt Roland Korte, Director im Bereich Chemicals & Specialty Materials sowie verantwortlich für die Studie bei Deloitte Deutschland: „Viele Unternehmen haben zwar erste digitale Initiativen in einzelnen Bereichen gestartet. Ihnen fehlen aber ein Plan und häufig die Bereitschaft für eine unternehmensweite digitale Transformation, wie sie Unternehmen in anderen Branchen längst durchlaufen.“

Zu häufig werde das Thema „Digital“ noch als reine IT-Verantwortung gesehen, dabei sollte es eher von den Geschäftseinheiten selbst getrieben werden. „In vielen Unternehmen verantwortet noch der CIO die Mehrzahl digitaler Projekte. Besser ist es, man setzt eine unternehmensweite Initiative auf, hinter der die Führungsmannschaft gemeinsam steht, um dann auch die gesamte Organisation zu mobilisieren“, so der Berater.

Roland Korte Director | Strategy & Operations

Roland Korte ist Director bei der Strategieberatung Monitor Deloitte in Düsseldorf und berät Mandanten in der chemischen Industrie bei der Entwicklung und Umsetzung von strategischen Initiativen und der Einführung von neuen Geschäftsmodellen.

Derzeit sähen noch insbesondere deutsche Teilnehmer die größten Hindernisse für eine agile digitale Entwicklung in den eigenen organisatorischen Abläufen und der geringen Flexibilität ihres Unternehmens.

Zudem setzen etliche digitale Initiativen einseitig auf kurzfristige, unmittelbare wirtschaftliche Effekte innerhalb der eigenen Organisation und Supply Chain, gefolgt von Vorteilen in Marketing und Vertrieb. Dabei übersehen die Unternehmen die Chancen und Risiken einer digital geprägten Netzwerk-ökonomie. So bestätigte nur jeder siebte Teilnehmer einen Nutzen digitaler Technologien in der Bildung strategischer Allianzen mit externen Partnern oder in der Gewinnung neuer Ideen und Talente. Manche Unternehmen in der Chemie-industrie verstehen unter digitaler Kommunikation eine klassische Website, vielleicht noch eine proprietäre CRM-Applikation. Offene Plattformen, Kollaborations-lösungen und soziale Medien dagegen werden nicht durchgängig genutzt, um mit Distributoren, Lieferanten und vor allem auch den eigenen oder möglichen neuen Mitarbeitern enger zusammenzuarbeiten, zeigt die Studie auf.

Fast jeder fünfte Chemiemanager konnte die Frage, ob und wie sich sein Unternehmen gegen Cyber-Attacken schützt, nicht beantworten.

Deloitte Global Digital Chemistry Survey 2016

Ebenso würden auch externe Risiken unterschätzt. So gaben nur 60 Prozent der Teilnehmer an, dass sie innerhalb der letzten zwölf Monate mögliche Cyber-Risiken für ihr Unternehmen analysiert hätten. Fast jeder fünfte (in Deutschland sogar jeder dritte) Chemiemanager konnte die Frage, ob und wie sich sein Unternehmen gegen Cyber-Attacken schützen würde, nicht beantworten.

Deloitte Global Digital Chemistry Survey 2016

An der Studie beteiligten sich 50 führende Unternehmen der chemischen Industrie, darunter Spezialisten aus z.B. Petrochemie, Spezialchemie, Agrochemie und Industriegasen ebenso wie breit diversifizierte Konglomerate oder Chemiedistributoren. 79 Prozent der befragten Unternehmen erzielten im vergangenen Jahr einen Umsatz von mehr als 1 Mrd. USD. Die vollständige Studie steht für teilnehmende Unternehmen zur Verfügung.



Kontakt:

Roland Korte

Director | Strategy & Operations

Tel: +49 (0)211 8772 3253

Email: rkorte@deloitte.com

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), eine „private company limited by guarantee“ (Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht), ihr Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen. DTTL und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständig und unabhängig. DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Mandanten. Eine detailliertere Beschreibung von DTTL und ihren Mitgliedsunternehmen finden Sie auf www.deloitte.com/de/UeberUns

Deloitte erbringt Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in mehr als 150 Ländern verbindet Deloitte herausragende Kompetenz mit erstklassigen Leistungen und unterstützt Kunden bei der Lösung ihrer komplexen unternehmerischen Herausforderungen. Making an impact that matters – für mehr als 244.000 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsames Leitbild und individueller Anspruch zugleich.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen, die nicht geeignet sind, den besonderen Umständen des Einzelfalls gerecht zu werden und ist nicht dazu bestimmt, Grundlage für wirtschaftliche oder sonstige Entscheidungen zu sein. Weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited, noch ihre Mitgliedsunternehmen oder deren verbundene Unternehmen (insgesamt das „Deloitte Netzwerk“) erbringen mittels dieser Veröffentlichung professionelle Beratungs- oder Dienstleistungen. Keines der Mitgliedsunternehmen des Deloitte Netzwerks ist verantwortlich für Verluste jedweder Art, die irgendjemand im Vertrauen auf diese Veröffentlichung erlitten hat.