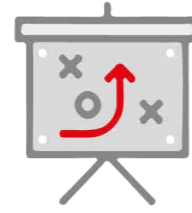


Entwicklung einer Innovations-
strategie und -monitoring



I. INNOVATION

75 % messen der Entwicklung einer innovationsfördernden Unternehmenskultur eine hohe Relevanz bei, aber nur **41 %** sehen sich hierbei stark aufgestellt (45 % schwach).

Für **96 %** sind Entwicklungspartnerschaften mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen sehr bedeutsam. Nur **38 %** sehen sich aktuell gerüstet. **41 %** fühlen sich hier sogar schwach aufgestellt.



Wirksamer Schutz
von Innovationen
(Patente, Marken, Security)

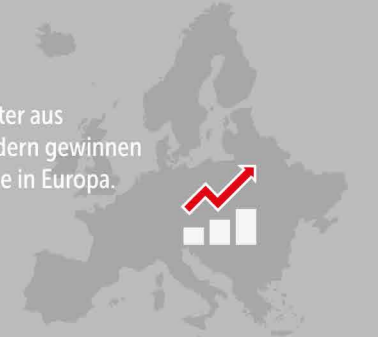


Der Kosten- und
Optimierungsdruck wächst.

II. PRODUKTION

Der Technologievorsprung
in Deutschland verringert sich.

Anbieter aus
Schwellenländern gewinnen
Marktanteile in Europa.



5 Top-Handlungsfelder und Maßnahmen für die Zukunftsfähigkeit der deutschen Spezialchemie

Aufbau und Nutzung von geeigneten Kommunikationsstrukturen und Plattformen. **91 %** finden es wichtig, dass die Führungs- und Kommunikationsstrukturen auf die internationalen Anforderungen ausgerichtet sind. Nur **39 %** sehen sich hier schon stark aufgestellt.

V. INTERNATIONALISIERUNG

Kenntnisse der Märkte in den Schwellenländern (Wachstumspotenziale, Absatzchancen) besitzen für **68 %** eine hohe und für **29 %** eine mittlere Relevanz. Über die Hälfte gibt in der Selbsteinschätzung aber an, noch nicht über ausreichende Kenntnisse zu verfügen.

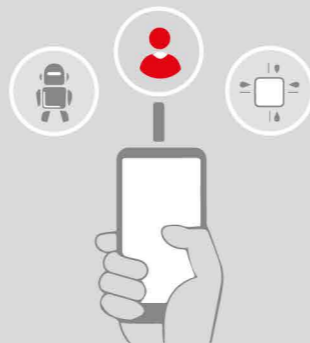


Fehlende Internationalisierungsstrategie
und nationale Komfortzone



Internationale Anforderungen:
Veränderte Organisations-
und Führungsstrukturen

Konsequentes Ausrichten der funktions- und unternehmensübergreifenden Prozesse an den Bedürfnissen der Kunden hat für **70 %** eine hohe Relevanz. Doch nur **38 %** sehen sich aktuell stark aufgestellt.



IV. WERTSCHÖPFUNGSSTRUKTUREN

Für **91 %** ist es wichtig, die vertikale und horizontale Wertschöpfungskette durchgängig zu digitalisieren. Aber **55 %** fühlen sich zurzeit nicht ausreichend vorbereitet.

Beendigung der Arbeit
in geschlossenen
organisatorischen Einheiten

Gefährdung der Überlebensfähigkeit durch
bestehende Organisationsstrukturen



Wettbewerbsvorteile
durch aktives
Partnerschaftsmanagement



Nicht-traditionelle Marktteilnehmer
holen technologisch auf.

Fortschreitende Commoditisierung des
Portfolios deutscher Produzenten



Kostenenkungs- und Effizienzsteigerungsinitiativen zur nachhaltigen
Profitabilitätssicherung

Identifizierung von Verbesserungspotenzialen durch Differenzierung bei
Geschäftsprozessen halten über **90 %** der Befragten für relevant.
Insgesamt rund **60 %** der Befragten haben noch keine Einschätzung zu
diesem Thema (30 %) oder haben noch keine Lösung (29 %).

III. PROFITABILITÄT

Um den Kosten- und Margendruck abzuschwächen, befürworten **92 %**
eine weitere kundenspezifische Individualisierung ihrer Produkte.
Nur knapp die Hälfte sieht sich zurzeit gut gerüstet. Die Verbesserung der Kenntnisse
über ausgewählte Kunden hat für **73 %** eine hohe Relevanz und für **22 %**
eine mittlere Relevanz. Aber nur rund die Hälfte fühlt sich stark aufgestellt.