

# Presse-Information



13. Juni 2007

Pressekonferenz in Trostberg

13. Juni 2007

P 294/07

Jennifer Moore-Braun

Telefon: +49 621 60-99391

Telefax: +49 621 60-92933

[jennifer.moore-braun@basf.com](mailto:jennifer.moore-braun@basf.com)

**BASF Construction Chemicals**

**Chemiekompetenz am Bau**

Ausführungen von Dr. Andreas Kreimeyer,

Mitglied des Vorstands der BASF Aktiengesellschaft, Ludwigshafen

**Es gilt das gesprochene Wort!**

BASF Aktiengesellschaft

67056 Ludwigshafen

Telefon: +49 621 60-0

<http://www.basf.de>

Corporate Media Relations

Telefon: +49 621 60-20916

Telefax: +49 621 60-92693

[presse.kontakt@basf.com](mailto:presse.kontakt@basf.com)

Herzlich willkommen, meine Damen und Herren!

Ich darf Sie sehr herzlich zu unserer heutigen Pressekonferenz bei der BASF Construction Chemicals in Trostberg begrüßen. „Chemie am Bau“ ist eine unserer Kernkompetenzen. Die Bauindustrie gehört zu unseren größten und wichtigsten Kundenindustrien. Die BASF trägt mit vielen Produkten zu effizientem sowie energie- und ressourcenschonendem Bauen bei. Der neueste Baustein in unserer Produktpalette sind die Bauchemieprodukte, die wir vor fast genau einem Jahr von der Degussa erworben haben.

Mit der Akquisition haben wir den kompetentesten und stärksten Chemiepartner der Bauindustrie für uns gewinnen können: Wir haben damit ein für die BASF innovatives, profitables Arbeitsgebiet dem Segment Veredlungsprodukte hinzugefügt, das in einem großen, überdurchschnittlich wachsenden Markt tätig ist. Wir haben mit dem exzellenten Team der ehemaligen Degussa Bauchemie unsere Chemiekompetenz am Bau deutlich verstärkt, und wir sind mit dieser Akquisition zur Nummer 1 der Bauchemie geworden.

Was Bauchemie bedeutet und wie Bauchemie in das Segment Veredlungsprodukte passt, möchten wir Ihnen heute in Trostberg, dem Kompetenzzentrum der BASF Bauchemie, erläutern.

### **Bedeutung des Segments Veredlungsprodukte für die BASF Wertschöpfungsketten**

[Chart 2] Veredlungsprodukte sind die näher am Endkunden aufgestellten Produkte und Geschäfte der BASF-Wertschöpfungsketten. Mit unseren Veredlungsprodukten erzielten wir 2006 rund 20 % des BASF-Gruppenumsatzes und 12 % des Ergebnisses vor Sonderinflüssen. Wir investieren durchschnittlich pro Jahr ca. 300 bis 350 Millionen € in Sachanlagen und 300 Millionen € in Forschung und

Entwicklung, was etwa ein Viertel des gesamten F&E-Budgets der BASF im Jahr 2006 war.

[Chart 3] Charakteristisch für Veredelungsprodukte sind:

- Endkundennahe Geschäfte;
- Hoher Bedarf an Rohstoffen aus dem BASF-Verbund;
- Kundenspezifisches Formulierungs- und Technologie-Know-how;
- Fokus auf große, überdurchschnittlich wachsende Marktsegmente;
- Breites Kundenportfolio, das große multinationale, aber auch Tausende kleine und mittlere Kunden bis hin zu Handwerkern umfasst.

Charakteristisch für unsere Veredelungsprodukte ist auch, dass wir maßgeschneiderte Produkte, Systemlösungen, Anwendungen und Dienstleistungen - auch in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden - entwickeln und vermarkten. Um erfolgreich zu sein, müssen wir daher ein tiefes Verständnis der Produkte und Prozesse unserer Kunden mitbringen. Grundvoraussetzung hierfür ist technologische Kompetenz, welche die Herausforderungen unserer Partner schnell und bedarfsgerecht löst. Zusammengefasst: Unser Erfolg basiert auf unserer Chemiekompetenz, die wir kundenspezifisch anwenden.

Dazu haben wir innovative Geschäftsmodelle entwickelt, die sich an den Bedürfnissen unserer Kunden und deren Märkten orientieren. Wir beliefern unsere Kunden von einem weltweiten Netzwerk aus Produktionsanlagen, Vertriebsstützpunkten und technischen Servicecentern.

Mit unseren Produkten sind wir oft nicht nur Lieferanten, sondern auch direkt in die Prozesse unserer Kunden integriert. Das heißt, wir verkaufen häufig ganze Leistungspakete – Produkte, Anwendungen und Service. Sie kennen das vielleicht aus dem Bereich Coatings: Dort verkaufen wir nicht nur den Lack, sondern sind für das fertig lackierte Auto mitverantwortlich.

Bei all diesen kundennahen Geschäftsmodellen hilft uns die Integration in den BASF-Verbund: Wir können effizient produzieren, realisieren Wettbewerbsvorteile und bieten auch ein breites Portfolio an Know-how und Produkten an.

[Chart 4] Veredelungsprodukte tragen zur Funktionalität und Leistungsfähigkeit zahlreicher Produkte unseres täglichen Lebens bei. Um Ihnen nur einige Beispiele zu nennen, die Sie vielleicht aus unseren Werbekampagnen kennen:

- Chemikalien für die Herstellung und Veredelung von Papier und Karton [Chart 4].
- Hochwertige Textilbeschichtungen, die wichtige Funktionalitäten wie Feuchtigkeitsschutz und Atmungsaktivität garantieren [Chart 5].
- Asphaltzusätze, die die Straßen witterungsbeständiger, belastbarer und damit besonders langlebig machen [Chart 6].
- Innovative Polymere für die Wasserbehandlung, damit beispielsweise Meerwasserentsalzungsanlagen energiesparender arbeiten [Chart 7].
- Kraftstoffadditive, mit deren Hilfe Motoren sauberer, effizienter und sparsamer arbeiten. Dabei leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs und der Schadstoffemission [Chart 8].
- Additive zur Verbesserung von Baumaterialien. Durch wichtige Zusätze wird zum Beispiel die Verarbeitbarkeit des Betons erleichtert, die Bausubstanz wird um ein Vielfaches belastbarer und beispielsweise Brückenbauten werden somit langlebiger [Chart 9].

[Chart 10] Unser Produktportfolio ist jung und dynamisch. Rund 20 % des Umsatzes im Segment erzielen wir mit Produkten, die nicht älter als fünf Jahre sind. In den letzten zehn Jahren haben wir zirka 50 % unseres Produktportfolios verändert.

Aktives Portfoliomanagement ist in diesem Zusammenhang eine Kernaufgabe. Hierzu tragen Investitionen und Akquisitionen, Forschung

und Entwicklung sowie Partnerschaften, zum Beispiel mit Kunden und Entwicklungspartnern, ebenso bei wie Konsolidierungen des Geschäftsportfolios, also Anlagenschließungen und Devestitionen.

Wir konzentrieren uns auf innovationsstarke Geschäftsfelder, die über dem Marktdurchschnitt wachsen und unser Portfolio noch konjunkturrobuster machen und in denen wir Wettbewerbsvorteile aufweisen. Mit dieser Zielsetzung haben wir in den letzten sechs Jahren 24 Anlagen geschlossen, die nicht mehr wettbewerbsfähig waren, und Geschäftsfelder verkauft, die entweder nicht mehr zum Kerngeschäft oder in unseren BASF-Verbund passten oder dauerhaft mit Wettbewerbsnachteilen zu kämpfen hatten.

Durch Investitionen in 27 neue Anlagen, Forschung und Entwicklung (etwa 300 Millionen € pro Jahr), Partnerschaften und Akquisitionen haben wir auf der anderen Seite unsere Chemiekompetenz verbreitert, unsere Innovationskraft weiter gestärkt und Geschäfte hinzugefügt, die über eine starke Markt- und Wettbewerbsposition verfügen. Hierzu zählt insbesondere auch das Bauchemiegeschäft.

[Chart 11] Nach dem Erwerb des Bauchemiegeschäfts sind die Veredelungsprodukte der BASF in vier Unternehmensbereiche gegliedert: Die „alten“ Bereiche:

- Veredlungspolymere: das sind beispielsweise Chemikalien zur Herstellung von Klebstoffen, Papier oder Hygieneartikeln wie Superabsorber für Windeln;
- Veredelungschemikalien: zum Beispiel Chemikalien für die Lack-, Waschmittel-, Automobil-, Leder-, Textil- oder die Ölindustrie
- Coatings: Fahrzeuglacke, Autoreparaturlacke, Industrielacke sowie Bautenanstrichmittel
- Und neu: die Bauchemie mit zwei strategischen Geschäftsfeldern

Dabei erstreckt sich das Produktportfolio der Veredelungschemikalien und -polymere von Zwischenprodukten bis zu einem umfangreichen

Sortiment verschiedener Polymere. Unsere Coatings, aber auch unser neues Familienmitglied Bauchemie sind dagegen nahezu ausschließlich auf der Markt- und Wertschöpfungsstufe der Formulierung tätig. Hier werden verschiedene Rohstoffe, und zwar insbesondere Vorprodukte aus dem BASF-Verbund, zu konsumentennahen Produkten weiterveredelt.

### **BASF Bauchemie erweitert unsere Chemiekompetenz für die Bauindustrie**

[Chart 12] Die Akquisition der Degussa Bauchemie hat das Leistungsportfolio der BASF um innovative, profitable und schnell wachsende Produkte für die Bauindustrie ergänzt.

Den wirklichen Wert dieser Akquisition und damit unserer BASF-Verbundstrategie kann man nur verstehen, wenn man sich diese Wertschöpfungsketten-Philosophie näher betrachtet.

Die Bauchemie-Wertschöpfungskette erstreckt sich von Chemikalienlieferanten wie beispielsweise BASF mit Veredlungspolymeren und -chemikalien, über die Formulierungs- und Konfektionierer-Stufe bis hin zu Händlern und Retailern. Den sogenannten Formulierern, wie der BASF Bauchemie, kommt in dieser Kette eine Schlüsselposition zu. Mit ihrem Know-how werden chemische Ausgangsstoffe und Baumaterialien zu maßgeschneiderten Kundenlösungen, wie z. B. fertige Fliesenkleber, Mörtel, Betonadditive oder Dichtmassen.

Auch schon vor der Akquisition hat die BASF zahlreiche wichtige Rohstoffe für die Bauchemie geliefert. Doch erst durch diese Akquisition ist die BASF nun vorwärtsintegriert auf die Marktstufe der Formulierung. Da wir von Rohstoffen bis zu Formulierungen nun alles „aus einer Hand“ verfügbar haben, können wir ganz erheblich die sogenannte „Time to Market“ für Innovationen verkürzen. Auf dieser Marktstufe sind zudem deutlich höhere Margen zu erzielen.

[Chart 13] Die Akquisition der Bauchemie hat die Bedeutung der Bauindustrie als eine der wichtigsten Abnehmerbranchen für die BASF weiter verstärkt. Zirka 10 bis 15 % unseres Umsatzes erzielen wir heute mit Kunden aus der Bauindustrie. Wir bieten ein breites, kundenspezifisches Produktportfolio an – alles von Schaumstoffen zur Wärmedämmung oder Kunststoffen für Solaranlagen bis zu Dispersionen für den Anstrich, Kabelisolierungen, Latentwärmespeicher, Leime für Spanplatten, Zementmörtel aller Art oder Betonverflüssiger. Einen wichtigen, ertragsstarken Teil dieses Portfolios bringt das neue Geschäft der Bauchemikalien in die BASF-Gruppe ein.

[Chart 14] Vereinfacht ausgedrückt sind Bauchemikalien Additive, die Baumaterialien wie zum Beispiel Beton oder Gips eine verbesserte Funktionalität und Leistung verleihen.

Unsere Bauchemie ist in zwei Produktbereichen tätig:

- Admixture Systems: z. B. Betonverflüssiger, -verzögerer, -beschleuniger, Produkte für den Berg- und Tunnelbau
- Construction Systems: z. B. Mörtel, Fliesenkleber, Industrie- und Sportböden, Beschichtungen, Fassaden, Holzschutz.

Bauchemie der BASF, das ist ein kompetentes Team von ca. 7.500 Mitarbeitern in 57 Ländern. Die regionale Umsatzverteilung lässt sich dabei grob folgendermaßen aufschlüsseln: Auf Europa entfallen 50 %, Nordamerika 25 %, Asien/Pazifischer Raum 15 % sowie auf Südamerika, Afrika und den Mittleren Osten insgesamt 10 %.

[Chart 15] Die Stärken des Bauchemiegeschäfts und der BASF-Gruppe ergänzen sich hervorragend. Die Bauchemie ist Weltmarktführer in großen, attraktiven Märkten. Der Erfolg der Bauchemie basiert auf der langjährigen, tiefen Kenntnis des Geschäfts und der Kundenbedürfnisse. Das Geschäft beinhaltet dabei hoch innovative Produkte und etablierte Kundenbeziehungen. Starke Marken wie PCI haben daher einen hohen Bekanntheitsgrad. Auch Supply Chain und Logistik ist eine Stärke der Bauchemie.

Für die BASF bedeutet der Erwerb der Bauchemie eine erfolgreiche Vorwärtsintegration und ergänzt unsere starke Position bei den Bauchemie-Vorprodukten. Wir sind regional hervorragend aufgestellt und verfügen besonders in Asien über eine starke Position. Zusammen mit den Vorteilen unseres Verbundes und unserer Finanzkraft eröffnen wir damit zusätzliche Wachstumspotenziale für das erworbene Geschäft. Darüberhinaus verstärken wir durch die Akquisition unsere kompetenten Innovationsplattformen unseres Forschungs- und Entwicklungsverbunds.

Wegen dieses exzellenten Fits hatte diese Akquisition für die BASF eine hohe strategische Bedeutung und Wert.

### **Operative Integration des akquirierten Bauchemiegeschäfts abgeschlossen**

[Chart 16] Lassen Sie mich Ihnen rückblickend eine kurze Übersicht über den zeitlichen Ablauf der Akquisition geben. Wir haben im Dezember 2005 unser Interesse an dem Geschäft bekundet. Für Sie als Medienvertreter war diese Akquisition vielleicht nicht so spannend wie der Erwerb von Engelhard, aber für uns war sie dies auf jeden Fall – denn wir haben in diesen zwei Monaten mit einem fast 100 Mann starken Team eine umfangreiche „Due Diligence“ und ein dickes Vertragswerk verhandelt. Nach den Verhandlungen und der Unterzeichnung des Kaufvertrages fängt aber die wesentliche Arbeit erst an. Einen Erwerb zu verhandeln, ist 10 % der Arbeit, die neuen Kollegen und das Geschäft in das Unternehmen zu integrieren – zu einem Team zusammenschmieden – ist 90 % der Arbeit. Die meisten Akquisitionen erfüllen wegen Fehlern bei der Integration die Erwartungen nicht.

Mit der Unterzeichnung des Kaufvertrages Ende Februar 2006 begann die mehrmonatige Integrationsvorbereitung. Die detaillierte Erarbeitung

des Integrations- und Kommunikationskonzepts sowie die Bildung von Integrationsteams standen in dieser Phase im Vordergrund. Wichtig war vor allem, die neuen Kollegen hierbei aktiv zu involvieren und ihr Know-how einzubeziehen.

Mit Übernahme des Geschäfts zum 1. Juli startete dann die einjährige Phase der physischen Integration der neuen Kollegen ins BASF-Team beziehungsweise der Geschäftsprozesse und –systeme sowie die Erarbeitung einer neuen Strategie. 250 Mitarbeiter sind hieran weltweit beteiligt.

[Chart 17] Die Integration läuft in mehreren Phasen ab. Oberste Priorität war und ist hierbei die Erfolgsgeschichte der Bauchemie fortzuschreiben, das heißt das Geschäft zu sichern. Darum bleiben Marketing, Vertrieb, Supply Chain und Produktion auch weitgehend unverändert. Geschäftsprozesskritische Funktionen und Services wie zum Beispiel IT und Logistik, werden Schritt für Schritt in die BASF-Strukturen integriert.

Wichtigstes Element dieser Integration war und ist es aber auch, die Herzen der neuen Mitarbeiter zu erreichen und zu gewinnen, denn der wichtigste Erfolgsfaktor für dieses Geschäft ist das Team, sind die Kollegen, die dieses Geschäft aufgebaut und so stark und erfolgreich gemacht haben, wie es heute ist.

[Chart 18] Das Zusammenführen der beiden Firmenkulturen, die durchaus nicht identisch sind, erfordert ganz besonderes Fingerspitzengefühl: Denn die ehemalige Degussa Bauchemie hatte eine mittelständische Struktur mit mehr als 100 einzelnen unabhängigen Gesellschaften. Bis jetzt ist uns der Prozess sehr gut gelungen. Die Erfahrungen, das Wissen und die Leistungen der beiden Firmenkulturen ergänzen sich hervorragend.

Der organisatorische Teil der Integration ist inzwischen weitgehend abgeschlossen. Viele Detailaufgaben werden uns aber dennoch bis 2009 begleiten.

[Chart 19] Wir haben uns vorgenommen, bis zum Jahr 2010 Synergieeffekte in Höhe von jährlich 100 Millionen € für die BASF-Gruppe zu realisieren.

Die Synergieeffekte stammen hauptsächlich aus der Rückwärtsintegration in den BASF-Verbund, Effizienzsteigerungen beim Einkauf und bei Verwaltungsfunktionen sowie aus der Stärke der BASF in Asien und beim Innovationsprozess.

Wie bei jeder Integration wollen wir erreichen, dass 1 + 1 mindestens 3 ergibt. Diese Integration geht aber nicht mit dem üblicherweise mit einer Integration einhergehenden hohen Personalabbau einher, denn keiner kennt dieses Geschäft besser als das Bauchemieteam. Der veröffentlichte Abbau von rund 200 Stellen bezieht sich daher ausschließlich auf den Service und Verwaltungsbereich. Diese Zahl wird kompensiert durch einen strategiekonformen Personalaufbau in den einzelnen Geschäftssegmenten, denn wir wollen unsere Position 1 in der Bauchemie weiter ausbauen.

[Chart 20] Dazu wird die Integration in den BASF-Verbund entscheidend beitragen: mit Kompetenz, Know-how und Ressourcen. Die Geschäfte passen gut in die BASF und der Markt für Bauchemie ist sehr attraktiv. Er hat eine Größe von 29 Milliarden € und wächst mit 4-5 % pro Jahr.

Das erworbene Geschäft verzeichnete einen Erfolgsrekord in den vergangenen Jahren mit durchschnittlichen Wachstumsraten von 7 % pro Jahr zwischen 2002 und 2005 bei hoher Profitabilität. Und dies hat sich auch im ersten Jahr unter BASF-Flagge fortgesetzt. Unsere Erwartungen wurden bei weitem übertroffen. Wir wollen diesen

Wachstumskurs fortsetzen und weiterhin schneller als der Markt wachsen. Unser Ziel ist es, in den nächsten Jahren mit 7 bis 8 % zu wachsen und somit bis 2015 den Umsatz auf rund 4 Milliarden € zu verdoppeln.

[Chart 21] Um diese ehrgeizigen Zielen zu erreichen, werden wir mit vollem Commitment:

Erstens bestehende regionale Geschäfte durch die überregionale Nutzung von Technologien und Know-how ausbauen. Wir wollen Geschäftsmodelle, die in einer Region erfolgreich sind, auch in anderen Regionen einsetzen. Hier kommt die starke regionale Aufstellung der BASF zur Geltung.

Zweitens Innovationskraft und -geschwindigkeit stärken: Wir nutzen die Kompetenzen der BASF-Gruppe für bessere Produktlösungen und schnellen Marktzugang.

Drittens mehr Geschäftsvolumen in Wachstumsmärkten erzielen. Hier sehen wir große Wachstumspotenziale, insbesondere für Admixture Systems und in Asien.

Zur Erreichung dieser Ziele werden auch Akquisitionen in Wachstumsmärkten beitragen, wie zum Beispiel die Akquisition von HiCon in China Ende 2006.

Wie Sie sehen, haben wir uns einiges vorgenommen und wir werden auch in Zukunft über unsere Fortschritte berichten.