

Presse-Information

P376/18
20. November 2018

BASF setzt mit neuer Strategie auf profitables und gleichzeitig CO₂-neutrales Wachstum

- **Wachstum über weltweiter Chemieproduktion durch hohe Kundenattraktivität angestrebt**
- **BASF setzt auf Verbund, Innovation, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Exzellenz im Betrieb ihrer Anlagen**
- **22 Milliarden € Umsatz mit Produkten, die substanziellen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten, im Jahr 2025 angestrebt**
- **EBITDA vor Sondereinflüssen soll um 3-5 % pro Jahr wachsen**
- **Dividende je Aktie soll jährlich steigen**

Ausführungen von

Dr. Martin Brudermüller, Vorsitzender des Vorstands, und
Dr. Hans-Ulrich Engel, Finanzvorstand der BASF SE

Es gilt das gesprochene Wort.

[Martin Brudermüller]

[Slide 1]

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Namen des BASF-Vorstandsteams begrüßen wir Sie herzlich hier in Ludwigshafen. Hans Engel und ich freuen uns sehr über Ihr Interesse an der neuen BASF-Strategie, die ich Ihnen ja bei meinem Antritt im Mai versprochen hatte.

Zuletzt hatten wir im Jahr 2011 unsere Strategie „We create chemistry“ vorgestellt. 2011 – ich muss Ihnen nicht sagen, wie sehr die Welt sich seitdem verändert hat und immer schnellerem Wandel unterworfen ist. Und so gibt es viele Gründe heute, auch unsere Strategie neu auszurichten. Denn Chemie ist der Schlüssel für viele der sozialen und ökologischen Herausforderungen, die sich den Menschen auf unserem Planeten stellen: begrenzte natürliche Ressourcen, demografischer Wandel oder steigende Verbrauchernachfrage in sich entwickelnden Ländern, um nur einige zu nennen. BASF will auch in Zukunft das führende Chemieunternehmen sein.

Unsere Kunden haben hohe Erwartungen an uns und fordern ein hohes Maß an Transparenz und überzeugende Maßnahmen zur Sicherstellung einer nachhaltigen Wertschöpfungskette. Und: Wir stehen in ständigem Wettbewerb ganz besonders mit spezialisierten Unternehmen in Asien. Das heißt, wir müssen uns insbesondere in Wachstumsmärkten gegenüber neuen lokalen Marktführern behaupten.

[Slide 2]

Sehr geehrte Damen und Herren,

seit 2012 wuchs unser Ergebnis der Betriebstätigkeit vor Abschreibungen und Sondereinflüssen mit durchschnittlich 8 % - und damit deutlich über den Fixkosten von jährlich 3 %. Unser Ergebniswachstum lag damit auch über dem jährlichen Wachstum der weltweiten Chemieproduktion von 3,7 %. Hinzu kommen eine starke Entwicklung des Free Cashflow über die vergangenen Jahre sowie eine hohe Kapitalrendite, Return on Capital Employed, von zuletzt 15,4 %, die deutlich unsere Kapitalkosten überstieg.

Mit unserer Umsatzentwicklung über die vergangenen Jahre können wir jedoch nicht zufrieden sein. Ebenso wenig sind wir es mit unserem Mengenwachstum, das mit jährlich 2,3 % unter der globalen Chemieproduktion lag.

Mit unserer neuen Strategie setzen wir die Segel auf Wachstumskurs.

[Slide 3]

Denn es ist uns bewusst, dass wir, das führende Chemieunternehmen, unsere Stärken weiter ausbauen müssen.

Wir wissen, was dafür nötig ist:

- Um schneller zu wachsen, werden wir uns noch stärker auf unsere Kunden ausrichten und für sie maßgeschneiderte Angebote erarbeiten. Dazu müssen wir unsere Strukturen und Prozesse deutlich vereinfachen, um flexibler und schneller zu werden.
- Wir werden unser Portfolio schärfen und unseren Verbund stärken.
- Wir werden unsere Organisation verändern für mehr Kundenorientierung und Flexibilität. Unsere Mitarbeiter werden zukünftig noch enger mit unseren Kunden zusammenarbeiten.
- Wir legen den Schwerpunkt auf organisches Geschäftswachstum.
- Wir wachsen in China, dem größten Markt, und
- wir setzen auf CO₂-neutrales Wachstum.

[Slide 4]

[Hans-Ulrich Engel]

Meine Damen und Herren, guten Morgen!

Mit unserer neuen Strategie zielen wir auf profitables Wachstum. Und das erfordert eine gute Positionierung in Asien und dort vor allem in China. BASF ist im wachsenden asiatischen Markt sehr gut aufgestellt. China ist mit einem Anteil von über 40 % am Weltmarkt der größte Chemiemarkt und bestimmt das Wachstum der globalen Chemieproduktion. Bis 2030 wird der Anteil Chinas auf knapp 50 % wachsen und wir wollen daran partizipieren. Unser neuer Verbundstandort in Zhanjiang, in der Provinz Guangdong, sowie die Erweiterung des Standorts Nanjing werden unser Wachstum in diesem dynamischen Markt maßgeblich voranbringen.

Wir setzen uns ehrgeizige Ziele und messen unseren Erfolg

[Slide 5]

Wir setzen uns mit unserer neuen Strategie neue und ehrgeizige Ziele – finanzielle und nichtfinanzielle. Denn wir wollen für unsere Kunden, Investoren, Mitarbeiter und andere Interessengruppen ein attraktiver Partner sein.

Wir sind das führende Chemieunternehmen – und das gilt auch für unsere Ziele. Führend bedeutet, dass wir stärker wachsen als der Markt. Wir streben eine Steigerung des Absatzes über dem Wachstum der globalen Chemieproduktion an.

Auch in punkto Profitabilität: denn wir wollen das EBITDA vor Sondereinflüssen der BASF um 3 bis 5 % jährlich steigern. Zudem möchten wir jedes Jahr eine Kapitalrendite (ROCE) erzielen, die deutlich über dem Kapitalkostensatz liegt. Damit schaffen wir echten Mehrwert.

Führend wollen wir aber auch in den Augen unserer Anteilseigner sein. Das heißt, wir wollen im Vergleich zur chemischen Industrie überdurchschnittlichen Wert für sie schaffen. Konsequenterweise bedeutet das, dass wir die Dividende pro Aktie getragen durch unseren starken freien Cashflow jährlich steigern wollen.

[Martin Brudermüller]

Meine Damen und Herren,

wir haben uns auch nichtfinanzielle Ziele gesetzt. Und auch hier wollen wir führend sein. Ich bin sehr stolz, Ihnen heute ein Ziel zu nennen, das profitables wirtschaftliches Wachstum und nachhaltigen Klimaschutz vereint.

Wir haben ein ambitioniertes „Carbon Management“-Programm aufgelegt, das aus zwei Komponenten besteht. Zum einen verpflichten wir uns, unsere Treibhausgas-Emissionen bis 2030 auf dem Niveau von heute konstant zu halten – trotz eines angestrebten deutlichen jährlichen Produktionswachstums inklusive geplanter Großinvestitionen, wie zum Beispiel des neuen Verbundstandorts in Guangdong, Süd-China.

Das bedeutet, dass wir unsere Treibhausgasemissionen vom organischen Wachstum entkoppeln. Dazu werden wir die Steuerung, Effizienz und Integration unserer Anlagen verbessern und beim Einkauf von Strom zunehmend stärker, wo möglich, auf erneuerbare Energiequellen umsteigen.

Das Ziel ist angesichts des bereits sehr hohen technologischen Standards unserer Anlagen sehr ambitioniert und erfordert außerordentliche Kreativität, Dinge anders zu machen. Wir dürfen nicht vergessen, dass wir seit 1990 unsere absoluten Treibhausgas-Emissionen bereits um 50 % reduziert haben – und dies bei einer Verdoppelung unseres Produktionsvolumens.

Parallel dazu haben wir ein neues Forschungs- und Entwicklungsprogramm aufgelegt, um nach 2030 neue bahnbrechende Technologien zur Verfügung zu haben und die Treibhausgas-Emissionen der CO₂-intensivsten Chemieprozesse weiter deutlich zu reduzieren.

Klar ist aber jetzt schon: Wir werden dazu ein geeignetes regulatorisches Umfeld in Deutschland, Europa und weltweit brauchen.

Wir als BASF gehen hier eine sehr ehrgeizige Verpflichtung ein. Aber der erfolgreiche Umgang mit Herausforderungen ist in unserer DNA, seit über 150 Jahren. Wir gehen voran und wollen damit unserer Verantwortung für die Gesellschaft gerecht werden.

Neben dem Ziel, bis 2030 CO₂-neutral zu wachsen, will BASF rund 22 Milliarden € Umsatz im Jahr 2025 mit sogenannten Accelerator-Produkten erzielen. So nennen wir Produkte, die einen substanziellen Beitrag zur Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette leisten.

Bis 2025 wollen wir außerdem 90 % des relevanten Einkaufsvolumens mit Nachhaltigkeitsbewertungen abdecken und darauf hinwirken, dass 80 % der Lieferanten bei einer Neubewertung ihre Nachhaltigkeitsleistung verbessert haben.

All das aber ist nichts ohne die Mitarbeiter. Deshalb setzen wir uns zum ersten Mal auch ein Ziel für die Mitarbeiterzufriedenheit: Wir streben an, dass über 80 % unserer Mitarbeiter der Meinung sind, dass sie sich bei BASF entfalten und ihre bestmögliche Leistung erbringen können.

Anhand all dieser genannten Key Performance Indicators (KPIs) messen wir unseren Erfolg.

[Hans-Ulrich Engel]

[Slide 6]

Um unsere anspruchsvollen Ziele zu unterstützen, werden wir zudem ein neues Exzellenzprogramm auf den Weg bringen, das von 2019 bis 2021 umgesetzt wird. Dieses Programm soll ab Ende 2021 einen jährlichen Ergebnisbeitrag von 2 Milliarden Euro erbringen. Das Programm wird Maßnahmen in den Bereichen Produktion, Logistik, Forschung und Entwicklung sowie für Digitalisierungs- und Automatisierungsaktivitäten und organisatorische Weiterentwicklung umfassen.

Im Rahmen der Weiterentwicklung unserer Organisation schaffen wir schlankere Strukturen für Services, Forschung und Entwicklung sowie in der Unternehmenssteuerung. Indem wir wesentliche Teile unserer funktionalen Services in die Unternehmensbereiche eingliedern, bringen wir sie näher zu unseren Kunden. Überdies werden die übrigen funktionalen Service- und Forschungsaktivitäten effizienter aufgestellt. Von all diesen Maßnahmen, die rund 20.000 Mitarbeiter weltweit direkt oder indirekt betreffen, versprechen wir uns eine bessere Differenzierung der Geschäftsbereiche sowie wesentliche Produktivitätssteigerungen.

Es werden damit mehr unternehmerische Freiheiten geschaffen, aber auch klare Verantwortlichkeiten zugewiesen. Wo immer sinnvoll, werden wir den Geschäftseinheiten mehr Entscheidungsbefugnis übertragen. Wir verbessern deren Effektivität und folglich auch die Kundenzufriedenheit.

[Slide 7]

Wir setzen Schwerpunkte, um unsere Ziele zu erreichen

[Martin Brudermüller]

Meine Damen und Herren,

unsere Kunden sollen BASF neu erleben. Daher werden wir unsere Organisation weiterentwickeln, um effektiver und effizienter zu arbeiten und uns noch stärker auf unsere Kunden konzentrieren zu können. Wir wollen unsere Begeisterung für unsere Kunden in der gesamten Organisation stärken. Wir möchten ihre Bedürfnisse künftig schneller erkennen und erfüllen. Indem wir unsere in der Chemieindustrie einzigartige Expertise mit den Kompetenzen unserer Kunden

zusammenbringen, können wir gemeinsam sowohl profitable als auch verantwortungsvolle Lösungen entwickeln. Dafür setzen wir eine Reihe von Maßnahmen auf, die unter anderem unsere Transparenz für den Kunden erhöhen, den Kundenservice verbessern und gemeinsame Wachstumspotenziale ausloten.

Um unsere Ziele zu erreichen und für unsere Kunden das führende Unternehmen der chemischen Industrie zu sein, konzentrieren wir uns auf sechs Schwerpunkte: Portfolio, Mitarbeiter, Innovationen, Nachhaltigkeit, Produktion und *last but not least* Digitalisierung.

[Slide 8]

Portfolio: Von der Integration im Verbund profitieren

Wir haben unsere Segmentstruktur auf den Prüfstand gestellt und werden sie ab Januar 2019 verändern. Wir wollen unser Portfolio gezielt schärfen und unsere Kapitalallokation deutlicher auf Wachstums-Arbeitsgebiete ausrichten. Mit dieser neuen BASF-Segmentstruktur schaffen wir eine höhere Transparenz über die Aussteuerung unserer Geschäftsaktivitäten, die Bedeutung von Wertschöpfungsketten und die Rolle unseres Verbunds.

Wir werden ab dem 1. Januar 2019 sechs Segmente mit jeweils zwei Unternehmensbereichen haben, außer bei Agricultural Solutions:

- **Chemicals** mit den Bereichen Petrochemicals und Intermediates
- **Materials** mit Performance Materials und Monomers
- **Industrial Solutions** mit Dispersions & Pigments und Performance Chemicals
- **Surface Technologies** mit Catalysts und Coatings
- **Nutrition & Care** mit Care Chemicals sowie Nutrition & Health und schließlich
- **Agricultural Solutions**

Unser Ziel ist es, unsere Geschäfte von denen unserer Wettbewerber abzuheben und eine noch leistungsstärkere BASF zu schaffen, die sich auf dem immer wettbewerbsintensiveren Markt erfolgreich behaupten kann.

Mit Investitionen und Innovationen wollen wir vorwiegend organisch wachsen, aber auch, wo notwendig, durch Akquisitionen. Das Hauptaugenmerk werden wir darauf legen, Prozesse effizient und zuverlässig zu gestalten. Geschäftsbereiche, in denen ein solcher Fortschritt nicht erreicht werden kann, werden wir ggf. veräußern.

[Slide 9]

Der Verbund ist für uns nach wie vor von zentraler Bedeutung. Das BASF-Portfolio genießt einzigartige Vorzüge durch physische, aber auch technologische, marktbezogene und digitale Verbundvorteile. Er hilft uns, technologische Vorteile über alle Segmente hinweg zu realisieren. Kunden können wir mit einem breiten Portfolio wirkungsvoll unterstützen.

Wertschöpfungsketten sind nur im Verbund wirklich effizient zu betreiben. Durch die integrierte Produktion im Verbund sparen wir jährlich mindestens 1 Milliarde €, zum Beispiel bei Rohstoffen, Energie und in der Logistik. Wir vermeiden aber auch Emissionen in erheblichem Umfang. Die BASF wird weiterhin eine Vorreiterrolle beim Aufbau und der Entwicklung von Verbundstrukturen sowie bei der Konsolidierung an wenigen, hocheffizienten Standorten einnehmen.

[Slide 10]

[Hans-Ulrich Engel]

Für jedes Segment haben wir eine Roadmap erstellt. Diese Roadmaps sorgen für Klarheit und ein gemeinsames Verständnis zu den Stärken, Besonderheiten und den Schwerpunktthemen eines jeden Segments. Sie sind gegliedert nach verschiedenen Kriterien und definieren die wichtigen strategischen Stellschrauben, also zum Beispiel Innovation, Investition, Akquisition und Nachhaltigkeit. Letztlich geht es darum, alle unsere Arbeitsgebiete optimal auszusteuern, sich auf die dafür notwendigen Ressourcen zu konzentrieren, klaren Managementfokus sicherzustellen und das beste Ergebnis zu erreichen.

[Slide 11]

Schaffung einer leistungsstarken Organisation

Sehr geehrte Damen und Herren,

um unser Unternehmen erfolgreich zu verändern, müssen wir auch unsere internen Abläufe und die Art der Zusammenarbeit verbessern. Unsere Mitarbeiter sind der Schlüssel, um unsere neue Strategie erfolgreich umzusetzen. Wir werden für flexible Strukturen sorgen und unseren Mitarbeitern die nötigen Mittel und Kompetenzen an die Hand geben, damit sie unseren Kunden differenzierte und auf sie abgestimmte Leistungen bieten können. Dabei ist es von entscheidender

Bedeutung, noch schneller und agiler und damit effizienter und effektiver zu agieren als bisher.

Wir werden mit angepassten Geschäftsmodellen und Organisationsstrukturen dafür sorgen, dass jeder Geschäftsbereich sein Marktsegment optimal bedienen kann. Indem wir die Geschäftsbereiche mit den funktionalen Services ausstatten, die für die Kunden am relevantesten sind, können die Geschäftseinheiten ihre Angebote den jeweiligen Marktanforderungen anpassen.

Unsere gegenwärtige Matrixorganisation mit Geschäftseinheiten, Regionen und Funktionen wird vereinfacht durch sich besser ergänzende Rollen und Verantwortlichkeiten.

Um sicherzustellen, dass wir unsere potenziellen Marktchancen in allen Ländern nutzen, wollen wir unsere Modelle für die Markterschließung erweitern. Die Geschäftsbereiche werden festlegen, welche lokalen Märkte als Schwerpunktmärkte direkt betreut werden – und in welchen sie ihre Geschäftstätigkeiten zur Durchführung an die jeweiligen Landes-Organisationen übergeben.

Zudem haben wir eine Task Force zur Prozessvereinfachung eingerichtet, die sich darauf konzentriert, Schlüsselprozesse weniger kompliziert zu gestalten. Prozesse sollen vereinfacht und verkürzt werden und schnellere Entscheidungen ermöglichen.

[Slide 12]

[Martin Brudermüller]

Mit innovativen Lösungen Herausforderungen meistern

Die BASF arbeitet schon immer daran, die attraktivsten Innovationen für ihre Kunden zu entwickeln. Dank exzellenter Prozesse und Technologien sind wir wettbewerbsfähig und kundennah. Unsere neue strategische Ausrichtung bringt jetzt unsere Forschungseinheiten näher an die Geschäfts- und Kundenbedürfnisse. Wir verknüpfen Forschung und Entwicklung organisatorisch enger miteinander und richten sie damit noch stärker auf die Kundenbedürfnisse aus. Das hilft uns, Markteinführungszeiten zu verkürzen und das organische Wachstum unseres Unternehmens anzukurbeln. Unser Anspruch ist es, der attraktivste Partner für

unsere Kunden zu sein, wann immer sie Herausforderungen begegnen, die wir mit Chemie lösen können.

Um Produkte schneller auf den Markt zu bringen, gestalten wir unsere Innovationskette so reibungslos wie möglich. Daher werden wir die Exzellenz im gesamten Innovationsprozess weiter steigern – vom Labor bis hin zum Kunden.

Außerdem intensivieren wir die Zusammenarbeit mit externen Partnern, um bahnbrechende Innovationen zu entwickeln, die die Erwartungen unserer Kunden nicht nur erfüllen, sondern übertreffen.

Durch eine bessere Verzahnung von Forschungs- und Entwicklungseinheiten werden wir sowohl die Stimme des Kunden in unseren Forschungseinheiten stärken, als auch die Stimme von Innovation in unseren Geschäftseinheiten.

Vorreiter für nachhaltige Lösungen

Unser Unternehmenszweck lautet: „We create chemistry for a sustainable future.“ Dem wollen wir gerecht werden. Denn die BASF ist nur dann erfolgreich, wenn sie mit ihren Produkten, Lösungen und Technologien einen Mehrwert für die Gesellschaft bringt. Indem wir Nachhaltigkeit fest in unseren Geschäftsmodellen und -verhalten verankern, stellen wir den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens sicher, schaffen neue Geschäftsmöglichkeiten und etablieren uns außerdem als wichtiger Partner an der Seite unserer Kunden.

Wir haben uns das Ziel gesetzt, unsere Position als Vordenker und Wegbereiter für nachhaltige Lösungen zu festigen und wollen das Thema Nachhaltigkeit daher noch stärker in unsere Entscheidungsfindungsprozesse integrieren.

[Slide 13]

Sehr geehrte Damen und Herren,

Kunststoffe bieten unverzichtbaren Nutzen, zum Beispiel schützen sie Nahrungsmittel, machen Autos leichter und dämmen Häuser. Kunststoffabfälle jedoch, und insbesondere Kunststoffmüll in den Weltmeeren, stellen eine große globale Herausforderung dar. Gesetzgeber erhöhen daher den Druck, indem sie Recyclingquoten erhöhen und Wiederverwertbarkeit von Materialien fordern. Viele unserer Kunden haben sich dazu verpflichtet, den Anteil von recyceltem Material in ihren Produkten zu erhöhen. Diesen Herausforderungen kann mit Innovationen und

gemeinsamen globalen Anstrengungen entlang der Wertschöpfungskette begegnet werden, und wir werden unseren Beitrag dazu leisten.

Ein besonderes Beispiel dafür ist unser ChemCycling-Projekt. Mit chemischem Recycling können fossile Ressourcen für die Chemieproduktion durch recyceltes Material aus Kunststoffabfall teilweise ersetzt werden. Wie funktioniert das? Kunststoffabfall wird durch thermochemische Verfahren in Rohmaterialien umgewandelt, die wieder in den Verbund eingespeist werden. Die Eigenschaften der so erzeugten Verkaufsprodukte unterscheiden sich nicht von denen, die aus fossilen Rohstoffen hergestellt werden.

Wir ermöglichen dem Markt damit, verschiedene Chemieprodukte wie zum Beispiel Mischkunststoffe wiederzuverwerten, die bisher nicht recycelt werden konnten und tragen dazu bei, Recyclingziele effizient zu erreichen. Dafür müssen allerdings die technologischen Ansätze weiterentwickelt werden, und sowohl der Markt als auch die Regulierungsbehörden müssen thermochemisches Recycling als Recycling anerkennen. Mit unserer Ökoeffizienz-Analyse stellen wir sicher, dass unser innovativer Ansatz Wert für die Umwelt schafft.

Um Ihnen das Thema näher zu bringen, möchten wir Ihnen einen kurzen Film zeigen, der das Prinzip des ChemCyclings anschaulich macht.

[Slide 14/Film]

Meine Damen und Herren,

chemisches Recycling eröffnet eine vielversprechende Geschäftsmöglichkeit für uns und unsere Kunden, da die daraus resultierenden Produkte die gleiche Qualität aufweisen wie Produkte aus fossilen Rohmaterialien.

Erst vor wenigen Tagen wurde übrigens das erste aus Kunststoffabfällen gewonnene Pyrolyseöl im Verbund in Ludwigshafen eingesetzt – ein wichtiger Meilenstein im Projekt. Mit unseren Kunden entwickeln wir erste Prototypen für Endkundenprodukte aus chemisch recyceltem Material, zum Beispiel diese Mozzarella-Beutel.

Dies ist aber erst der Anfang – wir werden Sie in den kommenden Monaten über den Fortgang des Projekts auf dem Laufenden halten. Auch sind noch viele technische, wirtschaftliche und regulatorische Fragen offen, aber wir arbeiten mit

Hochdruck daran und sind optimistisch, dass wir auf alle Herausforderungen eine Antwort finden.

[Slide 15]

Führender Anlagenbetreiber sein

[Hans-Ulrich Engel]

Operational Excellence, also der bestmögliche Betrieb von Anlagen, ist immer eine der entscheidenden Stärken der BASF gewesen. Wir haben aber leider lernen müssen, dass wir uns wieder konsequenter und intensiver um unsere Anlagen kümmern müssen. Unsere Kunden erwarten von uns, dass wir Produkte nach Maß und rechtzeitig liefern. Dazu müssen wir unsere Produktion sicher, effizient und zuverlässig betreiben.

Wir haben mehrere Stellschrauben identifiziert, um uns an ein immer schnelleres Marktumfeld und die höheren Anforderungen unserer Kunden anzupassen. Wir werden die Zuverlässigkeit unserer Anlagen erhöhen und unsere Flexibilität verbessern. Deshalb haben wir unser Budget zur Steigerung der Operational Excellence auf 400 Millionen Euro erhöht. Dieser Betrag liegt deutlich über dem Durchschnitt der vergangenen Jahre. Kontinuierliche Prozessoptimierungen und effektive Kapazitätserweiterung unserer bestehenden Anlagen sind wichtig, um unsere Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.

Neben diesen Maßnahmen für Operational Excellence werden wir die Digitalisierung in unserem Unternehmen mit aller Kraft vorantreiben und mithilfe von innovativen Lösungen unsere Produktivität sowie unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Zukunft erhöhen. So können wir schneller auf Veränderungen reagieren und unsere Position als Technologieführer festigen.

[Slide 16]

Digitale Lösungen unternehmensweit einsetzen

[Martin Brudermüller]

Meine Damen und Herren,

mit der Digitalisierung eröffnen sich für den gesamten Lebenszyklus unserer Anlagen ungeahnte Möglichkeiten. Beispielsweise lassen sich unterschiedliche

Prozesse oder Investitionsideen mit geringem Kostenaufwand auf unseren Computern simulieren. Unsere Mitarbeiter werden bereits jetzt durch Augmented-Reality-Lösungen im Betriebsalltag unterstützt. Bis 2022 möchten wir die Prozesse in mehr als 350 unserer Anlagen weltweit digitalisieren.

Digitalisierung ist ein wesentlicher Faktor bei der Sicherung unserer Wettbewerbsfähigkeit und reicht weit über die Produktion hinaus. Wir haben viele erfolgversprechende Ideen im Bereich Digitalisierung. Und doch sehen wir, dass wir digitale Projekte noch schneller vorantreiben müssen.

Unser Ziel ist es, Digitalisierung fest in unserem Geschäft zu verankern. Wir werden damit neuen Wert für unsere Kunden schaffen, unser Geschäft ausbauen und unsere Effizienz durch Digitalisierung steigern. In der Forschung erhöhen wir dadurch auch unsere Kreativität, nicht zuletzt durch eine noch intensivere Nutzung unseres Supercomputers Curiosity. Wir fördern einen datenbezogenen Ansatz und bieten in diesem Zusammenhang entsprechende Produkte und Services.

Um unsere vorhandenen Daten bestmöglich verwerten zu können, werden wir die Datenverfügbarkeit und -qualität verbessern, die erforderliche Infrastruktur zur Vernetzung unserer Backend-Systeme aufbauen und bestehende Daten in Entscheidungsprozessen nutzen.

Die BASF wird in Sachen Digitalisierung an Geschwindigkeit, Wirkung und Reichweite gewinnen, und damit in der chemischen Industrie einen Schritt voraus sein. Dabei werden wir die notwendige Struktur und Infrastruktur in der Produktion bereitstellen und die dafür entsprechenden Maßnahmen in spezifischen digitalen Roadmaps definieren und beschreiben.

Solche digitalen Roadmaps und die neugeschaffene Position des Divisional Digital Officers werden jeden unserer operativen und funktionalen Bereiche durch eine digitale Transformation führen. Indem wir BASF-Nachwuchskräfte, aber auch unsere gesamte Mannschaft mit umfassenden digitalen Kompetenzen fördern, stellen wir sicher, dass wir auch kurzfristig auf die erforderlichen Ressourcen zurückgreifen können.

[Slide 17]

Meine Damen und Herren,

ich denke, es ist deutlich geworden, welchen Kurs die BASF nehmen wird.

- Wir richten unsere Organisation neu aus – auf Kunden und Innovationen.
- Wir setzen auf den Verbund, auf Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Exzellenz beim Betrieb unserer Anlagen.
- In Asien und speziell China wollen wir unsere gute Position weiter ausbauen und am starken chinesischen Wachstum partizipieren.
- Und: Wir wollen profitabel und gleichzeitig CO₂-neutral wachsen und einen Mehrwert für die Gesellschaft schaffen.

Das gesamte Vorstandsteam freut sich auf die Umsetzung dieser Strategie, die wir in den vergangenen Monaten mit vielen Fachleuten und Führungskräften der BASF weltweit erarbeitet haben. Wir sind überzeugt, das ist der richtige Weg – denn wir wissen auch, welch enormes Potenzial die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der BASF haben. Wir wollen ihnen mehr Freiraum geben – und sind sicher, dass ihre beeindruckende Kreativität und Leidenschaft für die Chemie die BASF der nächsten Generation schaffen wird!

Sie haben viel gehört und sicher auch viele Fragen. Hans Engel und ich freuen uns jetzt auf das Gespräch mit Ihnen.