



grosse-hornke

Private Consult

Studie „Chemiedistribution 2012“

- Ergebnisbericht -

Dr. Matthias Hornke, LL.M. (M&A)

Münster, Februar 2012



Ausgangslage und Studienüberblick

Ergebnisübersicht

Detailergebnisse der Onlinebefragung

Funktion/ Verantwortung der Befragten

Rolle der Chemiedistributeure

Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für Chemiedistributeure

Klassifizierung der befragten Unternehmen

Kontakt Grosse-Hornke Private Consult

Chemiedistributeure mit zunehmender Bedeutung für Chemieproduzenten und (End-)kunden von Chemieerzeugnissen

Ausgangslage Chemiedistribution

- Erholung der Chemiekonjunktur in den Jahren 2010 und 2011 mit Umsatzrekord von ca. 190 Mrd. € der deutschen Chemieindustrie im Jahr 2011
- Wachsende Bedeutung der Chemiedistributeure als Partner der Chemieproduzenten bei der Distribution von Basis- und Spezialchemie mit Gesamtmarktumsatzanteil von > 10%
- Zunehmende Berichterstattung in Fachmedien, aber auch allgemeinen Wirtschaftsmedien zur wirtschaftlichen Bedeutung und Entwicklung (z. B. Mergers & Acquisitions) von Chemiedistributionsunternehmen

“There is a continued trend toward increased outsourcing of the distribution [...] by [chemical] manufacturers [to distributors].” (John Zillmer, President and CEO, Univar, 2010)

“IMCD set on continued growth path.” (ICIS Chemical Business, 2011)

“Chemical distributor IMCD changes private equity hands.” (Chemical Week, 2010)

“M&A Activity shifts up a gear in the Distribution Sector.” (Chemical Week, 2011)

“Large shopping tour: German Mülheim-based Chemical Dealer Brenntag intends to acquire further companies after IPO.” (Welt am Sonntag, 2010)

Teilnehmerstruktur der Studie „Chemiedistribution 2012“ spiegelt mittelständische Prägung der Chemiedistributionsbranche wider

grosse-hornke

Private Consult

Studienziele



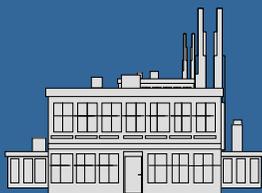
- Ermittlung der Erfolgsfaktoren und Zukunftsaussichten der Chemiedistribution in Deutschland, Österreich und der Schweiz
- Darstellung der Bedeutung internationaler Absatz- und Beschaffungsmärkte
- Analyse der Rolle von Chemiedistributoren zwischen Chemiehersteller und (End-)kunden

Studienformat



- Onlinebefragung mit 62 Teilnehmern, ergänzt um persönliche Interviews
- Akademische Begleitung durch die Westfälische Wilhelms-Universität Münster
- Studiendurchführung im Zeitraum Oktober/ November 2011

Studienteilnehmer



- 50% der Teilnehmer gehören der Geschäftsleitung an, 48% Vertrieb/ Marketing, 2 % Sonstige
- 53% der Teilnehmer distribuieren Basischemikalien, 90% Spezialchemikalien
- 42% der Teilnehmer beschäftigen mehr als 100 Mitarbeiter, 10% zwischen 50 und 100 Mitarbeiter und 26% zwischen 10 und 50 Mitarbeiter
- Jahresumsatz (Jahr 2010): 21% der Teilnehmer >250 Mio. EUR, 10% zwischen 100 und 250 Mio. EUR, 8% zwischen 50 und 100 Mio. EUR und 29% zwischen 10 und 50 Mio. EUR
- 81% der Unternehmen sind inhabergeführt

Ausgangslage und Studienüberblick



Ergebnisübersicht

Detailergebnisse der Onlinebefragung

Funktion/ Verantwortung der Befragten

Rolle der Chemiedistributeure

Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für Chemiedistributeure

Klassifizierung der befragten Unternehmen

Kontakt Grosse-Hornke Private Consult

Zusammenfassung Studie „Chemiedistribution 2012“

Einschätzung durch die 62 Studienteilnehmer:

Branche & Rolle der Chemie- distributeure

- Zusammenarbeit mit Chemieproduzenten wird mehrheitlich als partnerschaftlich eingestuft
- Technische Schulung/ Produktschulung als starke Anforderung an Chemieproduzenten
- Persönlicher Kontakt bestimmt Kommunikation sowohl zu Produzenten als auch zu Endkunden
- Distributeure sehen sich mehrheitlich als Vermittler zwischen Produzenten und Endkunden
- Forderung nach verstärkten Entwicklungsprogrammen der Produzenten für Distributeure
- Branchenwandel wird durch Globalisierung und Wettbewerbsdruck in gesättigten Märkten getrieben

Heraus- forderungen & Erfolgs- faktoren

- Stark steigende Anforderungen an Mitarbeiterqualifikation als Herausforderung in der Branche
- Fachkräftemangel als eine wesentliche und akute Herausforderung für Chemiedistributeure
- Erweiterung des Serviceangebots der Distributeure an Endkunden als Erfolgsfaktor
- Anforderungen der Kunden an Verlässlichkeit, Schnelligkeit und Flexibilität stark gestiegen
- Verstärkte Beschaffung in Asien (insbesondere China und Indien) geplant
- Fokussierung auf Produktgruppen, Industrien und Anwendungen bietet Chancen für Distributeure
- Aktivität für Unternehmenszusammenschlüsse (M&A) leicht steigend

Chemiedistribution: Stark partnerschaftliches Verhältnis zwischen Produzenten und Distributeuren – jedoch Bedarf nach Intensivierung der Zusammenarbeit bei z.B. Produktschulungen und Distributeur-Entwicklungsprogrammen

Detail: Einordnung ausgewählter Studienergebnisse in den Waren- und Dienstleistungsfluss vom Produzenten via Distributeur zum Endkunden

Bedingungen für profitables Wachstum im Jahr 2012



Chemikalien-
produzenten

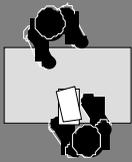


Chemiedistributeure



Kunden

Service



- Angebot von Produktschulungen
- Ansprechpartner für REACH und andere Regularien
- Fokus auf Key-Account Mgmt.
- Technische Schulungen für Chemiedistributeure

Intensive Zusammenarbeit Distributeur-Produzent



- Persönliche Kontakte im Fokus
- IT-Applikationen als Support
- Maßnahmen zur Händlerentwicklung gewünscht

Strategisch



- Beschaffungsexpansion nach Asien (China, Indien) im Fokus
- Organisches Wachstum, Ausbau der Marktdurchdringung
- Konstantes M&A Niveau
- Ausbau der Serviceaktivitäten in Planung
- Fokussierung auf bestimmte Produktgruppen und Industrien

Operativ



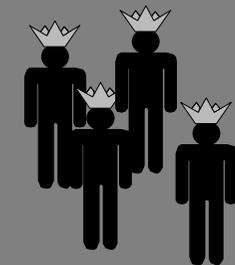
- Kosteneffizienz optimieren
- Mitarbeiterqualifikation und Rekrutierung stärken

Umfassendes Kundenbindungsmanagement



- Persönlicher Kontakt mit hoher Bedeutung
- CRM-Tool-Bedeutung nimmt zu

Kundenanforderungen



- Fokus auf:
- Verlässlichkeit
 - Schnelligkeit der Lieferung
 - Flexibilität des Lieferzeitpunkts
 - Günstiger Preis

Agenda

Ausgangslage und Studienüberblick

Ergebnisübersicht

► Detailergebnisse der Onlinebefragung

Funktion/ Verantwortung der Befragten

Rolle der Chemiedistributeure

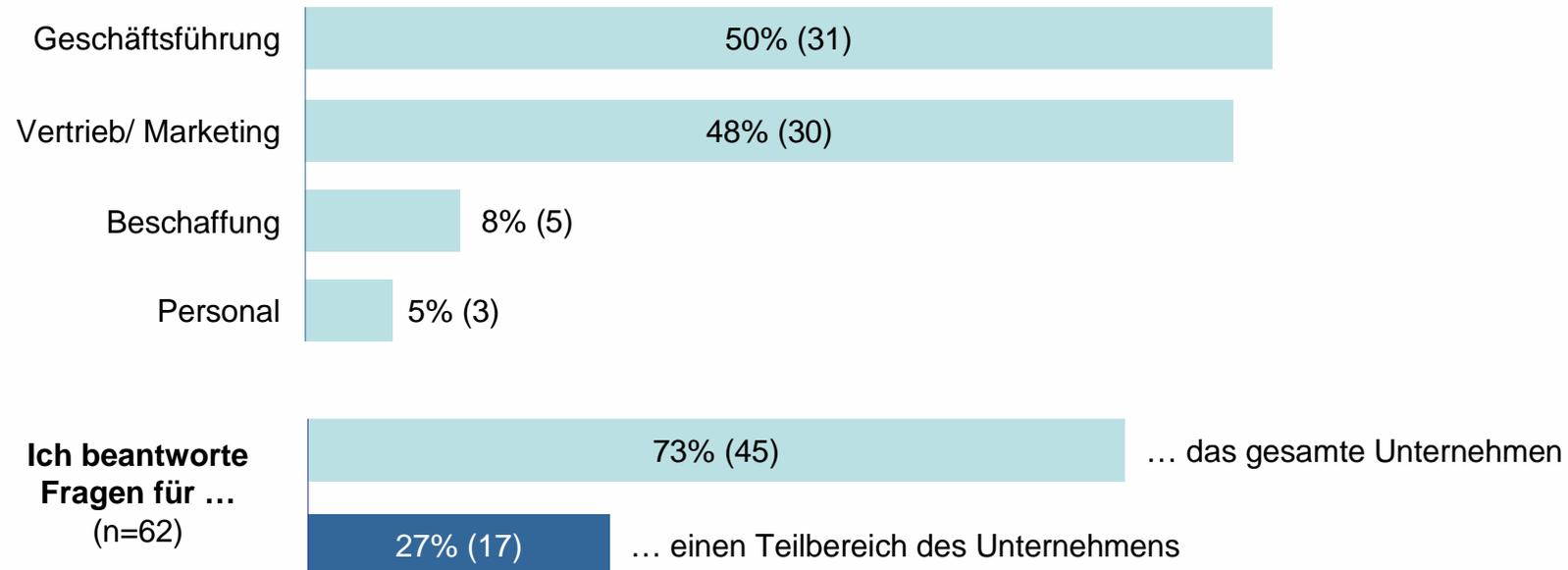
Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für Chemiedistributeure

Klassifizierung der befragten Unternehmen

Kontakt Grosse-Hornke Private Consult

Funktion/ Verantwortung der Studienteilnehmer

Frage: In welchem Funktionsbereich sind Sie tätig? (Mehrfachnennung möglich, n=62)



Hohe Relevanz der Studie durch großen Anteil von Geschäftsführern und Mitarbeitern/
Führungskräften aus Vertrieb und Marketing

Agenda

Ausgangslage und Studienüberblick

Ergebnisübersicht

Detailergebnisse der Onlinebefragung

Funktion/ Verantwortung der Befragten

Rolle der Chemiedistributeure

Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für Chemiedistributeure

Klassifizierung der befragten Unternehmen

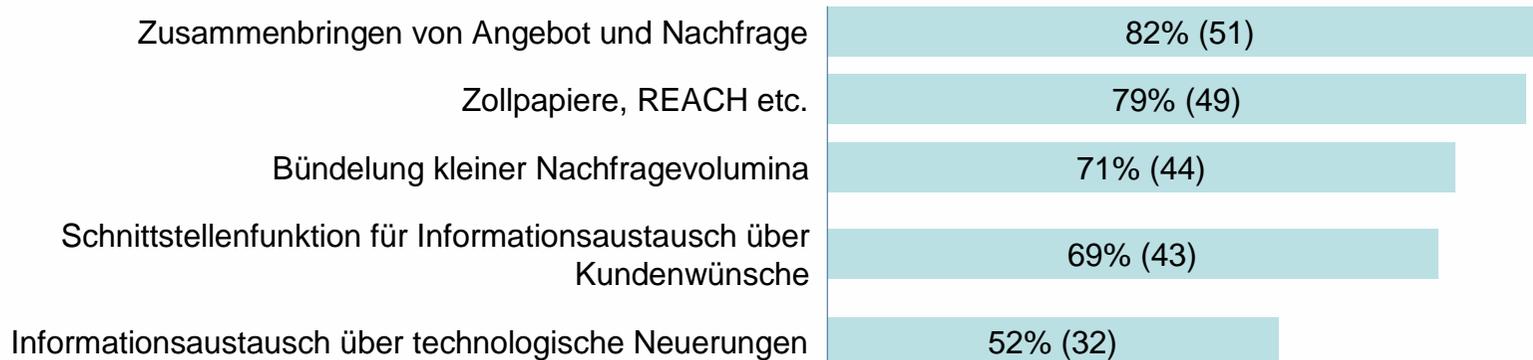
Kontakt Grosse-Hornke Private Consult

Rolle des Chemiedistributors

Frage: Trifft die Darstellung des Distributeurs als Vermittler mit globalen und lokalen Kompetenzen auch auf Ihr Unternehmen zu? (n=62)



Frage: Worin besteht Ihre Hauptleistung als Mittler?
(Mehrfachnennung möglich, n=62)

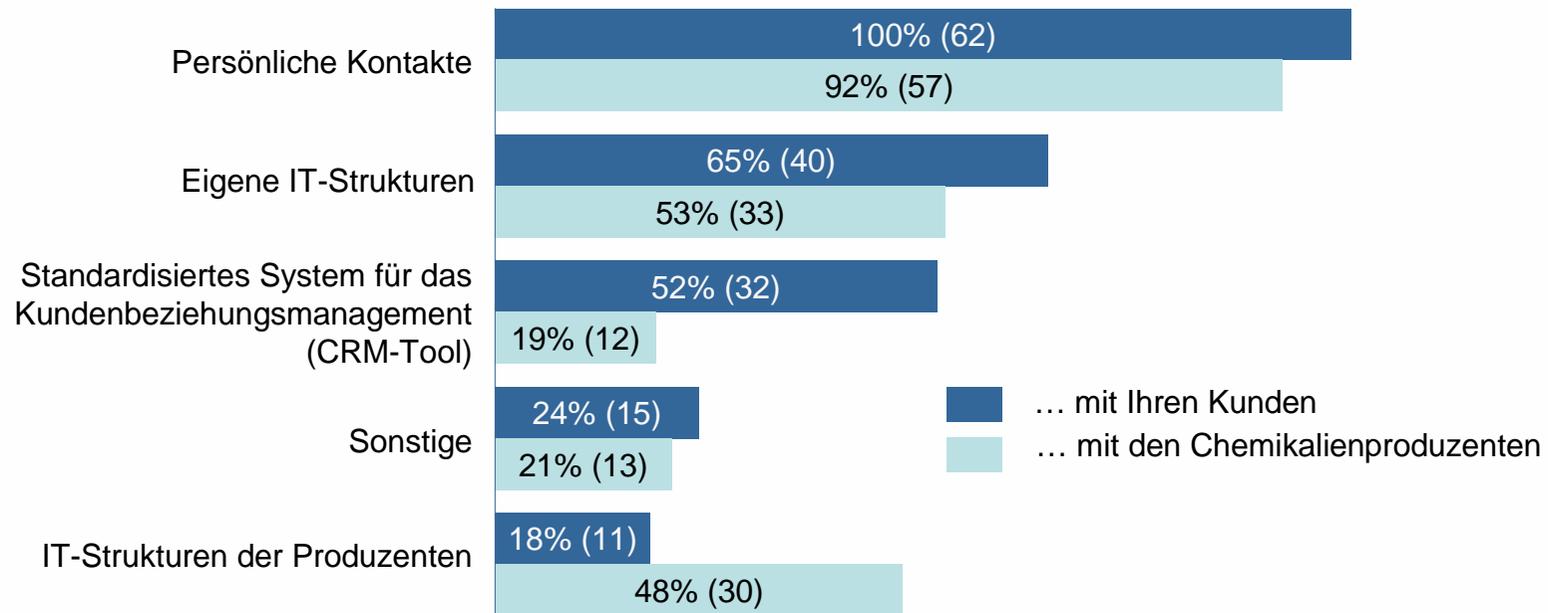


Die Mehrheit der Studienteilnehmer versteht sich als Vermittler zwischen Produzenten und Endkunden. Das Zusammenbringen von Angebot und Nachfrage sowie die Organisation der rechtlichen und regulatorischen Angelegenheiten (Zollpapiere, REACH u.a.) stellen dabei die meist genannten Hauptleistungen der Studienteilnehmer dar.

Kommunikationskanäle der Chemiedistributeure

Frage: Welche Kanäle benutzen Sie für die Kommunikation?

(Mehrfachnennung möglich, n=62)



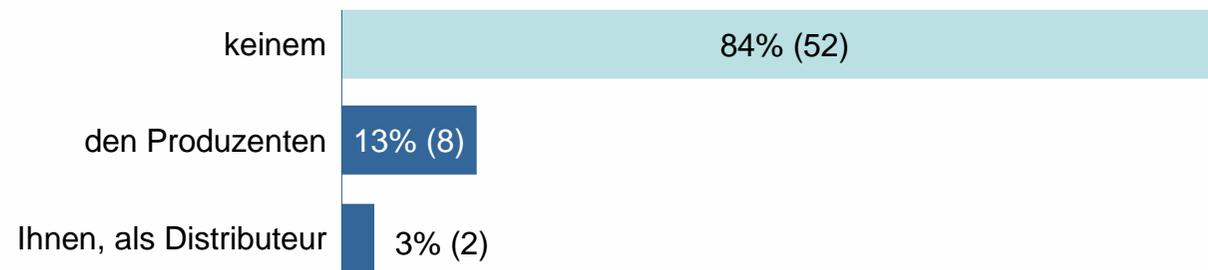
Die intensive persönliche Kommunikation genießt bei den Chemiedistributeuren oberste Priorität – sowohl im Kontakt mit den Chemielieferanten als auch mit den eigenen Kunden.

Zwei Drittel der Studienteilnehmer geben an, für die Kommunikation mit ihren Kunden zusätzlich auf IT-Systeme zurückzugreifen, und mehr als die Hälfte setzt hierfür spezielle Customer Relationship Management (CRM)-Systeme ein.

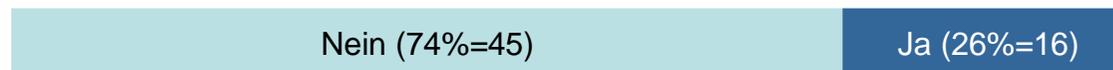
Beurteilung der Zusammenarbeit mit Chemikalienproduzenten

Frage: Wie beurteilen Sie die Zusammenarbeit mit den Chemikalienproduzenten?
(n=62)

Die Zusammenarbeit wird dominiert von...



Frage: Denken Sie, dass die Chemikalienproduzenten in Zukunft verstärkt eigene Distributionsunternehmen gründen werden?
(n=61)



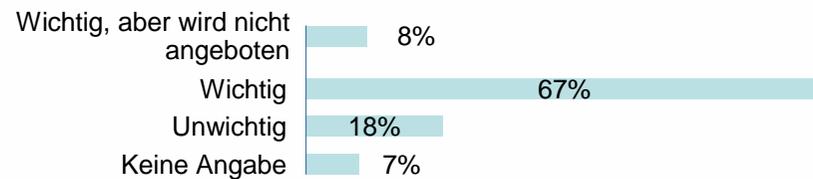
Trotz der Markt- und Finanzmacht der Chemiehersteller wird von 84% der Studienteilnehmer die Zusammenarbeit mit Chemikalienproduzenten als stark partnerschaftlich eingeschätzt. Lediglich 3% sehen eine Dominanz bei den Distributeuren bzw. 13% bei den Produzenten.

Diese gute Zusammenarbeit zwischen Distributeuren und Produzenten wird unterstützt durch die Annahme, dass Chemikalienproduzenten keine eigenen Distributionsunternehmen in Zukunft gründen werden (74%).

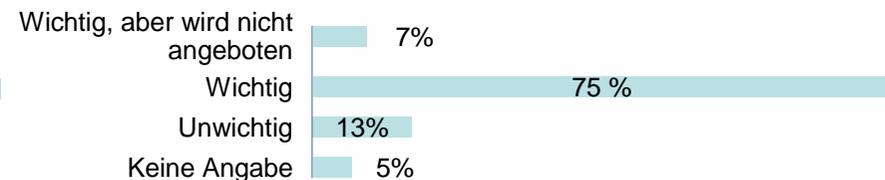
Anforderungen an Chemikalienproduzenten und Erfolgsparameter für die Zusammenarbeit

Frage: Welche Eigenschaften der Chemikalienproduzenten sind für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Ihrem Unternehmen wichtig? (n=62)

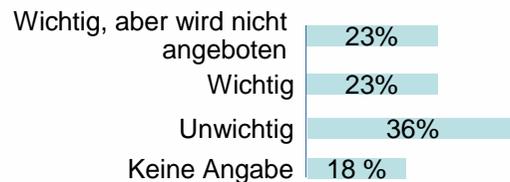
Key Account beim Chemikalienhersteller für Distributeure



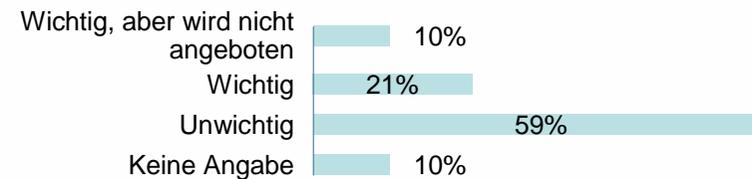
Konkrete Ansprechpartner für REACH und andere Regularien



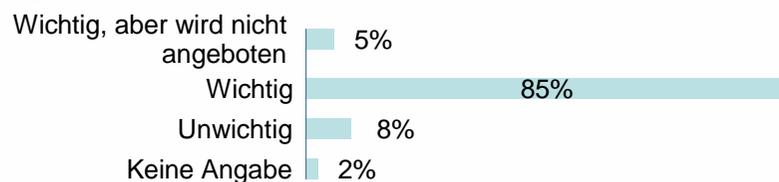
Entwicklungsprogramm für Distributeure



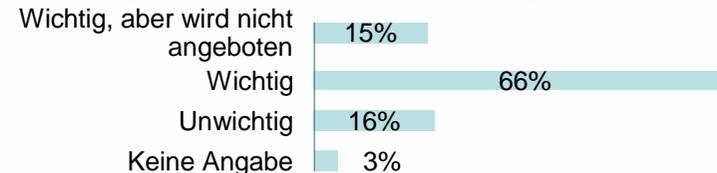
Angebot von Vertriebsschulungen



Angebot von Produktschulungen



Angebot von technischen Schulungen



Das Angebot von Produktschulungen durch ChemiehHersteller wird von 85% der Teilnehmer als sehr wichtig eingestuft und liegt deutlich vor der Forderung nach konkreten Ansprechpartnern für z. B. REACH und andere Regularien (75%) und einem Key Account Management für Distributeure beim Chemikalienhersteller (67%). Die Unterstützung bei der Schulung des Vertriebs spezieller Produkte wird dagegen von einem Großteil der Befragten (59%) als unwichtig eingestuft.

Agenda

Ausgangslage und Studienüberblick

Ergebnisübersicht

Detailergebnisse der Onlinebefragung

Funktion/ Verantwortung der Befragten

Rolle der Chemiedistributeure

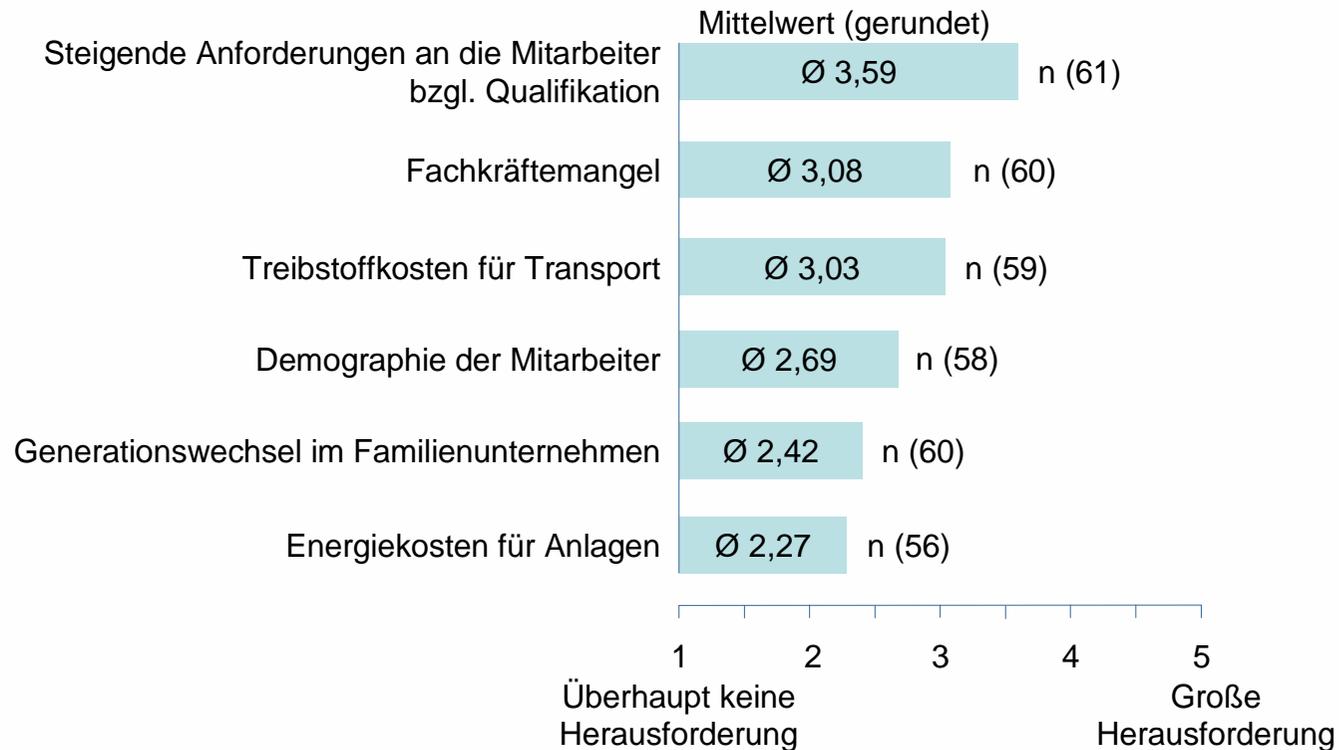
**Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für
Chemiedistributeure**

Klassifizierung der befragten Unternehmen

Kontakt Grosse-Hornke Private Consult

Aktuelle Herausforderungen für Chemiedistributeure

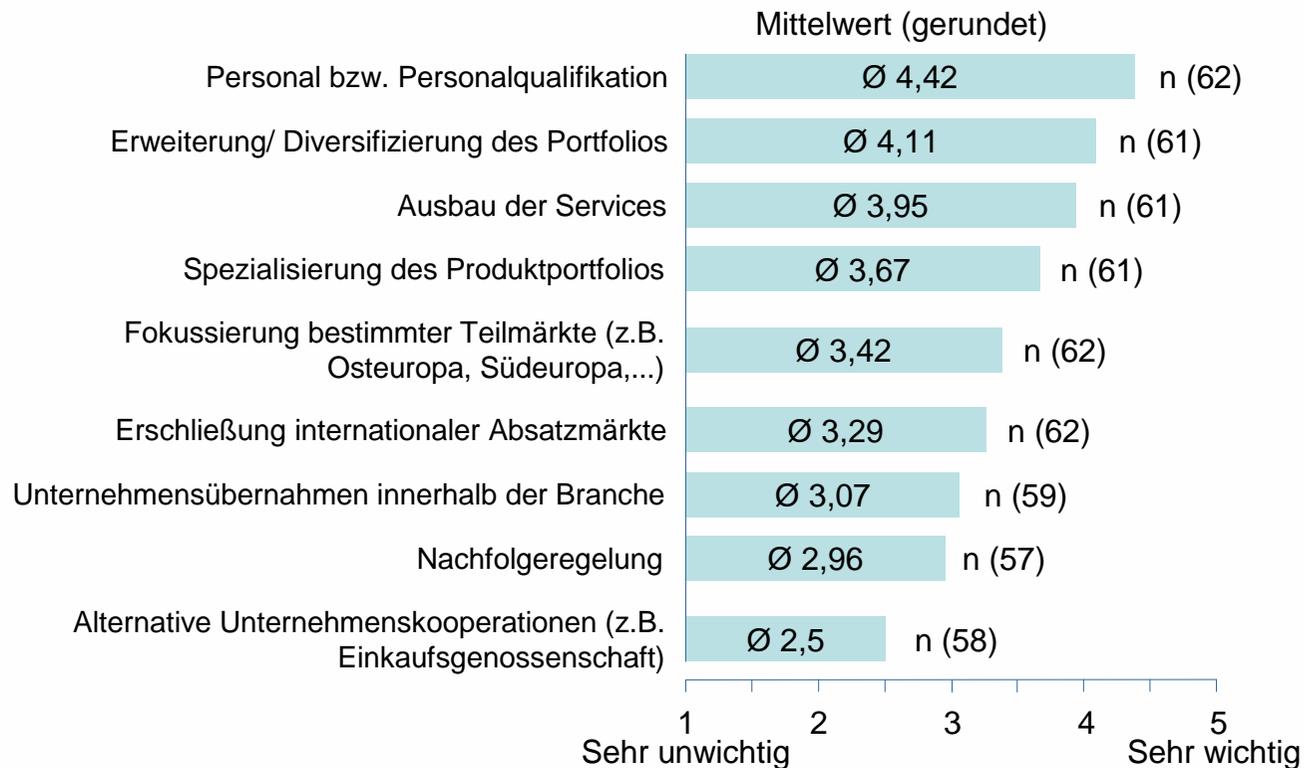
Frage: Stellen folgende Sachverhalte aktuell eine Herausforderung für Ihr Unternehmen dar? (n=62)



Steigende Anforderungen an die Qualifikation der Mitarbeiter stellen zahlreiche Chemiedistributeure bei gleichzeitigem Fachkräftemangel vor große Herausforderungen.

Erfolgsfaktoren für Chemiedistributeure

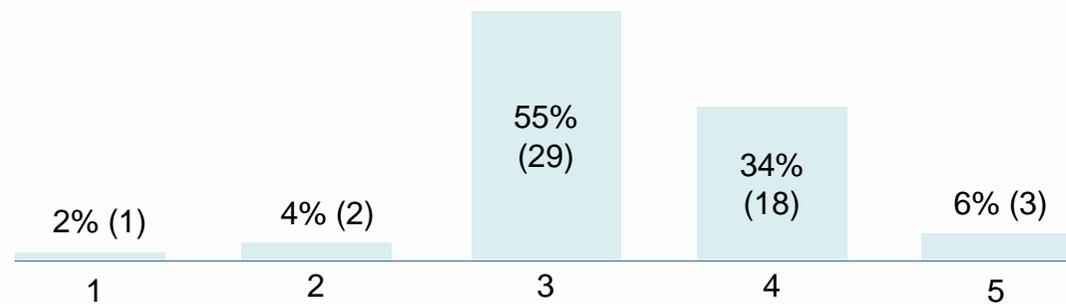
Frage: Welche Faktoren halten Sie für eine erfolgreiche Zukunft Ihres Unternehmens für wichtig? (n=62)



Der Großteil der Studienteilnehmer misst dem Personal bzw. Personalqualifikation als Erfolgsfaktor eine hohe Bedeutung zu.

Entwicklung von Unternehmensübernahme-Aktivitäten (M&A)

Frage: Wie schätzen Sie die Entwicklung von Unternehmensübernahme-Aktivitäten für den deutschen Chemedistributions-Sektor in den nächsten zwei Jahren ein? (n=53)



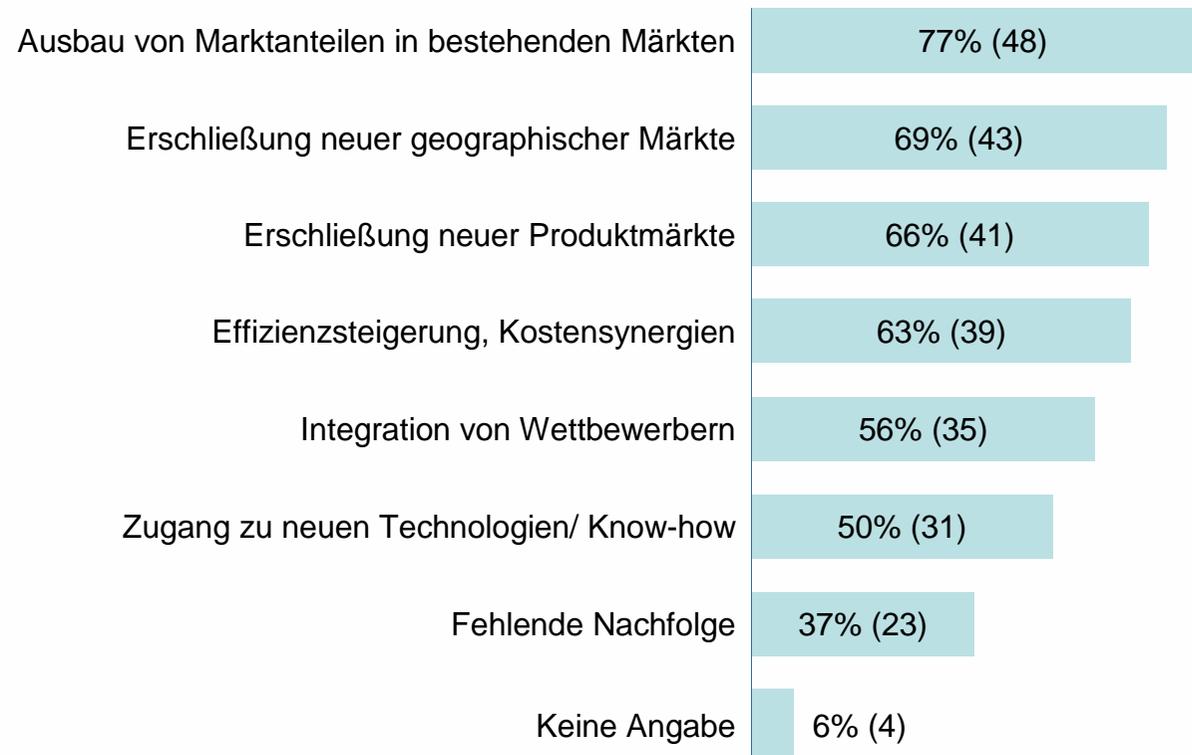
("1" = starker Rückgang, "3" = konstant, "5" = starkes Wachstum)



Ein Großteil der Studienteilnehmer geht für die Zukunft von einem konstanten (55%) bzw. einem leicht steigenden M&A Niveau (34%) aus.

Gründe für Unternehmenszusammenschlüsse (M&A)

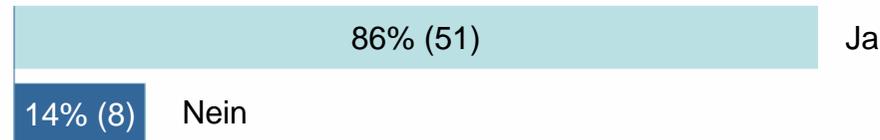
Frage: Welche Gründe sind Ihrer Meinung nach entscheidend für Unternehmenszusammenschlüsse?
(Mehrfachnennung möglich, n=62)



Wachstumsbestrebungen als wesentlicher Treiber für Unternehmenszusammenschlüsse

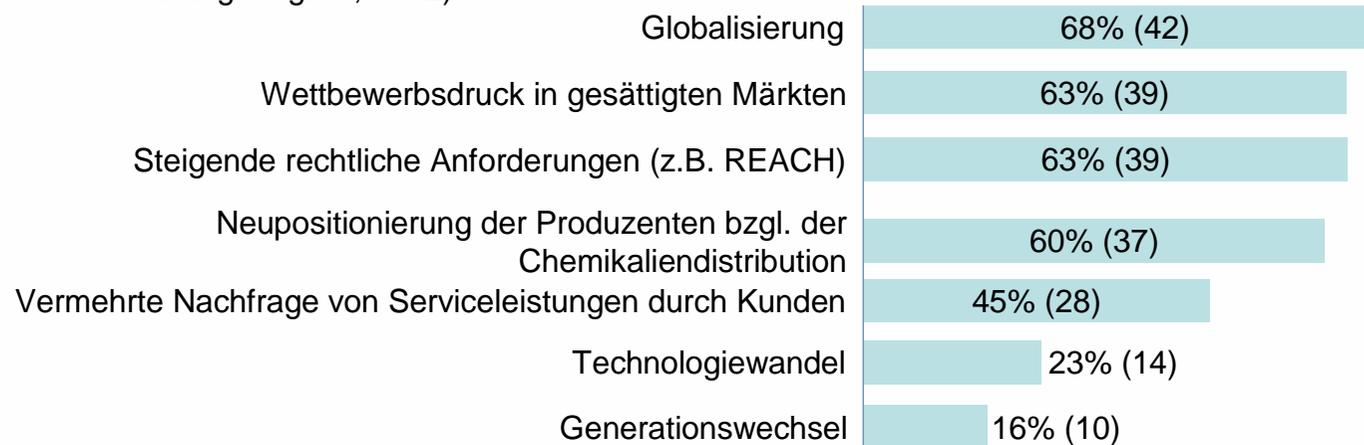
Faktoren für den Branchenwandel

Frage: Stimmen Sie zu, dass in der Branche der Chemikaliendistribution in den letzten zwei Jahrzehnten ein strategischer Wandel stattgefunden hat? (n=59)



Wenn ja, wodurch wurde der Branchenwandel Ihrer Meinung nach verursacht?

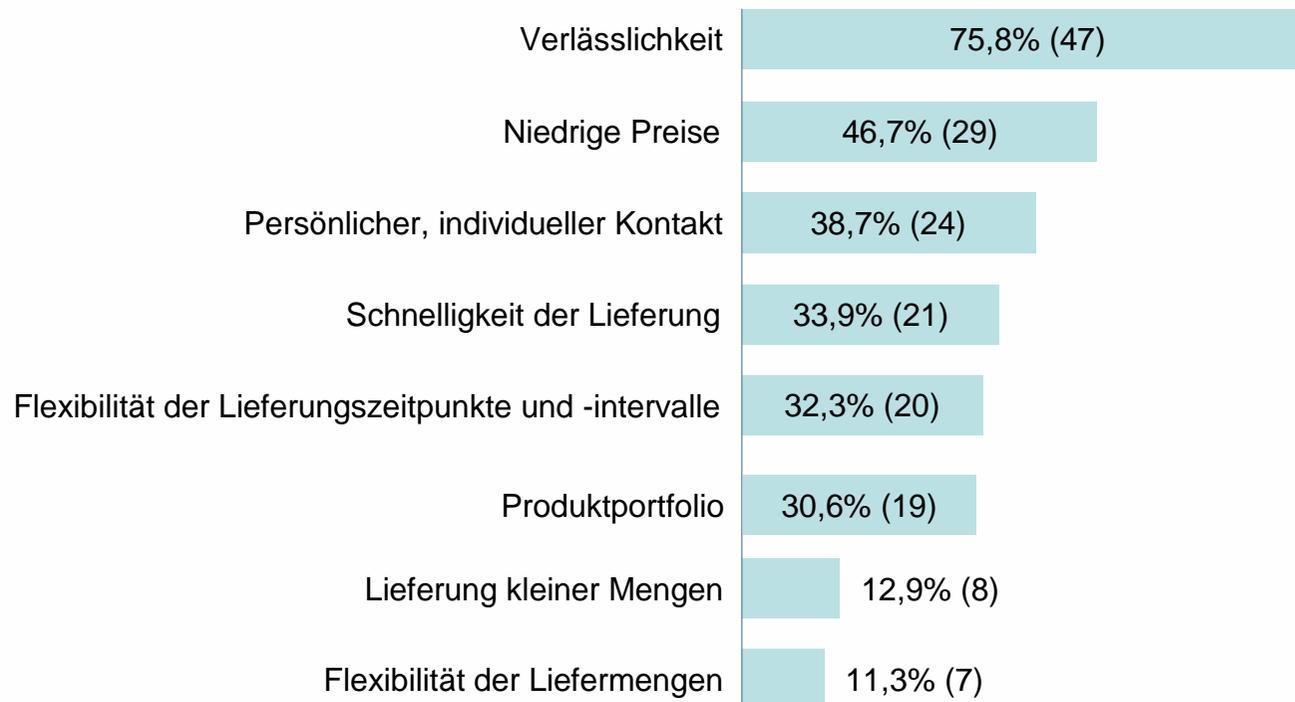
(Mehrfachnennung möglich, n=62)



Globalisierung, Wettbewerbsdruck in gesättigten Märkten und steigende rechtliche Anforderungen werden mehrheitlich als Gründe für den Branchenwandel der Chemikaliendistribution genannt.

Eigenschaften für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Kunden

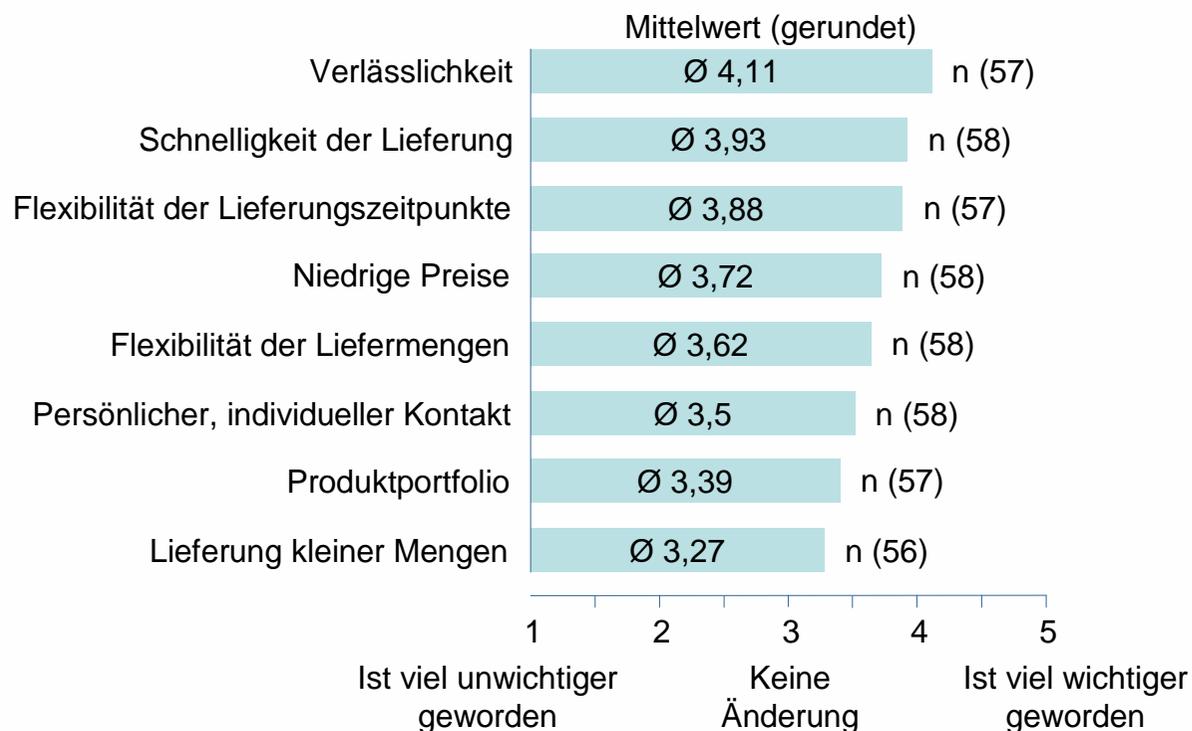
Frage: Welche der folgenden Eigenschaften schätzen Ihre Kunden am meisten?
(max. drei Antworten, n=62)



Aus Sicht der Chemiedistributeure schätzen deren Kunden besonders Verlässlichkeit (76%). Niedrige Preise (47%) sowie persönlicher Kontakt (39%) haben einen deutlich geringeren Stellenwert.

Entwicklung der von Kunden gewünschten Eigenschaften

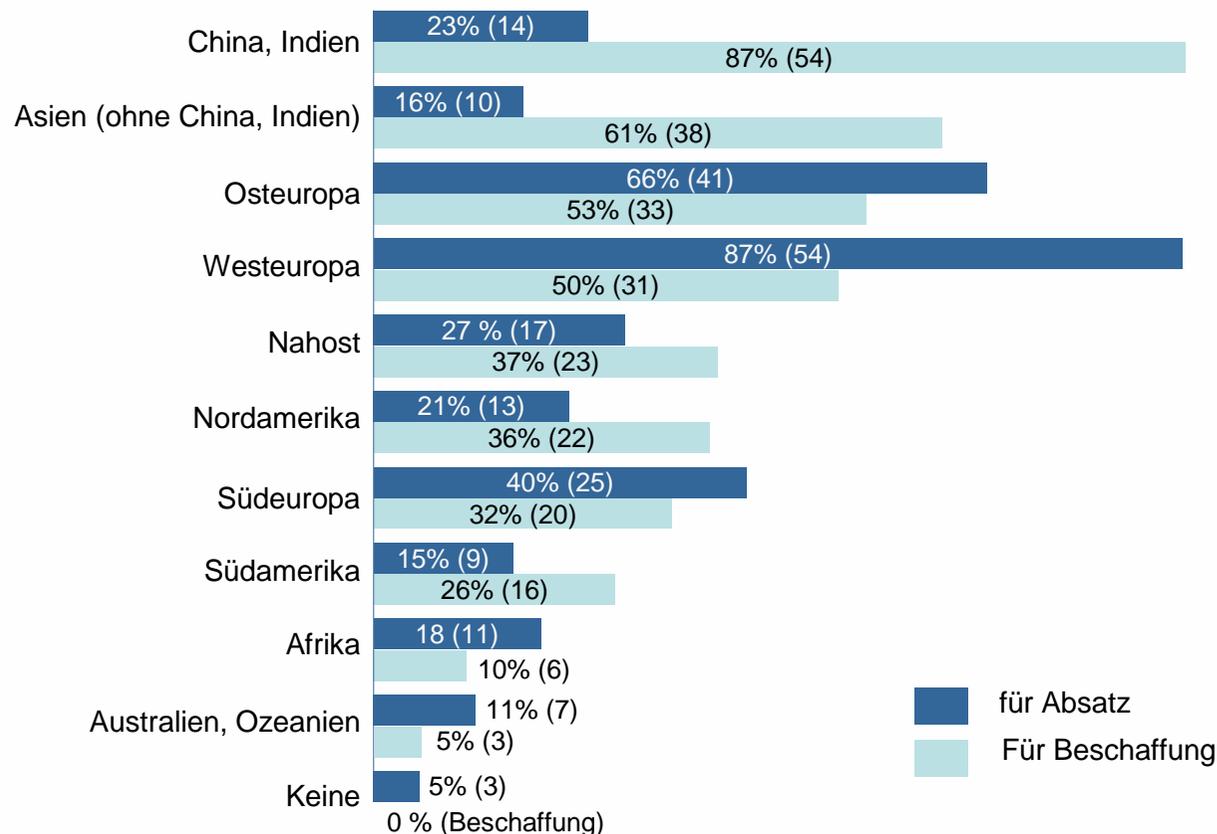
Frage: Wie haben sich in den letzten fünf Jahren die Eigenschaften verändert, die Ihre Kunden schätzen? (Mehrfachnennungen möglich)



Die Eigenschaften Verlässlichkeit, Schnelligkeit und zeitliche Flexibilität haben bei den Kunden der Chemiedistributeure in den letzten fünf Jahren einen hohen Stellenwert eingenommen.

Zukunftsrelevante Märkte für Chemiedistributeure

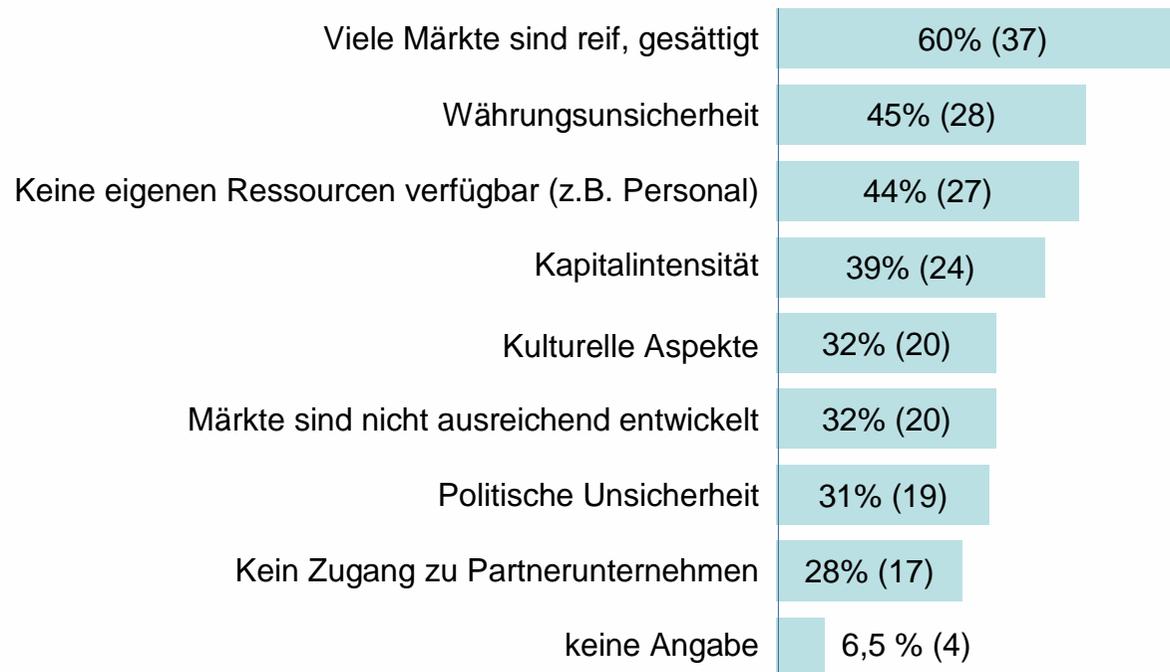
Frage: Welche Märkte sind für Ihr Unternehmen für die Zukunft interessant? (n=62)



Die Studienergebnisse zeigen klar die wachsende Bedeutung von Asien als Beschaffungsmarkt. Insbesondere China und Indien werden von 87% der Teilnehmer als interessanter zukünftiger Beschaffungsmarkt genannt.

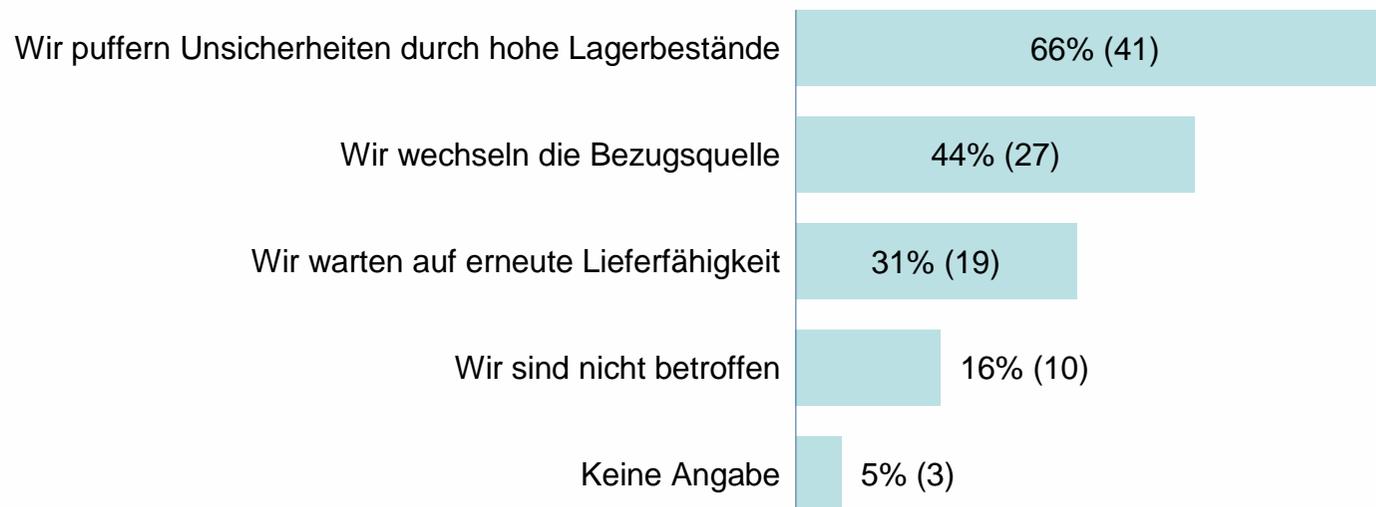
Eintrittsbarrieren von attraktiven Absatz- und Beschaffungsmärkten

Frage: Welche Probleme sehen Sie beim Eintritt in die für Sie interessantesten Märkte?
(Mehrfachnennung möglich, n=62)



Als Problemfelder beim Eintritt in neue Absatz- und Beschaffungsmärkte werden vor allem hohe Marktsättigung (60%), mangelnde adäquate eigene Personalressourcen (44%) und Währungsunsicherheiten (45%) angeführt.

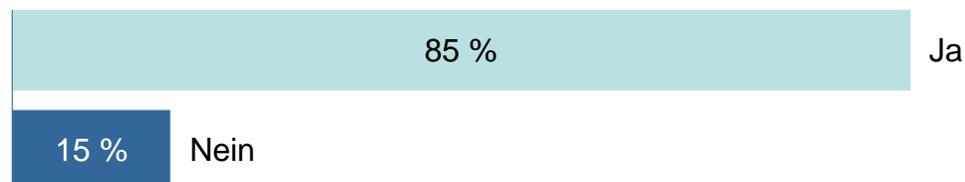
Frage: Wie gehen Sie mit Lieferengpässen der Chemieproduzenten um?
(Mehrfachnennung möglich, n=62)



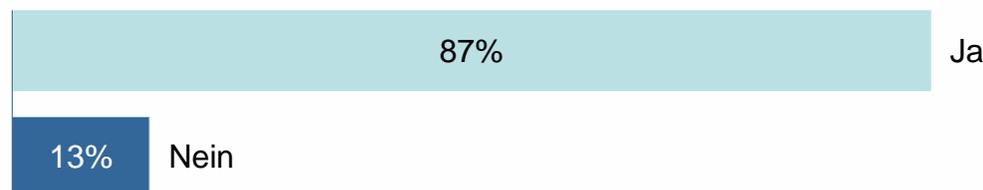
Der Großteil der Studienteilnehmer (66%) benutzt hohe Lagerbestände, um sich gegen Lieferengpässe abzusichern. 44% der Teilnehmer geben an, bei Lieferengpässen den Produzenten zu wechseln.

Einfluss der Rohstoffpreiserhöhungen auf die Preisbildung

Frage: Geben Sie hohe (Rohstoff-)Preiserhöhungen kurzfristig an Ihre Kunden weiter?
(n=61)



Frage: Geben Sie hohe (Rohstoff-)Preiserhöhungen langfristig an Ihre Kunden weiter?
(n=60)

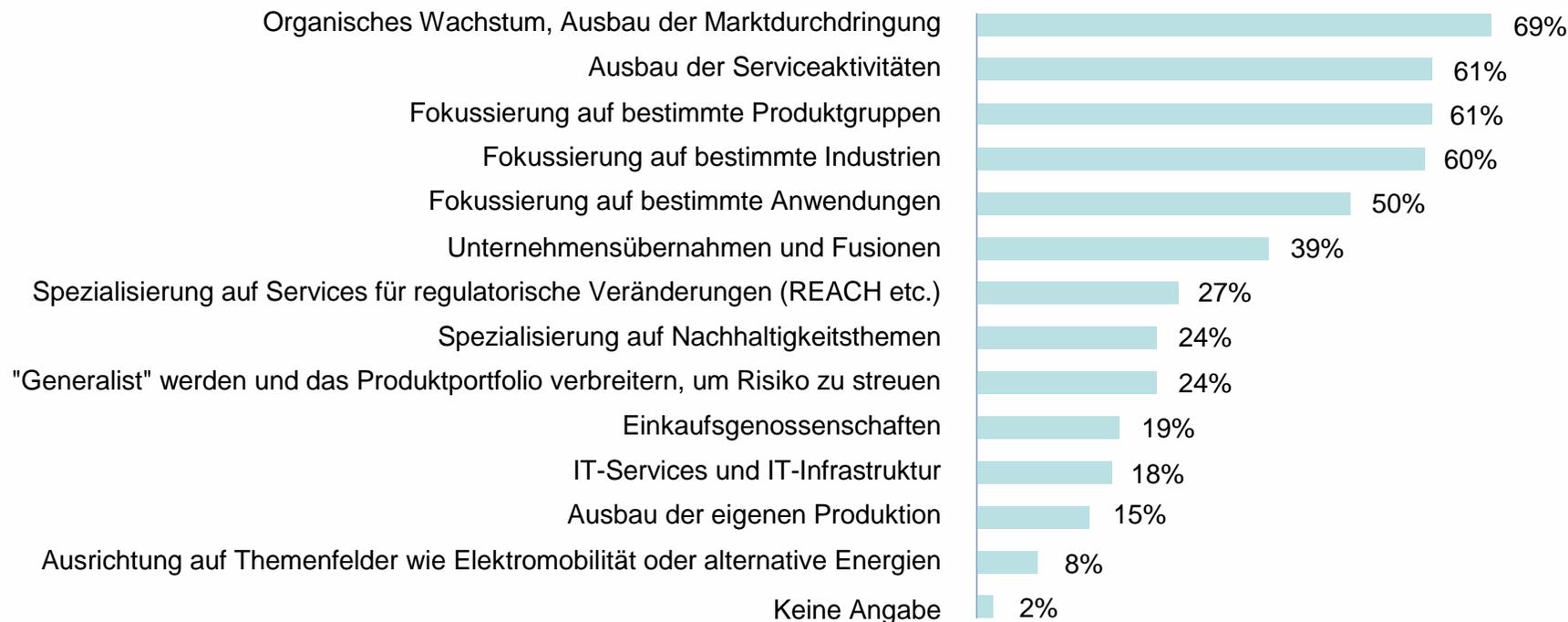


Preiserhöhungen der Rohstoffe werden kurzfristig sowie langfristig mehrheitlich an die Kunden weitergegeben.

Entwicklungspotenziale bei Chemiedistributoren

Frage: Wo sehen Sie für die Entwicklung Ihres Unternehmens derzeit Chancen?

(Mehrfachnennung möglich, n=62)



Wachstumschancen sehen die befragten Unternehmen mit Blick auf das Jahr 2012 insbesondere durch organisches Wachstum/ Ausbau der Marktdurchdringung (69%), den Ausbau der Serviceaktivitäten (61%), die Fokussierung auf spezielle Produktgruppen (61%), die Fokussierung auf bestimmte (Abnehmer-)Industrien (60%) sowie auf ausgewählte Anwendungen (50%).

Agenda

Ausgangslage und Studienüberblick

Ergebnisübersicht

Detailergebnisse der Onlinebefragung

Funktion/ Verantwortung der Befragten

Rolle der Chemiedistributeure

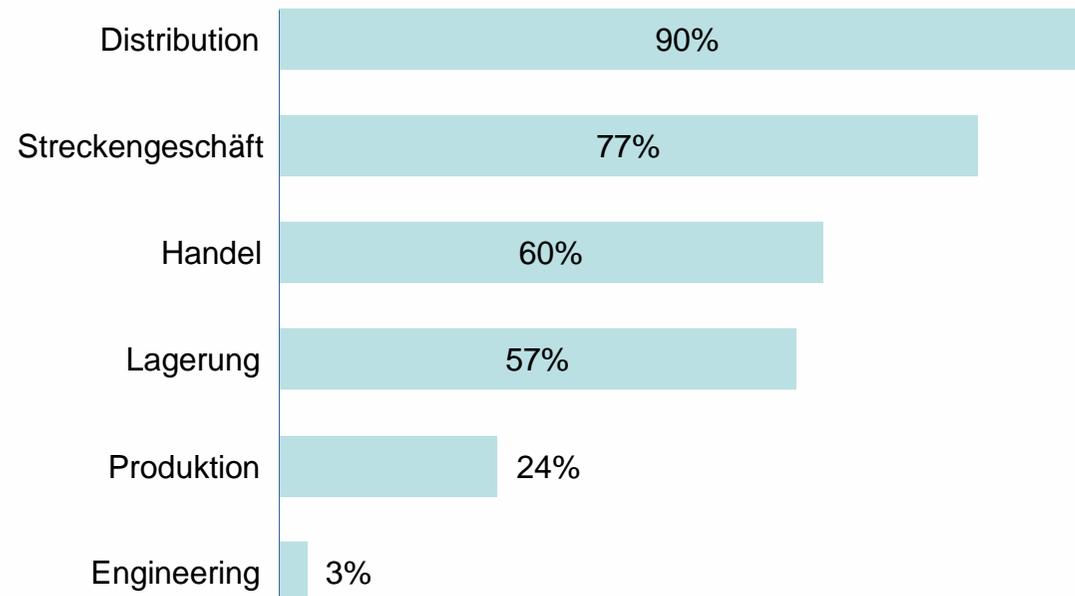
Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für Chemiedistributeure

Klassifizierung der befragten Unternehmen

Kontakt Grosse-Hornke Private Consult

Tätigkeitsbereiche der befragten Unternehmen

Frage: In welchen Bereichen ist Ihr Unternehmen tätig?
(Mehrfachnennung möglich, n=62)

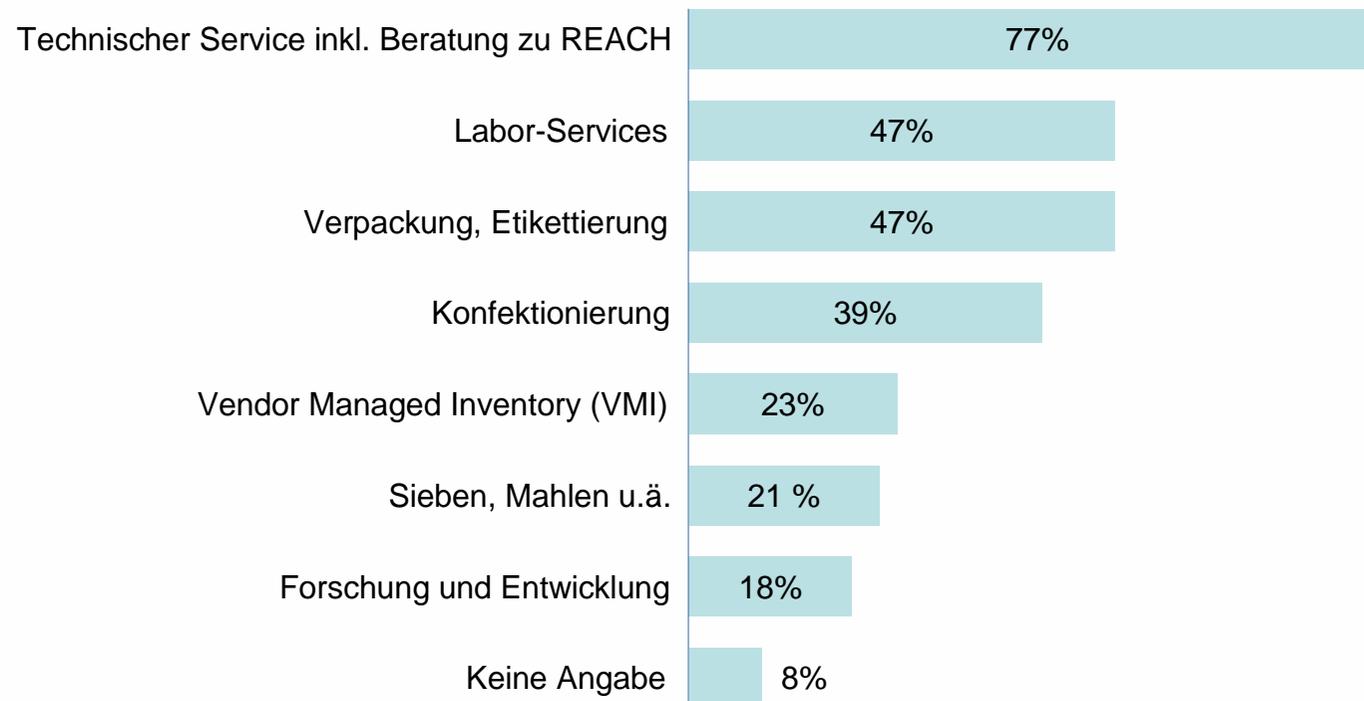


Die Studienteilnehmer repräsentieren eindeutig die Branche der Chemiedistribution (90%). Gleichzeitig sind viele der Teilnehmer auch in angrenzenden Bereichen wie dem Streckengeschäft, Handel, und der Lagerung aktiv.

Serviceangebot von Chemiedistributoren

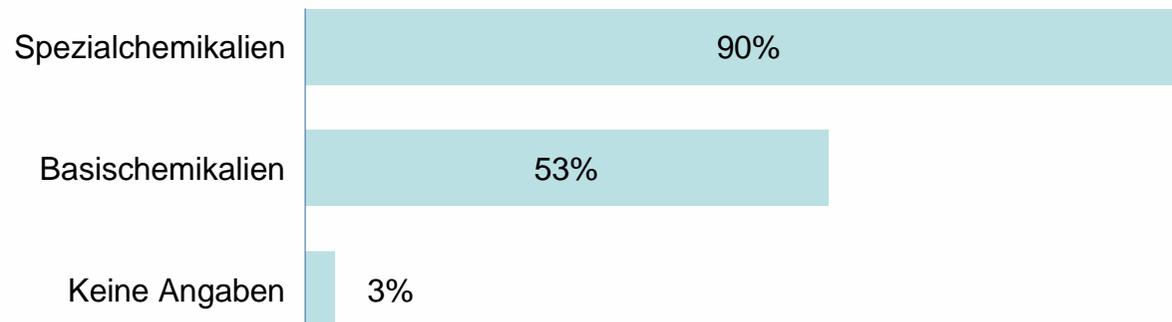
Frage: Welche Services werden von Ihrem Unternehmen neben Ihrem Kerngeschäft noch angeboten?

(Mehrfachnennung möglich, n=62)



Eine Großzahl der Unternehmen (77%) bietet neben dem Kerngeschäft auch technischen Service (inkl. Beratung zu REACH), sowie Labor-Services (47%), Verpackung/ Etikettierung (47%) und Konfektionierung (39%) an.

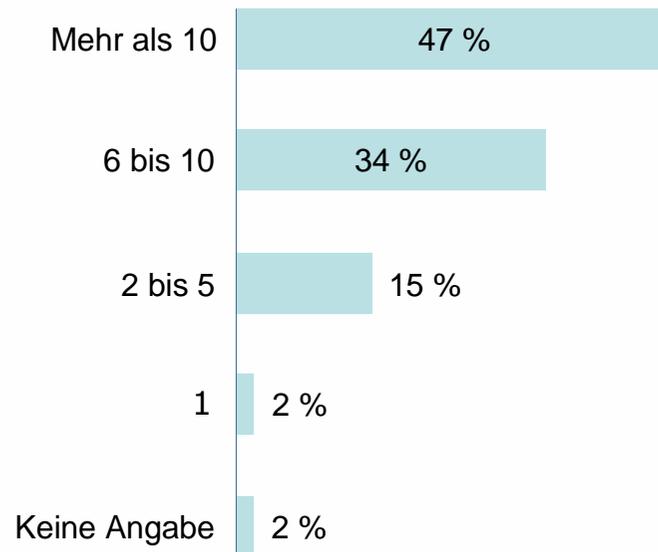
Frage: Welche Produkte werden von Ihrem Unternehmen angeboten?
(Mehrfachnennung möglich, n=62)



Bei den Produkten der Studienteilnehmer handelt es sich insbesondere um Spezialchemikalien (90%) sowie Basischemikalien (53%).

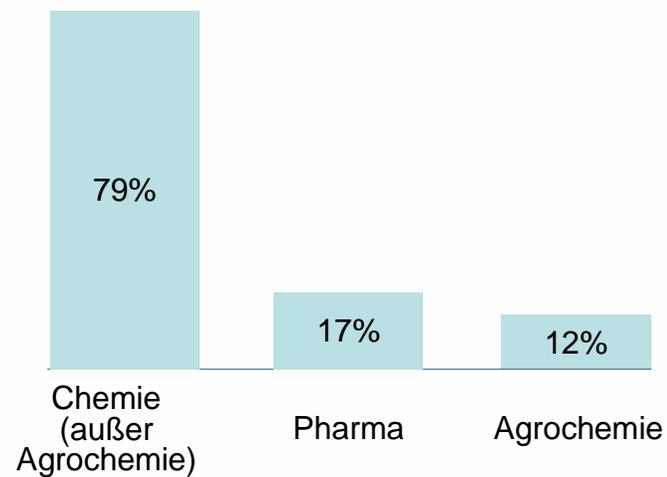
Anzahl der Abnehmerbranchen für Chemieprodukte

Frage: Wie viele Branchen werden ungefähr von Ihrem Unternehmen mit Chemikalien versorgt?
(n=62)



Rund die Hälfte der befragten Unternehmen versorgen mehr als 10 Branchen mit Chemikalien.

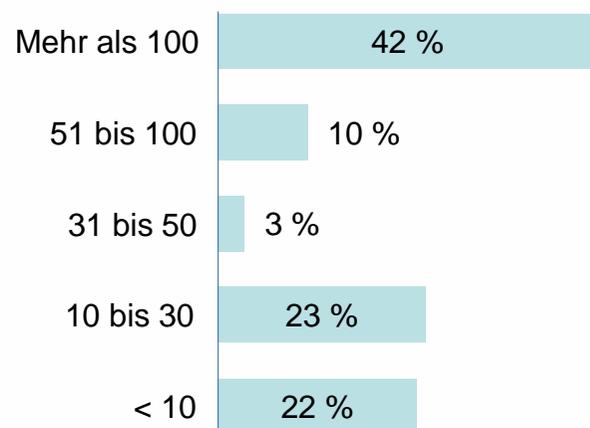
Frage: Wie teilt sich Ihr Geschäft unter den folgenden drei Bereichen auf (wertmäßige Aufteilung)?
(Mehrfachnennung möglich, n=62)



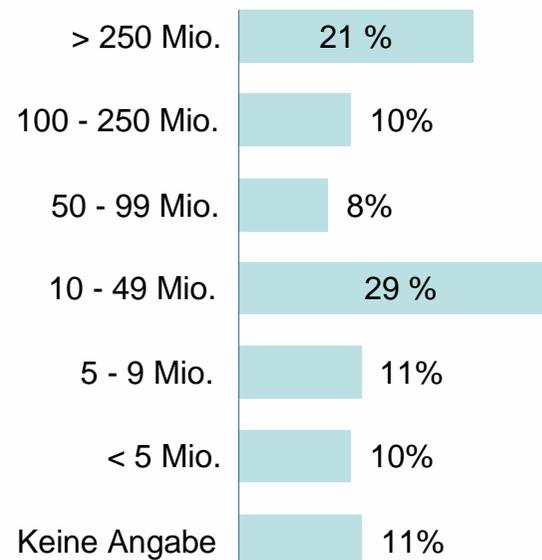
Kerngeschäftsbereich der Studienteilnehmer ist die Chemie.

Größe der befragten Chemiedistributeure

Frage: Anzahl der Mitarbeiter Ihres Unternehmens im Jahr 2010? (n=62)



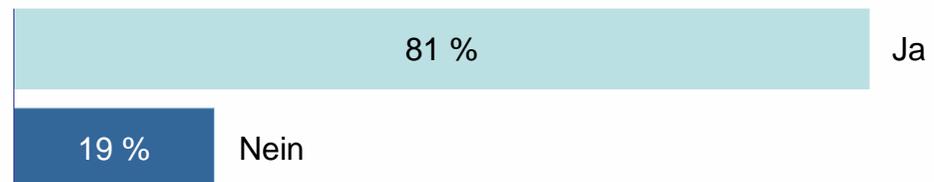
Frage: Welchen Umsatz erzielte Ihr Unternehmen im Jahr 2010 weltweit (in €)? (n=62)



42% der Studienteilnehmer repräsentieren Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern. 21% erzielen einen Umsatz von mehr als 250 Mio. EUR (Jahr 2010).

Besitzverhältnisse der befragten Unternehmen

Frage: Ist Ihr Unternehmen
inhabergeführt?
("Familienunternehmen")
(n=62)



Ein Grossteil der Studienteilnehmer repräsentiert Unternehmen, die inhabergeführt sind.

Agenda

Ausgangslage und Studienüberblick

Ergebnisübersicht

Detailergebnisse der Onlinebefragung

Funktion/ Verantwortung der Befragten

Rolle der Chemiedistributeure

Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für Chemiedistributeure

Klassifizierung der befragten Unternehmen

Kontakt Grosse-Hornke Private Consult

Kontakt



Dr. Matthias Hornke, LL.M.
Grosse-Hornke Private Consult
Am Dornbusch 54
48163 Münster

Tel.: +49 2501 59435-10
Fax: +49 2501 59435-11
mobile: +49 172 6814074

email: matthias.hornke@grosse-hornke.de
www.grosse-hornke.de

Internet (www.grosse-hornke.de)¹

Dr. Matthias Hornke, LL.M., Dipl. Wirtsch.Ing.

- Dr. rer. pol. (Universität Kassel)
- Master of Laws – LL.M. (WWU Münster)
- Dipl.-Wirtschaftsingenieur (TU Kaiserslautern)

Beruflicher Werdegang:

- Partner bei Grosse-Hornke Private Consult
- Principal bei einem führenden Private Equity- und Beratungsunternehmen
- Manager in der Strategieberatung von Accenture
- Internationaler Projektmanager bei BASF

AKTUELLES

19.01.2012
Studienergebnisse „Chemiedistribution 2012“ liegen vor
In Zusammenarbeit mit der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster hat Grosse-Hornke Private Consult Ende letzten J ...
> mehr

16.01.2012
Wir wachsen weiter!
Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir zum nächstmöglichen Termin eine/n **Managementberaterin / Einigen**
Silke Grosse-Hornke, Dipl. Kffr.

- Dipl. Kauffrau (WWU Münster) und Bankkauffrau
- Ausbildung zum systemischen Coach

Beruflicher Werdegang:

- Gründung der Unternehmensberatung Grosse-Hornke Private Consult
- Unternehmensberaterin bei Towers Perrin (jetzt Towers Watson) in Frankfurt
- Manager bei Accenture im Bereich Change Management / Human Performance

Sarah Sotek, M.A.

- Master in Volkswirtschaftslehre Chinesisch und Englisch (Philipps-Universität Hainchburg Universität und Universität Hain)

Beruflicher Werdegang:

- Consultant bei Grosse-Hornke Private Consult
- Personalreferentin in bundesweit tätigen und Organisations- Beratungsprojekten Personalthemen und Geschäftsprozesse- Applikationsprojekten

Silke Grosse-Hornke, Dipl. Kffr.

- Dipl. Kauffrau (WWU Münster) und Bankkauffrau
- Ausbildung zum systemischen Coach

Beruflicher Werdegang:

- Gründung der Unternehmensberatung Grosse-Hornke Private Consult
- Unternehmensberaterin bei Towers Perrin (jetzt Towers Watson) in Frankfurt
- Manager bei Accenture im Bereich Change Management / Human Performance