



Roland Berger-Studie zu globaler Petrochemie: Unternehmenserfolg ist abhängig von Zugang zu Rohstoffen, Technologien und Märkten

Verschiebung der Märkte in Richtung Osten: Bis 2015 wächst der chinesische Markt für petrochemische Produkte um rund 6 Prozent, im Mittleren Osten sogar um 11 Prozent jährlich *Neue Anbieter aus den Golfstaaten und Asien erobern Marktanteile durch e*

(ddp direct) München, November 2012: Steigende Öl- und Gaspreise, zunehmende Nachfrage aus Asien und anderen Schwellenländern sowie der starke globale Wettbewerb stellen Unternehmen der petrochemischen Industrie vor neue Herausforderungen. Langfristiger und nachhaltiger Zugang zu Rohstoffen, Technologien und Märkten wird immer wichtiger, um auf die veränderten Marktanforderungen reagieren zu können. Unternehmen müssen daher ihre strategische Ausrichtung überprüfen und ihre Geschäftsmodelle anpassen. Um auch künftig erfolgreich zu sein, können Unternehmen durch Expansion, Unternehmenszukaufe oder Kooperationen ihre Marktposition weiter ausbauen. Die neue Studie "Global petrochemicals Who is really benefitting from the growth in the new world?" von Roland Berger Strategy Consultants analysiert die aktuelle Situation der petrochemischen Industrie und stellt mögliche Lösungsansätze vor.

"Durch das starke Wirtschaftswachstum und einer neu aufkommenden Mittelschicht in vielen Schwellenländern wird sich die Nachfrage nach petrochemischen Produkten in Richtung Osten verschieben", sagt Jaap Kalkman, Partner von Roland Berger Strategy Consultants.

Neue Märkte und Technologien dominieren Petrochemie

So wird der Bedarf an petrochemischen Produkten bis 2015 in China um rund 6 Prozent und im Mittleren Osten sogar um 11 Prozent jährlich steigen. Europa und die USA verzeichnen dagegen nur noch Wachstumsraten von jeweils rund einem Prozent jährlich. Betrag der Marktanteil europäischer und US-amerikanischer Petrochemieunternehmen in den 80er Jahren noch 62 Prozent, so lag er 2010 nur noch bei 30 Prozent.

Neue Anbieter aus den Golfstaaten oder Teilen Asiens haben durch enorme Preis- und Transportvorteile seit den 90er Jahren permanent Marktanteile gewonnen. "Neue Technologien zur Öl- und Gasförderung machen unkonventionelle Förderung von Gas, wie etwa Gas in Schieferschichten, seit einigen Jahren wirtschaftlich sinnvoll", erklärt Roland Berger-Partner Alexander Keller. "Länder wie die USA und Kanada profitieren hiervon, da sie über erhebliche Gasvorkommen aus Schiefergestein verfügen und somit für viele Unternehmen ein attraktiver Standort zur Erdölverarbeitung sind." Europa dagegen wird aufgrund erhöhter Umweltschutzaufgaben die unkonventionelle Gasförderung nicht weiter ausbauen können.

Margendruck in Europa nimmt zu

Europa, als einer der größten Märkte für Petrochemie weltweit, wird in den nächsten Jahren aufgrund veralteter Anlagen mit sinkenden Kapazitäten zu kämpfen haben. "Bis 2015 werden 14 von 43 europäischen Anlagen nicht mehr rentabel sein", sagt Kalkman. "Dies wird zu einem Kapazitätsverlust von 26 Prozent führen. Zudem bauen Unternehmen in Asien oder in der Golfregion neue, moderne Anlagen mit Kapazitäten von einer Millionen Tonnen. Europäische Anlagen schaffen gerade einmal halb so viel."

Der Margendruck wird darüber hinaus noch erhöht durch den Mangel an preiswerten Rohstoffen, hohe Energiekosten und verschärfte Regulierungen.

"Diese Wettbewerbsnachteile müssen Unternehmen gezielt durch vorhandenes Technologie- und Markt-Know-How kompensieren, so dass der Zugang zu Wachstumsmärkten und preiswerten Rohstoffen auch außerhalb Europas möglich ist", sagt Keller.

Wettbewerbsvorteile der Golfregion sinken

Auch wenn die Golfstaaten weiterhin über große Öl- und Gasvorkommen verfügen, wird ein kostengünstiger Ressourcenzugang zukünftig schwieriger. Höhere Energiekosten und der Rückgang von Ethanreserven lassen die Preisvorteile gegenüber anderen Ländern sinken. "Im Hinblick auf die Vielfalt von Produkten und Anwendungsmöglichkeiten betrachten die Golfstaaten Petrochemie dennoch als eine höchst dynamische Schlüsselindustrie und werden weiter investieren, um alternative Geschäftsmodelle zu entwickeln", sagt Roland Berger-Strategie Jaap Kalkman.

Einer der wichtigsten Wachstumsmärkte für Unternehmen der Golfregion ist Indien. Mit einer Mittelschicht, die bis 2025 rund 400 Millionen Menschen umfassen wird, steigt auch die Nachfrage nach petrochemischen Produkten. Um neue Märkte langfristig bedienen zu können, müssen Unternehmen umfassendes Know-How für Technologien, Forschung und effiziente Anlagen aufbauen entweder in Form von Kooperationen oder durch Zukäufe.

China bietet große Wachstumsmöglichkeiten

China, als einer der größten asiatischen Wachstumsmärkte, kann die Nachfrage nach petrochemischen Produkten durch lokale Rohstoffe und Produkte langfristig nicht befriedigen. Steigende Industrieproduktion, verbesserte Wirtschaftsbedingungen und höherer Lebensstandard lassen den Pro-Kopf-Verbrauch von Polyolefin bis 2015 um jährlich über 6 Prozent steigen.

Chinesischen Unternehmen fehlt es aber weiterhin an Technologie- und Führungs-Know-How. Die Regierung fördert den Aufbau lokaler Forschungs- und Entwicklungszentren, vor allem von europäischen und US-amerikanischen Unternehmen. So können chinesische Unternehmen mit anderen Firmen kooperieren oder eigene Kapazitäten aufbauen.

USA sucht Wachstum in Lateinamerika

Die USA sind neben Europa der größte Markt für Petrochemie; der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch an petrochemischen Erzeugnissen liegt hier bei 58 kg, in Europa sind es 45 kg. Allerdings gehen die Wachstumsraten seit Jahren zurück.

Neue Wachstumsdynamik kommt seit einiger Zeit aus Lateinamerika. "Vor allem Brasilien verfügt über enorme Öl- und Gasvorkommen, robustes Wirtschaftswachstum und stabile politische Strukturen", sagt Kalkman. Mit einer geschätzten Steigerung des Pro-Kopf-Verbrauchs für Polyolefin von jährlich rund 8 Prozent bis 2015, wird Brasilien somit zu einem interessanten Wachstumsmarkt. So sollen einheimische und internationale Konzerne bis 2014 rund 26 Milliarden Dollar in die brasilianische Petrochemie-Branche investieren. "Für amerikanische Unternehmen stellt sich daher die Frage, ob sie die Expansion in China oder eher in Lateinamerika forcieren sollen" fasst Alexander Keller zusammen. "Unternehmen sollten daher jede strategische Entscheidung im Vorfeld genau prüfen, um Fehlinvestitionen zu vermeiden."

Die Studie können Sie kostenlos herunterladen unter: www.rolandberger.com/pressreleases

Abonnieren Sie unseren kostenlosen Newsletter unter: www.rolandberger.com/press-newsletter

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Claudia Russo
Roland Berger Strategy Consultants
Tel.: +49 89 9230-8190
E-Mail: claudia.russo@rolandberger.com
www.rolandberger.com

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/jbcbc6>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/wirtschaft/roland-berger-studie-zu-globaler-petrochemie-unternehmenserfolg-ist-abhaengig-von-zugang-zu-rohstoffen-technologien-und-maerkten-43760>

Pressekontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der Rohe-Str. 6
80807 München

claudia.russo@rolandberger.com

Firmenkontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der Rohe-Str. 6
80807 München

rolandberger.com
claudia.russo@rolandberger.com

Roland Berger Strategy Consultants, 1967 gegründet, ist eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Mit rund 2.700 Mitarbeitern und 51 Büros in 36 Ländern ist das Unternehmen erfolgreich auf dem Weltmarkt aktiv. Die Strategieberatung ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 240 Partnern.