

## PRESSEINFORMATION

Karlsruhe, 13. Februar 2009

### **Michelin steigert 2008 Nettoumsatz ohne Wechselkurseinflüsse um 1,1 Prozent**

#### **Operative Marge ohne einmalige Sondereffekte bei 5,6 Prozent**

Karlsruhe – Die Compagnie Générale des Etablissements Michelin, Clermont-Ferrand, behauptet sich 2008 erfolgreich im angespannten Wettbewerbsumfeld. 2009 will Michelin die Produktivität weiter steigern und in großem Umfang Kosten reduzieren, um die Auswirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise auf das Unternehmen abzuschwächen.

Die positive Entwicklung der Umsätze in der ersten Jahreshälfte 2008 wurde durch einen Absatzrückgang von 16 Prozent im letzten Quartal des Jahres getrübt. Mit 16,408 Milliarden Euro sanken die Umsatzerlöse durch den Einfluss negativer Wechselkursveränderungen um 2,7 Prozent. Ohne Wechselkurseinflüsse konnte der Reifenhersteller seine Umsatzerlöse um 1,1 Prozent steigern.

Der Preismix konnte um 4,2 Prozent verbessert werden und belegt die Wirksamkeit der Produkt-Preiserhöhungen von 2008 sowie die Stärke der Marke Michelin. Das operative Ergebnis sank 2008 gegenüber dem sehr erfolgreichen Jahr 2007 um 44,1 Prozent auf 920 Millionen Euro (ohne den Einfluss einmaliger Sondereffekte). Die Ursachen für den Rückgang liegen in den 2008 stark gestiegenen Rohstoffpreisen, der Absatzschwäche am Jahresende und der daraus resultierenden geringen Auslastung der Produktionskapazitäten. Die Michelin Gruppe erzielt 2008 einen Nettogewinn von 357 Millionen Euro, was einer soliden operativen Marge von 5,6 Prozent (ohne Einflüsse einmaliger Sondereffekte) entspricht.

Für das bevorstehende Geschäftsjahr 2009 setzt Michelin auf den weltweiten Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit und die kontinuierliche Expansionsstrategie in den weltweiten Wachstumsmärkten. „Um den überwiegend schlechten Prognosen für die nächsten Monate Rechnung zu tragen, werden wir die Flexibilität unserer Reifenproduktion erhöhen, Lagerbestände abbauen und die Finanzsituation optimieren“, erklärt Michel Rollier, geschäftsführender Gesellschafter der Unternehmensgruppe. „Wir werden



unsere Investitionen 2009 auf die wichtigsten strategischen Ziele konzentrieren und unsere Wettbewerbsfähigkeit steigern, um weiterhin unsere Marktführerschaft ohne Kompromisse bei der Produktqualität behaupten zu können“, ergänzt Rollier.

### **Absatz trotz rückläufiger Reifenmärkte auf stabilem Niveau**

Insgesamt entwickelten sich die weltweiten Reifenmärkte 2008 negativ. Die damit verbundenen Einbußen fielen bei Michelin moderat aus. Bei den Reifen für Pkw und leichte Nutzfahrzeuge ging der Absatz im Erstausrüstungsgeschäft weltweit um 4,0 Prozent zurück. In Europa verzeichnet die Pkw-Erstausrüstung ein Minus von 7,2 Prozent, in Nordamerika von 16,5 Prozent. Schuld an dem Rückgang ist der stark rückläufige Absatz von Neufahrzeugen im zweiten Halbjahr 2008. Die positive Entwicklung des Erstausrüstungsgeschäfts für Michelin in Asien (plus 1,9 Prozent), Südamerika (plus 8,2 Prozent) und Afrika/Mittlerer Osten (plus 13,8 Prozent) konnte das rückläufige Pkw-Geschäft in Europa und Nordamerika nur teilweise kompensieren.

Das weltweite Pkw- und Leicht-Lkw-Ersatzgeschäft verzeichnete mit minus 2,2 Prozent einen deutlich geringeren Rückgang als die Erstausrüstung. Die hohen Energie- und Rohölpreise des ersten Halbjahrs 2008 haben die Fahrleistungen reduziert und dadurch den weltweiten Reifenbedarf verringert. Der Rückgang in Europa (minus 4,0 Prozent) und Nordamerika (minus 5,3 Prozent) steht leichten Zuwächsen in Asien (plus 2,7 Prozent), Südamerika (plus 2,4 Prozent) und Afrika/Mittlerer Osten (plus 3,2 Prozent) gegenüber.

In Europa war das Lkw-Erstausrüstungsgeschäft mit einem moderaten Rückgang von 0,9 Prozent trotz erheblicher Absatzzurückgänge bei den Lkw-Herstellern stabil. Der Bedarf an Lkw-Ersatzreifen sank in Europa und Nordamerika 2008 um 9,7 Prozent beziehungsweise um 8,2 Prozent. Durch die nachlassende Konjunktur wurden insgesamt weniger Güter transportiert. Dank der erfolgreichen Wachstumsstrategie in Asien, Südamerika und Afrika/Mittlerer Osten konnte Michelin die westliche Absatzkrise auffangen und das weltweite Ersatzgeschäft mit einem minimalen Rückgang von 0,2 Prozent abschließen.

### **Ausblick 2009**

Die Reifenmärkte werden nach internen Schätzungen in der ersten Jahreshälfte 2009 weiterhin unter dem Niveau der Vorjahre bleiben, bevor die abgebauten Lagerbestände und der erwartete Wirtschaftsaufschwung ihre Wirkung zeigen. Die 2008 vorgenommenen Preiserhöhungen kommen 2009 zum Tragen und



werden – dank der sinkenden Preise für Naturkautschuk und Produkte auf Erdölbasis - die Margen konzernweit deutlich verbessern. Die Michelin Gruppe wird die Flexibilität ihrer Produktion weiter ausbauen. Mit Investitionen von etwa 700 Millionen Euro will der Reifenhersteller vor allem die Entwicklung in den Wachstumsmärkten vorantreiben. Michelin setzt alles daran, auch 2009 seine Wirtschaftlichkeit zu stärken und die solide Finanzlage aufrechtzuerhalten.

Die Michelin Gruppe ist in Deutschland mit sechs Produktionsstandorten und der Vertriebszentrale präsent. Einschließlich der Tochtergesellschaften und Beteiligungen beschäftigt Michelin bundesweit mehr als 8.300 Personen und ist mit einer Jahresproduktion von knapp 17,3 Millionen Einheiten einer der größten Reifenhersteller Deutschlands.

#### **Ergebnis Michelin Gruppe 2008**

	2007 in Mio. Euro	2008 in Mio. Euro	Veränderung 2007/2008
Umsatzerlöse	16.867	16.408	-2,7 %
Operatives Ergebnis (ohne Einmaleffekte)	1.645	920	-44,1 %
Operative Marge (ohne Einmaleffekte)	9,8 %	5,6 %	-4,2 Punkte
Operatives Ergebnis (mit Einmaleffekten)	1.319	843	-36,1 %
Operative Marge (mit Einmaleffekten)	7,8 %	5,1 %	-2,7 Punkte
Nettogewinn	772	357	-53,8 %

**Rückfragen bitte an:**

**Thomas Hermann**

**Telefon +49 (0)721 530-1384**

Download dieser Pressemeldung unter: [www.michelin-presse.de](http://www.michelin-presse.de)

Michelin Reifenwerke AG & Co. KGaA, Öffentlichkeitsarbeit,  
Michelinstraße 4, 76185 Karlsruhe, Fax +49 (0)721-530-1555

