

Aussagen zum Geschäftsverlauf 2008

Die sich im Jahresverlauf beschleunigt abkühlende Gesamtkonjunktur hat unser Absatzgeschäft deutlich beeinflusst. Kombiniert mit dem sich verstärkenden Margendruck führte dies zu einem niedrigeren Ergebnis als im Vorjahr.

Die westeuropäische Binnenkonjunktur hat sich im Jahresverlauf deutlich abgeschwächt. Besondere Rückgänge der wirtschaftlichen Tätigkeit waren in Spanien, Großbritannien, Italien aber auch in der Bundesrepublik Deutschland zu verzeichnen, in der bereits in den letzten drei Quartalen die Wirtschaftsleistung schrumpfte. Die aufstrebenden Volkswirtschaften in Russland, Indien und China befanden sich zwar weiterhin auf Wachstumskurs, jedoch mit niedrigeren Zuwachsraten als in der Vergangenheit.

In den USA ging das Wachstum in Folge der dort ausgelösten Finanzkrise weiter zurück. Neben der Baukonjunktur, die abermals einen markanten Rückgang hinnehmen musste, war zuletzt auch die Automobilindustrie stark betroffen.

Die zu Jahresbeginn noch gute Absatztätigkeit der westeuropäischen PVC-Hersteller beruhigte sich im Jahresverlauf merklich. Rückläufige Wachstumsraten in Westeuropa waren die Folge. Während die Märkte in Osteuropa und Russland wichtige Ausfuhrregionen für die westeuropäischen PVC-Produzenten blieben, ging das Export-Geschäft nach USA aufgrund der gedämpften wirtschaftlichen Entwicklung und der nachteiligen Wechselkursrelation EUR/USD weiter zurück.

Bedingt durch ein schwaches PVC-Geschäft im vierten Quartal in Verbindung mit einer nach wie vor regen Nachfrage nach Natronlauge verharren die Fertigwarenlager auf hohem Niveau.

Belastungen verursachten die in Quartal 1 bis 3 nochmals sprunghaft gestiegenen Kosten für erdölabhängige Rohstoffe, metallische Werkstoffe und Energien. Die bis in den Sommer stark gestiegenen Rohstoff- und Energiekosten konnten nur mit zeitlicher Verzögerung und unvollständig über die Verkaufspreise weitergegeben werden. Ab Frühherbst kam es zu einem rasanten Preisverfall auf der gesamten Erdölschiene. Intensiver Bestandsabbau in der gesamten Wertschöpfungskette und verstärkter Margendruck auf PVC-Produkte waren die Folge.

Für Natronlauge, welche als Kuppelprodukt der Chlorproduktion vermarktet wird, entwickelte sich die Absatzsituation insgesamt erfreulich. Bedingt durch die schwache PVC-Nachfrage kam es auf der Angebotsseite bei Natronlauge zu Engpässen. Obgleich die Preise für Natronlauge angestiegen sind, konnten die abermals stark gestiegenen oligopolistischen Strompreise nicht voll weitergegeben werden.

Der Konzern erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 846 Mio. EUR (Umsatz 2007: 816 Mio. EUR). Rund 47 % der Umsatzerlöse wurden in Deutschland erzielt; die Exportquote beträgt somit 53 %. Die Umsatzentwicklung war wesentlich beeinflusst durch die Übernahme des Pastengeschäfts von INEOS zur Jahresmitte 2007.

Im Geschäftsjahr 2008 wurden im Konzern Investitionen (ohne Finanzanlagen) in Höhe von 73 Mio. EUR getätigt. Wesentlich geprägt war das Investitionsgeschehen durch das große Investitionsvorhaben: die Erweiterung und Umrüstung unserer Choranlagen auf die moderne, weniger energieintensive, umweltfreundlichere Membrantechnologie. Die Erweiterung der Chlorkapazität konnte bereits im November 2008 erfolgreich in Betrieb genommen werden. Die Inbetriebnahme der gesamten Umrüstung wird Mitte 2009 erfolgen.

Der Geschäftsverlauf in den einzelnen Business Lines stellte sich wie folgt dar:

Business Line Monomere

Hauptaufgabe dieser Einheit ist die Vermarktung von Natronlauge, welche bei der Chlorproduktion als Kuppelprodukt anfällt, aber auch von Chlorfolgeprodukten wie EDC und VCM. Zusätzlich vertreibt sie Zinntetrachlorid, welches u. a. als Vorprodukt für PVC-Thermostabilisatoren eingesetzt wird.

Bedingt durch einen größeren Schaden im Sommer des Berichtsjahres konnte ein Teil der Elektrolysekapazität zeitweise nicht bzw. nur mit verminderter Last betrieben werden. Die ausgefallenen Produktionsmengen konnten nur zu einem kleinen Teil durch Zukäufe auf der Vorproduktseite kompensiert werden. Für Natronlauge musste force majeure angemeldet werden. Bedingt durch die gute Nachfrage bei rückläufigem Angebot konnte der Preis für Natronlauge angehoben werden, dies reichte jedoch nicht aus um die gestiegenen Stromkosten zu kompensieren.

Business Line Thermoplaste

Hauptabsatzsegmente der Business Line Thermoplaste sind die PVC-Märkte für Folien, Profile, Rohre und Kabel in Europa. Das Marktvolumen für thermoplastisches PVC lag im Berichtsjahr in Westeuropa unter dem des Vorjahres. Diese Tendenz war regional und segmental durchweg zu konstatieren; Spanien und Großbritannien sowie Hartfolienanwendungen bildeten die jeweiligen Schlusslichter.

Die Business Line konnte im Absatzgebiet Westeuropa ihre Marktstellung leicht ausbauen. Absatzsteigerungen konnten in Deutschland erzielt werden, während in Italien Rückgänge hingenommen werden mussten. Der Profilssektor entwickelte sich weiterhin positiv; Hartfolien tendierten schwächer. Im vierten Quartal waren überproportionale Absatzrückgänge hinzunehmen, die auf das Bestandsmanagement in der Kette zurückzuführen waren.

Der Preisdruck verstärkte sich im Jahresverlauf, was nicht ohne Folgen auf die Margen blieb.

Business Line Paste und Extender

Hauptbetätigungsfeld der Business Line Paste und Extender sind die PVC-Marktsegmente Fußboden, Tapeten und Beschichtungen aller Art. Die globale Nachfrage nach PVC-Produkten für die Pastenverarbeitung konnte im Jahr 2008 nicht an die Erfolge der Vorjahre anknüpfen. Die Entwicklung in Europa und die Ausfuhren in den US-amerikanischen Absatzmarkt waren rückläufig. Die GUS-Region wuchs zwar weiter, wenn auch auf niedrigerem Niveau und konnte damit die Absatzverluste in den übrigen Regionen nicht ausgleichen. Die Fußbodenindustrie sowie Beschichtungsanwendungen konnten noch leicht zulegen; die übrigen Pastenanwendungen verzeichneten negative Wachstumsraten.

Das Geschäft der Business Line Paste und Extender entwickelte sich marktkonform, war aber, was den Absatz anbelangt, geprägt durch die Übernahme des Pastengeschäfts der Firma INEOS. Hervorzuheben sind die überdurchschnittlichen Absatzsteigerungen in Osteuropa, Russland und der Ukraine. Die Preisspielräume nach oben waren gering, so dass die erzielten Preise die gestiegenen Rohstoffkosten nicht zur Gänze auffangen konnten.

Im Vinnolit Konzern waren im Jahresdurchschnitt, nahezu unverändert zum Vorjahr, 1.465 Mitarbeiter beschäftigt.