

Vinnolit

Aussagen zum Geschäftsverlauf 2010

Schneller als noch im Frühjahr von vielen Wirtschaftsinstituten vorhergesagt, ist die rezessive Entwicklung der Weltwirtschaft, ausgelöst durch die internationale Finanzkrise Ende 2008, ausgelaufen. Sie wurde abgelöst durch eine dynamische Gegenbewegung, die nahezu alle Regionen und Branchen erfasste. Japan und Deutschland haben, als exportorientierte Volkswirtschaften, besonders von dieser Erholung profitiert. Einzig die Bauindustrie, welche nach wie vor stark von den Problemen in der Immobilienbranche beeinflusst wird, konnte noch nicht von dieser positiven Entwicklung profitieren. Demzufolge ist auch die Entwicklung von Vinnolit in den einzelnen Geschäftsfeldern sehr unterschiedlich verlaufen. Während das Geschäft mit Standardprodukten, geprägt durch die moderate Bautätigkeit, schleppend verlief, erfreute sich das Geschäft mit Spezialitäten im Jahresverlauf deutlich steigender Nachfrage. Insgesamt konnte die Ertragssituation gegenüber dem Vorjahr merklich verbessert werden, der Anschluss an das Ertragsniveau vor der Krise ist jedoch noch nicht geschafft.

Die westeuropäische Binnenkonjunktur ist, insbesondere beginnend mit dem 2. Quartal, auf einen Erholungspfad eingeschwenkt. Branchen wie die Automobil-, aber auch die Elektro- und Elektronikindustrie konnten schon bald im Verlauf des Jahres den Anschluss an das Vorkrisenniveau vermelden. Einzig die Bauindustrie wurde von dieser positiven Entwicklung trotz niedriger Zinsen nicht erfasst. Der Grund liegt vor allem in den schwachen Immobilienmärkten in Ländern wie Spanien, Irland und Großbritannien, die vor der Krise einen Boom verzeichneten, dann jedoch im Verlauf der Krise regelrecht zusammenbrachen. Andererseits konnte das stark exportorientierte Deutschland von der Erholung der Konjunktur in anderen Regionen wie Osteuropa und China profitieren.

Osteuropa hat, wenngleich mit unterschiedlichem Tempo, den Wachstumspfad wieder beschritten. Besonders die konjunkturelle Entwicklung in Russland konnte durch eine frühe Dynamik überzeugen. Andere Länder, wie Polen, waren von der Krise nur marginal betroffen und setzten ihre positive Entwicklung fort.

In den USA konnte sich die stark von der Rezession betroffene Immobilienbranche noch nicht erholen, während die Automobilindustrie wieder Fahrt aufnahm. Die hohe Arbeitslosenrate und das niedrige Wirtschaftswachstum waren ungewohnte Belastungen, welche die Dynamik der wirtschaftlichen Entwicklung in den USA bremste.

China hingegen musste durch Eingriffe seiner Nationalbank verhindern, dass sich die Konjunktur überhitzt. Von der chinesischen Wirtschaft gingen aber auch eine Menge von Impulsen auf die Exportwirtschaften einiger Industrieländer wie Deutschland und Japan aus. In Indien und Brasi-

lien haben die Volkswirtschaften ebenfalls Fahrt aufgenommen und boten neue Absatzmöglichkeiten.

Bedingt durch ihre starke Abhängigkeit von der Hauptindustriebranche Bau hat die Absatztätigkeit der westeuropäischen PVC-Hersteller einen spiegelbildlichen Verlauf im Bereich der Standardprodukte genommen. Zusätzlich absatzmindernd wirkte sich der lange Winter zu Beginn des Jahres aus. Die Förderprogramme zur Stimulierung der Konjunktur konnten nur einen noch stärkeren Absatzeinbruch verhindern. Im Jahresverlauf verbesserte sich die Nachfrage etwas. Dies konnte jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass Angebot und Nachfrage noch weit auseinander liegen. Die Nachfrage in Europa liegt hier immer noch um circa 15% unter Vorkrisenniveau. Auch Exportmöglichkeiten waren, im Gegensatz zum letzten Jahr nur sehr eingeschränkt gegeben. Entsprechend ungünstig stellte sich die Ertragssituation für Standard-PVC dar. Zusätzliche Belastungen kamen von den stark steigenden Rohstoffkosten. Einmal mehr spiegelte sich der spekulationsgetriebenen überhöhten Erdölpreis im Ethylenpreis wider, einem der wesentlichen Rohstoffe für die PVC-Herstellung.

Einen positiveren Verlauf konnten die PVC-Spezialitäten verzeichnen, insbesondere getragen von Pasten PVC. Das breite Anwendungsspektrum und die Renovierung von Immobilienaltbeständen in Osteuropa sicherte eine schnelle Erholung dieser Märkte. Unterstützt wurde die positive Angebots-/Nachfrage-Entwicklung durch Stilllegungen von Produktionsanlagen sowohl in Europa als auch in anderen Regionen. Es resultierte ein global knapper Pasten-PVC-Markt, der den europäischen Herstellern hervorragende Exportmöglichkeiten eröffnete. Gleichwohl muss festgestellt werden, dass auch diese Spezialitäten-Märkte noch ein gutes Stück von ihren früheren Hochs entfernt sind. Für Pasten PVC aber auch für andere PVC-Spezialprodukte konnten auskömmliche Preise und Margen erzielt werden.

Für Natronlauge, welche als Kuppelprodukt der Chlorproduktion vermarktet wird, entwickelte sich die Absatzsituation ähnlich wie bei PVC, allerdings mit einem zeitlichen Versatz von mehreren Monaten. Da sich die PVC-Märkte als erste erholten, war Natronlauge als Kuppelprodukt in den ersten drei Quartalen sehr gut verfügbar. Das Preisniveau war konstant jedoch auf unbefriedigendem Niveau. Erst im Spätsommer zeichnete sich eine Belebung der Natronlauge nachfrage ab, welche im 4. Quartal eine deutliche Preiserhöhung mit sich brachte.

Der Vinnolit Konzern erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 798 Mio. EUR (Umsatz 2009: 646 Mio. EUR, Umsatz 2008: 846 Mio. EUR). Rund 42% der Umsatzerlöse wurden in Deutschland erzielt; die Exportquote beträgt somit 58%. Die Umsatzentwicklung war wesentlich beeinflusst durch die Erholung der Konjunktur und die damit verbesserte Absatzsituation. Eine weitere Komponente für den Umsatzanstieg liegt im deutlich gestiegenen Preisniveau begründet. Die abermals sprunghaft gestiegenen Rohstoffkosten, aber auch andere Kostensteigerungen wie z.B. für den Transport konnten nur mit zeitlicher Verzögerung und unvollständig über die Verkaufspreise weitergegeben werden.

Im Geschäftsjahr 2010 wurden im Konzern Investitionen (ohne Finanzanlagen) in Höhe von Mio. EUR 19 getätigt. Es wurden mehrere Investitionen durchgeführt oder angestoßen, welche dazu dienen, unsere Marktführerschaft bei PVC-Spezialitäten weiter auszubauen. Hierzu gehören unter anderem die Erweiterung der Lackharz-Produktion und der Ausbau der E-Pasten-Anlage in Burghausen. Darüber hinaus wurden erhebliche Mittel in die technologische und verfahrenstechnische Weiterentwicklung unseres Anlagenparks investiert.

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.

Die Entwicklung des Natronlauge-Geschäftes war in den ersten drei Quartalen durch eine konstante aber relativ niedrige Nachfrage und eine entsprechend unbefriedigende Preissituation gekennzeichnet. Erst im Spätsommer trat eine Nachfragebelebung ein. Die erste und einzige Preiserhöhung des Jahres, welche im Oktober realisiert werden konnte, war jedoch auf das Gesamtjahr bezogen unzureichend, um die gestiegenen Kosten aufzufangen.

Business Line Thermoplaste

Hauptabsatzsegmente der Business Line Thermoplaste sind die PVC-Märkte für Folien, Profile, Rohre und Kabel in Europa. Der Markt für thermoplastisches PVC konnte sich kaum von seinen Tiefständen lösen und lag im Berichtsjahr in Westeuropa immer noch um knapp 20% unter dem Vorkrisenniveau, wobei die Entwicklung in Spanien und Großbritannien noch deutlicher nach unten zeigte.

Die Business Line hat bewusst auf Geschäfte verzichtet, welche keine auskömmlichen Preise zuließen und musste einen weiteren leichten Rückgang im Absatzgebiet Westeuropa hinnehmen. In Deutschland konnte die Marktstellung behauptet werden. Durch Veränderungen im Kundenportfolio kam es in den Benelux-Staaten zu Marktanteilsverlusten, während in Italien, Zentral- und Osteuropa die Positionen ausgebaut werden konnten. Auf Marktsegmente bezogen konnten Hartfolien und Profile die Verluste in anderen Segmenten weitgehend ausgleichen. Der Preisdruck war aufgrund der hohen Verfügbarkeit, ausgelöst durch freie Kapazitäten, enorm hoch, was zu einer völlig unbefriedigenden Margenentwicklung führte.

Business Line Paste und Extender

Hauptbetätigungsfeld der Business Line Paste und Extender sind die PVC-Marktsegmente Fußboden, Tapeten und Beschichtungen aller Art. Die globale Nachfragebelebung nach PVC-Produkten für die Pastenverarbeitung, welche bereits zur Jahresmitte 2009 begann, setzte sich

weiter fort und befestigte diesen Trend im Jahresverlauf. Trotzdem blieb der Absatz der europäischen PVC-Hersteller immer noch um 10% hinter dem Spitzenjahr 2007 zurück.

Das Geschäft der Business Line Paste und Extender blieb in Westeuropa leicht hinter der allgemeinen Marktentwicklung in dieser Region zurück. Auch in diesem Fall gaben unauskömmliche Preise den Ausschlag für den Verzicht auf Geschäft. Erfreulicher hingegen verlief das Absatzgeschehen in den Wachstumsmärkten Osteuropas, wo wir unsere Marktstellung festigen konnten.

Rohstoffpreiserhöhungen konnten nur mit einem zeitlichen Versatz weitergegeben werden, so dass erst im späteren Verlauf des Jahres die Zielmargen erreicht werden konnten

Im Vinnolit Konzern waren im Jahresdurchschnitt 1.420 Mitarbeiter beschäftigt, davon 1.350 in Deutschland (2009: 1.420/1.348).