

Continental Media Webcast: Geschäftsjahr 2022

Ausführungen des Vorstandsvorsitzenden
der Continental Aktiengesellschaft,
Nikolai Setzer,
und der Finanzvorständin,
Katja Dürrfeld,
anlässlich des Media Webcasts zum Geschäftsjahr 2022
am 8. März 2023

Es gilt das gesprochene Wort!

Beachten Sie bitte, dass es sich bei allen Angaben um
vorläufige Zahlen handelt, die der Aufsichtsrat noch
billigen bzw. feststellen muss.

Katja Dürrfeld, Finanzvorständin der Continental AG:

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

2022 war erneut ein Jahr, in dem die Marktentwicklung und damit auch die Entwicklung von Continental von zahlreichen Ereignissen belastet wurde. Dazu zählen: die Auswirkungen des Kriegs in der Ukraine, die Einschränkungen in China infolge der Coronavirus-Pandemie, der anhaltende Halbleitermangel sowie zusätzliche Kosten in Höhe von rund 3,3 Milliarden Euro aufgrund von Preissteigerungen bei Rohmaterialien, Vorprodukten, Energie und Logistik.

In Anbetracht dieser Herausforderungen haben wir uns operativ gut behauptet. Wir haben unsere Umsatz- und Ergebnisprognose auf Konzernebene erreicht. Das ist ein respektables Resultat. Klar ist: Wir müssen uns weiter verbessern. Unsere Mittelfristziele haben wir fest im Blick. Sie zu erreichen, daran arbeiten wir weiter mit voller Kraft.

Unser Umsatz lag 2022 bei 39,4 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Plus von rund 17 Prozent. Bereinigt man unser Wachstum um den Einfluss von Wechselkurseffekten und Konsolidierungskreisveränderungen, dann ergibt sich daraus eine organische Umsatzentwicklung von 12,3 Prozent. Damit lag unser Wachstum über der Entwicklung der globalen Automobilproduktion. Denn diese ist 2022 nach letzten Schätzungen weltweit nur um rund 7 Prozent auf rund 82 Millionen Einheiten gewachsen. In diesem turbulenten Marktumfeld haben wir ein bereinigtes operatives Ergebnis von 2 Milliarden Euro erzielt. Die bereinigte EBIT-Marge lag bei 5 Prozent, nach 5,5 Prozent im Jahr zuvor.

Wie bereits im Jahr 2021 war unser Unternehmensbereich Automotive besonders betroffen von den immer noch schwachen Automobilmärkten sowie dem Halbleiterengpass. Der Umsatz lag 2022 bei 18,3 Milliarden Euro. Ein Plus von 19,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Organisch betrachtet – also ohne den Einfluss von Wechselkursen und Veränderungen im Konsolidierungskreis – war dies ein Umsatzzanstieg um 13,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Zuwächse haben wir verzeichnet beim Absatz von Kameras und Radarprodukten, Bremssystemen, Airbagsteuergeräten, Vernetzungstechnologien, Fahrzeugelektroniken, Displaylösungen und Hochleistungsrechnern. Neben dem starken operativen Wachstum wirkten sich die mit unseren Kunden erzielten Vereinbarungen über Preisanpassungen positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Rein operativ und bereinigt um Sondereffekte lag die Leistung des Automotive-Bereichs in Form der bereinigten EBIT-Marge bei -0,2 Prozent, nach -1,4 Prozent im Vorjahr. Unsere Profitabilität haben wir insbesondere im zweiten Halbjahr 2022 deutlich gesteigert. Sowohl im dritten als auch vierten Quartal haben wir ein positives Ergebnis erzielt. Das zeigt: Wir sind auf dem richtigen Weg. Dabei geholfen haben verschiedene Maßnahmen. Dazu zählen: eine breitere Lieferantenbasis, ein fokussiertes Kostenmanagement sowie ein ganzheitliches Management unserer Beschaffungs- und Logistikketten im Elektronikbereich. 2023 gehen wir diesen Weg konsequent weiter. Unsere Priorität ist und bleibt die weitere Verbesserung unserer Ertragskraft.

Die Entwicklung unserer Unternehmensbereiche Tires und ContiTech war 2022 vor allem durch die Preissteigerungen bedeutender Rohmaterialien betroffen. Hinzu kamen steigende Energie- und Logistikkosten. Besonders betroffen waren die Preise für Butadien und rohölbasierte Vorprodukte. Der Kostengegenwind summierte sich für beide Unternehmensbereiche auf 2,3 Milliarden Euro.

In diesem schwierigen Umfeld erzielte unser Reifenbereich einen Umsatz von 14 Milliarden Euro – ein Plus von 18,6 Prozent. Dieses wurde weltweit getragen von Preisanpassungen sowie dem erhöhten Absatz größerer und margenstarker Reifen. Das bereinigte operative Ergebnis stieg im Vergleich zum Vorjahr um 112 Millionen Euro auf mehr als 1,8 Milliarden Euro. Die bereinigte EBIT-Marge liegt bei 13,1 Prozent und damit leicht über unserer Prognose. Angesichts der widrigen Marktbedingungen ist das eine sehr gute Leistung.

In unserem Unternehmensbereich ContiTech liefen insbesondere die Geschäfte mit Transportbändern und Luftfedersystemen für Nutzfahrzeuge besonders gut. Der Umsatz von ContiTech stieg im Vergleich zum Vorjahr um 11,5 Prozent auf 6,6 Milliarden Euro. Maßgeblich für den Umsatzanstieg waren Preiserhöhungen in der Automobilerstausrüstung sowie im Industrie- und Ersatzgeschäft. Das bereinigte operative Ergebnis reduzierte sich im Vergleich zum Vorjahr um 121 Millionen Euro auf 308 Millionen Euro. Das entspricht einer bereinigten EBIT-Marge von 4,7 Prozent nach 7,5 Prozent im Jahr zuvor. Das Ergebnis fiel geringer als von uns erwartet aus. Gründe dafür sind im Wesentlichen: gestiegene Produktionskosten, eine unvorteilhafte Absatzentwicklung von Produkten mit geringerer Ertragskraft sowie pandemiebedingte Geschäftseinschränkungen in China. Nach vorn blickend steht für uns die Erhöhung der Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit von ContiTech im Vordergrund. Sie bilden das Fundament für den zukünftigen Erfolg.

Kommen wir nun zu weiteren Finanzkennzahlen auf Konzernebene: In der Summe steht unter dem Strich ein positives Konzernergebnis in Höhe von 67 Millionen Euro. Dieses wurde erheblich beeinflusst durch negative Sondereffekte in Höhe von rund 1 Milliarde Euro, die überwiegend nicht zahlungswirksam sind. Dabei handelt es sich größtenteils um Wertminderungen im Unternehmensbereich Automotive infolge des gestiegenen Zinsniveaus. Ferner erfolgten Wertberichtigungen im Zusammenhang mit der Geschäftstätigkeit in Russland. Wie bereits im Januar mitgeteilt, haben wir das abgelaufene Geschäftsjahr mit einem bereinigten Free Cashflow von rund 200 Millionen Euro abgeschlossen. Unsere angepasste Prognose lag bei rund 600 bis 800 Millionen Euro. Grund für die Abweichung sind insbesondere Zahlungseingänge zum Stichtag, die geringer als erwartet waren. Hinzukommt das niedriger als erwartet ausgefallene Ergebnis im Unternehmensbereich ContiTech.

Der Vorstand schlägt der Hauptversammlung eine Dividende in Höhe von 1,50 Euro pro Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von rund 300 Millionen Euro. Hierbei haben wir zwei Aspekte berücksichtigt: erstens: die negativen und überwiegend nicht zahlungswirksamen Sondereffekte auf das Nettoergebnis, zweitens: die rückläufige Aktienkursentwicklung im abgelaufenen Jahr.

Insgesamt stehen wir bilanziell nach wie vor solide da: Unsere Eigenkapitalquote beträgt 36,2 Prozent. Dies ist eine leichte Verbesserung gegenüber dem Vorjahr. Unser Liquiditätspolster ist weiterhin komfortabel. Zum Jahresende 2022 belief es sich auf insgesamt rund 7,6 Milliarden Euro.

Und nun zu unseren Erwartungen für 2023: Wir erwarten eine weitere Erholung der weltweiten Produktion von Pkw und leichten Nutzfahrzeugen. Der Zuwachs gegenüber dem Vorjahr liegt voraussichtlich bei 2 bis 4 Prozent. Insbesondere in unseren Kernmärkten Europa und Nordamerika rechnen wir mit steigenden Produktionszahlen. Jedoch rechnen wir auch im Geschäftsjahr 2023 mit wesentlich höheren Kosten. Diese zusätzlichen Belastungen erwarten wir in einer Höhe von rund 1,7 Milliarden Euro. Dies umfasst erhöhte Kosten für Material, Löhne und Gehälter sowie für Energie und Logistik. Auf Basis der Annahmen für die Entwicklung unserer Märkte und Industrien rechnen wir mit einem Konzernumsatz von rund 42 bis 45 Milliarden Euro und einer bereinigten EBIT-Marge von rund 5,5 bis 6,5 Prozent.

Die Erwartungen für unsere drei Unternehmensbereiche lauten wie folgt:

- Bei Automotive erwarten wir einen Umsatz zwischen rund 20,5 und 21,5 Milliarden Euro und eine bereinigte EBIT-Marge in einer Spanne von rund 2 bis 3 Prozent.
- Der Umsatz im Unternehmensbereich Tires soll zwischen rund 14,5 und 15,5 Milliarden Euro liegen – die bereinigte EBIT-Marge zwischen rund 12 und 13 Prozent.
- Für ContiTech rechnen wir mit einem Umsatz zwischen rund 6,8 und 7,2 Milliarden Euro sowie mit einer bereinigten EBIT-Marge zwischen rund 6 und 7 Prozent.

Sie sehen: Getragen von der anhaltenden Markterholung, rechnen wir mit einer Ergebnisverbesserung. Trotz aller Herausforderungen blicken wir damit verhalten optimistisch auf unsere Entwicklung in diesem Jahr.

Nikolai Setzer, Vorstandsvorsitzender der Continental AG:

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

2022 war, wie wir gerade gehört haben, ein weiteres Jahr mit ordentlich Gegenwind. Aber: Es war auch ein weiteres Jahr, das uns widerstandsfähiger gemacht hat. Die wichtigsten Gründe dafür sind:

- erstens: unsere rund 200.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit,
- und zweitens: unsere Struktur mit den drei Unternehmensbereichen Automotive, Tires und ContiTech.

Damit bieten wir unseren Kunden passende Lösungen für die Industrie- und Mobilitätsaufgaben von morgen. Kein anderer Zulieferer weltweit bietet ein vergleichbar umfassendes Portfolio von Hard- und Software, analoger und digitaler Zukunftstechnologie aus einer Hand.

Das zahlt sich aus: nicht nur im Reifenbereich, der die Erwartungen unter schweren Bedingungen sogar leicht übertroffen hat, sondern auch im Bereich Automotive: Hier sehen wir, dass sich auch unser Ergebnis inzwischen in die richtige Richtung entwickelt. Zuversichtlich stimmt uns zudem: Der Bereich ist zuletzt schneller gewachsen als die globale Fahrzeugproduktion. Der Wert unserer Produkte in den Fahrzeugen steigt ständig. Er hat seine Umsatzziele erreicht. Unsere strategische Ausrichtung verbessert die Wettbewerbsfähigkeit unserer Lösungen. Zudem haben wir ein Programm zur Verbesserung der Effizienz in der Forschung und Entwicklung von Automotive gestartet. Mehr als 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über alle Automotive-Bereiche hinweg arbeiten daran, die Produktentwicklung zu verbessern. Und auch die Auftragslage des vergangenen Jahres ist sehr erfreulich: Hier verzeichneten wir Zuwächse auf mehr als 23 Milliarden Euro. Gegenüber dem Vorjahr ist dies ein Plus von rund 26 Prozent.

Unseren Unternehmensbereich ContiTech richten wir ab Mai strategisch neu aus. Ziel ist, die Schlagkraft und Effizienz sowie Kunden- und Marktnähe zu erhöhen. Damit fokussiert sich ContiTech künftig noch stärker auf den Ausbau ihres Industriegeschäfts. Im vergangenen Jahr haben wir hier mit gezielten Zukäufen unsere Marktposition bereits gestärkt. Zur Schaffung von Synergieeffekten bündelt ContiTech darüber hinaus ihr Automobilgeschäft. Dabei verfolgen wir einen hohen Anspruch: In unseren Industrien und Märkten streben wir eine technologisch führende Rolle für materialgetriebene Lösungen an.

Sie sehen also: Wir haben in allen Bereichen hart gearbeitet und auf diese Weise nicht nur unsere Umsatz- und Ergebnisziele auf Konzernebene erreicht. Wir haben uns auch strategisch und strukturell weiter verbessert. Das gibt uns die Stabilität, die wir brauchen, um mit eigenen innovativen Lösungen unseren Beitrag zum Gelingen der Transformation zu leisten. Mit Technologien, die unsere Mobilität intelligenter machen, die sie sicherer machen, komfortabler und nachhaltiger.

Allein im vergangenen Jahr haben wir weltweit Fahrzeuge mit mehr als 35 Millionen Kameras, Radar- und LiDAR-Sensoren „made by Continental“ ausgestattet. Aber auch darüber hinaus engagieren wir uns für die intelligent vernetzte Mobilität der Zukunft. Etwa die von uns entwickelte „intelligente Kreuzung“ könnte in einigen Jahren fester Bestandteil jeder modernen Smart City sein und dabei helfen, Hunderttausende von Unfällen zu vermeiden. Oder unser „digitaler Schutzengel“: Er warnt in Echtzeit speziell vor möglichen Unfällen zwischen vernetzten Fahrzeugen und schwächeren Verkehrsteilnehmern wie Radfahrern oder Fußgängern. Und auch unsere modernen Head-up-Displays sind für die Mobilität von besonderer Bedeutung – in Last- und Personenwagen, seit Ende 2022 auch in Straßenbahnen. Diese Beispiele zeigen: Continental-Technologie treibt den Mobilitätsfortschritt nicht nur im Auto an. Auch wenn die meisten Lösungen zunächst dafür entwickelt werden. So wie unser „Curved Ultrawide Display“, das wir erst Anfang Januar als Weltneuheit auf der Consumer Electronics Show in Las Vegas vorgestellt haben. Es ist Fahrer-, Zentral- und Beifahrerbildschirm in einem. Für solche Lösungen erhalten wir Auszeichnungen wie den begehrten „German Design Award“. Wir erhalten dafür aber vor allem auch Aufträge: Der Gesamtwert des Auftragseingangs für Displaylösungen mit einem Serienstart nach 2022 liegt inzwischen bei über 7 Milliarden Euro.

Last, but not least, meine Damen und Herren, fahren wir auch beim Thema Sicherheit und Nachhaltigkeit ganz vorn mit. Zum Beispiel mit unserer „halbtrockenen Bremse“. Dabei arbeiten die vorderen Bremsen wie bisher hydraulisch mit Bremsflüssigkeit. Die Bremsen an den Hinterrädern aber funktionieren elektromechanisch. Wenn trockenes Bremsen zum Standard wird, ersparen wir der Umwelt viele Millionen Liter Sondermüll in Form alter Bremsflüssigkeit. Dass wir mit solchen innovativen Konzepten unsere Kunden überzeugen, bestätigt ein Großauftrag über insgesamt zwei Milliarden Euro für den Bereich Automotive.

Und auch bei ContiTech gehen Ökologie und Ökonomie immer öfter Hand in Hand: Dort haben unsere Forscherinnen und Forscher 2022 ein Recyclingprodukt entdeckt, das sich wie ein Rohstoff verwenden lässt und das dazu noch in großen Mengen leicht verfügbar ist. Die Rede ist von: Kaffeesatz! Unter dem Namen „skai VyP Coffee“ verarbeiten wir das Material neuerdings zu Polsterbezugsstoff. So binden wir Treibhausgase, und das Ganze sieht auch noch ziemlich schick aus.

Ganz ähnlich bei den Reifen: Als erster Hersteller weltweit haben wir 2022 recyceltes Polyestergarn in die Serienproduktion eingeführt, das aus alten Kunststoffflaschen gewonnen wird. Mit unserem Conti Urban haben wir gezeigt, wie groß das Potenzial im Bereich Nachhaltigkeit ist. Der seriennahe Konzeptreifen ist speziell auf den elektrifizierten Bus- und Lieferverkehr der Zukunft ausgelegt. Mit Runderneuerung besteht er zu mehr als 90 Prozent aus nachwachsenden und recycelten Materialien. Bei Erstausslieferung und damit vor einer Runderneuerung liegt dieser Anteil bereits bei 50 Prozent. Auch immer mehr reine Elektrofahrzeuge sind auf Reifen von Continental unterwegs: Neun der zehn weltweit volumenstärksten Hersteller von vollelektrischen Fahrzeugen vertrauen bereits auf unsere Reifentechnologie. Insgesamt belief sich im Geschäftsjahr 2022 unser Geschäft mit emissionsfreier Mobilität und Industrie auf rund 2,8 Milliarden Euro.

Meine Damen und Herren, Sie sehen also: Wir agieren nachhaltig – auch wenn die Zeiten schwierig sind. Und das waren sie 2022 ganz gewiss. Gefühlt hatten wir es im vergangenen Jahr täglich mit neuen Themen zu tun. Große Schwierigkeiten gab es bei den globalen Lieferketten – mit entsprechend hohen Frachtkosten. Und auch Lieferengpässe für Schlüsseltechnologien wie Halbleiter bestanden weiterhin. Dann trieb der Krieg in der Ukraine die Preise für Güter, Rohstoffe und Energie in die Höhe. Der Krieg ist auch der Grund, warum wir weiterhin einen kontrollierten Rückzug vom russischen Markt anstreben. Dieser beinhaltet den Verkauf unserer Geschäftsaktivitäten in Russland – unter anderem unser Werk in Kaluga. Hier befinden wir uns bereits in einem fortgeschrittenen Stadium des Verkaufsprozesses. Für dessen erfolgreichen Abschluss stehen noch erforderliche regulatorische Genehmigungen aus. Halbleiterengpass, angespannte Lieferketten und Krieg: All das traf und trifft auf eine durch die Coronajahre ohnehin geschwächte Weltwirtschaft. Die Folge: zunehmende Inflation. Dazu kamen interne Themen: die Abweichungen von Normen für Prüfprozesse bei Industrieschläuchen, der Hackerangriff sowie die laufenden Diesel-Ermittlungen der Staatsanwaltschaft.

Trotzdem haben wir unsere Handlungsspielräume genutzt und bei allen Herausforderungen schnell und entschlossen reagiert. Zum Beispiel beim Thema Integrität und Recht: Hier haben wir einen eigenen Vorstandsbereich geschaffen – als Ausdruck einer kulturellen Besinnung auf die Kernwerte, die wir bei Continental vertreten: auf Integrität und Innovationskraft. Denn wir wissen: Das sind zwei Seiten derselben Medaille. Oder denken Sie an die Lieferengpässe bei Halbleitern: Wir haben ein ganzheitlicheres Management der Beschaffungs- und Logistikkette im Elektronikbereich geschaffen. Wir haben unsere Lieferantenbasis verbreitert. Dann das Thema Kosten: Dazu haben wir erneut den Fokus geschärft und die Kostendisziplin erhöht, um unsere Profitabilität kontinuierlich zu steigern. Außerdem mussten wir auf die Inflation eine Antwort finden: Und auch das ist uns in konstruktiven Verhandlungen mit unseren Kunden gelungen. Am Ende standen neue Preisvereinbarungen.

Meine Damen und Herren, unter dem Strich haben wir mithilfe dieser Maßnahmen viel erreicht: Continental ist jetzt noch widerstandsfähiger gegen Krisen als vor einem Jahr. Die Cybersicherheit wurde erhöht, die Lieferantenbasis verbreitert. Wir haben unsere Kostendisziplin erhöht, wir haben neue kompetente Partner und ein neues Vorstandsressort für Integrität und Recht.

Das alles steht für dynamischen Wandel. Und für erfolgreiches Krisenmanagement. Vor allem aber steht es für mehr Resilienz. Zu verdanken haben wir das unseren rund 200.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Sie haben sich mit viel Tatkraft und Leidenschaft dafür eingesetzt, dass wir in einer schwierigen Ausgangslage unsere Umsatz- und Ergebnisziele auf Konzernebene erreichen konnten. Das war und ist eine herausragende Leistung, auf die wir auch für die Zukunft vertrauen.

Wir blicken deshalb mit dem angemessenen Respekt und gleichzeitig mit Zuversicht auf die kommenden Monate. Wir sind sicher: Continental wird als ein Gewinner aus der Transformation hervorgehen. Auch 2022 haben wir bewiesen: Wandel gehört zu unseren Kernkompetenzen. Und mit unseren Spitzentechnologien liefern wir genau die richtigen Lösungen für eine vernetzte, sichere und nachhaltige Zukunft.