

Nanterre, den 09. Februar 2010

Zielvorgaben des Challenge Plans 2009 erreicht oder übertroffen

DIE WICHTIGSTEN ENTWICKLUNGEN

Der Challenge Plan 2009 wurde Ende des Jahres 2008 eingeführt, um Faurecia gestärkt aus der Krise des Automobilsektors hervorgehen zu lassen. Seine konsequente Umsetzung hat im gesamten Geschäftsjahr zu den erwarteten Ergebnissen geführt:

- **Verbesserung des Betriebsgewinns im zweiten Halbjahr auf 95,6 Millionen Euro;**
- **Ausgeglichener Cashflow im zweiten Halbjahr;**
- **Verringerung der Schuldenlast (1.401 Millionen Euro gegenüber 1.604 Millionen Euro im Dezember 2008);**
- **Kosteneinsparungen in Höhe von 663 Millionen Euro im Jahr 2009;**
- **Absenkung des Break-even-Points um 18%;**
- **Übernahme von EMCON Technologies und Plastal Deutschland.**

DIE ERGEBNISSE DES 2. HALBJAHRES 2009

In Millionen Euro (EUR)	2. HJ	
	2009	2008
Produktverkäufe	4.106,3	4.252,3
Bereinigter Prozentwert	(2,0%)	
im Jahresvergleich		
Andere Verkäufe	805,8	1.157,0
Gesamtumsatz	4.912,1	5.409,3
Bereinigter Prozentwert	(8,3%)	
im Jahresvergleich		
Betriebsgewinn	95,6	0,9
in % des Umsatzes	1,9%	-
Nettoergebnis (Konzernanteil)	(69,0)	(552,6)
Netto-Cashflow ¹	0,3	42,1
Nettofinanzverschuldung	1.401,2	1.604,8

¹ Veränderung der Nettofinanzverschuldung, bereinigt um die Veränderung wg. Abtretung geschäftlicher Forderungen und die Netto-Auswirkung der Kapitalerhöhung.

Der Umsatz im zweiten Halbjahr 2009

Die **Produktverkäufe** spiegeln die Geschäftstätigkeit wider und umfassen die Lieferung von Bauteilen und Komponenten an die Automobilhersteller. Sie beliefen sich auf 4.106,3 Millionen Euro und waren im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2008 mit einem Minus von 2% leicht rückläufig. Im letzten Quartal legten sie jedoch wieder um 13% zu und reflektierten damit die Erholung der Geschäftstätigkeit.

Der Verkauf der Monolithen, die zu den Katalysatoren der Abgassysteme gehören, ging um 32% zurück. Dies hängt mit dem gesunkenen Edelmetallkurs zusammen.

Die Fakturierung der **Kosten für Entwicklung, Werkzeugmaschinen und Prototypen** fiel aufgrund einer hohen Fakturierung in den ersten sechs Monaten (vor allem für Chrysler, GM) um 27% geringer aus.

Der **Gesamtumsatz** war im zweiten Halbjahr mit 8,3% rückläufig.

Produktverkäufe nach geographischen Regionen:

- **In Europa** haben die Verkäufe vom Wiederanlaufen der Geschäftstätigkeit im IV. Quartal profitiert und sind um 12,9% gestiegen. Dadurch ließ sich der Rückgang im gesamten zweiten Halbjahr auf -2,0% begrenzen.
- **In Nordamerika** gingen die Verkäufe im IV. Quartal leicht zurück (-7,2%). Insgesamt wurde hier in der zweiten Jahreshälfte ein Minus von 18,2% verzeichnet.
- **In Südamerika** sind die Produktverkäufe gegen Jahresende stark gestiegen: Im letzten Quartal konnte ein Zuwachs von ganzen 71,5% verbucht werden, der das Wachstum im zweiten Halbjahr auf insgesamt 19,0% anhob.
- **In Asien** legte Faurecia im zweiten Halbjahr um 43% und im IV. Quartal um ganze 56,5% zu. Treibende Kraft war vor allem China (+73% im IV. Quartal, nach +34% im III. Quartal).

Der Betriebsgewinn im zweiten Halbjahr 2009

Im zweiten Halbjahr 2009 belief sich der Betriebsgewinn auf 95,6 Millionen Euro und stellte so einen Umsatzanteil von 1,9% (gegenüber 0,9 Millionen im zweiten Halbjahr 2008) dar.

Diese Erholung gegenüber dem Vorjahreszeitraum machte sich trotz der Folgen des Aktivitätsrückgangs bemerkbar, die noch immer mit einem Minus von 162 Millionen Euro zu Buche schlugen. Den Wiederanstieg verdankt der Konzern auch den positiven Auswirkungen der Kostensenkungen im Rahmen des Challenge Plans 2009, die Einsparungen in Höhe von 257 Millionen Euro ermöglichten.

Das Nettoergebnis im zweiten Halbjahr 2009

Die finanziellen Aufwendungen für Restrukturierungen beliefen sich nach der letzten Phase der personellen Anpassungen im Zuge des Challenge Plans 2009 in diesem Halbjahr auf 57,1 Millionen Euro.

Die Finanzierungsaufwendungen betragen im zweiten Halbjahr 60,5 Millionen Euro. Sie resultieren aus einer durchschnittlichen Zinslast von 5,41%. Grund waren die außerordentlichen Aufwendungen, die Faurecia bis Ende 2009 für seine Bankkredite bezahlt hat.

Aufgrund dieser Finanzierungsaufwendungen und der noch immer hohen Restrukturierungskosten wurde für dieses Halbjahr beim Konzern-Nettoergebnis ein Verlust von 69,0 Millionen Euro ausgewiesen.

Finanzstruktur

Die Investitionen beliefen sich im zweiten Halbjahr auf 81,3 Millionen Euro (im Vergleich zu 175,4 Millionen Euro im zweiten Halbjahr 2008). Wie auch im ersten Halbjahr wurden sie, gemäß den Vorgaben des Challenge Plans 2009, stark gedrosselt. Auch bei den Forschungs- und Entwicklungsausgaben, die 51,8 Millionen Euro betragen, kam es zu deutlichen Einschnitten. Trotz der klaren Wiederbelebung der Geschäftstätigkeit zum Jahresende und Dank der sorgfältigen Bestandskontrollen ist der Bedarf an Umlaufvermögen schließlich nur leicht gestiegen (auf 26 Millionen Euro).

Insgesamt war der Netto-Cashflow im zweiten Halbjahr ausgeglichen. Die Finanzverschuldung ist erneut zurückgegangen, und zwar von 1.467 Millionen Euro Ende Juni 2009 auf 1.401 Millionen Euro Ende Dezember 2009.

Die finanzielle Struktur von Faurecia wurde im zweiten Halbjahr dieses Geschäftsjahres durch die Ausgabe von Wandelanleihen im Wert von 208 Millionen Euro Netto im November 2009 (Fälligkeitsdatum: Januar 2015) weiter gestärkt. Durch die Ausgabe dieser Anleihen konnten neue Finanzierungsquellen erschlossen und die Fälligkeit der Schulden verlängert werden.

ERGEBNISSE DES GESCHÄFTSJAHRES 2009

In Millionen Euro (EUR)	Geschäftsjahr	
	2009	2008
Produktverkäufe	7.590,3	9.574,0
Bereinigter Prozentwert im Jahresvergleich	(19,7%)	
Andere Verkäufe	1.701,9	2.436,7
Gesamtumsatz	9.292,2	12.010,7
Bereinigter Prozentwert im Jahresvergleich	(22,2%)	
Betriebsgewinn	(91,7)	91,2
in % des Umsatzes	(1,0%)	0,8%
Nettoergebnis (Konzernanteil)	(433,6)	(574,8)
Netto-Cashflow ²	(168,2)	10,3
Nettofinanzverschuldung	1.401,2	1.604,8

Umsatz 2009

Mit **Produktverkäufen** wurden 7.590,3 Millionen Euro erwirtschaftet, also 19,7% weniger als 2008 (9.574,0 Millionen Euro).

Der **Verkauf von Monolithen** sank um 43% auf 828,4 Millionen Euro.

Die **Fakturierung der Kosten für Entwicklung, Werkzeugmaschinen und Prototypen** fiel mit 873,6 Millionen Euro um 8,5% geringer aus.

Insgesamt belief sich der **konsolidierte Umsatz** von Faurecia im Geschäftsjahr 2009 auf 9.292,2 Millionen Euro. 2008 waren es 12.010,7 Millionen Euro. Dies entspricht einem Rückgang von 22,2% bei konstantem Wechselkurs und auf Vergleichsbasis.

² Veränderung der Nettofinanzverschuldung, bereinigt um die Veränderung wg. Abtretung geschäftlicher Forderungen und die Netto-Auswirkung der Kapitalerhöhung.

Betriebsgewinn

Im Gesamtgeschäftsjahr ging die operative Marge um 91,7 Millionen Euro zurück. Dank des Challenge Plans 2009 konnten die Kosten im Gesamtgeschäftsjahr um 663 Millionen Euro gesenkt werden. 234 Millionen Euro entfielen dabei auf die Produktionskosten, 146 Millionen Euro auf die Einkaufskosten und 283 Millionen Euro auf die Fixkosten.

Nettoergebnis

Für die **jährlichen Restrukturierungsaufwendungen** wurden 129,5 Millionen Euro ausgegeben, die hauptsächlich für Maßnahmen zur Anpassung des Personals an die stark eingebrochene Auftragslage verwendet wurden: Dabei entfielen 41,8 Millionen Euro auf Frankreich, 29,2 Millionen Euro auf Deutschland, 21,5 Millionen Euro auf Nordamerika, 14,1 Millionen Euro auf Spanien und 22,9 Millionen Euro auf verschiedene andere Länder.

Die **Finanzierungsaufwendungen** beliefen sich 2009 bereinigt auf 123,1 Millionen Euro und stellten einen Umsatzanteil von 1,3%, gegenüber 96,3 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2008. Die Erhöhung der finanziellen Belastung hing hauptsächlich mit dem Anstieg des Finanzierungszinssatzes zusammen, der sich 2009 auf durchschnittlich 5,4% belief. Er resultiert aus den außergewöhnlichen Aufwendungen, die Faurecia bis Ende 2009 für seine Bankkredite gezahlt hat.

Beim **konsolidierten Konzern-Nettoergebnis** wurde für das Geschäftsjahr 2009 ein Verlust von 433,6 Millionen Euro ausgewiesen. 2008 war beim Konzern-Nettoergebnis ein Verlust von 574,8 Millionen Euro verbucht worden.

Finanzielle Lage

2009 wurden **Investitionen** in Höhe von 169,1 Millionen Euro getätigt, die einen Umsatzanteil von 1,8 Prozent darstellen. Sie sind gegenüber dem Stand von 2008 (328,7 Millionen Euro Investitionen und 2,7% Umsatzanteil) signifikant zurückgegangen und entsprechen damit den Vorgaben des Challenge Plans 2009.

Die **Entwicklungskosten**, die den kapitalisierten Forschungskosten entsprechen, sind 2009 ebenfalls gesunken, nämlich auf 104,2 Millionen Euro, im Vergleich zu 144,7 Millionen Euro im Jahr 2008. Grund ist die schnellere Inrechnungstellung der Forschungs- und Entwicklungskosten an die Kunden von Faurecia.

Der **Bedarf an Umlaufvermögen** entwickelte sich positiv (86,4 Millionen Euro). Dies hängt in erster Linie mit der Optimierung der Bestände (Rückgang von 526,1 auf 438,6 Millionen Euro) sowie mit dem Gesetz zur Verkürzung der Zahlungsfristen in Frankreich von 90 auf 60 Tage zusammen, dessen positiver Effekt bereinigt auf 90 Millionen Euro geschätzt wird.

Der **Netto-Cashflow** wies im Jahr 2009 einen negativen Saldo von 168,1 Millionen Euro auf. Dies entspricht der Veränderung bei der Netto-Finanzverschuldung aufgrund der Abtretung geschäftlicher Forderungen, jedoch ohne Berücksichtigung der Kapitalerhöhung. Nachdem Faurecia in den ersten sechs Monaten 168,4 Millionen Euro verbraucht hatte, generierte der Konzern im zweiten Halbjahr einen Überschuss von 0,3 Millionen Euro.

ENTWICKLUNGEN VON STRATEGISCHER BEDEUTUNG

Mit dem Challenge Plan 2009 hat sich die Faurecia-Gruppe die Mittel verschafft, die sie braucht, um gestärkt aus der Krise hervorzugehen und erfolgreich zur Konsolidierung der weltweiten Automobilausstattungsindustrie beizutragen:

- Die Absenkung des Break-even-Points um 18%, also um mehr als die angestrebten 15%. Diese Leistung des Challenge Plans 2009 ermöglicht die Wiederherstellung des Geschäftserfolgs im operativen Bereich und führt zu einer für die Zukunft wichtigen Hebelwirkung.
- Im Geschäftsjahr 2009 erhielt Faurecia Zuschläge für **neue Verträge im Wert von 11 Milliarden Euro**. Im Vergleich zu den Jahren 2007 und 2008 ist dies ein beachtlicher Zuwachs. Darüber hinaus wurden die neuen Verträge so abgeschlossen, dass **ihre Rentabilität auch den langfristigen Zielvorgaben des Konzerns gerecht wird**. Fast **4 Milliarden Euro** der 2008 bis 2009 erhaltenen Zuschläge entfallen auf die **aufstrebenden Märkte**. Diese Tatsache gewährt Faurecia ein großes Wachstumspotenzial auf diesen Märkten, insbesondere in China.

- **Durch die Übernahme des Unternehmens EMCON Technologies**, das am 8. Februar in Faurecias Geschäftsbereich **Technologien zur Emissionskontrolle** aufgenommen wurde, avanciert dieser Bereich zum weltweit führenden Anbieter von Emissionskontrolltechnologien mit künftig noch größeren Forschungs- und Entwicklungsmöglichkeiten auf dem Gebiet der innovativen Emissionsreduktionstechnologien. Wegen der flächendeckenden Einführung und kontinuierlichen Verschärfung der Abgasnormen für Automobile erlebt der weltweite Absatzmarkt für Emissionskontrolle derzeit einen starken Aufschwung.

Die Übernahme von Emcon Technologies verschafft Faurecia Zugang zum Markt der Nutzfahrzeuge und Off-Roader und gibt dem Konzern damit die Möglichkeit, seinen Kundenstamm zu erweitern und seine geographische Präsenz auszubauen. Die Akquisition wird sich im Jahr 2011 positiv auf das Nettoergebnis auswirken.

- **Die Übernahme von Plastal Deutschland**, einem Tier-1-Lieferanten der Automobilindustrie, der Kunststoffkomponenten für den Fahrzeug-Außenbereich anbietet. Plastal Deutschland hat 2009 einen Umsatz von 408 Millionen Euro erwirtschaftet, hauptsächlich mit den Kunden VW, Ford, Mercedes und Porsche.

Unter Vorbehalt der Genehmigung durch die europäischen Kartellbehörden wird Plastal Deutschland Anfang April 2010 in den Geschäftsbereich **Außenbereichskomponenten** von Faurecia integriert, der so zum neuen Marktführer für Außenkomponenten in Europa avanciert. Diese Akquisition wird sich bereits im Jahr 2010 positiv auf den Betriebsgewinn auswirken.

DIE PRIORITÄTEN UND ZIELE 2010

Für 2010 setzt Faurecia folgende Prioritäten:

- Die Effizienz im operativen Geschäft wird weiter gesteigert, vor allem durch eine erneute Senkung der Fixkosten und durch die weitere Umsetzung des Plans zur Beschleunigung des Faurecia Excellence Systems. Der Konzern zählt auf eine weitere Verbesserung des Deckungsbeitrages. Faurecia wird weiterhin seinen Exzellenz-Plan im Programm-Management vertiefen, um die durchschnittliche Rentabilität seiner Programme weiter zu verbessern – vor allem in ihrer Entwicklungsphase.

- Emcon Technologies und Plastal Deutschland sollen rasch in den operativen Betrieb integriert werden, damit die für die nächsten drei Jahre erwarteten Synergie-Effekte gesichert werden können. Außerdem will Faurecia möglichst schnell damit beginnen, das Kunden- und Produktpotenzial des neuen Konsolidierungskreises zu entwickeln und zu nutzen.

Die Erholung der weltweiten Automobilproduktion, die im zweiten Halbjahr 2009 begonnen hat, wird sich im ersten Halbjahr des neuen Jahres wahrscheinlich fortsetzen. Vor diesem Hintergrund schätzt Faurecia **die bereinigten Wachstumsperspektiven** für den Verkauf seiner Produkte im Gesamtjahr 2010 auf circa +4% im Jahresvergleich. Dieses Wachstum beinhaltet auch die Geschäftstätigkeiten durch den Erwerb von EMCON Technologies und Plastal Deutschland. In der ersten Jahreshälfte sollte Faurecia ein stärkeres Wachstum erreichen.

Auf dieser Grundlage hat sich Faurecia folgende **Ziele für 2010** gesteckt:

- Erneute Absenkung des Break-even-Points um 5%;
- Erzielung eines Betriebsgewinns von mehr als 200 Millionen Euro;
- ein positives Netto-Ergebnis vor Steuern;
- eine positive Netto-Liquidität.

Faurecia ist einer der weltweit führenden Automobilzulieferer in vier bedeutenden Bereichen: Autositze, Technologien zur Emissionskontrolle, Innenraumsysteme und Komponenten für den Außenbereich. Die Gruppe erwirtschaftete 2009 einen Umsatz von 9,3 Milliarden Euro. Der Konzern ist in 29 Ländern mit 190 Standorten und 28 F&E-Zentren vertreten. Faurecia ist an der NYSE Euronext Paris notiert. Näheres darüber finden Sie auch unter: www.faurecia.com

Kontakte:

Medien

Olivier Le Fricc
Press Relations Manager
Tel.: +33 (0)1 72 36 72 58
Mobil: +33 (0)6 76 87 30 17
olivier.lefricc@faurecia.com

Analysten / Investoren

Florent Couvreur
Leiter Finanzkommunikation
Tel.: +33 (0)1 72 36 75 70
Mobil: 33 (0)6 61 48 29 64
florent.couvreur@faurecia.com

Anhang: Die Ergebnisse 2009 von Faurecia

GESCHÄFTSBEREICHE

In Millionen Euro (EUR)	2008	2009	Veränderung (*)		
			Geschäftsja		
			hr	2. HJ	4. Q
Gesamtumsatz	12010,7	9292,2	(19,3)%	(5,1)%	7,5%
Module des Fahrzeuginnenraums	8309,0	6602,5	(20,2)%	(6,2)%	6,6%
Andere Module	3701,7	2689,7	(15,8)%	(1,2)%	10,9%
Produktverkäufe	9574,0	7590,3	(19,8)%	(2,1)%	12,8%
- Autositze	4665,1	3707,0	(19,9)%	(1,1)%	15,7%
- Innenraum-Systeme	2769,1	2142,6	(21,6)%	(3,8)%	10,4%
Module des Fahrzeuginnenraums (Zwischensumme)	7434,2	5849,6	(20,5)%	(2,1)%	13,7%
- Technologien zur Emissionskontrolle	1226,3	950,1	(21,4)%	(2,4)%	9,1%
- Komponenten für den Außenbereich	913,4	790,5	(13,5)%	(2,0)%	11,6%
Andere Module (Zwischensumme)	2139,7	1740,6	(18,0)%	(2,2)%	10,2%

(*) Auf Vergleichsbasis, ohne Monolithen und bei konstantem Wechselkurs und Konsolidierungskreis.