

Geschichte von Michelin

Vom Gummiball zum Radialreifen

Der Reifenhersteller Michelin verdankt seinen Erfolg nicht nur seinen technischen Entwicklungen, sondern auch den ungewöhnlichen Marketingideen seiner Gründer. Diese waren extrem findig darin, ihre luftgefüllten Pneus populär zu machen.

Von Alexandra von Ascheraden

Im Jahr 1889 übernahmen die Brüder André und Edouard Michelin eine Fabrik, die Kautschuk verarbeitete. Neben Gummibällen und Dichtungen produzierten sie Bremsklötze für Kutschen und somit ihr erstes Produkt, das mit Fortbewegung zu tun hatte. Dieser Bremsklotz aus Kautschuk war eine Erleichterung für die Kutschen wie Passanten. Vorher waren solche Bremsen aus Eisen gefertigt und quietschten infernalisch, wenn das Metall auf dem Metallbeschlag der Räder rieb. Michelins nannten ihren Bremsklotz «The Silent» und patentierten ihn in mehreren Ländern.

Zwei Jahre nach der Firmenübernahme half Edouard in seiner Werkstatt einem englischen Velofahrer beim Wechseln eines Luftreifens, den der Reifenhersteller Dunlop auf den Markt gebracht hatte. Die Reparatur dauerte mehrere Stunden, da der Reifen aufs Rad geklebt wurde und dessen Reste somit erst mühsam entfernt werden mussten, bevor der neue angeklebt werden konnte.

Schrauben statt kleben

Edouard leuchtete ein, dass luftgefüllte Reifen das Fahren angenehmer und erschütterungsfreier machten und auch die

Haftung des Rades auf der Strasse verbesserten. Mit einem derart umständlichen Montagesystem würden sie sich aber kaum durchsetzen. Schnell entwickelte er die passende Idee: Warum nicht den Luftreifen mit einem Mantel verwenden, der einfach nur auf das Rad geschraubt wurde?

Gewitzt wie sie waren, gelang es den Brüdern 1891, Charles Terront, den Favoriten beim 1200 Kilometer langen Velorennen Paris-Brest-Paris, als Fahrer zu gewinnen. Er gewann mit 8 Stunden 27 Minuten Vorsprung zum Zweitplatzierten, weil er nicht nach jedem Platten erst den Gummireifen samt Kleber vom Rad kratzen musste.



«Bibendum», wie das Michelin-Männchen in Frankreich heisst, macht sich auch vor den Werkstoren zu schaffen.



Der Stolz des Unternehmens: Der grösste Reifen der Welt mit einem Durchmesser von 4,03 Metern. Er kommt bei Transportfahrzeugen zum Einsatz, die voll beladen bis zu 600 Tonnen wiegen.



Früher Werbegag: Michelins erstes Reifenprofil war eher dem Marketing geschuldet. Denn dieser Reifen hinterliess im Strassenstaub eine Endlosreihe mit dem Buchstaben «M».

Er konnte seinen Reifen innerhalb von Minuten wechseln lassen. Der letzte Teilnehmer des Rennens traf allen Ernstes erst zehn Tage nach Terront im Ziel ein.

Angeblich war ein Pariser Konditor von dieser Leistung derart beeindruckt, dass er das cremegefüllte, reifenrunde Gebäck Paris-Brest entwickelte, das bis heute in den französischen Konditoreien zu den Standards gehört. Automobilhersteller für ihren Reifen zu gewinnen gelang den Brüdern Michelin vorerst nicht. Man fürchtete ihr Reifen sei nicht widerstandsfähig genug.

Der Beweis mit dem Blitz

Sie entwickelten schliesslich eine Gummimischung die dank eines Extrakts aus Weinbergschnecken widerstandsfähiger war. 1895 nahmen sie mit einem umgebauten Peugeot namens «Eclair», am Autorennen Paris-Bordeaux-Paris teil. Den Namen verdankte das Gefährt allerdings nicht seiner Geschwindigkeit, sondern dem Fahrverhalten.

Die Lenkung war derart kapriziös, dass das Fahrzeug sich im Zickzack fortbewegte. Sie schafften die Strecke nicht in der vorgesehenen Zeit, gehörten aber zu den neun Teilnehmern, die das Ziel überhaupt erreichten. Als Tauglichkeitstest genügte das. Diese ersten Reifen erlaubten nur eine Geschwindigkeit von 20 Kilometern pro Stunde und erinnerten noch stark an Veloreifen.

Vier Jahre später hatten die Michelins ihren Luftreifen bereits so weit, dass er beim Geschwindigkeitsrekord des ersten Automobils, das 100 Stundenkilometer erreichte, montiert war.

1908 gewann Ferenc Szisz den ersten Grand Prix der Welt. Dabei half ihm auch, dass er mit den neu entwickelten abnehmbaren Radfelgen von Michelin unterwegs war, damals noch hölzerne Komplettäder. In nur vier Minuten konnten Szisz und sein Beifahrer einen kompletten Radsatz auswechseln.

Und 1919 wechselten die Reifen dann die Farbe. Statt kautschukbraun sind sie seitdem schwarz. Man hatte entdeckt, dass Russ die Lebensdauer deutlich verlängert. Russ erhöht die Steifigkeit, die Härte und die Haftfestigkeit auf der Fahrbahn und verbessert den Abriebwiderstand. Heutige Reifen verdanken ihr Gewicht zu einem Drittel dem Russ. 1949 kam der Radialreifen dann auf den Markt, wie man ihn heute noch kennt.

Routenplanung per Post

Spannend sind an Michelin aber auch die ungewöhnlichen Marketingaktionen. Der Grundgedanke leuchtet ein: Wenn die Leute Reifen kaufen sollten, dann brauchen sie auch ausreichend Ziele für ihre Ausflüge mit dem Automobil, um die Reifen abzunutzen und alsbald neue zu be-

nötigen. Das war damals noch mit einigen Hindernissen behaftet.

Strassenkarten, Tankstellennetz, Routenbeschilderungen? Gab es kaum. Also gab das Unternehmen 1900 zur Weltausstellung in Paris seine erste Broschüre mit Nützlichem für Automobilisten heraus: Wo gibt es Benzin, Reparaturwerkstätten und gute Hotels? Die Geburtsstunde des Guide Michelin.

1908 wurde der Service weiter ausgebaut. Ein eigens eingerichtetes «Bureau des Itinéraires» erarbeitete Routen nach Wunsch. Der Automobilist teilte Michelin Abfahrts- und Zielort mit und erhielt kostenlos eine detaillierte Beschreibung der Route nach Hause geschickt. Ordentlich auf der Schreibmaschine getippt und inklusive Hinweisen zu Sehenswürdigkeiten.

1910 gab Michelin dann die erste auf die Bedürfnisse des Autoverkehrs angepasste Strassenkarte heraus. Sie war billig, ungewöhnlich präzise und setzte sich schnell durch. Eigene Kartographen hatten bis 1913 ganz Frankreich entsprechend kartiert und begannen dann mit den Nachbarländern. Bald erschienen regionale Reiseführer samt Routen- und Restaurantvorschlägen, aus denen die heutigen «Grünen Reiseführer» hervorgingen. Ab 1924 begann die Vergabe von Sternen an Restaurants mit guter Küche. FORTSETZUNG AUF SEITE 12

Bilder: Alexandra von Ascheraden



Immer wieder wurde an Methoden geknobbelt, die Reifen besser zu schützen. Verschiedene Überzüge wurden getestet, darunter genagelte Varianten, solche aus Kork, Kombinationen aus Eisen und Leder. Erst ein Lederüberzug bringt 1900 dauerhaft Erfolg.

Ein Problem aber blieb: Wer sich verfahren hatte, konnte sich vor Ort kaum wieder selbstständig einnorden, da es noch kaum Beschilderung an den Strassen gab. Also startete Michelin eine Petition für bessere Strassenbeschilderung, die schnell Unterstützung fand. Ab den 1920er Jahren erarbeitete Michelin ein einheitliches System zur Kennzeichnung

der Strassen und stellte die Kilometersteine und Schilder sogar selbst her, wodurch ein weiteres Geschäftsfeld entstand. Als 1922 die Nationalstrassen generelle Vorfahrtsberechtigung bekamen, stieg der Bedarf an Beschilderung. Es war nicht immer klar, welchen Status die kreuzende Strasse besass und so stiegen die Unfallzahlen. Erst 1970 waren alle französischen



Das Auto «2CV» sollte mit zwei Passagieren, 50 Kilogramm Gepäck und 60 Stundenkilometern nicht mehr als drei Liter Benzin auf hundert Kilometer verbrauchen.



Ein weiterer Geschäftszweig: die Herstellung von Strassenschildern. So sollten die Automobilisten mehr Kilometer zurücklegen, um alsbald neue Reifen zu benötigen.

Strassen mit den typischen Stahlbetonsteinen markiert.

Damit nicht genug, 1933 kaufte Michelin die Mehrheit am Konkurs gegangenen Unternehmen Citroën. So konnte deren bereits fertig entwickelter «Traction Avant» doch noch auf den Markt gebracht werden.

Dann kam den Michelin-Brüdern die Idee, dass ein kleines, günstiges Auto ihren Reifenumsatz weiter befeuern könnte. Die Anforderungen an die Ingenieure waren, einen Wagen für zwei Personen zu konzipieren. Zusätzlich zu den Passagieren sollte er 50 Kilogramm Gepäck transportieren können und trotzdem bei 60 Stundenkilometern nicht mehr als drei Liter Benzin auf hundert Kilometer verbrauchen. Zudem sollte er in der Lage sein, einen Korb roher Eier über ein frisch gepflügtes Feld zu transportieren, ohne dass ein einziges zerbrach. 1939 war der Wagen fertig entwickelt. Die Produktion musste wegen des Krieges aufgeschoben werden. So kam der «2CV» erst 1948 auf den Markt. In vierzig Jahren wurde fünf Millionen Exemplare produziert.

Stellenabbau und Streiks

1974 stand Citroën erneut vor dem Konkurs und ging ein Jahr später in die Hände von Peugeot über. Die Glanzzeiten der industriellen Produktion in Europa waren auch für Michelin in den 1980er Jahren vorbei. Das Stammpersonal wurde von 30000 auf 15000 halbiert und es arbeiteten danach in Frankreich mehr Leute in unternehmenseigenen Forschungszentren als im Gummiwerk.

Auch heute noch besteht Michelins Hauptsitz in der französischen Stadt Clermont-Ferrand. Immer wieder kommt aber es zu Arbeitsplatzabbau und somit zu Streiks, die in Frankreich bekanntlich gern etwas rabiat ablaufen. Als der Pneufabrikant etwa im Jahr 2008 ankündigte, sein Werk in Toul schliessen zu wollen, liessen die 800 Mitarbeiter das nicht einfach so stehen. Sie setzten zwei Manager fest und schlossen den Raum erst wieder auf, als Christine Lagarde, damals noch französische Wirtschaftsministerin, dafür sorgte, dass es im Zusammenhang mit der Schliessung Sonderzahlungen und Arbeitsplatzangebote in den übrigen 16 über Frankreich verteilten Michelin-Werken gab.

Heute hat das Unternehmen 121 Produktionsstätten in 17 Ländern und beschäftigt 127000 Menschen. Jahresumsatz 2018: 22 Milliarden Euro. All das begann mit Gummibällen für Kinder und quietschfreien Kutschenbremsen aus Kautschuk. ■

Das Michelin-Museum in Clermont-Ferrand:
laventure.michelin.com

BAUMAG

Baummaschinen-Messe

26. - 29.1.2023 | Messe Luzern

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Halle 1 – Stand D26

doka



Nimm's leicht mit DokaXlight

Ultraleichtes Schalen ohne Kran

