

HV-Bericht

RATIONAL AG

WKN 701080 ISIN DE0007010803

am 15.05.2019 in Augsburg

***Einmal mehr mit neuen Rekorden –
Dividende zum zehnten Mal in Folge erhöht***

Tagesordnung

1. Vorlage des festgestellten Jahresabschlusses der RATIONAL Aktiengesellschaft mit Lagebericht der RATIONAL Aktiengesellschaft und des gebilligten Konzernabschlusses mit Konzernlagebericht, jeweils zum 31. Dezember 2018 sowie des Berichts des Aufsichtsrats
2. Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns
(Vorschlag: Dividende von Euro 9,50 je dividendenberechtigter Aktie)
3. Entlastung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2018
4. Entlastung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2018
5. Wahl des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2019
(Vorschlag: PricewaterhouseCoopers AG, München)
6. Beschlussfassung über die Änderung von § 8 Abs. 1 der Satzung (Erhöhung der Anzahl der Aufsichtsratsmitglieder)
7. Wahl von Aufsichtsratsmitgliedern
(Vorschlag: Herren Dr. Hans Maerz, München; Dr. Gerd Lintz, Landsberg am Lech; Erich Baumgärtner, Reisch/Landsberg am Lech; Werner Schwind, Dachau; Dr.-Ing. Georg Sick, Feldafing; München)

HV-Bericht RATIONAL AG

Die Hauptversammlung der RATIONAL AG fand am 15. Mai 2019 wie gewohnt in der Schwabenhalle auf dem Messegelände in Augsburg statt. Mit mehr als 750 Aktionären und Gästen war die Veranstaltung gut besucht, was neben der anhaltend positiven Geschäftsentwicklung auch der guten Verpflegung geschuldet gewesen sein dürfte. Für GSC Research war Matthias Wahler vor Ort.

Der Aufsichtsratsvorsitzende Walter Kurtz eröffnete die Veranstaltung um 10 Uhr und teilte mit, dass die Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat vollzählig anwesend sind. Sodann übergab er die Versammlungsleitung an den stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden Dr. Hans Maerz. Dieser erläuterte die Formalien und sprach einige ergänzende Worte zum Ablauf der Hauptversammlung.

Für den Aufsichtsratsbericht übergab der Vorsitzende wieder an Herrn Kurtz. Nach dessen Erläuterungen zu den Schwerpunkten der Aufsichtsratsarbeit übernahm der Vorstandsvorsitzende Dr. Peter Stadelmann.

Bericht des Vorstands

Dr. Stadelmann freute sich, einmal mehr von einem erfolgreichen Geschäftsjahr berichten zu können. Bei RATIONAL habe man sich ja schon fast daran gewöhnt, dass jedes Jahr neue Rekordergebnisse präsentiert werden können. Mit Blick auf das wirtschaftliche Umfeld, das sich zunehmend schwieriger gestaltet, hielt er dies aber keineswegs für selbstverständlich.

Die erneute deutliche Umsatz- und Ergebnisverbesserung nimmt Dr. Stadelmann als Beleg dafür, dass sich RATIONAL auf dem richtigen Weg befindet. Ein zentraler Erfolgsfaktor ist, dass die Kunden bei RATIONAL immer im Mittelpunkt stehen. Das oberste Ziel ist und bleibt es, den Menschen, die in Groß- und Gewerbeküchen Speisen zubereiten, mit vernetzten Komplettlösungen die Arbeit leichter zu machen.

Als Beispiel aus der Praxis nannte der Vorstandsvorsitzende die Hotelkette Intercontinental, die inklusive der Holiday Inn Express Häuser weltweit über 2.742 Hotels verfügt, davon mit rund 2.400 den weit überwiegenderen Teil in den USA. Die Verantwortlichen dieser Gruppe wollten das Frühstücksangebot verbessern und haben sich, damit dies gelingt, für das SelfCookingCenter XS von RATIONAL entschieden.

Innerhalb weniger Monate wurden die Geräte im Folgenden in mehr als 1.000 Hotels in den USA installiert und das Personal geschult und mit dem Ergebnis sind alle sehr zufrieden. Die Gäste freuen sich über ein besseres Frühstück und die Mitarbeiter haben weniger Arbeit bei der Zubereitung der vielfältigen Speisen.

Eine nette Geschichte wusste Dr. Stadelmann auch aus Schweden zu berichten. Ein Kunde dort hatte vor 17 Jahren erstmals ein Gerät von RATIONAL gekauft. Im Zuge von Erweiterungsmaßnahmen orderte er nun einen weiteren Combi-Dämpfer, der bei RATIONAL zufällig vom selben Mitarbeiter wie der erste montiert worden war. Der Kunde war davon begeistert und äußerte den Wunsch, weitere Geräte wieder künftig wieder von diesem Mitarbeiter haben zu wollen.

Weiter berichtete Dr. Stadelmann, dass in diesen Tagen der 1millionste Combi-Dämpfer produziert wird. Dieses besondere Gerät wird erst einmal auf Weltreise gehen und anschließend seine Dienste im weltberühmten Hofbräuhaus in München leisten, welches nach vielen Jahren wieder als Kunde gewonnen werden konnte. Der Vorstandschef ist darauf durchaus stolz, ebenso wie auf die zahlreichen Auszeichnungen, die RATIONAL auch im vergangenen Jahr wieder erhalten hat.

Im Folgenden kam Dr. Stadelmann auf das Motto des Geschäftsberichts zu sprechen. „Zusammenwachsen“ bezieht sich nach seiner Aussage auf die im vergangenen Jahr umgesetzte Integration der Marke FRIMA in RATIONAL, die ein Kraftakt für die Mitarbeiter und die Organisation war. Ab 2019 wird das VarioCooking Center, das bisher unter der Marke FRIMA verkauft wurde, ausschließlich unter der Marke RATIONAL angeboten werden.

Wie der Vorstandschef darlegte, erwirtschaftete FRIMA vor der Zusammenführung einen Umsatz von 58 Mio. Euro, also etwa 10 Prozent der Konzern Erlöse. 2018 wurde der Vertrieb des VarioCookingCenter nun komplett integriert und der Markenwechsel vollzogen. In der Gruppe gibt es jetzt nur noch eine Vertriebsorganisation. Die Marktdurchdringung und Marktentwicklung mit dem VarioCookingCenter wird sich mit der starken Marke RATIONAL noch effizienter und erfolgreicher gestalten.

Nach Abschluss der Integration wurde ein neuer Imagefilm produziert, den die Aktionäre im Folgenden erstmals zu sehen bekamen. Dem Film war zu entnehmen, dass inzwischen weltweit in mehr als 100 Län-

dern mit RATIONAL-Geräten gekocht und täglich mehr als 130 Millionen Essen zubereitet werden. Mehr als 2.000 Mitarbeiter, darunter viele Köche, arbeiten daran, den Kunden jederzeit den maximalen Nutzen zu bieten. Das Angebot umfasst Produkte für alle Anwendungen und jede Größe.

Wichtig ist Dr. Stadelmann auch das Thema Nachhaltigkeit. Wie er darlegte, können die Nutzer mit Geräten von RATIONAL bis zu 50 Prozent Platz, bis zu 70 Prozent Energie und bis zu 95 Prozent Wasser einsparen. Als Beispiel nannte er die Zubereitung von 60 Kilogramm Brokkoli in einer Großküche, wofür mit herkömmlicher Gartetechnologie 600 Liter Wasser, 36 kWh Strom und 79 Minuten Zeit benötigt werden. Mit dem Self CookingCenter von RATIONAL sind es nur noch 30 Liter Wasser, 12 kWh Strom und 33 Minuten. „Es ist also auch aus ökologischen Gründen unvernünftig, bei der Essenszubereitung keinen Combi-Dämpfer zu verwenden“, so der Vorstandsvorsitzende.

Zum Abschluss seines Parts kam Dr. Stadelmann auf die Ergebnisse einer Mitarbeiterbefragung zu sprechen, die RATIONAL in Auftrag gegeben hatte. Insgesamt haben 81 Prozent der Beschäftigten teilgenommen und 83 Prozent gaben an, mit ihrer Arbeit bei RATIONAL sehr zufrieden zu sein. Die hohe Zufriedenheit sieht der Vorstandschef auch an der Fluktuationsrate aufgezeigt, die gruppenweit auf 7 (Vorjahr: 8) Prozent sogar nochmals leicht gesunken ist, obwohl in vielen Ländern Vollbeschäftigung gegeben ist.

An dieser Stelle übernahm Finanzvorstand Dr. Axel Kaufmann mit dem Zahlenteil. Er konnte einmal mehr von einem sehr erfolgreichen Jahr berichten. Der Umsatz stieg um 11 Prozent auf den neuen Rekordwert von 778 (702) Mio. Euro. Damit setzte sich der Trend der letzten Jahre mit einem Wachstum von durchschnittlich 10 bis 11 Prozent p.a. fort. Bereinigt um negative Währungseffekte erreichte das Wachstum sogar 13 Prozent.

Für die sehr positive Umsatzentwicklung sieht der Finanzchef mehrere Gründe. Zum einen profitierte RATIONAL vom gezielten Ausbau des Großkundengeschäfts, vor allem in Nordamerika. Vorteilhaft wirkten sich zudem die Erweiterung des Dienstleistungsangebots und die Markteinführung des Kompaktgeräts SelfCookingCenter XS aus, mit dem neuen Kundengruppen erschlossen wurden. Zusätzlich positiv wertet Dr. Kaufmann, dass dieses deutliche Wachstum mit einem fokussierten Produktportfolio und rein organisch erzielt wurde.

Große Aufträge von Kettenkunden wurden insbesondere außerhalb von Europa gewonnen. Besonders stark wuchsen deshalb die USA und Asien mit 26 Prozent bzw. 15 Prozent. Ganz oben steht China mit einem Plus von 28 Prozent. Inzwischen werden 43 (40) Prozent der Umsätze außerhalb der Eurozone erwirtschaftet. Noch ist die größte Absatzregion aber Europa. Bemerkenswert findet Dr. Kaufmann, dass auch im schon stark durchdrungenen deutschen Markt ein Wachstum von 8 Prozent erzielt werden konnte.

Im Segment FRIMA wuchs der Umsatz mit 14 Prozent auf 66 (58) Mio. Euro erneut stärker als im Segment RATIONAL, welches um 10 Prozent auf 712 (646) Mio. Euro zulegte. Der Absatz des VarioCookingCenter gewinnt immer mehr an Fahrt und mit der Zusammenführung des Vertriebs der beiden Gerätefamilien sieht Dr. Kaufmann nun auch gute Voraussetzungen gegeben, weitere Länder mit einem Komplettansatz zu erobern.

Immer mehr an Bedeutung gewinnen nach Aussage von Dr. Kaufmann zudem die After-Sales-Services. Durch vielfältige Dienstleistungen und Beratungsleistungen sowie Zubehör wie Pflegeprodukte, Service-teile, Beratung und Wartung kann der Kundennutzen noch weiter erhöht werden. Inzwischen werden bereits 26 Prozent des Umsatzes im After-Sales-Bereich erwirtschaftet.

Das EBIT erhöhte sich trotz hoher FuE-Ausgaben, negativer Währungseffekte und insgesamt steigender Kosten um 9 Prozent auf 205 (188) Mio. Die EBIT-Marge hielt mit 26,4 (26,7) Prozent das hohe Niveau der Vorjahre. Besonders hob der Finanzvorstand daneben den operativen Cashflow hervor, der sich mit 144 (146) Mio. Euro erneut auf einem sehr hohen Niveau bewegt. Die Bilanzrelationen sind weiterhin sehr solide. Die Eigenkapitalquote beträgt 75,4 (74,4) Prozent.

Das Ergebnis je Aktie kletterte weiter auf 13,84 (12,58) Euro und wie in den Jahren zuvor soll davon der größte Teil als Dividende ausgeschüttet werden. Vorstand und Aufsichtsrat wollen weiterhin an der hohen Ausschüttungsquote von 70 Prozent festhalten. Der Vorschlag an die Hauptversammlung lautete auf Zahlung einer Dividende von 9,50 (8,80) Euro. Dies bedeutet, wie Dr. Kaufmann anmerkte, die zehnte Dividenderhöhung in Folge.

Im Folgenden warf der Finanzchef einen Blick auf die Aktie, die im Geschäftsjahr 2018 zunächst weiter zugelegt hat. Erstmals wurde die Marke von 600 Euro überwunden und im September ein Allzeithoch von fast 700 Euro erreicht. Danach gab der Kurs in dem insgesamt schwachen Börsenumfeld deutlich nach.

Per Saldo verlor die RATIONAL-Aktie inklusive der Dividende mit einem Minus von 6 Prozent aber weit weniger als die großen Indizes.

Sehr zufrieden zeigte sich Dr. Kaufmann auch mit den Zahlen des ersten Quartals 2019, in dem der Umsatz um 12 Prozent auf 194 (174) Mio. Euro deutlich zulegen. Zu dem starken Wachstum trugen nach seiner Aussage Nachholeffekte aus der Markenzusammenführung, vorgezogene Käufe aufgrund einer angekündigten Preisanpassung im deutschen Markt sowie ein vorteilhafter Produktmix bei. Auch bereinigt um Währungseffekte lag das Plus mit 10 Prozent am oberen Ende der Erwartungen.

Die stärksten Regionen waren erneut die USA und Asien mit einem Wachstum von 26 Prozent bzw. 17 Prozent. Betrachtet nach Produktgruppen entwickelte sich das VarioCookingCenter mit einem Plus von 17 Prozent erneut stärker als der Combi-Dämpfer mit 12 Prozent. Die EBIT-Marge verbesserte sich leicht auf 24,0 (23,5) Prozent, was Dr. Kaufmann zufolge aber vornehmlich auf Währungseffekte zurückzuführen ist.

Wichtig war dem Finanzvorstand der Hinweis, dass die sehr positive Entwicklung im ersten Quartal nicht einfach fortgeschrieben werden kann. An den Märkten gibt es viele Unsicherheiten und auch von der Währungsseite erwartet er im weiteren Jahresverlauf eher negative Veränderungen. Er bestätigte die Prognose, wonach 2019 ein Wachstum im hohen einstelligen Bereich und eine EBIT-Marge von 26 Prozent erwartet werden. Investitionen sind in Höhe von rund 50 Mio. Euro geplant.

Mittel- und langfristig ist er nach wie vor optimistisch. Viele große Trends kommen RATIONAL zugute. Unter anderem nannte er das globale Bevölkerungswachstum, die steigende Kaufkraft in Schwellenländern und den Trend zu gesünderer Ernährung ebenso wie die steigende Zahl an Single-Haushalten, eine größere Speisenvielfalt an vielfältigeren Orten, zunehmende Personalengpässe in der Gastronomie und nicht zuletzt die enorme Energieeinsparmöglichkeiten durch RATIONAL-Geräte.

Allgemeine Aussprache

Dr. Günther Hausmann von der Deutschen Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz (DSW) gratulierte zu den neuerlichen Rekordzahlen. Das seit Jahren anhaltende Umsatz- und Ergebniswachstum setzte sich im Geschäftsjahr 2018 nahtlos fort und nach seiner Einschätzung wird es auch so weitergehen. Der Mehrjahresübersicht hatte der DSW-Sprecher entnommen, dass sich seit 2011 alle relevanten Kennzahlen verdoppelt haben und der Aktienkurs verdreifacht hat. Er fand dies beeindruckend.

Johannes Weber schloss sich als Sprecher der Schutzgemeinschaft der Kapitalanleger (SdK) den Glückwünschen seines Kollegen an. Er freute sich mitteilen zu können, dass die SdK die RATIONAL AG zum Unternehmen des Jahres 2018 gewählt hat. Unter dem Applaus der Aktionäre durfte er den Preis an Dr. Stadelmann überreichen.

Ein Thema beider Redner war die Entwicklung in den einzelnen Regionen. Herr Weber bat zunächst um ergänzende Angaben zu Lateinamerika. Neben den vom Vorstand benannten Wachstumsregionen USA und Asien sollten sich auch dort gute Chancen für RATIONAL eröffnen.

Vertriebsvorstand Markus Paschmann bestätigte diese Einschätzung. Wegen der geringeren Bevölkerungszahl dürfte die Region etwas langsamer wachsen als Asien. Allerdings ist der Speiseinsatz in Lateinamerika näher an Europa. Die Präsenz wurde in den letzten Jahren bereits ausgebaut. RATIONAL verfügt über Niederlassungen in Mexiko, Brasilien und Argentinien. Grundsätzlich wird nach Angabe des Vertriebschefs immer dann in ein Schwellenland investiert, wenn Indikatoren wie das verfügbare Einkommen und eine wachsende Mittelschicht passen.

Überrascht zeigte sich Dr. Hausmann, dass in Deutschland im ersten Quartal 2019 ein Wachstum von 16 Prozent erreicht wurde. Dies schien ihm der Aussage des Vorstands, dass der Markt hierzulande weitgehend gesättigt ist, zu widersprechen. Vielleicht gab es aber auch Sondereffekte, die die Geschäftsentwicklung positiv beeinflusst haben.

Nach Aussage von Herrn Paschmann waren mehrere Gründe für diese positive Entwicklung ausschlaggebend. Zum einen führte die Zusammenführung des Vertriebs für die beiden Produktgruppen zu einer erhöhten Nachfrage, ebenso ein breiteres Leistungsangebot. Zudem waren Vorzieheffekte aufgrund der angekündigten Preisanpassung zu verzeichnen. Nichtsdestotrotz ist der deutsche Markt gesättigt und wird mittel- und langfristig nicht das Konzernwachstum erreichen.

Die höchsten Wachstumsraten erwartet Herr Paschmann, wie seine Vorstandskollegen bereits ausgeführt hatten, außerhalb von Europa. Insbesondere in Nordamerika und Asien ist die Durchdringungsrate mit

RATIONAL-Geräten noch gering, etwa so wie in Deutschland vor 30 Jahren. Damit eröffnen sich in diesen Regionen überproportionale Wachstumschancen.

Nach dem sehr positiven Start im ersten Quartal hielt es der DSW-Vertreter für überlegenswert, die Prognose für 2019 anzuheben. Diesem Wunsch wollte Dr. Stadelmann nicht entsprechen. Trotz des guten ersten Quartals sieht er noch keinen Grund, die kommunizierte Prognose zu ändern. Er verwies auf die Veröffentlichung der Halbjahreszahlen im August. In diesem Kontext wird es weitere Informationen und, sofern angezeigt, eine Anpassung der Prognose geben.

Weiter interessierte Dr. Hausmann, warum die beiden Marken nicht schon früher verschmolzen worden sind. Offensichtlich ist dies doch ein sinnvoller Schritt, der sich auszahlt. In seiner Antwort erläuterte Herr Paschmann, dass mit den Geräten der Marke FRIMA erst einmal bewiesen werden sollte, dass sie die hohen Qualitätsansprüche von RATIONAL erfüllen. Im vergangenen Jahr war nun der richtige Zeitpunkt für die Zusammenführung gekommen. Unter dem Dach der Marke RATIONAL findet sich jetzt ein vollständiges und breites Angebot.

Herr Weber erinnerte sich, dass die Marge bei den FRIMA-Geräten in der Vergangenheit immer hinter der von RATIONAL zurückgeblieben war. Er wollte wissen, inwieweit nach der Zusammenlegung des Vertriebs für beide Produktgruppen nun von einer Angleichung dieser Werte auszugehen ist.

Wie Dr. Kaufmann darlegte, verbesserte sich die Marge bei den Ex-FRIMA-Geräten schon seit Längerem kontinuierlich und sie wird sich weiter verbessern. Er kann keinen Grund erkennen, warum mit dem Vario CookingCenter nicht das Margenniveau des Combi-Dämpfers erreicht werden sollte. Ebenso wird sich nach seiner Einschätzung die um 0,8 bis 1 Prozent jährliche Margenverbesserung dieser Produktgruppe fortsetzen.

Interessant fand Herr Weber, dass inzwischen schon 26 Prozent des Umsatzes im After-Sales-Bereich erwirtschaftet werden. Ihn interessierte, ob dieses Geschäft profitabler ist als der Geräteverkauf, was Dr. Kaufmann verneinte. Die Marge ist in der Regel vergleichbar, teilweise sogar schlechter. Bei RATIONAL ist es nicht so, dass an den Geräten nichts verdient wird und dann alles über den Service hereingeholt werden muss. Der Finanzvorstand sprach von einem ausgewogenen Mix.

Aus der vorjährigen Hauptversammlung war Herrn Weber in Erinnerung geblieben, dass ein Teil der üppigen liquiden Mittel in einen Spezialfonds investiert werden sollte, um eine bessere Rendite zu erzielen. Mit Blick auf das zweitweise turbulente Börsenumfeld wollte er wissen, ob die vereinbarte Wertuntergrenze gehalten wurde. Dies bestätigte der Finanzvorstand. Allerdings habe man auch erst im Februar mit dem Fonds gestartet. Er zeigte sich zufrieden mit der Entwicklung.

Dr. Hausmann konnte nicht nachvollziehen, dass sich der Vorstand trotz liquider Mittel von 200 Mio. Euro eine zusätzliche Kreditlinie von 75 Mio. Euro hat einräumen lassen. Seine Skepsis, dass dieser zusätzliche Spielraum wohl nicht benötigt wird, konnte Dr. Kaufmann nachvollziehen. Er will aber lieber für alle Eventualitäten gerüstet sein. Sicherheiten haben die Banken nicht verlangt und die geringen Kosten sind strategisch vertretbar.

Erklärungsbedürftig erschien dem DSW-Sprecher die Dividendenstrategie. Zweifellos hebt sich RATIONAL mit einer Ausschüttungsquote von 70 Prozent positiv von anderen Unternehmen ab, was er auch anerkannte. Er konnte jedoch nicht verstehen, dass die im vergangenen Jahr gezahlte Sonderdividende diesmal komplett gestrichen werden soll, obwohl der Gewinn wie erwartet weiter gestiegen ist.

Wie Dr. Kaufmann darlegte, habe man vor zwei Jahren entschieden, zusätzlich zur normalen Dividende eine Sonderzahlung zu leisten. Im vergangenen Jahr wurde dies ebenso gehandhabt. Dies war aber nicht so zu verstehen, dass jetzt jedes Jahr eine Bonuszahlung zu erwarten ist. Es ist nach seiner Aussage nicht auszuschließen, dass es wieder einmal eine Sonderausschüttung gibt. Die Richtschnur ist aber zunächst einmal die Ausschüttungsquote von 70 Prozent.

Eine weitere Frage von Dr. Hausmann betraf die Investitionsplanung. Nachdem sich die Investitionen schon in den letzten beiden Jahren mit 40 bzw. 43 Mio. Euro auf Höchststand bewegt haben, soll der Betrag nun auf 50 Mio. Euro noch einmal deutlich ausgeweitet werden. Er wollte wissen, wie es in den Folgejahren weitergeht. Bis vor fünf Jahren haben die Investitionen schließlich durchschnittlich nur 10 Mio. Euro betragen.

Nach Aussage von Herrn Wiedemann werden die Investitionen in diesem Jahr 40 bis 50 Mio. Euro erreichen und danach etwas zurückgehen. Als Grund für die höheren Ausgaben nannte er den mit dem anhaltenden Wachstum verbundenen höheren Bedarf an Ersatzmaschinen und neuen Maschinen. Die neue Produktions- und Logistikhalle in Wittenheim kostet 25 Mio. Euro. Zudem haben die Investitionen 2007 und 2008

schon einmal mehr als 30 Mio. Euro betragen. Dies waren etwa 10 Prozent des damaligen Umsatzes, also relativ sogar mehr als heute.

Herr Weber fand es eine Überlegung wert, den Kunden neben der kostenlosen Software in den Geräten weitere kostenpflichtige Applikationen anzubieten. Nach Aussage von Dr. Stadelmann wird das Thema Connected Cooking weiterhin kostenlos bleiben. Es gibt aber konkrete Pläne, weitere Module beispielsweise zum Hygiene-Management, zur Geräteüberwachung, zur Rezeptsteuerung und zur Mengenplanung zur Verfügung zu stellen. Erste Angebote wird es schon in den nächsten Wochen geben.

Nach Einschätzung von Herrn Weber könnte sich durch die Digitalisierung vielleicht die Möglichkeit ergeben, die Nutzungsdauer der Geräte zu verlängern. Dies betreffend informierte Herr Wiedemann, dass durch Connected Cooking schon heute Updates aus der Ferne möglich sind und der Service vor Ort beschleunigt werden kann, was der Lebensdauer zuträglich sein sollte. Allerdings haben die Geräte, wie Dr. Stadelmann anfügte, ohnehin schon eine lange Lebensdauer. Teilweise sind die Combi-Dämpfer schon mehr als 20 Jahre im Einsatz.

Ein Kleinaktionär gab sich als Berater in der Hotelbranche zu erkennen. Wie er ausführte, sind die Personalkosten in der Gastronomie der mit Abstand größte Aufwandsposten. Zudem ist nach seiner Einschätzung absehbar, dass sich in einigen Jahren praktisch keine Mitarbeiter mehr für die Gastronomie finden werden. Ihm schien es deshalb wichtig, neue Geräte zu entwickeln, die möglichst komplett automatisch funktionieren.

In seiner Antwort stellte Herr Paschmann klar, dass man zunächst einmal stolz darauf sei, dass RATIONAL das Unternehmen der Köche ist. Sie sind eine wichtige Schnittstelle zum Kunden. Natürlich entscheiden aber auch andere mit. Es ist richtig, dass die Verfügbarkeit von Köchen zurückgeht. Er sieht dies aber eher als Chance, da mit RATIONAL-Geräten auch ohne spezielle Kenntnisse hervorragendes Essen produziert werden kann. Mit den intelligenten und anwenderfreundlichen Geräten sieht er das Unternehmen gut aufgestellt.

Ein weiterer Kleinaktionär wollte wissen, inwieweit mit den RATIONAL-Geräten vegane Speisen zubereitet werden können. Der Trend geht schließlich eindeutig in diese Richtung. Hier freute sich Herr Paschmann mitteilen zu können, dass die RATIONAL-Geräte perfekt für die vegane Küche geeignet sind. In Südindien, wo praktisch ausschließlich vegetarisch gekocht wird, kommen die Geräte von RATIONAL extrem gut an. Es werden sogar spezielle Kurse für vegetarisches Kochen angeboten. Dieser Trend ist also positiv für RATIONAL zu bewerten.

Abstimmungen

Dr. Maerz verkündete die Präsenz mit 10.326.788 Aktien. Bezogen auf das Grundkapital von 11.370.000 Euro, eingeteilt in ebenso viele Aktien, entsprach dies einer Quote von 90,82 Prozent. Die Präsenz lag damit erneut über 90 Prozent, also auf einem sehr hohen Niveau.

Alle Beschlüsse wurden mit großer Mehrheit gefasst. Im Einzelnen waren dies die Dividende von 9,50 Euro (TOP 2), die Entlastung von Vorstand (TOP 3) und Aufsichtsrat (TOP 4), die Wahl der Pricewaterhouse Coopers GmbH zum Abschlussprüfer (TOP 5), die Erhöhung der Anzahl der Aufsichtsratsmitglieder auf sieben Personen (TOP 6) sowie die Neuwahl des Aufsichtsrats (TOP 7).

Nach etwas weniger als drei Stunden war die Versammlung beendet.

Fazit

Einmal mehr präsentierte die RATIONAL AG für das Geschäftsjahr 2018 neue Rekordzahlen. Umsatz und Ergebnis konnten weiter gesteigert werden. Der Umsatzzuwachs bewegte sich sogar am oberen Ende der Erwartungen. Insbesondere in Asien und Nordamerika geht es rasant voran. Die EBIT-Marge hielt das hohe Niveau von mehr als 26 Prozent und die Aktionäre können sich über die zehnte Dividendenerhöhung in Folge freuen.

Das laufende Jahr begann ebenfalls positiv. Im ersten Quartal lag das Umsatzplus sogar etwas höher als in den Vorperioden, wozu allerdings auch Sondereffekte beigetragen haben. Der Vorstand sieht noch keinen Grund, die Prognose für das Gesamtjahr anzuheben. Für 2019 wird wie in den Vorjahren ein Wachstum im hohen einstelligen Bereich und eine EBIT-Marge von 26 Prozent erwartet. Mehr Informationen gibt es im August mit den Halbjahreszahlen.

Auch mittel- und langfristig eröffnen sich für RATIONAL mit den intelligenten und anwenderfreundlichen Geräten, die den Menschen in Großküchen die Arbeit erleichtern, enorme Wachstumschancen. Immer mehr Nutzer erkennen den Mehrwert. Große Trends wie die wachsende Weltbevölkerung, das in vielen Regionen höhere verfügbare Einkommen sowie die zunehmenden Personalengpässe in der Gastronomie sind positiv für RATIONAL zu werten.

An der Börse kommen diese Aussichten gut an. Die Aktie gewann im vergangenen Jahr zunächst deutlich an Wert, in der Spitze fast auf 700 Euro, bevor sie mit der allgemeinen Marktschwäche ein ganzes Stück zurücksetzte. Das aktuelle Kursniveau von 580 Euro ist insofern durchaus als Einstiegschance zu sehen. Das KGV ist mit etwa 35 nicht unbedingt günstig. Viel niedriger war es aber nie und dürfte es auch nicht werden, was bei steigenden Gewinnen weitere Kurssteigerungen zur Folge haben müsste.

Kontaktadresse

RATIONAL AG
Siegfried-Meister-Str. 1
D-86899 Landsberg am Lech

Tel.: +49 (0)81 91 / 32 7-0
Fax: +49 (0)81 91 / 32 7-2 34

Internet: www.rational-online.com
E-Mail: info@rational-ag.com

Ansprechpartner Investor Relations

Dr. Axel Kaufmann, Stefan Arnold

Tel.: +49 (0)81 91 / 32 7-2 209
Fax: +49 (0)81 91 / 32 7-722 209

E-Mail: ir@rational-ag.com



GSC Research GmbH
Tiergartenstr. 17
D-40237 Düsseldorf

Postanschrift:
Postfach 48 01 10
48078 Münster

Tel.: 0211 / 17 93 74 - 26
Fax: 0211 / 17 93 74 - 44