

Präsentation Herr Dr. Stadelmann – HV 2025

Keine Folie

Liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre,
schön viele von Ihnen hier wiederzusehen und schön, Sie alle hier begrüßen zu dürfen. In diesen Tagen ist nichts selbstverständlich. Ich möchte über einige aktuelle Themen sprechen, die für Ihr Unternehmen wichtig sind. Wie immer wird Herr Walter dann ausführlich die Zahlen des Geschäftsjahres 2024 und des ersten Quartals 2025 vorstellen.

Für das Wachstum der nächsten mindestens zehn Jahre ist Nordamerika, und dort vor allem die USA für uns der wichtigste Markt. Weil es dort noch am meisten Küchen gibt, die keinen Kombidämpfer nutzen, ihn aber brauchen.

Folie Tim Hortons Store

Wir schätzen, dass in den USA erst ca. 13 % der Küchen mit Kombidämpfer arbeiten, so wie diese unseres Kunden Tim Hortons. Alle anderen Küchen verwenden noch traditionelle Gargeräte: Heißluftöfen, Dämpfer, jede Form von Herden, Fritteusen, sogenannte Kipper – riesige Bratpfannen- oder Kessel – riesige Pfannen.

Die USA steht 2024 für 20 % unseres gesamten Umsatzes. Vor zehn Jahren waren es noch 10 %. Alle unsere Märkte sind gewachsen, jedoch unterschiedlich stark. Deshalb haben sich Umsatzanteile verschoben, Europa und DACH sind gesunken, Nord- und Südamerika sind gestiegen. Dazu hat beigetragen, dass wir in Nordamerika ein höheres Preisniveau vorfinden als in Europa oder speziell Deutschland. D.h. 100 Geräte in USA geben mehr Umsatz als 100 Geräte in Deutschland.

Keine Folie

Daher schauen wir schon sehr vorsichtig auf die Zollentwicklungen, die Präsident Trump ausgelöst hat. Wie viele von Ihnen wissen, verfolgen wir die Engpasskonzentrierte Strategie von Prof. Mewes. Sie sagt, dass sich ein Unternehmen auf das dringendste Problem seiner Kunden konzentrieren soll, und nicht auf mehrere. Durch diese Konzentration entsteht Spezialisierung und durch die entstehen viele Vorteile für den Kunden und deshalb auch für das sich spezialisierende Unternehmen. Es wird einfach schneller besser. Diese Spezialisierung funktioniert aber nur, wenn es Handel gibt. Wenn Kunden andere Güter, die sie zusätzlich brauchen, bei anderen Unternehmen erwerben können.

EKS gibt es auch im Handel zwischen Ländern. Der englische Ökonom Riccardo hat um 1820 die Theorie der Kostenvorteile zwischen Ländern aufgestellt. Als Illustration dienten ihm zwei wichtige Handelsnationen seiner Zeit: England und Portugal. England war besser in der Fertigung von Baumwolltuch. Portugal besser in der Herstellung von Portwein.

Für beide Länder ist es – laut Ricardo – besser, wenn sie sich auf ihre Güter konzentrieren und miteinander Handel betreiben, ihre Güter tauschen.

Freier Handel ist also nichts anderes als EKS auf Stufe der Volkswirtschaft. Handelshindernisse sind gesamtwirtschaftlich nachteilig. Sollten die hohen Zölle bestehen bleiben, wird das Wohlstand kosten, zuerst bei den Amerikanern und dann bei allen anderen auch.

Zurück zu unseren Produkten: zurzeit bezahlen wir wie die meisten Unternehmen in Europa 10 % Zoll auf unsere Kochsysteme, die wir aus Landsberg und Wittenheim in die USA importieren. Rechnerisch müssten wir für unsere Produkte in den USA einen Aufschlag von ca. 7 % vornehmen, um das gleiche absolute Ergebnis zu erreichen.

Wie wir mit diesen Mehrkosten umgehen, haben wir bewusst noch nicht entschieden. Die Situation ändert sich, wie wir alle

sehen, manchmal täglich, und die Verhandlungen zwischen den USA und der EU laufen noch.

Weiter warten wir ab, wie unsere Wettbewerber reagieren. Wir werden entscheiden, wenn wir genügend Klarheit haben.

Ein Vorteil im Nachteil dabei ist, dass nahezu alle Kombidämpfer-Produzenten in Europa sitzen. Das heißt, dass die große Nachfrage nicht über Nacht von lokalen Anbietern befriedigt werden kann. Zudem haben lokale Produzenten die Importzölle auf Edelstahl oder Komponenten zu entrichten. Das heißt, es entsteht zunächst ein gleicher Nachteil für alle Hersteller und die relative Wettbewerbsfähigkeit bleibt unverändert.

Wir befürchten auch nicht, dass konventionelle Geräte, die wir mit unseren Kombidämpfern ersetzen, wieder vermehrt nachgefragt werden, weil die durch Zölle auch teurer werden.

--

Ein weiterer Brennpunkt der öffentlichen Diskussion ist China. Die Zollstreitigkeiten haben die Taiwan-Frage etwas in den Hintergrund gedrängt.

Wir sind seit dem Jahr 2000 in China aktiv. Seit 2006 haben wir eine Vertriebstochtergesellschaft in Shanghai.

Folie Citi Kantine

In China leben über 1,4 Milliarden Menschen. Auch hier gibt es erst knapp 10 % Küchen mit einem Kombidämpfer. Auch hier können die anderen

90 % ihn sehr gut gebrauchen. Er ist immer mehr akzeptiert, das sehen wir daran, dass es immer mehr lokale Wettbewerber gibt. Ein riesiges Potenzial, eine riesige Aufgabe! Es wird Jahrzehnte dauern, bis wir eine so hohe Durchdringung haben, wie wir sie in Deutschland kennen.

Seit 2023 bauen wir ein Werk westlich von Shanghai auf, um dort einen Kombidämpfer zu fertigen, der noch besser auf den chinesischen Markt passt und günstiger sein wird. Wir kaufen die Komponenten in China ein. Wir produzieren in China für China. Viele Unternehmen, die heute Probleme haben mit China, produzieren dort für die Welt. Das ist anders bei uns.

Es wäre falsch wegen politischen Spannungen auf diesen riesigen Markt zu verzichten. Das Risiko, das wir mit dem Werk vor Ort eingehen, ist limitiert – das können wir tragen.

Keine Folie

Das Gute an RATIONAL ist, dass wir mit unseren Produkten ein menschliches Grundbedürfnis befriedigen. Das macht uns sicherer. Mit unseren Produkten stillen wir dieses

Grundbedürfnis zudem besser als alle anderen. Das ist unser Anspruch. Daraus entsteht ein enormes Potenzial noch für viele, viele Jahre. Wir dürfen uns auf unserem Erfolg aber nie ausruhen. Ein Beweis dafür ist die Weltneuheit, die wir Anfang letzten Jahres vorgestellt haben. Der iHexagon – das erste professionelle Kochgerät, das drei Energiequellen zum Garen nutzt: Heißluft, Dampf und Mikrowelle. Die ersten Kunden sind begeistert. Sie konnten es fast nicht glauben, wie schnell das Essen so gut zubereitet werden kann.

Wir haben Ihnen hier einen Film mitgebracht, aus dem Fußballstadion in Ipswich, nordöstlich von London.

Sehen Sie selbst:

FILM Ipswich Town

[Referenzvideo RATIONAL iHexagon – Ipswich Town Football Club | RATIONAL](#)

Der iHexagon dient dort als Ofen und als Grill und als Pizzaofen und als Fritteuse und und und ...

Ein Lammkotelett braucht nur noch 6,5 Minuten statt 15 Minuten – doppelt so schnell.

Ab diesem Jahr haben wir den iHexagon an den Messen öffentlich gezeigt. Auch diese Besucher waren fasziniert vom Tempo und der Garqualität.

Folie Connected Cooking

Einen weiteren Meilenstein haben wir diesen Frühling geschafft:

Wir haben über 100.000 Geräte über das Internet vernetzt.

Immer mehr Kunden nutzen die Vorteile, dass sie ihre Geräte digital verwalten und steuern können.

Sie sehen hier, was Kunden zum Nutzen von ConnectedCooking sagen:

- sie sparen Zeit und Geld, weil Energieverschwendung gemeldet wird.
- Sie können Arbeitsabläufe vereinfachen, so dass auch ungelerntes Personal Qualität garen kann.
- Oder sie schätzen es, dass sie alles unter Kontrolle haben, wie Nandos.

Ich habe über das enorme Potenzial in Nordamerika und in China gesprochen. Auch in Europa gibt es noch unerschlossene Märkte. Damit wir dieses Potenzial erschließen können, investieren wir dauernd.

Folie Wittenheim

Zurzeit sind wir in der Schlussphase des Neubaus in Wittenheim, wo wir ein komplettes neues Werk mit Bürogebäuden und einem höchstmodernen Kundencenter mit mehreren

Vorführküchen erstellt haben. In Summe betrug die Gesamtinvestition rund 35 Mio. Euro über die letzten drei Jahre.

Folie Road to China

Ich habe schon zu unserem Vorhaben in China berichtet. Wir werden Ende 2025 die Serienproduktion des neuen Kombidämpfers beginnen. Hier beträgt die Investition rund 10 Mio. Euro. Sie sehen hier das Werk von außen und die noch leere Montagehalle.

Folie Serviceteile LL

Und dann investieren wir am Standort in Landsberg. Hier entsteht ein neues, hochmodernes, automatisiertes Lager für unsere Serviceteile, die wir in die ganze Welt versenden. Um unsere Geräte zu unterhalten und zu reparieren, braucht es Serviceteile, von einer Türdichtung bis zu einer Pumpe, vom kompletten Display bis zum Türgriff. Diese Serviceteile liefern wir aus Landsberg an die über 3.000 RATIONAL-Servicepartner in der ganzen Welt. Sie fahren damit zum Kunden und warten oder reparieren den Kombidämpfer oder den iVario. Mit der Einführung der neuen Gerätegeneration im Jahr 2020, die komplett neu entwickelt wurde, ist die Anzahl der Serviceteile, die wir für die früheren und die neue Generation

benötigen, enorm gestiegen. Waren es 2014 noch rund 8.000 verschiedene Artikel, die wir lagern, kommissionieren und verschickt haben, sind es zehn Jahre später über 15.000 Artikel. Im Jahr 2024 haben wir fast 90.000 solcher Lieferungen mit über 2,6 Mio. Artikeln versandt. Das ist über 50 % mehr als vor zehn Jahren, weil unsere Absatzmenge langfristig jährlich um 8 bis 9 % steigt, die Lebensdauer der Geräte steigt und damit die Anzahl der weltweit im Gebrauch stehender Geräte.

RATIONAL wird in den Bau und in die Automatisierung über 60 Mio. Euro investieren. Der Spatenstich war im Januar 2025.

Die Grundfläche des neuen Gebäudes umfasst 7.600 Quadratmeter. Das neue Gebäude wird ein automatisiertes Hochregallager mit 9.600 Stellplätzen für Paletten sowie ein Shuttlelager mit 34.300 Stellplätzen für Boxen umfassen.

Es wird Arbeitsplatz für über 70 U.i.U. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die Inbetriebnahme ist für Oktober 2026 geplant.

Das Gebäude setzt Maßstäbe in punkto Nachhaltigkeit. Es wird gemäß dem DGNB-Standard (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen) Gold geplant und setzt auf Holzbauweise für Dach und Büroetagen, eine Photovoltaikanlage sowie eine Grundwasserwärmepumpe.

Folie Wir wollen ein Unternehmen sein...

Gerne sage ich noch einige Worte mehr zur Nachhaltigkeit. In unserer Nachhaltigkeitsstrategie steht, dass wir ein Unternehmen sein wollen, von dem die Menschen möchten, dass es uns gibt.

Wir leisten mit jedem unserer Produkte einen enormen Beitrag, damit die Gewerbeküchen

- weniger Wasser verbrauchen
- weniger Energie verbrauchen
- sichere und bessere Arbeitsbedingungen für das Küchenpersonal bieten
- besseres und gesünderes Essen garen
- weniger Nahrungsmittel verschwenden.

Wir sind nachhaltig seit unserem ersten Kombidämpfer. Wir haben das immer auch in unserer Werbung vorangestellt.

Folie CD 101

Hier ein Beispiel aus den späten siebziger Jahren, einer der ersten Kombidämpfer: Ganz oben stand damals schon „Save Energy!“ Im Vergleich zur konventionellen Küchentechnik kann ein heutiger RATIONAL-Kunde mit seinen Geräten beispielsweise

bis zu 30 Prozent Energie, bis zu 50 Prozent Wasser und bis zu 30 Prozent Platz sparen.

Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie zeigen wir, dass wir noch mehr können und wollen.

Ein Element davon ist der Umwelt- und Klimaschutz. Anfang 2025 haben wir unseren CO₂-Fußabdruck erstmals für 2023 und 2024 veröffentlicht.

Wir wollen bis 2050 Treibhausgas-neutral werden.

Unser CO₂-Fußabdruck für 2024 beträgt 3,6 Mio. tCO₂e. Sie sehen das hier.

Folie CO₂-Fußabdruck

Der CO₂-Fußabdruck wird in drei Bereiche unterteilt, die Scope 1 bis 3 genannt werden.

Scope 1&2: betreffen die CO₂-Emissionen, die der RATIONAL-eigene Betrieb verursacht. Also unsere Heizungen, Maschinen, unser Stromverbrauch und unsere Dienstreisen und Arbeitswege. Das macht bei uns gerade 0,2 % aus.

Scope 3 sind alle anderen Emissionen in unserer Wertschöpfungskette, also von unseren Lieferanten bis zu unseren Endkunden. Das sind bei uns 99,8 % der Emissionen.

Der absolute größte Brocken von 87,9 % ist Scope 3.11: Die Emissionen, die durch die Verwendung unserer Produkte beim Endkunden entsteht.

Gargeräte erwärmen Speisen. Deshalb verbrauchen sie viel Energie. Dieser Energieverbrauch macht unseren Scope 3.11 sehr groß.

Unsere Kunden verbessern ihre CO₂-Bilanz, indem sie von konventionellen Gargeräten auf unsere Kochsysteme umsteigen und diese effizient nutzen. Wenn sie dabei grünen Strom verwenden, senken sie ihre CO₂-Bilanz noch mehr.

Der zweitgrößte Bereich ist Scope 3.1: hier sind die CO₂-Emissionen enthalten, die durch alle Waren und Dienstleistungen entstehen, die wir einkaufen. Das sind rund 10,8 %. Hier arbeiten wir zunehmend enger mit unseren Lieferanten zusammen, um weniger CO₂ zu verursachen.

Keine Folie

Zur Nachhaltigkeit gehören auch soziale Aspekte. Auch hier glaube ich, muss sich RATIONAL nicht verstecken. Sie wissen, dass wir unsere U.i.U. wertschätzen.

Sie sind es, die jeden Tag dafür sorgen, dass unsere Kunden zufriedengestellt werden. Dass über 180 Mio. Essen täglich in

unseren Geräten zuverlässig und qualitativ einwandfrei gegart werden.

Ende 2024 waren wir weltweit 2.736 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das entspricht einem Wachstum von 7 %.

In diesem und dem nächsten Jahr werden wir aus Vorsicht etwas weniger wachsen. Wir werden weiterhin mehr Füße auf die Straße bringen und dazu mehr Vertriebsleute einstellen. Aber wir werden in der Verwaltung die Effizienz steigern, fit bleiben und einige Stellen abbauen. Das tun wir ohne Entlassungen durch natürliche Fluktuation: Renteneintritte, Elternzeit, Austritte werden nicht automatisch nachbesetzt.

Viele unserer fleißigen Kolleginnen und Kollegen sind viele Jahre, gar Jahrzehnte bei uns. Es ist für uns selbstverständlich, dass wir die Menschen, die lange für RATIONAL arbeiten, ehren. Dazu veranstalten wir großartige Feiern. Die Jubilare werden geehrt, erhalten tolle Geschenke und feiern zusammen bei einem exklusiven Abendessen – zubereitet von unseren Köchen in unseren Geräten.

Zur Vorstellung der Jubilare verwenden wir ab und zu auch kurze Filme. Einen kleinen, durchaus unterhaltsamen Ausschnitt daraus habe ich Ihnen auch heute mitgebracht.

Film Jubilare

Keine Folie

Ja, so sind sie, die Menschen bei RATIONAL. Was wir hier haben, ist sehr wertvoll und selten. Man kann das fühlen, wenn man bei uns ist. Darauf sind wir alle sehr stolz.

Wir tun viel dafür, dass das so bleibt und ich hoffe, dass das noch lange so bleibt.

Daher danke ich zum Schluss allen U.i.U. weltweit für ihren Einsatz, ihre Leistung und ihren Beitrag dazu, dass wir ein wirklich außerordentliches Unternehmen bleiben.

Ich bedanke mich auch bei unseren Kunden, für Ihr Vertrauen und ihr Geschäft und schlussendlich bei Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre.

Präsentation Herr Walter – HV 2025

Folie: Zahlen, Daten, Fakten

Sehr geehrte Damen und Herren,

sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

lassen Sie mich einleitend zum Zahlenteil vor dem Hintergrund der aktuellen Turbulenzen der Weltwirtschaft einige Worte zum wirtschaftlichen Umfeld des Geschäftsjahres 2024 sagen:

Die Weltwirtschaft wuchs im vergangenen Jahr um 3,2 % mit dem üblichen Muster: Industrieländer mit 1,7 % etwas weniger, Schwellenländer mit 4,2 % mehr. Insgesamt war das leicht über dem Durchschnitt der letzten 10 Jahren.

Wir sind als produktseitig stark fokussiertes Unternehmen weltweit tätig, denn wir möchten Kunden auf der ganzen Welt gleichermaßen erreichen und Ihnen unseren Kundennutzen anbieten. Das gibt uns weltweit Wachstumschancen und ist gleichzeitig ein wichtiges Element für unser Risikomanagement:

Gerade die letzten zwei Jahre mit der Stagnation in Deutschland mit entsprechenden Auswirkungen auf das Gastgewerbe und damit auch auf die Großküchenbranche verdeutlichen, wie wichtig diese weltweite Ausrichtung ist. Denn weltweit gesehen

hat sich die Großküchenbranche auch im letzten Jahr positiv entwickelt.

Daher können wir erneut gute Zahlen mit neuen Rekordwerten präsentieren. Und es wird einmal mehr deutlich, dass unser Geschäftsmodell insgesamt resilient ist gegenüber konjunkturellen Schwankungen in den Regionen der Welt.

Unsere Geschäftszahlen haben wir mit der Bilanzpressekonferenz am 27. März veröffentlicht. Lassen Sie uns nun gemeinsam einen Blick auf die Zahlen des vergangenen Jahres werfen:

Folie: Starke Umsatzentwicklung im Jahr 2024

Beginnen wir mit dem Umsatz: Sie sehen hier die Entwicklung der Umsatzerlöse der Jahre 2019 bis 2024. Trotz der herausfordernden wirtschaftlichen Lage in einzelnen Regionen der Welt und bei einzelnen Kundengruppen haben wir insgesamt unseren Wachstumskurs auch im letzten Jahr fortgesetzt.

Wir haben mit 1,194 Mrd. EUR Umsatz mit unseren erstklassigen Produkten und Dienstleistungen erneut einen neuen Umsatzrekord erreicht und konnten den Vorjahreswert um +6 % bzw. um nahezu 70 Millionen EUR übertreffen.

Wir lagen damit innerhalb der Bandbreite unserer Prognose zu Beginn des letzten Jahres und hatten damit insgesamt eine planmäßige Geschäftsentwicklung.

Die gute Geschäftsentwicklung war getragen einerseits von Stückzahlwachstum unserer Geräte und andererseits – wie in den Vorjahren auch – einem überproportionalen Wachstum des Nicht-Gerätegeschäfts, also Zubehör, Reiniger und Serviceprodukte. Der Umsatzanteil des Nichtgeräte-Geschäfts hat sich im letzten Jahr auf 31 % erhöht und trägt damit insgesamt zur Stabilisierung unserer Umsatzstruktur bei.

Preiserhöhungen für unsere Geräte haben im Gegensatz zu den Jahren der Versorgungskrise im letzten Jahr keine wesentliche Rolle gespielt.

Folie: Nordamerika und Europa als Wachstumstreiber

Schauen wir auf die **Geschäftsentwicklung nach Regionen**.

Europa (ohne Deutschland) und Nordamerika sind unsere beiden größten Vertriebsregionen. Zusammen stehen sie für einen Umsatzanteil von 65 %. Und diese beiden Regionen haben mit einem Umsatzplus von jeweils +7 % maßgeblich die Umsatzentwicklung der Gruppe geprägt.

Das Wachstum in Europa wurde durch eine gute Entwicklung in den großen Märkten Großbritannien und Frankreich getragen.

Aber auch die ost-europäischen Märkte Polen, Tschechien, Ungarn sowie die Türkei konnten jeweils zweistellig wachsen.

Diese Märkte bieten aufgrund ihrer noch geringen Marktdurchdringung auch in Zukunft gute Wachstumschancen.

Nordamerika war in den letzten Jahren unser Wachstumsmotor Nummer 1 und hat aufgrund des großen freien Marktpotentials jedes Jahr gut zweistellige Wachstumsraten erzielt. Im letzten Jahr ist das Wachstum mit +7 % geringer ausgefallen. Ein Blick auf unsere amerikanischen Mitbewerber zeigt jedoch, dass wir uns auch im letzten Jahr in den USA gut behauptet haben. Denn unsere Mitbewerber haben für das letzte Geschäftsjahr überwiegend stagnierende, zum Teil rückläufige Zahlen veröffentlicht.

Deutschland hat sich trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds mit einem Umsatz von 124 Mio. EUR auf einem stabilen Niveau gehalten und legte leicht um 2 % zu.

In Asien hatten wir erstmals seit vielen Jahren einen Umsatzrückgang um -2 %. Hier spiegeln sich zwei Effekte wider: Einerseits eine dynamische Geschäftsentwicklung in Japan, Korea und den asiatischen Partnermärkten mit jeweils Wachstumsraten

von über 15 %. Auf der anderen Seite hatten wir einen Umsatzrückgang in China zu verkraften. Hier haben wir im zweiten Halbjahr 2023 bis zum ersten Quartal 2024 einen Sonderauftrag an einen chinesischen Kettenkunden ausgeliefert. Dieser Sonderauftrag beeinflusst den Umsatzvergleich beider Jahre negativ.

Auch die kleinsten Regionen trugen zum Wachstum bei, wenn auch auf einem niedrigeren absoluten Niveau. Der Umsatz in Lateinamerika stieg um 17 % und der Umsatz in der Region „Rest of World“ konnte um 15 % zulegen.

Zusammenfassend hatten wir im letzten Jahr ein etwas untypisches Bild mit dem Umsatzrückgang in Asien und dem vergleichsweise geringen Wachstum in Nordamerika. Allerdings sehen wir auch, dass wir in etablierten Märkten in Europa noch gute Wachstumschancen haben und dadurch solche regionalen Schwächephasen kompensieren können.

Folie: iVario zurück auf Wachstumskurs

Ein Blick auf die Entwicklung unserer Produktgruppen:

Das iVario konnte – nachdem wir im Vorjahr aufgrund der Verwerfungen durch die Lieferkrise einen Umsatzrückgang

ausgewiesen haben – zu seinem dynamischen Wachstumspfad mit einem Umsatzplus von +16 zurückkehren. Besonders erfreulich hat sich das Geschäft in den Überseeregionen Lateinamerika, Asien und Rest der Welt mit Wachstumsraten jeweils um die 50 % entwickelt.

Die Umsatzentwicklung des Konzerns wird aufgrund der Größe im Wesentlichen geprägt durch die Produktgruppe iCombi. Hier hatten wir ein Wachstum von +5 %. Die regionale Entwicklung verlief analog zur schon gezeigten regionalen Entwicklung des Konzerns.

Folie: EBIT wächst schneller als Umsatzerlöse

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern – das EBIT – hat im letzten Jahr mit 314 Mio. EUR analog zum Umsatzrekord ein neues Allzeithoch erreicht. Wir konnten im Vergleich zum Umsatzwachstum das EBIT überproportional um +13 % steigern. Die EBIT-Marge stieg dadurch auf 26,3 % und erreicht damit früher als von uns ursprünglich erwartet das Vor-Corona-Niveau.

Wesentlicher Treiber für die gute Ergebnisentwicklung war neben dem Umsatzwachstum eine deutlich verbesserte

Rohhertragsmarge von 59,2 %. Im Vorjahresvergleich hat die Rohhertragsmarge um +2,5%-Punkte zugelegt. Der Hauptgrund sind die rückläufigen Einstandspreise, insbesondere bei chemischen Produkten und niedrigere Eingangsfrachten.

Die operativen Kosten stiegen im Vergleich zum Umsatz leicht überproportional um +7 % auf 385 Mio. EUR. Den höchsten Anstieg verzeichneten wir bei den Forschungs- und Entwicklungskosten, wo wir um +25 % zulegen und damit weiter in die Zukunft von RATIONAL investieren.

Insgesamt sind wir – Vorstand und Aufsichtsrat – mit dem neuen EBIT-Rekord und der schnelleren Rückkehr der EBIT-Marge auf das Vor-Corona-Niveau sehr zufrieden.

Folie: Investitionen 2024

Wir haben im letzten Jahr im üblichen Umfang Investitionen in die Zukunft von RATIONAL getätigt. Das Investitionsvolumen lag bei 32 Mio. EUR, was aufgrund von Verzögerungen bei einigen Investitionsprojekte etwas unter unserer Erwartung lag.

Ein Großteil der Investitionen, nämlich 29 Mio. EUR betrafen reine Sachinvestitionen. Weitere 3 Mio. EUR entfielen auf die Aktivierung von Entwicklungskosten, u.a. für den iHexagon.

Herr Dr. Stadelmann hat in seiner Rede bereits zu unseren wichtigen Investitionsprojekten – den Bauprojekten in Wittenheim und in Suzhou informiert. Weitere Projekte waren zur Stärkung unserer internationalen Vertriebspräsenz der Ausbau der Niederlassungen in Japan, Spanien und Polen.

Folie: Solide Bilanz für Sicherheit und Flexibilität

Ein Blick auf die Bilanz: Unsere solide Bilanzstruktur haben wir im letzten Jahr nochmals stärken können.

Die Bilanzsumme ist um +12 % auf 1,106 Mrd. EUR gewachsen und überschreitet damit erstmals die Marke von 1 Mrd. EUR.

Verantwortlich ist hierfür der Anstieg des Eigenkapitals um knapp 100 Mio. EUR aufgrund der guten Ertragssituation des letzten Jahres und einer im Vergleich dazu niedrigeren Dividendenausschüttung.

Auf der Aktivseite wirkt sich dies in liquiden Mitteln (Bankguthaben und kurzfristigen Geldanlagen zusammen) von über 500 Mio. EUR aus.

Mit einer Eigenkapitalquote von 77 % und einer Liquiditätsquote von 45 % sind wir damit sehr robust aufgestellt.

Folie: 25 Jahre an der Börse

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
nach dem 50-jährigen Firmenjubiläum vor 2 Jahren konnten wir
vor 2 Monaten ein weiteres Jubiläum feiern:
nämlich 25 Jahre RATIONAL an der Börse!

Damals im Jahr 2000 - 27 Jahre nach der
Unternehmensgründung - erwirtschaftete RATIONAL mit rund
600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von
150 Mio. EUR und war damals schon mit einem EBIT von
30 Mio. EUR und einer EBIT-Marge von 20 % sehr profitabel.

Der Börsenneuling RATIONAL unterschied sich damit von den
vielen Börsengängen im damaligen Börsenhype des Neuen
Marktes. Von 1998 bis 2000 gab es über 400 Börsengänge in
Deutschland. Viele dieser Börsengänge bestanden aus Visionen
und viel Fantasie und hatten im Gegensatz zu RATIONAL wenig
Historie und nur selten vorzeigbare reale Ergebnisse.

Reale Ergebnisse aber zählte in diesen Tagen wenig und so
berichtete eine bekannte Deutsche Zeitung über den Börsengang
von RATIONAL mit der Überschrift

„RATIONAL - So sexy wie Pichelsteiner Eintopf“.

Heute, 25 Jahre später, gibt es nur noch wenige der damaligen Börsenstars. RATIONAL hingegen konnten auf Basis der damals schon vorhandenen und seitdem unveränderten Strategie,

- 1) der konsequenten Ausrichtung auf den Kundennutzen
- 2) der Fokussierung und der Spezialisierung auf die thermische Speisezubereitung im gewerblichen Umfeld
- 3) und mit einer Unternehmenskultur, die auf Leistung und Selbststeuerung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – unsere Unternehmer im Unternehmen – basiert

den Erfolg weiterführen und kann daher auch beeindruckende finanzielle Resultate vorweisen:

Der Ausgabepreis wurde damals auf 23 EUR festgelegt. Die Erstnotierung war am 3. März 2000 im Prime Standard der Deutschen Börse und lag bei 35 EUR.

Ende 2000 lag der Börsenkurs bereits bei 72 €, was damals schon in kurzer Zeit ein Kursplus von über +300 % war.

Aber die Erfolgsgeschichte ging weiter und bis heute hat sich der Umsatz verachtfacht, das Ergebnis verzehnfacht und der Börsenkurs ist 33 mal so hoch, wie der Ausgabepreis.

Allein mit den Dividenden der letzten beiden Geschäftsjahre haben Anleger der ersten Stunde ihren ursprünglichen

Kapitaleinsatz zurückerhalten. Zusammen mit der vorgeschlagenen Dividende für 2024 haben wir kumuliert 150 EUR Dividende pro Aktie ausgeschüttet, was einem Ausschüttungsvolumen von 1,7 Mrd. EUR entspricht.

Mit welcher Leidenschaft wir unseren Geschäftszweck verfolgen und welche Qualität unsere Produkte haben, möchten wir auch Ihnen – liebe Aktionärinnen und Aktionäre – auf unseren Hauptversammlungen zeigen.

Wir kochen mit unseren Köchen und unseren Geräten selbst und wo andere börsennotierte Unternehmen auf ihren Hauptversammlungen nur eine einfache Mahlzeit bereitstellen, nutzen wir diese Gelegenheit, um Ihnen unterschiedliche vollständige Menüs anzubieten.

Ich möchte an dieser Stelle allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern danken, die mit viel Leidenschaft und hohem Einsatz zum Erfolg dieser Hauptversammlung und der vergangenen Hauptversammlungen beitragen haben.

Folie: Entwicklung der RATIONAL Aktie

Das war der langfristige Blick auf unsere Börsenhistorie.

Kommen wir nun zur Entwicklung der RATIONAL Aktie im letzten Geschäftsjahr:

In die langfristige Erfolgsgeschichte reiht sich auch das letzte Börsenjahr ein: Sie sehen auf dem Chart die Entwicklung unserer Aktie im Vergleich zu DAX und MDAX.

Die Aktie ist mit einem Kurs von knapp 700 EUR in das Geschäftsjahr gestartet und konnten zum Jahreswechsel mit einem Kurs von 824 EUR einen Zuwachs von +18 % verzeichnen. Wir haben uns damit analog zum DAX entwickelt und schlagen den MDAX um stolze 24 %-Punkte.

Den Erfolg des Börsenjahrs 2024 kann die Aktie im laufenden Jahr 2025 allerdings bisher nicht behaupten. Im Nachgang zur Veröffentlichung der Zahlen auf der Bilanzpressekonferenz Ende März und insbesondere durch die Turbulenzen an den weltweiten Aktienmärkten im Zuge der amerikanischen Zollpolitik liegt der Kurs im Vergleich zum Jahresbeginn mit 8 % im Minus. Positiv dabei: Von dem Jahrestiefstwert am 07.04. mit 679 EUR hat sich der Kurs mittlerweile wieder um +12 % erholt.

Folie: Dividende 2024

Unsere Dividendenpolitik sieht vor, dass wir langfristig ca. 70 % des Gewinns je Aktie ausschütten.

Im letzten Jahr haben wir 13,50 EUR pro Aktie ausgeschüttet was einer Ausschüttungsquote von 72 % entsprach.

Für das Geschäftsjahr 2024 schlagen wir der Hauptversammlung eine Dividende von 15,00 Euro pro Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 68% und einer Dividendenerhöhung zum Vorjahr um +11%.

Und natürlich – wir haben die Bilanz vorhin gesehen – verbleibt nach der Ausschüttung genügend Liquidität im Unternehmen, um in wirtschaftlich anspruchsvolle Zeiten reagieren zu können und gleichzeitig in die Zukunft zu investieren.

Wir würden uns freuen, wenn Sie - verehrte Aktionärinnen und Aktionäre - diesen Vorschlag unterstützen.

Abschließend zum Thema Dividenden habe ich noch einen Hinweis für die Inhaber effektiver Stückaktien. Es gibt Änderungen hinsichtlich der zukünftigen Ausschüttung der Dividenden. Deshalb die Bitte, sollten Sie noch über physische Aktienurkunden der RATIONAL AG verfügen, melden Sie sich

bitte am Wortmeldetisch oder im Nachgang bei unserem Investor Relations Team. Vielen Dank!

Folie: Erfolgreicher Start ins Jahr 2025 / Umsatz

Kommen wir nun zum laufenden Geschäftsjahr 2025: Wir haben letzte Woche Dienstag die Ergebnisse des 1. Quartals veröffentlicht. Der Start ins Geschäftsjahr 2025 ist gut gelungen. Mit Umsatzerlösen von 295 Mio. EUR konnten wir den hohen Vorjahreswert um 3 % übertreffen. Dabei kann das iVario mit einem Umsatzanstieg um +10% eine etwas höhere Wachstumsrate aufweisen.

Gut entwickelt mit überproportionalem Wachstum haben sich einmal mehr Nordamerika mit +11 % und Europa +7 %. Beide Regionen können den Umsatzrückgang in Asien von -20 % ausgleichen. Auch hier macht sich der Sonderauftrag von dem chinesischen Kettenkunden im Vorjahrsvergleich bemerkbar.

Ergebnisseitig haben wir im ersten Quartal 72 Mio. EUR erzielt, ein Zuwachs gegenüber Vorjahr von 1 %.

Hintergrund für den unterproportionalen Ergebnisanstieg im sind höhere Operative Kosten im Zuge des Ausbaus unseres

Vertriebs sowie der Zukunftsinvestitionen in Forschung und Entwicklung und das Projekt „Road to China“.

Die EBIT-Marge liegt mit auf 24,4 % im Rahmen unserer Erwartungen.

Folie: Ausblick 2025

Das bringt mich zu unserer laufenden Prognose für 2025: Insgesamt erwarten wir, dass 2025 erneut ein Jahr des Wachstums für uns wird.

Wir erwarten, dass sich unser langfristiger Wachstumstrend im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich fortsetzen lässt. Aufgrund der jüngsten Entwicklungen der Weltwirtschaft halten wir für 2025 ein Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich für realistisch.

Die Rohstoff- und Logistikpreise haben sich im letzten Jahr stabilisiert. Aktuelle Anzeichen deuten darauf hin, dass sich die Preise auf dem derzeitigen Niveau halten. Gleichzeitig haben wir unsere Verkaufspreise für viele unserer Pflegeprodukte zum 1. Januar 2025 gesenkt. Aus diesem Grund erwarten wir für 2025 eine etwas niedrigere Bruttomarge.

Auch in diesem Jahr werden wir einen Teil unserer operativen Aufwendungen bewusst erhöhen. Wir planen gezielte Maßnahmen im Vertrieb, um unsere Kundennähe zu erhöhen. Ebenfalls werden wir den Aufbau der Produktion in China fortführen und weiter in die Forschung und Entwicklung investieren. Alle anderen Kosten werden wir dagegen stabil halten und wir haben dazu ein Effizienzsteigerungsprogramm aufgesetzt. Insgesamt erwarten wir, dass die operativen Kosten etwas stärker steigen als die Umsatzerlöse.

Aus all dem gesagten folgt, dass wir für 2025 eine EBIT-Marge von rund 26 % erwarten.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Das bringt mich zum Schluss meines Vortrags:

Der langjährige Trend nach mehr Außerhausverpflegung bei weltweitem Bevölkerungswachstum ist unverändert vorhanden.

Die aktuellen Herausforderungen – Stichworte sind der Fachkräftemangel, hohe Energiekosten, steigende Lebensmittelpreise und der Bedarf nach nachhaltigem Garen – sehen wir als Chance, die unsere Geschäftsaussichten unterstützen.

Mit unserer konsequenten Ausrichtung am Kundennutzen und mit unseren technologisch führenden Produkten, mit unseren hochqualifizierten und motivierten UiUs, mit unserer weltweiten Marktpräsenz sind wir in diesem attraktiven Markt sehr gut positioniert.

Wir blicken daher optimistisch in die Zukunft und freuen uns, wenn wir diese Zukunft gemeinsam mit Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, gestalten können.

Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit und gebe das Wort zurück an den Versammlungsleiter, Herrn Baumgärtner