

# Brief des Vorstands über die ersten neun Monate 2022



„Bereits 2021 erzielten wir bei der Kundenzufriedenheit mit einem Net Promoter Score (NPS) von 61 einen Topwert und gehörten damit zum Segment „Best in Class“. Umso glücklicher stimmt es mich, Ihnen in diesem Jahr einen noch besseren NPS präsentieren zu dürfen. Mit 64 Punkten konnten wir uns auf dem ohnehin sehr hohen Niveau nochmals verbessern.“

**Dr. Peter Stadelmann**  
CEO RATIONAL AG

**Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,  
verehrte Kunden und Geschäftspartner,**

die Materialverfügbarkeit hat sich stabilisiert, die Preiserhöhungen zeigen zunehmend Wirkung und die Währungsentwicklung wirkte positiv. In Summe führte dies dazu, dass unsere Umsätze in jedem der diesjährigen Quartale jeweils auf Allzeithoch lagen. Mit Umsatzerlösen von knapp unter einer Milliarde Euro erwarten wir für das Geschäftsjahr 2022 ein Niveau, welches wir Ende 2021 bei der Planung für 2022 aufgrund der Materialknappheit nicht erwartet haben.

Seit einigen Wochen gelingt es, uns durch die erhöhten Auslieferungen und niedrigeren Auftrags-  
einträge die Auftragsbestände und Lieferzeiten zu reduzieren. Auch der Bestand der teilmontierten  
Geräte, welche auf die Komplettierung mit den fehlenden Steuerrechnern warten, konnte abge-  
baut werden. Wir hoffen, bereits in wenigen Monaten diese Überbrückungsmaßnahmen einstellen  
zu können.

Durch die starke Umsatzentwicklung wird auch das Jahresergebnis besser als ursprünglich geplant.  
Mit einer erwarteten EBIT-Marge von 21,5 % bis 22,5 % und einem EBIT (Ergebnis vor Finanzergebnis  
und Steuern) von über 200 Mio. Euro nähern wir uns dem Vorkrisenniveau aus dem Jahr 2019.

Als Ende September größere Klarheit über diese verbesserte Situation bestand, wandten wir uns  
am 29. September 2022 mit einer Ad-hoc-Meldung an die Öffentlichkeit. Der Aktienkursverlauf  
spiegelte die Erleichterung der Anleger über eine positive Meldung inmitten von Gewinnwarnungen  
und anderen Hiobsbotschaften wider.

All das wäre nicht ohne unsere motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter möglich gewesen.  
Dass unser U.i.U. (Unternehmer im Unternehmen)-Prinzip sowohl den Unternehmenserfolg als auch  
die Mitarbeiterzufriedenheit voranbringt, konnten wir seit Jahren beweisen. Auch in bewegten und  
beispiellos anspruchsvollen Zeiten sind 87 % unserer U.i.U. stolz darauf, bei RATIONAL zu arbeiten.

Das zeigte die letzte Mitarbeiterzufriedenheitsumfrage im Mai 2022. Das macht mich sehr glücklich und stimmt uns positiv für die Zukunft. Sie gaben aber vermehrt auch zum Ausdruck, dass die Belastung und der Stress zugenommen haben. Deswegen bedanke ich mich auch an dieser Stelle herzlich bei unseren U.i.U. in der ganzen Welt.

Unser Unternehmensgründer Siegfried Meister hat es zur DNA von RATIONAL gemacht, dass alle U.i.U. den Kundennutzen bei allem, was sie tun, an oberste Stelle setzen. Schnelles Wachstum und Gewinnmaximierung standen nie im Mittelpunkt unseres Handelns. Die Aufgabe unseres Unternehmens ist und bleibt es, unseren Kunden in bestmöglicher Weise bei der Lösung ihrer Probleme zu helfen. Erst daraus entstehen Wachstum und Gewinn.

Für uns ist das Feedback unserer Kunden am allerwichtigsten. Deshalb führen wir jährlich eine Kundenzufriedenheitsumfrage durch. Seit 2021 erfolgt das unter Verwendung der international anerkannten Kenngröße des Net Promoter Scores (NPS). Bereits letztes Jahr erzielten wir mit einem NPS von 61 einen Topwert und gehörten damit zum Segment „Best in Class“. Im Branchenvergleich lagen wir deutlich über dem Durchschnitt der Nahrungs- und Getränkeindustrie (NPS: 37), der Fertigungsindustrie (NPS: 30) und dem Schnitt der B2B-Unternehmen (NPS: 32). Umso glücklicher stimmt es uns alle, Ihnen in diesem Jahr einen noch besseren NPS präsentieren zu dürfen. Mit 64 Punkten konnten wir uns auf dem ohnehin sehr hohen Niveau nochmals verbessern. Besonders schätzen unsere Kunden die Kochergebnisse mit unseren Geräten, deren Performance, Zuverlässigkeit und Qualität. Wir schätzen aber auch kritische Kundenstimmen. Denn nur durch ihre offenen Worte und Verbesserungsvorschläge können wir uns weiter verbessern und immer mehr Kunden noch besser helfen.

Neben den zahlreichen positiven Rekorden stehen wir aber auch vor nie dagewesenen Herausforderungen. Wir sehen enorme Kostenerhöhungen für Rohstoffe, Vorprodukte und Logistik. Unsere Kunden schätzen es, dass wir unsere Preise nicht reflexartig erhöhen, da dies eben nicht den Kundennutzen steigert. Sie wissen aber auch, dass wir in speziellen Situationen, wie sie selbst, keine andere Wahl haben. In diesen außergewöhnlichen Zeiten sahen wir uns gezwungen, weltweite Preisanpassungen durchzuführen. Hierbei ist es uns wichtig, behutsam vorzugehen und die Preise in einem angemessenen Rahmen zu erhöhen.

Besonders in Europa leiden Unternehmen, Selbstständige, aber auch die privaten Haushalte unter den rekordhohen Energie- und Lebensmittelpreisen. Energieeffizienz wird somit zunehmend ein elementarer Bestandteil der Investitionsentscheidung für oder gegen ein Kochsystem.

Für RATIONAL war Ressourcenschonung und speziell Energieeffizienz schon immer ein integraler Teil des Innovationsprozesses. Mit jeder neuen Gerätegeneration setzen wir uns ambitionierte Ziele in Sachen Energieeffizienz und ermöglichen durch unsere Garintelligenz eine optimale, gleichbleibende Garqualität. Und das ohne vermeidbare Lebensmittelabfälle bei gleichzeitig geringen Energieverbräuchen. Deshalb entscheiden sich immer mehr Kunden für unsere intelligenten und multifunktionalen Kochsysteme und sparen hierdurch nicht nur Energie- und Lebensmittelkosten, sondern schonen zudem die Umwelt.

Für dieses hohes Maß an Anpassungsfähigkeit, kluge Konzepte gegen den Personalmangel und nachhaltige Ideen für Energieeffizienz und Klima wurden wir durch die WirtschaftsWoche und das Beratungsunternehmen Munich Strategy als einer der „Top 100 Innovations-Champions“ unter mehr als 4.000 Mittelständlern ausgezeichnet.

Diese kompromisslose Kundenorientierung sowie der klare Fokus auf intelligente und multifunktionale Kochsysteme haben uns eine hohe Wertschätzung bei unseren Kunden und die unangefochtene Marktführerschaft ermöglicht. Diese Strategie hat uns gut durch vergangene Krisen gebracht und wir sind überzeugt, dass wir auch gestärkt aus dieser Krise herauskommen werden.

Auch in Zukunft werden wir unser Unternehmen nach diesen Leitsternen ausrichten. Wir werden speziell in den kommenden Monaten an der Seite unserer Kunden stehen und die großen Herausforderungen gemeinsam meistern. Im Namen aller U.i.U. von RATIONAL bedanke ich mich bei allen Kunden, Lieferanten und Partnern für das Vertrauen und die gute Zusammenarbeit.

Mit besten Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to read "P. Stadelmann". The signature is fluid and includes a stylized flourish at the end.

**Dr. Peter Stadelmann**  
CEO RATIONAL AG