



RATIONAL的SelfCooking Center®

总是仅需 选取烹饪原料 确定烹饪结果 这就行了!

RATIONAL®

Kennzahlen	Angaben in Tausend €	1. Quartal	1. Quartal	Veränderung
		2007	2006	
Umsatzerlöse		73.949	62.878	+18%
Auslandsanteil in %		85%	85%	+/- 0%-Pkte.
Herstellungskosten in % der Umsatzerlöse		30.150 40,8%	24.890 39,6%	+21%
Bruttoergebnis vom Umsatz in % der Umsatzerlöse		43.799 59,2%	37.988 60,4%	+15%
Vertriebs- und Servicekosten in % der Umsatzerlöse		19.401 26,2%	17.720 28,2%	+9%
Forschungs- und Entwicklungskosten in % der Umsatzerlöse		2.715 3,7%	2.452 3,9%	+11%
Allgemeine Verwaltungskosten in % der Umsatzerlöse		3.870 5,2%	3.056 4,9%	+27%
EBIT – Ergebnis vor Zinsen und Steuern in % der Umsatzerlöse		17.539 23,7%	14.648 23,3%	+20%
EBT – Ergebnis vor Steuern in % der Umsatzerlöse		17.714 24,0%	14.665 23,3%	+21%
Konzernergebnis in % der Umsatzerlöse je Aktie in Euro		11.329 15,3% 1,00	9.334 14,8% 0,82	+21%
Mitarbeiter (durchschnittliche Anzahl)		927	837	+11%
Umsatzerlöse je Mitarbeiter		79,8	75,1	+6%
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit je Aktie in Euro		4.190 0,37	7.917 0,70	-47%
Bilanzsumme		152.549	140.861	+8%
Eigenkapital in % der Bilanzsumme		117.478 77,0%	97.398 69,1%	+21%
Working Capital (ohne liquide Mittel) in % der Umsatzerlöse		63.433 85,8%	55.161 87,7%	+15%

Sehr geehrte Aktionäre,
sehr geehrte Geschäftsfreunde,

vielen Dank für Ihr Interesse an der RATIONAL AG.

Mit dem vorliegenden Bericht informieren wir Sie über den Geschäftsverlauf der RATIONAL AG im 1. Quartal 2007 und geben Ihnen einen Ausblick zur weiteren Entwicklung der Gesellschaft im Geschäftsjahr 2007.

Wirtschaftsbericht

Robuste Weltkonjunktur

Die Weltwirtschaft geht auch nach vier Jahren kräftiger Expansion mit Schwung in das Jahr 2007. Vom Institut für Weltwirtschaft (IfW) wurde die Prognose für die Zunahme der Weltproduktion von 4,4 Prozent auf 4,7 Prozent erhöht. Hintergrund für diese optimistische Sicht ist die Einschätzung, dass sich das Wachstum des Produktionspotentials in den vergangenen Jahren deutlich verstärkt hat. Während erwartet wird, dass die gesamtwirtschaftliche Kapazitätsauslastung in den USA bis in das kommende Jahr hinein weiter zurückgeht, soll sich der Aufschwung in Japan und in der Europäischen Union fortsetzen. Der Euro hat im Vergleich zum 1. Quartal des Vorjahres vor allem gegenüber dem US-Dollar und dem japanischen Yen deutlich an Wert gewonnen.

Unternehmens- entwicklung

RATIONAL steigert Umsatz um 18 Prozent

Mit einem Umsatzanstieg von 11 Millionen Euro oder 18 Prozent auf 73,9 Millionen Euro (Vorjahr 62,9 Millionen Euro) hat die RATIONAL AG ihren weltweiten Erfolgskurs auch im 1. Quartal 2007 eindrucksvoll fortgesetzt. Wachstumsträger waren neben den etablierten Tochtergesellschaften in den Industrieländern vor allem die Vertriebsgesellschaften in den neuen Märkten Osteuropas, Lateinamerikas und Asiens. Die Erschließung potenzialstarker Märkte mit eigenen, hocheffizienten Vertriebsorganisationen war auch im 1. Quartal 2007 einmal mehr Garant des erfolgreichen Wachstums der RATIONAL AG.

EBIT steigt überproportional um 20 Prozent

Trotz der auch zum Jahresbeginn 2007 weiter deutlich gestiegenen Rohstoffpreise und hier insbesondere des Preises des Legierungszuschlags für hochwertiges Edelstahl konnte das EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern) überproportional um 20 Prozent auf 17,5 Millionen Euro (Vorjahr 14,6 Millionen Euro) gesteigert werden. Die EBIT-Marge erhöht sich dabei leicht von 23,3 Prozent auf 23,7 Prozent. Deutliche Produktivitätssteigerungen wurden erneut im Fertigungsbereich aber auch bei den Vertriebs- und Servicekosten erreicht. Der weltweite RATIONAL Vertriebsprozess wird von den Vertriebsgesellschaften nach dem Prinzip „von den Besten lernen“ immer effizienter umgesetzt. Die Verwaltungskosten steigen im Berichtszeitraum aufgrund höherer Beratungskosten und besonderer Aufwendungen für Abfindungen überproportional.

Verstärktes Wachstum durch Zellteilung, erfolgreich in neuen Märkten

Mit zunehmendem Wachstum und zunehmender Größe nehmen in vielen Unternehmen die Komplexität, die Arbeitsteilung und die Hierarchieebenen überproportional zu. Die konsequente Fokussierung auf den ganzheitlichen Kundennutzen geht dabei oft verloren. Um eine derartige Entwicklung von vornherein auszuschließen, wird RATIONAL seit Jahren in überschaubare, rechtlich selbstständige Teilgesellschaften mit kompetenter unternehmerischer Führung und klar definierten Aufgaben gegliedert. Die Mitarbeiter jeder Gesellschaft kennen ihre Ziele und Aufgaben und damit ihren Beitrag zum Kundennutzen genau. Sie übernehmen als Unternehmer im Unternehmen persönlich Verantwortung und treffen die notwendigen Entscheidungen selbst.



Ein Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung dieser Strategie ist die Anfang 2006 etablierte Tochtergesellschaft RATIONAL International AG. Mit ihren flexiblen und hocheffizienten Vertriebsstrukturen fokussiert sich die Gesellschaft insbesondere auf die Erschließung der Wachstumspotentiale in Schwellenländern. Wir werden so der stark zunehmenden wirtschaftlichen Bedeutung der Schwellenländer in bester Weise gerecht. Die Wirtschaftskraft der Schwellenländer erreicht bereits heute das Niveau der klassischen Industrieländer und wird diese Jahr für Jahr immer weiter übertreffen. Die größten

Volkswirtschaften der Welt heißen in Zukunft China, USA, Japan, Indien und Russland.

Messeauftritt überzeugt Kunden weltweit

Die RATIONAL AG hat ihren internationalen Messeauftritt grundlegend neu gestaltet. Um dem Messebesucher den Nutzen und die Zeit, die das SelfCooking Center® den Köchen in den professionellen Küchen für Kreativität gibt, noch eindrucksvoller zu vermitteln, sind die exzellente Speisenqualität und liebevoll angerichtete Teller im Mittelpunkt der RATIONAL Erlebnisgastronomie. Auf den Messen, die im 1. Quartal 2007 stattgefunden haben, wie der „Internorga“ in Hamburg, der „Hostelequip“ in Malaga, der „Alles für den Gast“ in Salzburg, der „Hoteres“ in Tokio oder der „Eurogastro“ in Warschau, waren die Messebesucher von der RATIONAL Technologie und dem Messeauftritt begeistert.

... immer besser: Neues Messekonzept



Malaga, Spanien

Das neue RATIONAL Messekonzept begeisterte das spanische Fachpublikum auf der HOSTELEQUIP vom 03. bis 06.03.2007. Standbau und Ablauforganisation waren perfekt aufeinander abgestimmt.



Tokio, Japan

Auch die HOTERES vom 13. bis 16.03.2007 konnte einen RATIONAL Rekord verbuchen. Mit deutlich mehr Kundenkontakten war sie die erfolgreichste Messe für das japanische RATIONAL Team.



Hamburg, Deutschland

Die INTERNORGA vom 09. bis 14.03.2007 war für RATIONAL Deutschland die erfolgreichste Messe aller Zeiten. Trainierte und motivierte Mitarbeiter generierten Kundenkontakte auf Spitzenniveau.

International Best Service Award 2007

Der International Best Service Award ist einer der bedeutendsten internationalen Fachpreise für innovative und zukunftsweisende Service Konzepte. Für den International Best Service Award, der von namenhaften Partnern wie SAP und dem Unternehmensmagazin „Markt und Mittelstand“ unterstützt wird, waren weltweit mehr als 30 Firmen in der Auswahl. Die RATIONAL AG wurde im Bereich Kundenservice ausgezeichnet und erhielt als eines der Top 3 Unternehmen den „International Best Service Award 2007“. RATIONAL bekam die Auszeichnung für sein herausragendes, weltweites Service-Partner-Konzept. Mitentscheidend waren auch der stringent umgesetzte „One-piece-flow-Prozess“ und der von allen Mitarbeitern gelebte Anspruch „Unternehmer im Unternehmen“ zu sein und so zu agieren. Die Auszeichnung wurde von Hr. Prof. Dr. Pfeiffer von der Universität Reutlingen (Deutschland) im Rahmen der feierlichen Preisverleihung, am 22. Februar 2007 in Berlin übergeben.

Investor Relations ist Vorstandssache

Investor Relations Arbeit hat bei der RATIONAL AG einen sehr hohen Stellenwert. Der Vorstand steht den Aktionären, Analysten, Fondmanagern und Interessenten stets persönlich zur Verfügung. Eine offene, transparente und zeitnahe Informationsbereitstellung für alle Kapitalmarktteilnehmer sehen wir hierbei als oberste Maxime. Im 1. Quartal 2007 erläuterte der Vorstand die Geschäftsentwicklung und die Zukunftspläne der Gesellschaft ausführlich im Rahmen der Bilanzpressekonferenz in München, der DVFA Analystenkonferenz in Frankfurt, auf Roadshows in Zürich, Paris, Edinburgh, London, Amsterdam und Wien sowie bei zahlreichen Investorenbesuchen am Hauptsitz in Landsberg.

I Risikobericht

Chancen und Risiken



Die Chancen für die weitere erfolgreiche Entwicklung der RATIONAL AG liegen in der wettbewerbsüberlegenen Technologie, dem transparenten und hocheffizienten, weltweiten Vertriebs- und Marketingnetzwerk mit eigenen Vertriebsgesellschaften und der Tatsache, dass der adressierbare Markt von 2,5 Millionen Profiküchen mit Bedarf an RATIONAL-Technologie erst zu einem geringen Prozentsatz erschlossen ist.

... immer besser: Internationale Anerkennung



Die RATIONAL AG erhielt als eines der Top 3 Unternehmen den „International Best Service Award 2007“.

Europäische Roadshows

EDINBURGH

WIEN

ZÜRICH

AMSTERDAM

LONDON

PARIS

Durch gezielte Investitionen in Forschung und Entwicklung wird der Technologievorsprung weiter ausgebaut. Die Erschließung neuer Märkte und die immer bessere Durchdringung etablierter Märkte bei gleichzeitig steigender Vertriebseffizienz lassen auch für die Zukunft hervorragende Wachstumschancen erwarten.

Mögliche Risiken ergeben sich vor allem aus einem weiteren Anstieg der Rohstoffpreise, der zunehmenden Stärke des EURO gegenüber dem USD, dem GBP und dem JPY sowie aus allgemeinen geopolitischen Veränderungsprozessen in einzelnen Absatzmärkten. Risikomindernd wirkt jedoch die Tatsache, dass rund 70 Prozent des Gruppenumsatzes in EURO abgewickelt werden.

Die RATIONAL AG verfügt über ein weltweit implementiertes Risikomanagementsystem, das die frühzeitige Erkennung and Analyse von Chancen und Risiken sicherstellt und die Ergreifung entsprechender Maßnahmen bestmöglich unterstützt.

I Prognosebericht

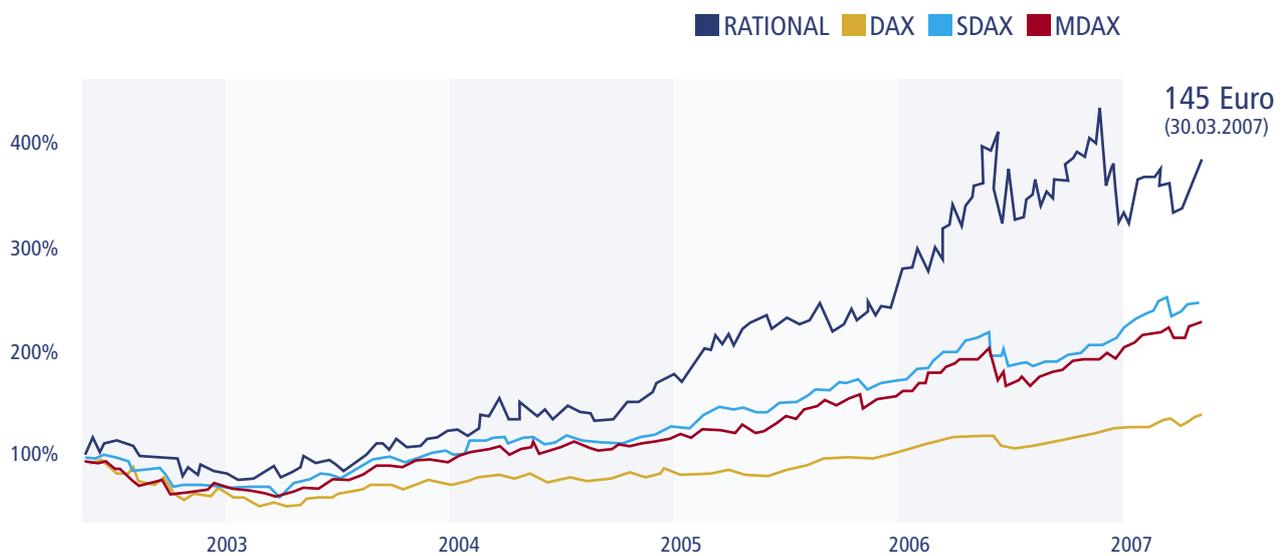
Hohes Umsatz- und Ergebniswachstum für 2007 bestätigt

In 2007 wird in den weiteren Ausbau des internationalen Vertriebs- und Marketingnetzwerkes, in Forschung und Entwicklung sowie in die Erweiterung der Produktionskapazitäten investiert. Mit dem SelfCooking Center® und dem VarioCooking Center® steht der RATIONAL-Gruppe eine einzigartige, innovative Technologieplattform mit höchster Kundenakzeptanz zur Verfügung. Vor diesem Hintergrund erwarten wir im Geschäftsjahr 2007 ein Umsatzwachstum von 15 Prozent auf 325 Millionen Euro, bei einer Ergebnissteigerung beim EBIT von ebenfalls 15 Prozent auf 93 Millionen Euro.

Landsberg am Lech, 27.04.2007

RATIONAL AG
Der Vorstand

... immer besser: Die RATIONAL Aktie



Finanzkalender 2007



**I Gewinn- und
Verlustrechnung
RATIONAL-Konzern**

Angaben in Tausend €	Q1 2007	Q1 2006
Umsatzerlöse	73.949	62.878
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-30.150	-24.890
Bruttoergebnis vom Umsatz	43.799	37.988
Vertriebs- und Servicekosten	-19.401	-17.720
Forschungs- und Entwicklungskosten	-2.715	-2.452
Allgemeine Verwaltungskosten	-3.870	-3.056
Sonstige betriebliche Erträge	613	1.052
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-887	-1.164
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	17.539	14.648
Finanzergebnis	175	17
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)	17.714	14.665
Einkommen- und Ertragsteuern	-6.385	-5.331
Konzernergebnis	11.329	9.334
Gewinnvortrag	66.914	49.248
Bilanzgewinn	78.243	58.582
	Q1 2007	Q1 2006
Durchschnittliche Anzahl der Aktien (unverwässert)	11.370.000	11.370.000
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in Euro bezogen auf das Konzernergebnis	1,00	0,82
Durchschnittliche Anzahl der Aktien (verwässert)	11.370.000	11.381.500
Verwässertes Ergebnis je Aktie in Euro bezogen auf das Konzernergebnis	1,00	0,82

Aktiva RATIONAL-Konzern	Angaben in Tausend €	31.03.2007	31.03.2006	31.12.2006
	Langfristige Vermögenswerte		32.508	32.064
Immaterielle Vermögenswerte		1.741	1.051	1.441
Sachanlagen		27.305	27.456	27.576
Finanzanlagen		218	218	218
Sonstige langfristige Vermögenswerte		101	94	191
Latente Steuererstattungsansprüche		3.143	3.245	3.099
Kurzfristige Vermögenswerte		120.041	108.797	114.034
Vorräte		16.918	15.322	15.496
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		55.513	46.323	53.140
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte		4.331	3.374	4.815
Wertpapiere		5.996	12.997	-
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		37.283	30.781	40.583
Bilanzsumme		152.549	140.861	146.559

Passiva RATIONAL-Konzern	Angaben in Tausend €	31.03.2007	31.03.2006	31.12.2006
	Eigenkapital		117.478	97.398
Gezeichnetes Kapital		11.370	11.370	11.370
Kapitalrücklage		27.351	26.932	27.018
Gewinnrücklagen		514	514	514
Bilanzgewinn		78.243	58.582	66.914
Langfristige Schulden		3.379	4.388	3.633
Pensionsrückstellungen		677	689	672
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten		2.702	3.699	2.961
Kurzfristige Schulden		31.692	39.075	37.110
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten		2.340	5.655	3.432
Kurzfristige Rückstellungen		15.546	16.867	17.675
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		-	5.620	-
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		10.302	6.820	6.787
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten		3.504	4.113	9.216
Schulden		35.071	43.463	40.743
Bilanzsumme		152.549	140.861	146.559

Kapitalentwicklung RATIONAL-Konzern	Angaben in Tausend €						Gesamt
	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	davon: erfolgsneutrale Veränderung	Gewinn- rücklagen	Bilanz- gewinn		
Stand am 01.01.2006	11.370	28.792	-2.338	514	49.248	89.924	
Dividende	-	-	-	-	-	-	
Jahresüberschuss	-	-	-	-	9.334	9.334	
Unterschiedsbeträge aus der Währungsumrechnung	-	-59	-	-	-	-59	
Sonstige Veränderungen	-	-1.801	-1.801	-	-	-1.801	
Summe der Veränderungen	-	-1.860	-1.801	-	9.334	7.474	
Stand am 31.03.2006	11.370	26.932	-4.139	514	58.582	97.398	
Stand am 01.01.2007	11.370	27.018	-3.792	514	66.914	105.816	
Dividende	-	-	-	-	-	-	
Jahresüberschuss	-	-	-	-	11.329	11.329	
Unterschiedsbeträge aus der Währungsumrechnung	-	333	333	-	-	333	
Sonstige Veränderungen	-	-	-	-	-	-	
Summe der Veränderungen	-	333	333	-	11.329	11.662	
Stand am 31.03.2007	11.370	27.351	-3.459	514	78.243	117.478	

Kapitalflussrechnung RATIONAL-Konzern	Angaben in Tausend €	
	Q1 2007	Q1 2006
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	17.714	14.665
Cashflow aus der Geschäftstätigkeit	4.190	7.917
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-1.010	-1.688
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-438	5.814
Wechselkursveränderungen	-46	-28
Veränderungen des Finanzmittelbestandes	2.696	12.015
Zahlungsmittel zum 01. Januar	40.583	31.763
Zahlungsmittel zum 31. März	43.279	43.778
Bankguthaben, Kassenbestand und Wertpapiere zum 31. März nicht den Zahlungsmitteln zuzuordnende langfristige Festgelder (> 3 Monate)	43.279	43.778
	0	0

Umsatzerlöse	Angaben in Tausend €		Q1 2007		Q1 2006	
Deutschland	11.443	15%	9.359	15%		
Europa (ohne Deutschland)	42.229	57%	34.696	55%		
Amerika	8.506	12%	7.959	13%		
Asien	8.453	11%	7.842	12%		
Übrige Welt *)	3.318	5%	3.022	5%		
Gesamt	73.949	100%	62.878	100%		

*) Australien, Neuseeland, Naher/Mittlerer Osten, Afrika

Die ausgewiesenen Umsatzerlöse in den Regionen entsprechen der Aufschlüsselung nach Kundensitz.

Segmentrechnung Q1 2007 Angaben in Tausend €	Tätigkeiten der Tochtergesellschaften in:				Tätigkeiten der Mutter- gesellschaft	Summe der Segmente	Überleitung	Konzern
	Deutschland	Europa o. Deutschland	Amerika	Asien				
Außenumsätze*	11.354	47.918	6.735	2.703	5.239	73.949	-	73.949
zum Vorjahr	+22%	+25%	+9%	-9%	-15%	+18%	-	+18%
Anteil	15%	65%	9%	4%	7%	100%	-	100%
Innenumsätze	-	686	-	-	48.817	49.503	-	49.503
Segmentumsätze*	11.354	48.604	6.735	2.703	54.056	123.452	-	123.452
zum Vorjahr	+22%	+25%	+9%	-9%	+14%	+18%	-	+18%
Segmentergebnis*	21	3.860	-431	-116	14.281	17.615	-75	17.539
zum Vorjahr	+292	+3.336	-883	-89	+598	+3.254	-363	+2.891

* Gegenüber dem Vorjahr hat die neue Konzernstruktur insbesondere Auswirkung auf die Umsätze und Ergebnisse in den Segmenten Muttergesellschaft und Europa

Segmentrechnung Q1 2006 Angaben in Tausend €	Tätigkeiten der Tochtergesellschaften in:				Tätigkeiten der Mutter- gesellschaft	Summe der Segmente	Überleitung	Konzern
	Deutschland	Europa o. Deutschland	Amerika	Asien				
Außenumsätze	9.311	38.301	6.155	2.977	6.134	62.878	-	62.878
Anteil	15%	61%	10%	4%	10%	100%	-	100%
Innenumsätze	-	435	-	-	41.299	41.734	-	41.734
Segmentumsätze	9.311	38.736	6.155	2.977	47.433	104.612	-	104.612
Segmentergebnis	- 271	524	452	-27	13.683	14.361	287	14.648

I Segmentrechnung

RATIONAL konzentriert sich mit seinen Aktivitäten auf ein Geschäftssegment: die Entwicklung, Produktion und den Vertrieb von Geräten zur thermischen Speisenzubereitung in der Groß- und Gewerbeküche. Das Unternehmen unterhält zur Zeit keine weiteren wesentlichen eigenständigen Produktlinien, die auch intern als Segment geführt würden. Aus diesem Grund ist das primäre und einzige Berichtsformat der Segmentberichterstattung geografisch gegliedert. In den Segmenten fasst RATIONAL die in den verschiedenen Regionen ansässigen Tochtergesellschaften zusammen. Dies entspricht der Aufgliederung nach dem Standort der Vermögensgegenstände gemäß IAS 14.13.

Neben den Segmenten Deutschland, Europa ohne Deutschland, Amerika und Asien wird im fünften Segment die Tätigkeit der Muttergesellschaft (einschließlich der LechMetall Landsberg GmbH und der im April 2004 aus der AG ausgegründeten Tochtergesellschaft RATIONAL Technical Services GmbH) abgebildet. Dieses Segment repräsentiert die Entwicklung, Herstellung und Lieferung der Produkte an die Tochtergesellschaften sowie die Belieferung der OEM-Kunden. Die Umsätze der FRIMA Deutschland GmbH mit Sitz in Frankfurt am Main wurden für das Geschäftsjahr 2006 von der Region „Europa“ in die Region „Deutschland“ umgegliedert. In der Überleitungsspalte sind die aus den Konsolidierungsvorgängen resultierenden Effekte abgebildet.

- I Grundlagen der Rechnungslegung** Die Erstellung des Konzernabschlusses der RATIONAL Aktiengesellschaft zum 31.3.2007 erfolgte in Übereinstimmung mit den vom International Accounting Standards Board (IASB) verabschiedeten und veröffentlichten International Accounting Standards (IAS) bzw. International Financial Reporting Standards (IFRS) und deren Auslegung durch das Standing Interpretations Committee (SIC) bzw. International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC), wie sie in der EU anzuwenden sind, sowie den IFRS insgesamt und den ergänzenden nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften. Alle für das Geschäftsjahr 2007 gültigen und verpflichtend anzuwendenden Standards wurden berücksichtigt und führen zur Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des RATIONAL-Konzerns. Die Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden wurden gegenüber dem Vorjahr grundsätzlich unverändert beibehalten. Die Bilanzstruktur entspricht den Gliederungsvorgaben des IAS 1.
- I Konsolidierungskreis** Der Konsolidierungskreis der RATIONAL AG umfasst zum 31.3.2007 neben der RATIONAL AG als Muttergesellschaft vier inländische und fünfzehn ausländische Tochtergesellschaften. Gegenüber dem 31.3.2006 und dem Bilanzstichtag 31.12.2006 hat sich die Zusammensetzung des Konsolidierungskreises nicht geändert.
- I Nahestehende Unternehmen und Personen** Im 1. Quartal 2007 lagen keine wesentlichen Transaktionen mit Unternehmen oder Personen vor, die der RATIONAL AG in irgendeiner Weise nahe stehen.
- I Veränderung im Vorstand** Herr Thomas Polonyi, Vorstand für den Bereich Vertrieb & Marketing, hat die RATIONAL AG zum 30.04.2007 in gutem Einvernehmen verlassen.
- I DVFA-Ergebnis** Das DVFA-Ergebnis zum 31.3.2007 entspricht dem in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Ergebnis je Aktie nach IAS bzw. IFRS.



Iglinger Straße 62
86899 Landsberg am Lech
Tel. 08191 3270
Fax 08191 327272
www.rational-ag.com