

Oktoberfest



Bericht über die
ersten 9 Monate 2012

Kennzahlen

Angaben in Mio. EUR	3. Quartal 2012	3. Quartal 2011	Veränderung absolut	Veränderung in %	9 Monate 2012	9 Monate 2011	Veränderung absolut	Veränderung in %
Umsatz und Ergebnis								
Umsatzerlöse	113,0	92,4	+20,6	+22	317,4	272,7	+44,7	+16
Auslandsanteil in %	86	85	+1	-	86	85	+1	-
Herstellungskosten	43,8	38,3	+5,5	+14	126,6	108,7	+17,9	+16
Vertriebs- und Servicekosten	25,0	24,1	+0,9	+4	78,3	71,5	+6,8	+10
Forschungs- und Entwicklungskosten	3,4	3,9	-0,5	-14	9,9	11,0	-1,1	-10
Allgemeine Verwaltungskosten	4,5	4,0	+0,5	+11	13,7	12,6	+1,1	+8
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	36,2	23,2	+13,0	+56	89,8	68,8	+21,0	+31
Periodenüberschuss	27,3	17,7	+9,6	+54	68,2	52,2	+16,0	+31
Bilanz								
Bilanzsumme					298,5	253,2	+45,3	+18
Working Capital ¹⁾					80,7	68,0	+12,7	+19
Eigenkapital					212,8	180,0	+32,8	+18
Eigenkapitalquote in %					71,3	71,1	+0,2	-
Cashflow								
Operativer Cashflow					78,7	51,0	+27,7	+54
Investitionen					6,3	3,8	+2,5	+66
Freier Cashflow ²⁾					72,4	47,2	+25,2	+53
Kennzahlen zur RATIONAL-Aktie								
Gewinn je Aktie (in EUR)					6,00	4,59	+1,41	+31
Quartalsendkurs ³⁾ (in EUR)					195,05	169,50	+25,55	+15
Marktkapitalisierung					2.217,7	1.927,2	+290,5	+15
Mitarbeiter								
Mitarbeiter zum 30.09.					1.255	1.193	+62	+5
Mitarbeiter (Durchschnitt)	1.269	1.196	+73	+6	1.256	1.171	+85	+7
Umsatzerlöse je Mitarbeiter (in TEUR)	89,0	77,3	+11,7	+15	252,7	232,8	+19,9	+9

¹⁾ Ohne liquide Mittel

²⁾ Operativer Cashflow abzüglich Investitionen

³⁾ Gesamter deutscher Aktienmarkt

Inhalt

4	Brief des Vorstands	10	Die RATIONAL-Aktie
5	Lagebericht	11	9-Monatsabschluss
5	Wirtschaftsbericht	11	Gesamtergebnisrechnung
5	Geschäfts- und Rahmenbedingungen	12	Bilanz
5	Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	13	Kapitalflussrechnung
7	Segmente	13	Eigenkapitalveränderungsrechnung
7	Mitarbeiter	14	Anhang
7	Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren		
8	Gesellschaftliche Verantwortung		
9	Risikobericht		
9	Prognosebericht		

Brief des Vorstands



Sehr geehrte Aktionäre, verehrte Kunden und Geschäftspartner,

mit einer Umsatzsteigerung von 16 % gegenüber dem Vorjahr haben wir uns in den ersten neun Monaten des Jahres 2012 positiv entwickelt. Währungsbereinigt beträgt das Wachstum 14 %. Besonders erfreulich ist dabei, dass wir auch im dritten Quartal wieder in allen Regionen der Welt zulegen konnten und das Wachstum so auf einem breiten Fundament steht.

Einen wesentlichen Beitrag zur Geschäftsentwicklung leistete das im September des vergangenen Jahres eingeführte SelfCookingCenter® whiteefficiency®. Die überlegene Effizienz, die einfache Bedienung, die jederzeit wiederholbare hohe Garqualität, die grenzenlose Flexibilität – und das alles ohne Preiserhöhung – haben unsere Kunden rundum überzeugt. Rund 40.000 Geräte der neuen Gerätegeneration konnten wir bereits absetzen. Das SelfCookingCenter® whiteefficiency® hat sich somit in nur einem Jahr als der neue Leistungsstandard in der Profiküche weltweit durchgesetzt.

Aber auch das VarioCookingCenter MULTIFICIENCY® überzeugt auf ganzer Linie. Überdurchschnittliche Wachstumsraten zeugen von der zunehmenden Bekanntheit dieser komplementären Gartechologie und spiegeln die Begeisterung ihrer Nutzer wider. Der Gewinn des „Fine Food Award Australia 2012“ für die innovativste Technologie im Großküchenmarkt ist eine Bestätigung, dass auch unser VarioCookingCenter MULTIFICIENCY® auf dem besten Weg ist, Marktführer in seinem Segment zu werden.

Aufgrund der immer noch vorhandenen Unsicherheit in Bezug auf die weltwirtschaftliche Entwicklung bleiben wir für das Geschäftsjahr 2012 bei unserer Prognose von rund 10 % Umsatzwachstum und erwarten eine überproportionale Ergebnissteigerung.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'G. Blaschke', written in a cursive style.

Dr. Günter Blaschke
Vorstandsvorsitzender der RATIONAL AG

Lagebericht

Wirtschaftsbericht

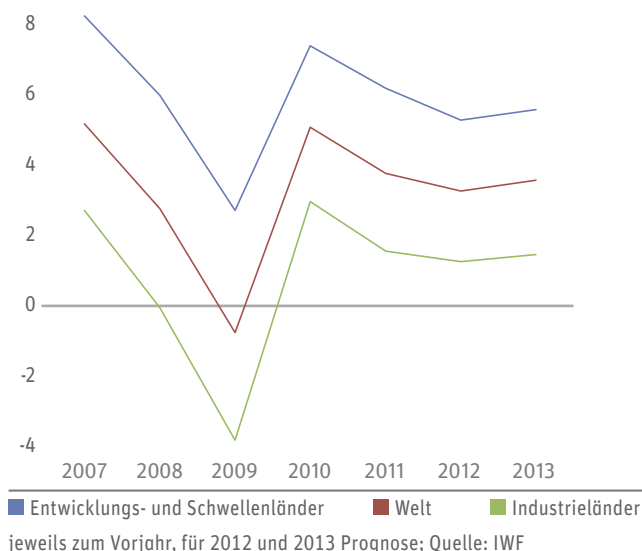
Wirtschaftliche Risiken bleiben bestehen

Nachdem die Stimmung in der globalen Wirtschaft in den ersten Monaten des Jahres von größerem Optimismus geprägt war, hat sich diese nun wieder deutlich eingetrübt. Das ifo Weltwirtschaftsklima, welches die Einschätzung der aktuellen wirtschaftlichen Situation und die Zukunftserwartungen von weltweiten Vertretern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kapitalmarkt repräsentiert, war im dritten Quartal – nach einer kurzfristigen Erholung – wieder rückläufig. Der Internationale Währungsfonds (IWF) hat im Oktober seine globalen Wachstumsprognosen für 2012 und 2013 leicht reduziert, geht für die nächsten beiden Jahre aber immer noch von Steigerungsraten von 3,3 % bzw. 3,6 % für die Weltwirtschaft aus.

Während die klassischen Industriestaaten und insbesondere die südeuropäischen Länder unter ihrer enormen Schuldenlast leiden, weisen die aufstrebenden Schwellenländer weiterhin hohes Wirtschaftswachstum aus, wenn auch mit sinkender Dynamik. Die Wirtschaftszyklen nehmen einen immer kurzfristigeren Charakter an, das wirtschaftliche Umfeld wird zunehmend fragiler, der Einfluss der Finanzmärkte auf die Realwirtschaft nimmt zu. Aus diesen Gründen bleibt die Unsicherheit bezüglich der weiteren Entwicklung der Weltwirtschaft unverändert hoch.

Wachstumsprognose des IWF

Veränderung des realen BIP in Prozent



Geschäfts- und Rahmenbedingungen

Gute Stimmung in der Großküchenbranche

Während der klassische Maschinenbau mit niedrigen Wachstumsraten bzw. teilweise sogar mit deutlich rückläufigen Auftragseingängen zu kämpfen hat ist die Stimmung in der Großküchenbranche weiterhin positiv. Ursachen hierfür sind beispielsweise in Deutschland die gute Entwicklung des privaten Konsums, in anderen Märkten wie Amerika und den Emerging Markets demographische Einflüsse wie Bevölkerungswachstum oder zunehmender Wohlstand. Dadurch wird die Investitionsbereitschaft in der Großküchenbranche positiv beeinflusst. Diese guten Erwartungen entsprechen auch den Ergebnissen des Innovations- und Investitionsklimas, einer repräsentativen Studie unter Entscheidungsträgern im Verpflegungsbereich in Deutschland. Diese wurde im Frühjahr anlässlich der Fachmesse Internorga präsentiert. Mehr als die Hälfte der 310 befragten Betriebe plante demzufolge im Jahr 2012 größere Investitionen zu tätigen.

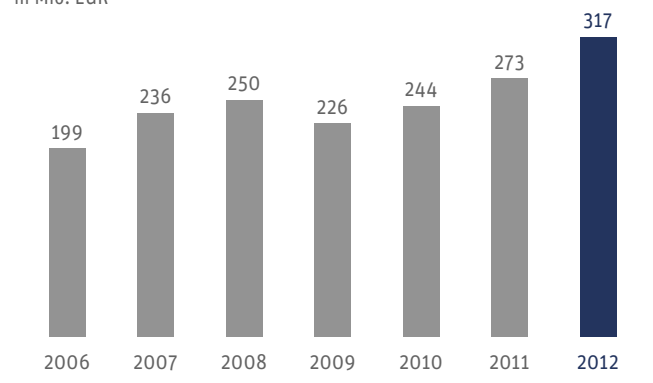
Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

22 % Umsatzplus im dritten Quartal – weltweites Wachstum

Nach dem guten Geschäftsverlauf im ersten Halbjahr konnten wir auch das dritte Quartal erfolgreich abschließen. Die Umsatzerlöse stiegen im Vorjahresvergleich um 22 % von 92,4 Mio. Euro auf 113,0 Mio. Euro. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass Ende des dritten Quartals letzten Jahres die Einführung unserer neuen Produktgenerationen stattfand, in deren Vorfeld eine gewisse Kaufzurückhaltung bei den Kunden herrschte. Deshalb lag das Umsatzwachstum im Vorjahresquartal mit lediglich 7 % auf einem relativ niedrigen Niveau.

Umsatz in den ersten 9 Monaten

in Mio. EUR



Erneut konnten alle Regionen zur Umsatzsteigerung beitragen. Vor allem Amerika (+37 %) und Asien (+26 %) wiesen im dritten Quartal überdurchschnittliche Wachstumsraten aus. Aber auch Europa (ohne Deutschland) und die unter „Übrige Welt“ zusammengefassten Regionen erreichten ein Plus von 20 % bzw. 18 %. Deutschland kehrt nach einem schwächeren zweiten Quartal mit um 11 % höheren Umsatzerlösen im Vergleich zum Vorjahr wieder auf den Wachstumspfad zurück.

Nach neun Monaten liegen die Umsatzerlöse 16 % über Vorjahr. Darin sind positive Währungseffekte enthalten. Das währungsbereinigte Umsatzplus beträgt 14 %. Auch in diesem Zeitraum wachsen Amerika und Asien mit einer Umsatzsteigerung von jeweils rund 30 % überproportional.

Rohrertragsmarge stark verbessert – 61 % im dritten Quartal

Das Bruttoergebnis vom Umsatz erreicht im dritten Quartal 2012 69,2 Mio. Euro (Vj. 54,2 Mio. Euro) und übertrifft damit das Vorjahr um 28 %. Nachdem die Rohrertragsmarge infolge der Produkteinführungen im dritten Quartal des letzten Jahres rückläufig war, erreicht diese im dritten Quartal dieses Jahres 61 % (Vj. 59 %). Gründe für die in den letzten Quartalen schrittweise verbesserte Rohrertragsmarge waren neben positiven Währungseffekten leicht sinkende Rohstoffpreise sowie die steigende Produktivität in der Fertigung.

Nach neun Monaten beträgt das Bruttoergebnis vom Umsatz 190,9 Mio. Euro (Vj. 164,0 Mio. Euro). Dies entspricht einer zum Umsatz proportionalen Steigerung im Vorjahresvergleich um 16 %. Die Rohrertragsmarge ist mit 60 % unverändert zum Vorjahr.

EBIT steigt um 31 %

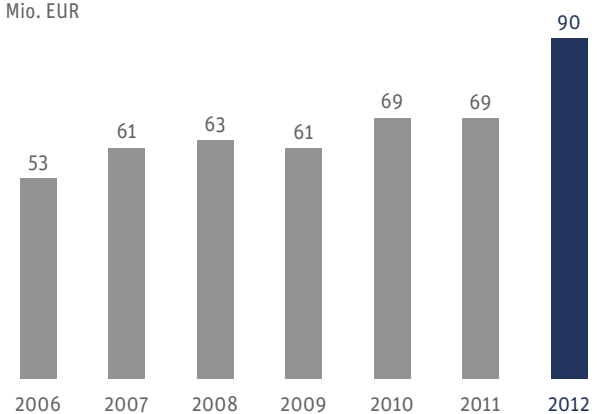
Die Kosten für Forschung und Entwicklung, Vertrieb und Service sowie Allgemeine Verwaltung stiegen im dritten Quartal lediglich um 2 % und damit deutlich unterproportional zum Umsatz. Vor allem die im Vorjahresvergleich rückläufigen Entwicklungskosten und nur minimal höhere Vertriebs- und Serviceaufwendungen tragen wesentlich zu diesem Ergebnis bei. Dieser Effekt ist größtenteils in der vergleichsweise hohen Kostenbasis aufgrund der im dritten Quartal 2011 gestarteten Produkteinführungen begründet. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) im dritten Quartal erreicht 36,2 Mio. Euro (Vj. 23,2 Mio. Euro) und liegt um 56 % über Vorjahr. Daraus ergibt sich eine EBIT Marge im dritten Quartal von 32 %.

Auch nach neun Monaten liegt das EBIT mit 89,8 Mio. Euro (Vj. 68,8 Mio. Euro) deutlich über Vorjahr (+31 %). Die EBIT-Marge verbessert sich auf 28 % (Vj. 25 %). Das Ergebnis nach Steuern stieg im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls um 31 % von 52,2 Mio. Euro auf 68,2 Mio. Euro.

Währungsbereinigt steigt das EBIT nach neun Monaten um 22 % gegenüber dem Vorjahr.

EBIT in den ersten 9 Monaten

in Mio. EUR



71 % Eigenkapitalquote – Hoher Finanzmittelbestand

Zum Stichtag 30. September 2012 verfügten wir über ein Eigenkapital in Höhe von 212,8 Mio. Euro und damit über eine Eigenkapitalquote von 71 %. Die liquiden Mittel betragen zum Stichtag 30. September 2012 135,5 Mio. Euro und repräsentierten 45 % der Bilanzsumme. Dem Unternehmen steht so ausreichend Liquidität für die Eigenfinanzierung des Wachstums zur Verfügung. Zusätzlich haben wir eine hohe Liquiditätsreserve als Risikovorsorge für unerwartete gesamtwirtschaftliche Entwicklungen.

Der Anstieg der langfristigen Darlehen auf 21,5 Mio. Euro resultiert aus der Finanzierung des Neubaus eines Büro- und Trainingsgebäudes am Standort Landsberg und Erweiterungsinvestitionen in den Maschinenpark der Komponentenfabrik.

Hoher operativer Cashflow – höhere Investitionen

In den ersten neun Monaten erwirtschafteten wir einen operativen Cashflow von 78,7 Mio. Euro (Vj. 51,0 Mio. Euro). Die deutliche Steigerung im Vergleich zu den ersten neun Monaten des Vorjahres liegt neben dem höheren Ergebnis insbesondere an den etwas niedrigeren Steuerzahlungen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit enthält unter anderem die Investitionen in das Sachanlagevermögen. Diese betragen in diesem Jahr bisher 6,3 Mio. Euro und sind damit im Vorjahresvergleich um 2,5 Mio. Euro gestiegen. Ursachen hierfür sind die oben beschriebenen Baumaßnahmen und Erweiterungsinvestitionen.

Segmente**Segment RATIONAL**

Das Segment RATIONAL, welches die Produktion und den Vertrieb des SelfCookingCenter® whiteefficiency® und des CombiMaster Plus umfasst, konnte im dritten Quartal der Segmentumsatz um 23 % steigern. Auf Sicht von neun Monaten ergeben sich im Vorjahresvergleich 16 % höhere Umsatzerlöse. Das Ergebnis in den ersten neun Monaten beträgt 88,0 Mio. Euro (Vj. 67,1 Mio. Euro) und die EBIT-Marge liegt bei 29 %. (Vj. 26 %).

Segment FRIMA

Das Segment FRIMA produziert das VarioCookingCenter MULTIFICIENCY® und vertreibt es unter der Marke FRIMA. Nachdem der Segmentumsatz im ersten Halbjahr deutlich überproportional wachsen konnte, erreicht dieser im dritten Quartal nur eine Steigerungsrate von 3 %. Ursache hierfür sind im Wesentlichen umfangreiche Restrukturierungsmaßnahmen im wichtigen Absatzmarkt Deutschland. Dennoch trägt FRIMA auch nach neun Monaten mit einem Segmentwachstum von 19 % überdurchschnittlich zur Gruppenentwicklung bei. Die FRIMA erzielte in den ersten neun Monaten 2012 ein Segmentergebnis von 1,8 Mio. Euro (Vj. 1,7 Mio. Euro) bei einer EBIT-Marge von 10 % (Vj. 11 %).

Mitarbeiter**Nachwuchs aus den eigenen Reihen**

Im September 2012 haben 19 neue Auszubildende ihre Ausbildung in unserem Haus aufgenommen. Aktuell absolvieren damit insgesamt 51 junge Menschen ihre Ausbildung bei RATIONAL.

Ausbildung ist für uns eine wichtige Investition in die Zukunft. Sowohl in die der Mitarbeiter als auch in die des Unternehmens. Die Qualität unserer Mitarbeiter ist der entscheidende Erfolgsfaktor im globalen Wettbewerb. Engagierte und gut ausgebildete Mitarbeiter sind daher unser größtes Kapital.

Neben der Ausbildung von Industriekaufleuten, Industriemechanikern, Mechatronikern und Fachinformatikern bietet RATIONAL auch duale Studiengänge mit den alternativen Hochschulabschlüssen Bachelor of Engineering Maschinenbau und Mechatronik sowie Bachelor of Arts im Studiengang International Business und Wirtschaftsinformatik an.

Mit einer professionellen Ausbildung können wir die Qualität unseres Unternehmens Jahr für Jahr gezielt weiter ausbauen und so unsere großen Chancen auf allen Märkten der Welt auch in Zukunft nachhaltig nutzen.

Zum Stichtag 30. September 2012 beschäftigte RATIONAL 1.255 Mitarbeiter und damit 62 mehr als im Vorjahr. In Deutschland haben wir mehr als 700 Beschäftigte.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren**RATIONAL ist der Markenchampion in der Profiküche**

Eine hohe Bekanntheit und ein positives Image der eigenen Unternehmensmarke ist ein wichtiger Erfolgsfaktor bei der Gewinnung von Kunden, im Werben um qualifizierte Mitarbeiter und nicht zuletzt in Gesprächen mit Aktionären und Kapitalgebern. Die Marke ist somit das zentrale Fundament für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg und für die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens. Dabei wird mit der Marke vor allem die Produkt- und Servicequalität, die Kundenorientierung sowie die Innovationskraft aber auch die Kompetenz des Unternehmens assoziiert.

Von Juni bis August 2012 hat die auf Markenwert fokussierte Managementberatung Biesalski & Company insgesamt 165 Köche aus Gastronomie und Betriebsverpflegung in Deutschland zu den in der Profiküche bekannten Marken befragt. Dabei wurden Marken aus den Teilbereichen Küchentechnik, Food und Non-Food in die Analyse mit einbezogen.

Mit 117 von 150 möglichen Punkten belegte die Marke RATIONAL vor bekannten Konsummarken wie Maggi, Knorr oder Langnese den ersten Platz und erzielte dabei in den drei Bewertungskategorien Markenkompetenz, Markenstärke und Markenerfolg jeweils den Spitzenwert.

Wir werten dies als Bestätigung dafür, dass es uns auch aus Kundensicht immer besser gelingt, unser oberstes Unternehmensziel zu erfüllen, den Kunden den höchstmöglichen Nutzen zu bieten

Keine Wies'n ohne RATIONAL

Am 7. Oktober war es wieder soweit. Auf dem 179. Münchner Oktoberfest schlossen die Zelte bis zum nächsten Jahr ihre Pforten. Mehr als 6 Millionen Besucher durfte die bayerische Landeshauptstadt in diesem Jahr begrüßen. 6,9 Millionen Maß Bier gingen über den Tresen. 116 Ochsen und viele Tausend Brathähnchen sorgten neben weiteren bayerischen Spezialitäten für das leibliche Wohl der Gäste.

Seit Jahren ist RATIONAL der zuverlässige Partner zur Speisenzubereitung in nahezu allen großen Zeltbetrieben. Von der Augustiner-Festhalle bis zum Weinzelt sind während des Oktoberfests rund 40 RATIONAL-Geräte – quer über die Theresienwiese verteilt – im Einsatz. Darunter auch im Zelt „Pschorr-Bräurosl“, für deren Küchenchef Pascal Heide-Nigg die Gargeräte des Weltmarktführers die unverzichtbaren Wies'n-Begleiter sind.

10.000 Essen bereiten der „Pschorr Bräurosl“-Küchenchef und sein 50-köpfiges Team an einem durchschnittlichen Oktoberfest-Tag zu. Sechs SelfCookingCenter® whiteefficiency® von RATIONAL unterstützen ihn dabei. Bei der Zubereitung traditioneller bayerischer Gerichte, wie der Kalbshaxe, Schweine- und Sauerbraten, werden die Geräte intensiv genutzt. Das hat genauso Tradition wie die Speisekarte selbst.

Die 100-prozentige Zuverlässigkeit der RATIONAL-Geräte ist für den Küchenchef ausschlaggebend. Seit jeher wird im Bräurosl-Zelt mit den Geräten des Technologieführers gearbeitet, ganz nach dem Motto „Never change a running system“. Während der 16 Wies'n-Tage muss einfach alles funktionieren. Innerhalb kürzester Zeit müssen unvorstellbar große Mengen an Speisen zubereitet werden.

Daneben überzeugt den Küchenchef Heide-Nigg insbesondere die effiziente Reinigung mit CareControl. Nach getaner Arbeit reinigt sich das Gerät selbständig über Nacht. Am nächsten Tag sieht es aus wie neu.

Gesellschaftliche Verantwortung

RATIONAL ist Partner der Initiative „United against Waste“ Rund 50 % der produzierten Lebensmittel in Deutschland werden nicht gegessen, sondern weggeworfen. Allein in Deutschland summiert sich das pro Jahr auf rund 11 Millionen Tonnen.

Die dadurch erhöhte Nachfrage nach Lebensmitteln treibt die Preise für Grundnahrungsmittel in die Höhe, so dass in den Entwicklungsländern ein Großteil der Menschen sich elementare Dinge wie Weizen oder Mais nicht mehr leisten kann und Hunger leidet.

Um die Lebensmittelverschwendung im gesamten Foodservice Markt aktiv zu bekämpfen und alle Beteiligten für einen sorgfältigen und respektvollen Umgang mit Lebensmitteln zu sensibilisieren hat Unilever Food Solutions die Initiative „United Against Waste“ ins Leben gerufen.

Durch gezielte Beratung und Unterstützung hilft die Initiative allen Beteiligten entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Foodservice Markt – im Einkauf, bei der Lagerung, bei der Zubereitung, bei den Gästen – diese besser analysieren und verstehen zu können. Ziel ist es, herauszufinden an welchen Stellen des Prozesses Verschwendung stattfindet und wie man diese reduzieren oder ganz vermeiden kann.

RATIONAL unterstützt die Initiative „United against Waste“ aktiv als Partner. Bei uns haben die Themen Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit seit Gründung des Unternehmens eine zentrale Bedeutung. Das heißt aus jeder eingesetzten Ressource den höchstmöglichen Nutzen zu erzielen. Das beginnt schon bei der Produktentwicklung durch den Einsatz wiederverwertbarer Komponenten, der umweltzertifizierten Produktion, der besonders ressourcenschonenden Vertriebslogistik und geht bis zur Rücknahme der Altgeräte. Ganz besonders gilt die Ressourceneffizienz aber beim täglichen Einsatz unserer Geräte in der Küche. Denn genau hier werden mit unserer Technologie die größten Einsparungen erzielt.

Dies betrifft neben großen Einsparungen bei Energie, Wasser und Reiniger insbesondere auch den geringeren Rohwareneinsatz. Durch die besonders schonende Zubereitung ist ein geringerer Lebensmitteleinsatz erforderlich.

Ein Bereich der Lebensmittelverschwendung ist die Fehlbedienung von Gargeräten und die dadurch verursachte hohe Ausschussquote. Durch das intuitive Bedienkonzept kann die anwendungsorientierte Garintelligenz maßgeschneidert für die jeweiligen Garprozesse angepasst werden. Dadurch wird eine Fehlbedienung weitgehend ausgeschlossen.

Risikobericht

RATIONAL setzt weltweit ein Risikomanagementsystem ein, das die frühzeitige Erkennung von Risiken sicherstellt und die Ergreifung entsprechender Korrekturmaßnahmen bestmöglich unterstützt. Die vorhandenen Unsicherheiten in Bezug auf die Entwicklung der Weltwirtschaft stellen auch weiterhin einen Unsicherheitsfaktor dar. Gegenüber der Darstellung der Risiken im letzten Konzernabschluss ergeben sich jedoch keine wesentlichen Änderungen.

Prognosebericht

Wir verfügen über innovative, mit großem Abstand weltmarktführende Produkte, die für unsere Kunden durch die hohen Rationalisierungseffekte insbesondere auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten sehr attraktiv sind. In Verbindung mit dem großen unerschlossenen, weltweiten Marktpotenzial bildet dies ein solides Fundament dafür, dass wir unsere erfolgreiche Unternehmensentwicklung – auch in konjunkturell unsicheren Phasen – weiter fortsetzen können.

Vor diesem Hintergrund, aber auch mit Blick auf die vorhandenen konjunkturellen Unsicherheiten bestätigen wir für das Geschäftsjahr 2012 unsere Prognose von rund 10 % Umsatzwachstum und erwarten eine überproportionale Ergebnissteigerung.

Landsberg am Lech, den 2. November 2012

RATIONAL AG
Der Vorstand

Die RATIONAL-Aktie

Neues Allzeithoch

Mit einem Kursanstieg bis auf 206 Euro erreichte unsere Aktie am 7. August 2012, nach der Veröffentlichung des Halbjahresberichts 2012, ein neues Allzeithoch. In der Folgezeit bewegte sich der Kurs in der Region um 200 Euro, sank dann wieder auf rund 190 Euro und schloss schließlich per Ende September bei 195,05 Euro.

Seit Beginn des Jahres hat die RATIONAL-Aktie um 16 % (DAX +22 %, MDAX +23 %) zugelegt. Auf Sicht von 12 Monaten beträgt der Kursanstieg 15 %. Zusammen mit der Dividendenausschüttung von 5,50 Euro je Aktie im Mai dieses Jahres beträgt die Gesamtrendite 18 % (DAX +31 %, MDAX +32 %).

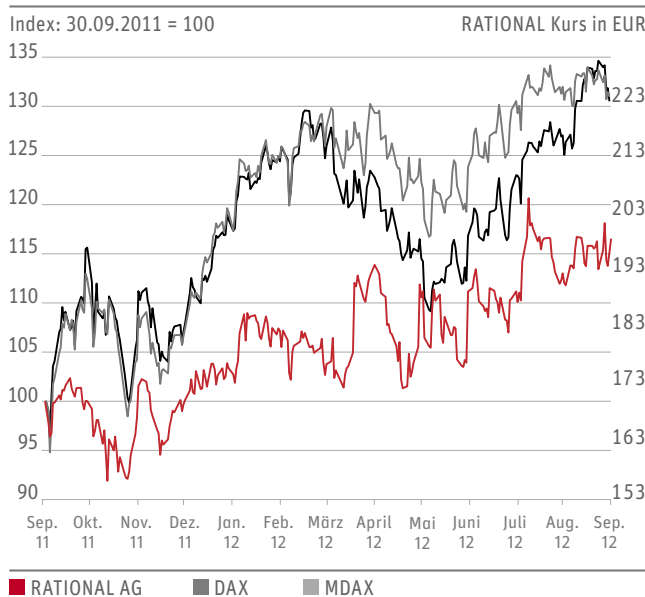
Analysten-Einstufungen

Mit der Baader-Bank und Independent Research haben seit der Veröffentlichung des letzten Berichts zwei weitere Analysehäuser die Coverage aufgenommen. Beide empfehlen, die Aktie zu halten. Aktuell werden von 13 Instituten detaillierte Analysen mit Investitionsempfehlungen zur RATIONAL Aktie veröffentlicht.

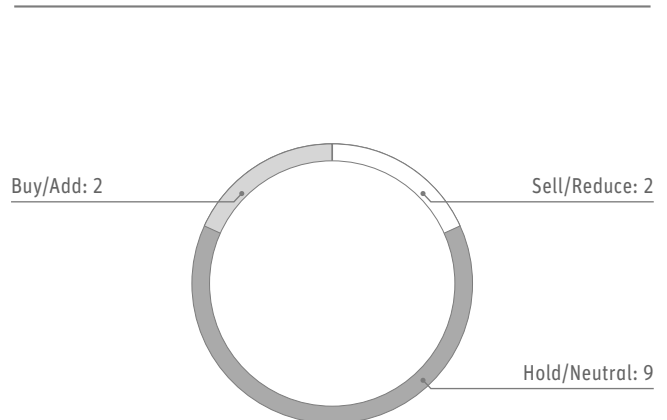
Wie alle anderen Aktienanalysten sind auch die neu hinzugekommenen Institute von der RATIONAL-Unternehmensqualität und der außerordentlichen Ertragskraft überzeugt. Aufgrund der auf dem aktuellen Kursniveau fair eingeschätzten Bewertung empfiehlt die Mehrzahl der Analysten die Aktie zu halten.

Die Einschätzungen mit Anlageempfehlung finden interessierte Anleger stets aktuell unter www.rational-online.com im Bereich Investor Relations in der Rubrik Analystenberichte.

Kursverlauf der RATIONAL Aktie in den letzten 12 Monaten



Analysteneinschätzungen



Stand: 30. September 2012

Gesamtergebnisrechnung

Für den Zeitraum 1. Januar - 30. September

Angaben in TEUR	3. Quartal 2012	3. Quartal 2011	9 Monate 2012	9 Monate 2011
Umsatzerlöse	112.998	92.440	317.437	272.651
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-43.826	-38.281	-126.568	-108.681
Bruttoergebnis vom Umsatz	69.172	54.159	190.869	163.970
Vertriebs- und Servicekosten	-25.020	-24.141	-78.310	-71.460
Forschungs- und Entwicklungskosten	-3.378	-3.913	-9.917	-10.967
Allgemeine Verwaltungskosten	-4.486	-4.038	-13.656	-12.635
Sonstige betriebliche Erträge	2.219	2.783	5.687	4.766
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.356	-1.608	-4.868	-4.858
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	36.151	23.242	89.805	68.816
Zinsen und ähnliche Erträge	159	296	638	1.004
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-246	-241	-706	-745
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)	36.064	23.297	89.737	69.075
Ertragsteuern	-8.751	-5.569	-21.537	-16.867
Periodenüberschuss	27.313	17.728	68.200	52.208
Unterschiedsbeträge aus der Währungsumrechnung	329	141	211	-125
Gesamtergebnis	27.642	17.869	68.411	52.083
Durchschnittliche Anzahl der Aktien (unverwässert / verwässert)	11.370.000	11.370.000	11.370.000	11.370.000
Unverwässertes / verwässertes Ergebnis je Aktie in Euro, bezogen auf den Periodenüberschuss und die Anzahl der Aktien	2,40	1,56	6,00	4,59

Bilanz

Aktiva

Angaben in TEUR	30.09.2012	30.09.2011	31.12.2011
Langfristige Vermögenswerte	59.853	57.921	58.237
Immaterielle Vermögenswerte	1.465	1.006	1.257
Sachanlagen	53.488	52.697	52.414
Finanzanlagen	0	0	0
Sonstige langfristige Vermögenswerte	384	256	206
Latente Steuererstattungsansprüche	4.516	3.962	4.360
Kurzfristige Vermögenswerte	238.613	195.254	224.952
Vorräte	25.929	24.637	24.739
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	69.980	57.224	71.685
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	7.179	7.284	7.760
Geldanlagen mit einer Laufzeit über drei Monate	50.000	26.900	50.400
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	85.525	79.209	70.368
Bilanzsumme	298.466	253.175	283.189

Passiva

Angaben in TEUR	30.09.2012	30.09.2011	31.12.2011
Eigenkapital	212.791	180.019	206.915
Gezeichnetes Kapital	11.370	11.370	11.370
Kapitalrücklage	28.058	28.058	28.058
Gewinnrücklagen	174.474	142.272	168.809
Übriges Eigenkapital	-1.111	-1.681	-1.322
Langfristige Schulden	24.162	21.584	19.860
Pensionsrückstellungen	644	665	681
Sonstige langfristige Rückstellungen	2.057	3.312	1.949
Langfristige Darlehen	21.461	17.607	17.230
Kurzfristige Schulden	61.513	51.572	56.414
Laufende Ertragsteerverbindlichkeiten	5.708	3.923	3.238
Kurzfristige Rückstellungen	30.552	24.089	19.849
Kurzfristig fälliger Anteil langfristiger Darlehen	2.308	1.936	1.766
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.984	11.276	10.085
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	11.961	10.348	21.476
Schulden	85.675	73.156	76.274
Bilanzsumme	298.466	253.175	283.189

Kapitalflussrechnung

Für den Zeitraum 1. Januar - 30. September

Angaben in TEUR	9 Monate 2012	9 Monate 2011
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	89.737	69.075
Cashflow aus operativer Tätigkeit	78.677	51.004
Veränderungen von Festgeldern mit einer Laufzeit über drei Monate	400	89.000
Cashflow aus übriger Investitionstätigkeit	-5.568	-2.637
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-5.168	86.363
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-58.468	-105.252
Nettoab-/zunahmen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	15.041	32.115
Veränderung der Zahlungsmittel aus Wechselkursveränderungen	116	-143
Veränderungen des Finanzmittelbestandes	15.157	31.972
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 01.01.	70.368	47.237
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 30.09.	85.525	79.209

Eigenkapitalveränderungsrechnung

Angaben in TEUR	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Unterschiedsbeträge aus der Währungs- umrechnung	Gesamt
Stand am 01.01.2011	11.370	28.058	192.394	-1.556	230.266
Dividende	-	-	-102.330	-	-102.330
Gesamtergebnis	-	-	52.208	-125	52.083
Stand am 30.09.2011	11.370	28.058	142.272	-1.681	180.019
Stand am 01.01.2012	11.370	28.058	168.809	-1.322	206.915
Dividende	-	-	-62.535	-	-62.535
Gesamtergebnis	-	-	68.200	211	68.411
Stand am 30.09.2012	11.370	28.058	174.474	-1.111	212.791

Anhang

Umsatzerlöse nach Regionen ¹⁾

Angaben in TEUR	9 Monate 2012	Anteil in %	Veränderung zum Vorjahr in %	9 Monate 2011	Anteil in %
Deutschland	43.224	14	6	40.908	15
Europa (ohne Deutschland)	155.515	49	13	137.399	50
Amerika	55.914	18	33	42.128	16
Asien	45.591	14	30	35.067	13
Übrige Welt ²⁾	17.193	5	0	17.149	6
Gesamt	317.437	100	16	272.651	100

¹⁾ Sitz des Kunden

²⁾ Australien, Neuseeland, Naher/Mittlerer Osten, Afrika

Geschäftssegmente

9 Monate 2012

Angaben in TEUR	RATIONAL	FRIMA	Summe der Segmente	Überleitung	Konzern
Außenumsätze	300.484	16.953	317.437	-	317.437
Innenumsätze	1.212	1.337	2.549	-2.549	-
Segmentumsätze	301.696	18.290	319.986	-2.549	317.437
Segmentergebnis	87.965	1.828	89.793	12	89.805
Finanzergebnis	-	-	-	-	-68
Ergebnis vor Steuern	-	-	-	-	89.737

9 Monate 2011

Angaben in TEUR	RATIONAL	FRIMA	Summe der Segmente	Überleitung	Konzern
Außenumsätze	258.400	14.251	272.651	-	272.651
Innenumsätze	1.053	1.162	2.215	-2.215	-
Segmentumsätze	259.453	15.413	274.866	-2.215	272.651
Segmentergebnis	67.134	1.684	68.818	-2	68.816
Finanzergebnis	-	-	-	-	259
Ergebnis vor Steuern	-	-	-	-	69.075

Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzernquartalsbericht wurde nach den Grundsätzen der International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Es wurden dieselben Bewertungs- und Bilanzierungsmethoden wie im letzten Konzernabschluss angewendet. Dabei kamen die Regelungen des IAS 34 für einen verkürzten Abschluss zur Anwendung.

Erstmals anzuwenden ist der geänderte Standard IFRS 7 „Finanzinstrumente: Angaben“. Die Änderung hat keine Auswirkungen auf den vorliegenden Zwischenabschluss der RATIONAL AG.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis der RATIONAL AG umfasst zum 30. September 2012 neben der RATIONAL AG als Muttergesellschaft sieben inländische und 19 ausländische Tochtergesellschaften. Gegenüber dem Bilanzstichtag 31. Dezember 2012 und gegenüber dem 30. September 2011 hat sich der Konsolidierungskreis nicht wesentlich verändert.

Erläuterungen zur Konzernbilanz

Im Geschäftsjahr 2012 wurden Darlehen zur Finanzierung eines Grundstückserwerbes und eines Neubaus am Unternehmenssitz in Landsberg in Höhe von Tsd. Euro 6.921 aufgenommen, welche durch Grundschuld abgesichert sind. Bis zum 30. September 2012 wurden Tsd. Euro 4.921 abgerufen. Liquidität, deren bestimmungsgerechte Verwendung noch nicht durch den Baufortschritt nachgewiesen werden kann, wird auf einem separaten Bankkonto geführt, welches an die finanzierende Bank verpfändet ist. Zum 30. September 2012 beläuft sich die auf diesem Bankkonto geführte Liquidität auf Tsd. Euro 4.500. Zusätzlich wurde im Geschäftsjahr 2012 ein Darlehen in Höhe von Tsd. Euro 1.275 zur Finanzierung von Investitionen in den Maschinenpark aufgenommen.

Geschäftssegmente

Der Konzern ist ausschließlich im Bereich der thermischen Speisenzubereitung in Profiküchen tätig. Die Berichterstattungsstruktur des Konzerns für Managementzwecke wurde im Geschäftsjahr 2012 neu organisiert und richtet sich an den Marken RATIONAL und FRIMA aus. RATIONAL konzentriert sich auf Kochprozesse, bei denen die Wärmeübertragung durch Dampf, Heißluft oder die Kombination aus beidem erfolgt. FRIMA fokussiert sich auf Kochanwendungen bei denen in Flüssigkeit oder mit direkter Kontakthitze gegart wird. Beide Segmente umfassen die Funktionen Entwicklung, Herstellung, Vertrieb und Service sowie Verwaltung. Die Segmentinformationen des Vorjahres wurden entsprechend angepasst.

Die Segmentumsätze enthalten sowohl Umsätze mit Dritten als auch Innenumsätze der Konzerngesellschaften zwischen den Segmenten. Verkäufe und Erlöse im Innenverhältnis werden grundsätzlich zu Preisen erbracht, wie sie auch mit Dritten vereinbart werden. Das Segmentergebnis entspricht dem Ergebnis vor Zinsen und Steuern der jeweiligen Segmente. Neben den Segmentumsätzen sind hierin alle Segmentaufwendungen mit Ausnahme der Ertragsteuern sowie des Finanzergebnisses enthalten.

Die Überleitungsspalte enthält die aus Konsolidierungsvorgängen resultierenden Effekte.

Nahestehende Unternehmen und Personen

In den ersten neun Monaten 2012 lagen keine wesentlichen Transaktionen mit Unternehmen oder Personen vor, die der RATIONAL AG in irgendeiner Weise nahe stehen.



RATIONAL AG
Iglinger Straße 62
86899 Landsberg am Lech
Deutschland

Tel. +49 (0)8191-327-0
Fax +49 (0)8191-327-272
www.rational-online.com