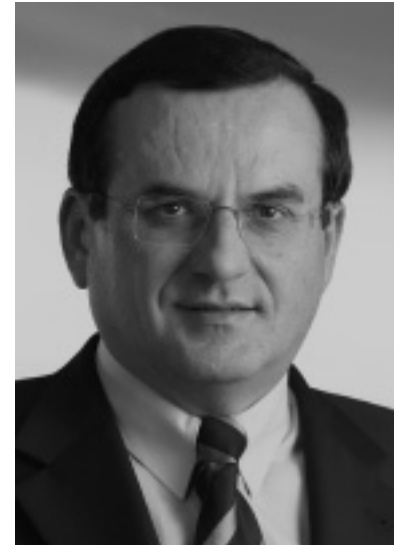




2006: Chancen nutzen



Dr. Günter Blaschke
Vorstandsvorsitzender
der RATIONAL AG
in der Hauptversammlung am 3. Mai 2007

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

verehrte Damen und Herren der Presse,
liebe Gäste,

Die strategische Unternehmensausrichtung als Erfolgsfaktor

Über 30 Jahre RATIONAL Erfolgsgeschichte mit durchschnittlich zweistelligem Wachstum, das kann kein Zufall sein, dahinter muss System stecken.

Das System ist unsere ganz besondere strategische Unternehmensausrichtung und unsere weltweit Tag für Tag gelebte einzigartige Firmenkultur. Beides ist fest verankert und klar und einfach beschrieben auf einer einzigen Seite, unserem Leitbild.

In unserem Selbstverständnis sind wir bekennder Spezialist.

Wir konzentrieren uns ausschließlich auf die Profiküchen der Welt und spezialisieren uns innerhalb dieser Küchen gezielt auf das Herzstück, die thermische Speisenzubereitung oder

im allgemeinen Sprachgebrauch auf das Kochen.

Unsere Kernkompetenz ist die Übertragung von Wärmeenergie auf Lebensmittel aller Art.

Wir konzentrieren uns damit gleichzeitig auf ein menschliches Grundbedürfnis: „Warmes Essen außer Haus“. Mit zunehmendem Wohlstand der Bevölkerung wächst dieses Bedürfnis auch in Zukunft kontinuierlich.

RATIONAL ist das Unternehmen der Köche

Im Gegensatz zu anderen Unternehmen unserer Branche, die sich in erster Linie als „Maschinenbauer“ verstehen, sind wir vor allem das Unternehmen der Köche und das Unternehmen der innovativen Problemlösungen. RATIONAL beschäftigt heute weltweit rund 150 Küchenmeister,

- als Verkäufer
- in der Anwendungsforschung und
- in der Anwendungsberatung.

Unsere Forschung und Entwicklung spiegelt also unmittelbar die Welt der Köche wider. Wir verfügen

somit über tiefes Wissen über die Kundenwünsche und deren Probleme im eigenen Haus.

Mit Physikern und Lebensmittelwissenschaftlern unterstützt, forschen wir auf dieser Basis ständig an neuen, innovativen Lösungen, die die Arbeitswelt unserer Kunden auch in Zukunft nachhaltig verbessern werden.

Die selbst auferlegte Spezialisierung oder Beschränkung im Leitbild, eröffnet für uns durch die Bündelung aller Ressourcen erst die Chance, auf diesem Gebiet besonders innovationsstark, also Weltmeister zu sein. Das Resultat ist heute ein scharfkantiges, eigenständiges Profil bei unseren Kunden als kompetentester Problemlöser der Branche.

Höchstmöglicher Kundennutzen als oberstes Unternehmensziel

Die Spezialisierung des Gesamtunternehmens auf eine einzige Disziplin bildet also die Voraussetzung, unser oberstes Unternehmensziel,

„Wir bieten den Menschen, die in den Profiküchen der Welt thermisch Speisen zubereiten, den höchstmöglichen Nutzen,“

auch wirklich Jahr für Jahr erreichen zu können.

Umsatz und Gewinn sind übrigens nicht unsere Ziele, sondern lediglich Ergebnisse. Sie werden praktisch automatisch besser, je größer der Kundennutzen ist. Denn je größer der Kundennutzen, desto größer wird die Attraktivität und die Anziehungskraft von RATIONAL für seine weltweiten Kunden und in Folge steigt auch die Nachfrage, der Umsatz und durch gleichzeitige Produktivitäts- und Effizienzsteigerungen in allen Unternehmensteilen, auch der Gewinn.

Letztlich streben wir das Ideal, nämlich das Kunden-Nutzenmonopol, an.

Regelmäßige Innovationen und kontinuierliche Verbesserung als Erfolgsfaktor

Wir vergrößern den Kundennutzen gezielt durch regelmäßige, innovative Quantensprünge – etwa alle 7 bis 10 Jahre – die die bisher bekannte und verkaufte Gerätetechnologie wirtschaftlich und qualitativ verdrängt und damit den gesamten Weltmarkt praktisch wieder auf „Start“ setzen.

Die Zeit zwischen diesen technologischen Quantensprüngen nutzen wir intensiv für die messbare kontinuierliche Verbesserung von Kundennutzen, Produktivität, Effizienz und Herstellkosten im jeweils bestehenden System.

Das Ergebnis ist die Technologieführerschaft und die weltweite Alleinstellung mit unseren heutigen Produkten

- SelfCooking Center
- und
- VarioCooking Center

Dauerhaftes Wachstum durch regelmäßigen Technologiewechsel

Durch regelmäßigen Technologiewechsel erreichen wir seit vielen Jah-

ren dauerhaftes Wachstum. Gleichzeitig vermeiden wir damit die Marktsättigung für die RATIONAL-Technologie insgesamt. Wir verhindern somit pro-aktiv den Negativ-Teil der Markt- und Produktzykluskurve mit

- Marktsättigung
- sinkenden Preisen
- Personalabbau
- sinkenden Umsätzen
- Unternehmenszukäufen als einzige Wachstumschance
- Kostensenkung durch Produktionsverlagerung in Billiglohnländer
- Kompetenzverlust
- Unternehmensverkauf.

Großes freies Wachstumspotenzial durch 2-Marken-Strategie

Unser heutiges Weltmarktpotenzial beträgt für das SelfCooking Center und das VarioCooking Center jeweils die gleichen 2,5 Millionen Küchen, d.h. zweimal rund 100%.

Unser dynamischer Wachstumskurs der Vergangenheit mit der Combi Dämpfer-Technologie wird jetzt durch das SelfCooking Center fortgesetzt.

Zusätzlich dazu haben wir mit dem FRIMA VarioCooking Center nochmals die gleichen Möglichkeiten für dynamisches weltweites Zukunftswachstum geschaffen. RATIONAL hat für 280 Millionen Euro Umsatz als Start-Up-Unternehmen mit wenig Kapital und wenig internationaler Erfahrung rund 30 Jahre benötigt. FRIMA sollte dies deutlich schneller schaffen können.

Die RATIONAL-Gruppe steht somit in Zukunft auf zwei starken Säulen. Zwei Marken, mit mehr Kraft bei der weltweiten Marktdurchdringung mit immer neuen Technologien, mit einem deutlich höheren Gesamtmarktanteil und als logische Konsequenz mit noch mehr Sicherheit und Stabilität bei stärker steigendem Unternehmenswert.

Wirtschaft in 2006 weltweit positiv gestimmt

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich nun – vor diesem strategischem Hintergrund – konkret auf das in 2006 Erreichte eingehen.

2006 zählt mit einem Weltwirtschaftswachstum von rund 3,5% zu einem der wachstumsstärksten Jahre der letzten Jahrzehnte.

Das Wachstum in den USA befand sich mit 3,3% nach wie vor auf hohem Niveau. Nach einer kräftigen Konjunkturerholung in den letzten Jahren wuchs auch Japan in 2006 um 2,8%. Die Prognosen in Euroland wurden kontinuierlich nach oben korrigiert. Erreicht wurden letztlich 2,6%

Die Volksrepublik China hat in den vergangenen Jahren einen rasanten Aufstieg vollzogen. Sie spielt weltweit und weltwirtschaftlich eine immer größere Rolle. In 2006 betrug die Wachstumsrate rund 10%.

Aufgrund seiner erfolgreichen wirtschaftlichen Entwicklung gewinnt Indien zunehmend an Bedeutung. Mit einem Wachstum von 7,3% ist Indien zu einem der wachstumsstärksten Länder der Welt aufgerückt.

Mit 5,7% Wachstum präsentiert sich auch die russische Volkswirtschaft in guter Verfassung. Der nunmehr seit 7 Jahren andauernde wirtschaftliche Aufschwung beruht hier hauptsächlich auf dem Absatzboom bei Öl und Gas.

Schwellenländer überflügeln Industriestaaten

Aktuell gilt noch die gewohnte Rangfolge der stärksten Volkswirtschaften der Welt: Platz 1 für die USA, Platz 2 für Japan und Platz 3 für Deutschland. China hat allerdings bereits heute Frankreich und Großbritannien überholt und Platz 4 eingenommen.

In den nächsten Jahren wird sich dieses Bild gravierend verändern, da die heutigen Schwellenländer weiter überproportional an Einfluss gewinnen. Bereits in diesem Jahr wird die

Wirtschaftskraft dieser Schwellenländer insgesamt die der klassischen Industrieländer überschreiten. Mittel- und langfristig wird dieser Entwicklungstrend die gesamte Weltordnung neu prägen.

Die wirtschaftspolitisch wichtigsten Länder der Welt heißen in Zukunft China, USA, Japan, Indien und Russland. Für RATIONAL bedeutet dies, den bisherigen Auf- und Ausbau der Vertriebs- und Marketingkapazitäten in diesen Ländern besonders stark voranzutreiben.

Erfolgreiches Wachstum durch Zellteilung und Strukturaufbau

Nach unserem Erfolgsprinzip:

„Erfolgreiches organisches Wachstum durch stetige Zellteilung und Strukturaufbau“

verhindern wir von vornherein, dass mit zunehmender Unternehmensgröße die Komplexität, die Arbeitsteilung und die Hierarchien überproportional zunehmen.

Wir wollen keine komplexen hierarchie- und management-lastigen Konzernstrukturen, – also keinen großen Tanker – sondern kleine selbständige und fokussierte Teilunternehmen.

Kleine Schnellboote sind jedem großen Tanker an Geschwindigkeit, Wendigkeit und vor allem an Flexibilität haushoch überlegen.

Nach diesem organisatorischen Grundprinzip haben wir in 2006 folgende Strukturen neu geschaffen:

Aufbau höchst flexibler und fokussierter Strukturen

- ▷ Zur fokussierten Erschließung der Schwellenländer wurde die RATIONAL International in der Schweiz gegründet.
- ▷ Gleichzeitig haben wir die FRIMA International, ebenfalls mit Sitz in der Schweiz, zur Erschließung der Weltmärkte mit der neuen Vario-Cooking Center Technologie geschaffen.

▷ Für die Forschung, Entwicklung und die Produktion des VarioCooking Centers wurde als eigenständiges, hoch spezialisiertes „Schnellboot“ die „FRIMA Technik“ in Frankreich gegründet.

Neues Werk am Standort Landsberg

Eine weitere zukunftsweisende Strukturrentscheidung wurde in 2006 zugunsten des Produktionsstandortes Deutschland getroffen.

Aufgrund des kontinuierlichen Wachstums werden in den beiden heutigen Werken in Landsberg in absehbarer Zeit die Kapazitätsgrenzen erreicht. Um der auch in Zukunft steigenden Nachfrage gerecht zu werden, wird der Bau eines dritten Werkes erforderlich. Die insgesamt für unsere hohen Anforderungen an die Qualität und die Ausbildung der Facharbeiter sehr guten Rahmenbedingungen am Standort Deutschland haben uns veranlasst, auch dieses neue Werk am Stammsitz der Gesellschaft in Landsberg zu bauen.

Auf der bereits erworbenen Grundstücksfläche von 45.000 m² wird das neue Werk so ausgelegt, dass ein Wachstum bis hin zur Verdoppelung der aktuellen Produktionskapazitäten möglich ist.

Mit dem Bau wird in 2007 begonnen. Das neue Werk könnte dann bereits in der ersten Jahreshälfte 2008 in Betrieb gehen.

Die Investitionen für dieses neue Werk werden in 2007 voraussichtlich rund 18 Millionen Euro betragen.

Wir schaffen mit dieser Entscheidung auch in Zukunft gezielt neue, hoch qualifizierte Arbeitsplätze in Deutschland, obwohl wir inzwischen 84% unseres Umsatzes in anderen Ländern der Welt erwirtschaften. Wir setzen also weiterhin auf den Standort Deutschland und werden somit unserer unternehmerischen Gesamtverantwortung in bester Weise gerecht.

Rekordumsatz in 2006

Meine Damen und Herren,

das Ergebnis all unserer Aktivitäten in 2006 kann sich wieder sehen lassen.

Mit einem Umsatzvolumen von 284 Millionen Euro sind wir in 2006 um 15% gewachsen. Unsere durchschnittliche organische Wachstumsgeschwindigkeit pro Jahr hat sich in den letzten Jahren damit von einem eher 10%-Niveau auf ein 15%-Niveau nachhaltig gesteigert.

Weltmarktanteil weiter ausgebaut

Durch dieses überproportionale Wachstum konnte RATIONAL in 2006 seinen Weltmarktanteil von 52 auf 53% nochmals weiter ausbauen. Die Konzentration der Ressourcen auf die potenzialstärksten Länder der Welt, die überlegene RATIONAL-Produkttechnologie und die konsequente Umsetzung des einzigartigen RATIONAL-Vertriebs- und Marketingprozesses waren auch in 2006 die entscheidenden Erfolgsfaktoren.

93 neue Arbeitsplätze in 2006

Nur steigende Nachfrage kann zusätzliche Arbeitsplätze generieren. Bei der heutigen Arbeitsmarktsituation ist es eine besondere Leistung, dass es RATIONAL gelungen ist, im Jahr 2006 wieder 93 neue, hoch qualifizierte Arbeitsplätze zu schaffen.

Durch kontinuierliche Produktivitäts- und Effizienzsteigerungen in allen Unternehmensbereichen konnten wir uns gleichzeitig auch qualitativ weiter deutlich verbessern. Der Pro-Kopf-Umsatz steigt seit Jahren kontinuierlich und erreicht in 2006 die neue Rekordmarke von 328 Tsd. Euro.

Spitzengewinn 2006

Spitzenleistungen in allen Unternehmensbereichen haben in 2006 zu einem weit überproportionalen Anstieg der Ertragskraft unseres Unternehmens geführt.

Mit einem EBIT in Höhe von 80,5 Millionen Euro wurde das Vorjahr mit 66,9 Millionen Euro um 20% übertroffen. Die EBIT-Marge erhöht sich damit von 27,2% in 2005 auf 28,4% in 2006.

Die Aktionäre der RATIONAL AG profitieren durch eine hohe Dividende in besonderem Maße von der hervorragenden Ergebnisentwicklung der Gesellschaft.

Für das Geschäftsjahr 2006 schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung – also Ihnen – die Ausschüttung einer Dividende von 3,75 Euro pro Aktie vor.

RATIONAL – eines der ertragsstärksten Unternehmen an der deutschen Börse

Beim Handelsblatt-Firmencheck vom 28.08.2006 erhielt RATIONAL mit 900 von 1000 möglichen Punkten das Prädikat „außergewöhnlich ertragsstark“ und gehört jetzt zu den Top 5 der ertragsstärksten börsennotierten Unternehmen in Deutschland. Große Traditionsunternehmen wie Henkel, BMW oder Siemens wurden von RATIONAL deutlich überholt.

Insgesamt wurden 130 börsennotierte Unternehmen aus allen Börsensegmenten analysiert. Die durchschnittliche Punktzahl betrug lediglich 503 Punkte.

Bei der gleichen Analyse in 2005 hat RATIONAL noch Rang 10 belegt.

Mit jetzt nur noch 50 Punkten Abstand ist auch SAP in greifbare Nähe gerückt.

RATIONAL – die stärkste Marke in der Profiküche

Besonders stolz sind wir darauf, dass vor allem unsere Kunden die Marke RATIONAL als die klare Nummer 1 favorisieren.

Eine repräsentative Leserumfrage der deutschen Fachzeitschrift „Küche“ Ende 2006 bescheinigt RATIONAL das mit Abstand beste Image aller Marken unserer Branche. Wir schlagen dabei internationale Traditionsmarken, wie WMF, Electrolux oder Villeroy & Boch.

RATIONAL überzeugt seine Kunden vor allem als

- die stärkste
- die innovativste
- die hochwertigste

und

- die zuverlässigste Marke in der Profiküche

RATIONAL – eines der wertvollsten Unternehmen im SDAX

Der Kurs der RATIONAL Aktie hat sich in 2006 relativ turbulent entwickelt. Nach einem rasanten Kursanstieg von 94 Euro im November 2005 auf mehr als 170 Euro Ende Oktober 2006, brachte der November 2006 eine deutliche Kurskorrektur auf unter 130 Euro. Mit einem Schlusskurs von 141 Euro zum 31.12.2006 ist der Wert der Aktie aber dennoch im Jahresvergleich um 26 Prozent gestiegen und bewegte sich damit im Rahmen der Börsenindizes DAX, MDAX und SDAX.

Mit einem Kurs von rund 150 Euro hat unser Unternehmen heute eine Marktkapitalisierung von 1,7 Milliarden Euro und ist damit eines der wertvollsten Unternehmen im SDAX.

RATIONAL – ein wachstumsstarker Ertragswert

Neben dieser Kursentwicklung partizipieren Sie als Aktionäre, auch durch die gute Dividende, in besonderem Maße an der hervorragenden Ergebnisentwicklung ihrer Gesellschaft. Die Dividende steigt, sollten sie unserem Dividendenvorschlag zustimmen, seit dem Börsengang um durchschnittlich 68% pro Jahr. Sie folgt damit der rasanten Kursentwicklung der letzten Jahre.

Lassen sie mich nun das ganze auf einen Nenner bringen. Die RATIONAL-Aktie ist einer der ertragsstärksten Wachstumswerte an der deutschen Börse. Wir steigern nicht nur jedes Jahr den Umsatz sondern gleichzeitig auch das Ergebnis und schaffen so Jahr für Jahr einen höheren Unternehmenswert. Dabei ruhen wir uns nicht auf dem Erreichten aus, sondern wollen auch in Zukunft immer noch besser werden. Besser werden für unsere Kunden, für unsere Geschäftspartner, für unsere Mitarbeiter und dadurch „last but not least“ natürlich auch für Sie, unsere Aktionäre.

Vielen Dank für ihre Aufmerksamkeit.