



**Roadshow #65:
Leinwand frei
für Agrana,
Conda, FACC,
Rosenbauer**

v.li. vor dem Cine Center: Christian Drastil (BSN), Manuel Taverne (FACC), Gerda Königstorfer (Rosenbauer), Ales Starek (FACC), Michael Lipper, Paul Pöltner (Conda)

Liebe Leserinnen, sehr geehrte Leser! Im Herbst 2016 präsentierten bei unseren vier Roadshows gesamt 18 Unternehmen aus Österreich und Deutschland. Die finale Veranstaltung fand am 10. Dezember erstmals in einem Kino statt und zwar im Cine Center in Wien, das der BSN-Roadshow sogar auf der Programmtafel die Ehre gab. In dieser Rei-

henfolge wurde präsentiert: Es starteten Michael Lipper und Paul Pöltner für Conda, die beiden sorgten mit Venture Space für die erste Vorstellung eines Crowdfunding-Cases im Rahmen der Roadshows. Es folgte mit Rosenbauer eine kinogerechte Präsentation, denn Gerda Königstorfer brachte ihren mächtigen „150 Jahre Rosenbauer“-Film als

Intro mit. Danach übernahmen Ales Starek und Manuel Taverne für FACC, es schloss Hannes Haider für Agrana. Die Speaker wurden zudem von Peter Heinrich zu Interviews gebeten, siehe bzw. „höre“ boersenradio.at. Für 2017 sind 10 Events geplant. Auftakt: 1. Februar, erstmals in einer Schule. Stay tuned.

Christian Drastil, Herausgeber

IMPRESSUM

Für den Inhalt verantwortlich: Büro Christian Drastil (Werbeagentur), Gussenbauergasse 4/34c, 1090 Wien
me@christian-drastil.com • Vollständiges Impressum und Download auf www.boerse-social.com

Agrana: Nicht nur Wiener Zucker, sondern auch Frucht und Stärke

Eigentlich verfolgt man bei Agrana einen B2B-Ansatz. Berührungspunkte mit den Endkunden gibt es praktisch nur beim Wiener Zucker. Dabei steht der Konzern gleich auf drei Beinen.



Die Präsentation findet man unter boerse-social.com/virtuellefinanzmarktmesse

Bei Agrana denkt man sofort an Zucker. Doch der erste Eindruck deckt nur einen kleinen Teil des Geschäfts ab. „Wir verfolgen einen B2B Approach - insofern wird Agrana oft als Wiener Zucker wahrgenommen“, erklärt IR-Sprecher Hannes Haider von Agrana auf der BSN-Roadshow #65. „Wir alle konsumieren täglich Agrana-Produkte. Und zwar nicht nur an den Punschständen oder beim Keksebacken. Agrana ist viel mehr. Egal ob Apfelsaft, Erdbeeryoghurt, Benzin in Österreich, Lippenstift oder gar Textilien - überall sind Agrana-Produkte enthalten“, so Haider.

Drei Bereiche

Rund 8600 Mitarbeiter (davon ca. 2000 in Österreich) erwirtschafteten im letzten Geschäftsjahr beinahe 2,5 Milliarden Euro Umsatz. Es gibt insgesamt 53 Produktionsstandorte und drei Schwerpunkte. Zum einen „Zucker“, zum anderen „Stärke“ und schließlich „Frucht“. In letzterem Bereich

darf man sich Weltmarktführer nennen.

Was Agrana nun also tatsächlich tut? „Wir starten beim Rohstoff und veredeln zum Beispiel Rüben, Mais, Weizen, Kartoffeln oder Früchte zu einer Vielzahl von industriellen Produkten für die Nahrungsmittelindustrie aber auch für technische Anwendungen. Wir beliefern nicht nur lokale Produzenten sondern auch die Big Names der Nahrungsmittelbranche. Mit Wiener Zucker sind wir direkt beim Konsumenten. Alle anderen Erzeugnisse von Agrana sind lediglich ein Bestandteil einer Reihe anderer Produkte.“

Um ein Gefühl für die Größenordnung zu bekommen. Pro Jahr werden zehn bis elf Millionen Tonnen Rohstoffe verarbeitet. Daraus entstehen fünf bis sechs Millionen Produkte. „Der bedeutendste Rohstoff ist für uns die Rübe. Da werden wir heuer rund sieben Millionen Tonnen verarbeiten und daraus rund 1 Million Tonnen Zucker gewinnen. Wir verarbeiten aber auch Getreide“, führt Haider aus.

Zucker

„Bei Zucker sind wir das bedeutendste Unternehmen in Zentral-, Ost- und Südost-Europa“, hebt Haider hervor. Insgesamt betreibt Agrana sieben Rübenzuckerfabriken und zwei Rohzuckerraffinerien. „Der Großteil des Zuckers geht in die weiterverarbeitende Industrie, also auch an Big Names wie Coca Cola oder Red Bull, die für uns wichtige Kunden sind.“

Ab Oktober 2017 gelten neue Regeln, fallen gewisse Quoten weg. „Dann gibt es quasi freien Wettbewerb innerhalb der EU. Der Außenschutz ist davon nicht betroffen, den wird es nach wie vor geben. Aber innerhalb der EU erwarten wir mehr Wettbewerb und wir denken, dass wir mit unserem Know-How und mit unserer Stärke in Defizit-Regionen bereits jetzt sehr gut aufgestellt sind. Wir sehen weniger die Risiken - die es sicher auch gibt - als die Chancen, in Zukunft keinen Exportbeschränkungen mehr zu unterliegen“, ist Haider optimistisch. Momentan liegt diese bei 1,3 Millionen Tonnen für Länder außerhalb der EU.

Stärke

Im Bereich Stärke geht es darum Mais, Kartoffeln und Weizen zu veredeln. Große Namen wie Unilever oder Nestle - aber auch die bereits erwähnten Riesen Coca Cola und Red Bull - gehören zu den Kunden. Dieser Bereich umfasst die Babynahrungsindustrie, die Papier- und kartonerzeugende Industrie, die Textilindustrie, die bauchemische Industrie und Pharma- bzw. Kosmetikindustrie. „Es ist so, dass das jener Produktbereich ist, wo es das breiteste Anwendungsfeld gibt“, bringt es Haider auf den Punkt.

„Wir sind ein Spezialist und ein führender Anbieter von Spezialstärken in Eur-

opa.“ Agrana betreibt mittlerweile fünf Stärkefabriken (inkl. zwei Bioethanolwerke).

Frucht

Im Bereich Frucht wird zwischen zwei Geschäftszweigen unterschieden. Einerseits gibt es die Fruchtzubereitungen, andererseits die Fruchtkonzentrate. „Hier sind wir bei den Zubereitungen Weltmarktführer und bei Konzentraten der größte Produzent in Europa“, erklärt Haider.

Der Bereich Frucht ist ein internationales Standbein. Insgesamt 24 Fruchtzubereitungs- und 14 Fruchtsaftkonzentratwerke werden an fünf Kontinenten betrieben. „Hier muss man entweder nah am Kunden oder nah am Rohstoffgebiet sein“, nennt Haider den Grund für die internationale Ausrichtung.

Aktie und Dividende

Der Umsatz der Agrana hat sich seit dem Börsengang vor 25 Jahren jährlich um rund 7,4 Prozent erhöht. Fast im selben Ausmaß (7,2 Prozent) konnte das EBIT im Schnitt pro Jahr zulegen. „Würde man von der Gründung 1988 aus rechnen, wären die Wachstumsraten noch höher“, erklärt Haider. 2012/13 erreichte der Umsatz ein Hoch. Danach ging es leicht bergab, was daran lag, dass Agrana die Joint Ventures nicht mehr voll konsolidieren durfte.

Agrana ist ein äußerst verlässlicher Dividendenzahler. Seit 1997 blieb die Ausschüttung an die Aktionäre entweder gleich hoch wie im Jahr zuvor oder wurde erhöht. Zuletzt stieg die Dividende auf 4 Euro je Aktie. Derzeit kostet die Aktie rund 112 Euro. „Es ist Konsens und Markterwartung, dass es im kommenden Jahr wieder 4 Euro geben wird“, verrät Haider.

”

Wir sehen weniger die Risiken - die es sicher auch gibt - als die Chance, in Zukunft keinen Exportbeschränkungen mehr zu unterliegen.

Hannes Haider, IR Agrana

“



Crowdinvesting und Venture Capital als Conda-Story für die Anleger

Die Idee von Conda liegt darin, Anlegern zu ermöglichen, sich bereits mit kleinen Beträgen an Unternehmen zu beteiligen, die Wachstum und Erfolg versprechen.



Die Präsentation findet man unter boerse-social.com/virtuellefinanzmarktmesse

Der Name Conda ist untrennbar mit Crowdinvesting verbunden. Man will aber mehr sein. „Conda ist mehr als eine Crowdinvesting-Plattform. Conda ist das Bindeglied zwischen Unternehmern und Investoren, um gemeinsam Großes zu realisieren“, heißt es da etwa auf der Website. Die BSN Roadshow #65 war wiederum das Bindeglied zwischen dem Publikum und Conda, das in Form von Gründer Paul Pöltner und Head of Investment Management Michael Lipper die Idee von Conda vermittelte.

Zinsen und Bonus-Zins

Die Grundidee lautet wie folgt: Man will Anlegern ermöglichen, schon mit kleinen Beträgen in erfolversprechende Unternehmen mit hohem Wachstumspotenzial zu investieren. Das hilft den Unternehmen dabei, innovative Ideen zu entwickeln und langfristig erfolgreich zu agieren. Das freut wiederum den Anleger bzw. den Investor. „Bei jungen Unternehmen sind sie beteiligt - sie bekommen eine Verzinsung

und außerdem bekommen sie am Ende der Laufzeit einen Bonus-Zins, der sich an der Wertsteigerung des Unternehmens orientiert“.

Erfolgreiche Projekte

Bisher wurden rund 70 Projekte finanziert und dabei 14 Millionen Euro eingesammelt. „Das durchschnittliche Investment liegt derzeit bei etwas über 1000 Euro“, erklärt Paul Pöltner. Die Projekte kommen oft aus Österreich. Insgesamt ist man in sieben Ländern aktiv. Das Vereinigte Königreich soll demnächst dazukommen. Warum? „Damit man sich aussuchen kann, in welche Unternehmen und in welche Länder man investieren will um das eigene Portfolio aufzubauen“, so Pöltner.

Investitionsprojekte

Ein Blick auf die Website klärt auf. Dort sieht man auf einen Blick, welche Projekte derzeit zur Auswahl stehen. Etwa tech-

bold. Das ist das neue Unternehmen von DiTech-Gründer Damian Izdebski. 171.800 Euro wurden bisher eingesammelt. Bis zu 500.000 könnten es noch werden. Pöltner verrät: „Die Unternehmen, die zu uns kommen, sollten einen Kapitalbedarf von 50.000 Euro, tendenziell sogar 100.000 Euro haben“. Und so sind auch die verschiedenen Beträge schnell erklärt. Die Fundingschwelle gibt Aufschluss darüber, wie viel Geld eingesammelt wird, damit es überhaupt zur Finanzierung kommt. Ist die Marke überschritten, wird weiterhin so viel Geld eingesammelt bis das Fundingziel erreicht ist. Im Falle von techbold wären das die erwähnten 500.000 Euro.

Venture Space

Doch der Blick auf die Website offenbart nicht nur die erfolgreiche techbold-Finanzierung, sondern auch etwas ganz Besonderes, nämlich Venture Space. Die Fundingschwelle liegt hier bei 1 Million Euro. Das Fundingziel bei 3,65 Millionen Euro. 571.000 Euro wurden bisher eingesammelt. Michael Lipper klärt auf. „Viele Unternehmen sind im Bereich Private Equity tätig. Dieser Bereich hat leider das Problem, dass der Zugang zu den Investitionsmöglichkeiten für die meisten Menschen - vor allem im Retail-Bereich - nicht vorhanden ist. Es ist Investmentfonds oder Unternehmen oder Business Angels vorbehalten. Es existiert kaum ein Zugang.“ Bleibt die Möglichkeit, in gewisse Fonds zu investieren um hier mitzuverdienen und dabei zu sein.

„Im Frühphasenbereich, im Bereich von Venture Capital, sind hier aber Einstiegschancen von zumindest 100.000 Euro gegeben. Eine andere Möglichkeit ist das Thema Crowdinvesting“. Und so schließt sich der Kreis. Denn hier sei es möglich, in ein Portfolio zu investieren. Es wird ein

Portfolio an aussichtsreichen Technologieunternehmen aufgebaut, insgesamt 15 bis 20 Stück.

Geschlossener Investorenkreis

„Es ist ein geschlossener Investorenkreis, der gemeinsam in diese Projekte investiert und somit Risikoteilung schafft“, betont Lipper. Ein Investment ist bereits ab einem Betrag von 1000 Euro möglich. Bis zu 500.000 kann ein Einzelinvestment betragen. „Und die Investoren entscheiden tatsächlich, wo die Gelder hinlaufen, also welche Unternehmen finanziert werden“, so Lipper.

Was ist der Fokus, wo wird investiert? „Vorrangig im Technologiebereich, also im Informations- und Kommunikations-Technologie- und im High-Tech-Bereich. Aber auch im Segment Gesundheit. Hier sehen wir sehr spannende Modelle und glauben, in Zukunft sehr interessante Renditen erwirtschaften zu können. Hinzu kommen die Bereiche Sport und Fitness sowie grüne Technologien“, fasst Lipper die Marschroute zusammen.

50 Prozent Österreich-Anteil

Venture Space wird vorrangig in Österreich investieren. 50 Prozent der Unternehmen kommen aus Österreich. 50 Prozent kommen aus dem umliegenden Ausland Österreichs. „Wir wollen hier vorrangig regionale Projekte finanzieren und diese für die bevorstehende Expansion mit Kapital ausstatten“, erklärt Michael Lipper. Es handelt sich dabei um die so genannte Early Stage, also die Unternehmensphase nach dem Marktstart. Dennoch kommen nur Unternehmen in Frage, die bereits mehr als 100.000 Euro Umsatz erzielen. Die ersten Investitionsziele wurden bereits ins Auge gefasst.

”

Es ist ein geschlossener Investorenkreis, der gemeinsam in diese Projekte investiert und somit Risikoteilung schafft.

Michael Lipper, Head of IM Conda

“



Bild linke Seite Paul Pöltner, rechts Michael Lipper

FACC zum Ende eines schwierigen Jahres zurück in der Öffentlichkeit

Finanzvorstand Ales Starek ist erst kurz im Amt - dennoch will er für Stabilität im Unternehmen sorgen. Ein neuer CEO soll bald präsentiert und der Bereich Interiors profitabel gemacht werden.



Die Präsentation findet man unter boerse-social.com/virtuellefinanzmarktmesse

Mit dem Investor Relations Chef Manuel Taverne und Finanzvorstand Ales Starek waren es gleich zwei Vertreter, die FACC dem Publikum bei der BSN Roadshow #65 näher bringen wollten. Starek hat sein Amt erst am 1. Oktober 2016 übernommen. Der gebürtige Tscheche war bereits in Deutschland, China, Japan und Korea tätig. Seine Ausbildung absolvierte er teilweise in den USA.

Leichtbaukomponenten

Bei FACC geht es im Grunde genommen um genau eine Sache. Und zwar um Leichtbaukomponenten für Flugzeuge. Genauer gesagt ist das Unternehmen „führend in der Entwicklung und Produktion von Komponenten und Systemen aus Composite-Materialien“. Damit erwirtschafteten die weltweit 3200 Mitarbeiter des Unternehmens im Geschäftsjahr 2015/16 einen Umsatz von rund 600 Millionen Euro.

In Österreich befinden sich vier Werke und zwei Entwicklungszentren. Zu den Kunden gehören die Riesen der Branche, das sind Boeing und Airbus. Aber auch

Vertreter aus der zweiten Reihe, wie Embraer, Bombardier und Rolls Royce werden beliefert.

Ökonomische Nachhaltigkeit

Der Fokus liegt bei FACC bei der ökonomischen Nachhaltigkeit. Heißt: „Deutliches Wachstum in allen Segmenten des Konzerns“. Diese Segmente heißen „Aerostructures“, „Engine & Nacelles“ und „Interiors“.

„Wir wollen das Thema Nachhaltigkeit in den Vordergrund stellen. Nachhaltiges Wachstum in allen Segmenten und auch Nachhaltigkeit in Bezug auf die Ergebnisse“, erklärt CFO Starek.

Es gibt drei Segmente. Der Ist-Zustand zeigt folgendes: „Der Bereich Aerostructures ist den anderen Bereichen ein bisschen voraus. Das Produktportfolio ist ein bisschen älter und ein bisschen weiter im Lebenszyklus, der sich allerdings auf 20 bis 30 Jahre erstreckt“, erläutert Starek.

„Die anderen beiden Segmente haben ein jüngerer Portfolio und sind hauptsächlich noch in den Ramp-Up-Phasen. Aber auch

da müssen wir zu einer Nachhaltigkeit in der Ergebnissituation kommen.“

CEO gesucht

Starek ist sich der Herausforderung seiner Arbeit bewusst: „Stabilität im Unternehmen fängt im Vorstand an. Da haben wir einen Schritt nach vorne gemacht. Sowohl der Herr Machtlinger als auch ich stehen für diese Stabilität. Wir werden in absehbarer Zeit auch eine Entscheidung über den CEO vom Aufsichtsrat hören.“ Zur Erinnerung: Anfang des Jahres hat der Fake President Incident dem Unternehmensgründer und langjährigen FACC-Chef Walter Stephan überraschend den Sessel als Vorstandsvorsitzender gekostet. Die Aufarbeitung dieses Vorfalls schlägt sich auch auf die Zahlen nieder. „Das ist einfach so. Die Aufarbeitung kostet Geld und das müssen wir investieren, um dieses Thema sauber abzuschließen. Anders geht es nicht“, gibt sich Starek pragmatisch.

Im GJ 2014/15 lag das EBIT bei einem Minus von 14,5 Mio. Euro. Ein Jahr später erzielte man ein Plus von 6 Mio. Euro. Im laufenden Geschäftsjahr liegt das Plus mit 4,6 Millionen Euro deutlich darunter. „Wir würden uns aber im Bereich des Vorjahres bewegen, wenn nicht zusätzliche Kosten angefallen wären, die mit den Themen und Schwierigkeiten zusammenhängen, die wir Anfang des Jahres hatten.“

Innovation

„Innovation ist sehr wichtig für uns. Wir müssen am Ball bleiben. Wir müssen unsere Innovationen vorantreiben“, gibt der Finanzvorstand die Devise vor. Hier ist zum Beispiel die „wirklich bahnbre-

chende“ thermografische Inspektionsmethode zu nennen. „Das Team hat fast zehn Jahre an dieser Technologie gefeilt“, ist Starek stolz. „Im Endeffekt heißt das, dass wir jetzt in der Lage sind, viel schneller und viel zuverlässiger eventuelle Strukturschäden in den Teilen zu erkennen. Früher hat man das mit Ultraschall gemacht - das hat lange gedauert. Man musste das Teil aus dem Produktionsprozess rausnehmen und untersuchen. Mit diesem neuen Verfahren können wir das in der Produktion direkt messen. Und damit sparen wir Zeit.“

Das Sorgenkind

In allen drei Bereichen gab es zum Halbjahr deutliche Umsatzsteigerungen, insgesamt stieg der Umsatz im Vergleich zum Zeitraum des Vorjahres um 22 Prozent. Die Interiors haben aufgrund des Ramp-Ups das stärkste Wachstum gezeigt. „Wir haben in diesem Halbjahr über 300 Millionen umgesetzt und so gesehen gehen wir davon aus, dass wir auf das Geschäftsjahr gesehen etwas mehr als 600 Millionen Euro umsetzen können“, so Starek.

Die Aerostructures sind der größte EBIT-Bringer mit 14,2 Millionen Euro zum Halbjahr 2016/17. Die EBIT-Marge liegt hier bei rund 10 Prozent. Engines & Nacelles schlug mit einem Minus von 3,7 Millionen Euro zu Buche. „Die haben im 2. Quartal allerdings eine Null geschrieben. Heißt: Die haben wir in die Plus-Zone gehoben“. „Das Sorgenkind sind die Interiors, die Innenaustattungen“, bringt es Starek auf den Punkt. Hier lag das Minus bei 5,9 Millionen Euro. „Da hatten wir signifikante Produktionsanläufe. Das hat sich entsprechend auf das Ergebnis niedergeschlagen.“

”

Wir wollen das Thema Nachhaltigkeit in den Vordergrund stellen. Nachhaltiges Wachstum in allen Segmenten und auch Nachhaltigkeit in Bezug auf die Ergebnisse

Ales Starek, Finanzvorstand FACC

“



Rosenbauer zur Kino-Roadshow mit eigenem Film im Gepäck

Der oberösterreichische Konzern will seine Position im Bereich Technologie- und Innovationsführerschaft weiter ausbauen. Heuer machte ein außerordentlicher Helm besonders viel Freude.



Die Präsentation findet man unter boerse-social.com/virtuellefinanzmarktmesse

2016 ist für Rosenbauer ein Jubiläumsjahr. Seit nunmehr 150 Jahren existiert das Unternehmen. Die gesamte Firmengeschichte wurde in einem rund fünfminütigen Film zusammengefasst und dem Publikum bei der BSN Roadshow #65 vorgeführt. Die Veranstaltung ging in einem Kinosaal über die Bühne, das perfekte Ambiente also. Dass das Unternehmen in den 150 Jahren des Bestehens eine starke Wandlung vollzogen hat, liegt auf der Hand. Heute ist Rosenbauer jedenfalls ein „international führender Hersteller im abwehrenden Brand- und Katastrophenschutz“, wie es von Unternehmensseite heißt. „Wir sind heute der weltgrößte Hersteller von Feuerwehrfahrzeugen“, ist die Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Rosenbauer, Gerda Königstorfer, stolz. Sie selbst ist seit über 20 Jahren teil des

Unternehmens. Ein Zeitraum, in dem sich etwa bei der internationalen Ausrichtung des Unternehmens einiges getan hat.

Weltgrößter Exporteur

Im Feuerwehrbereich bietet Rosenbauer alles an, was es anzubieten gibt. Von sich selbst spricht man als „Vollsortimenter - und zwar nach allen gängigen internationalen Normen“, wie Königstorfer betont. Das ist wichtig, weil man - unter anderem - in den USA tätig ist. Die Unterschiede in der Brandbekämpfung erkennt man auf den ersten Blick, wenn man ein österreichisches mit einem amerikanischen Feuerwehrauto vergleicht. „Die amerikanischen Fahrzeuge sind größer und haben eine andere Technologie“, fasst es Königstorfer in aller Kürze zusammen. Heute ist man am

amerikanischen Markt bereits die Nummer 2.

Im Jahr 2015 generierten die gut 3000 Rosenbauer-Mitarbeiter (1399 in Österreich) einen Umsatz von 865,4 Millionen Euro. 34 Prozent davon wurden in Europa erzielt. 27 Prozent entfallen auf die Arabischen Länder, 22 Prozent in den NAFTA-Bereich (USA, Kanada und Mexiko), 11 Prozent auf Asien/Ozeanien und 6 Prozent auf sonstige Länder. International könnte man kaum aufgestellt sein. Heute ist Rosenbauer der „weltgrößte Exporteur von Feuerwehrfahrzeugen“ und die „vertriebsstärkste Gruppe der Branche“, wie Königstorfer betont.

Auf drei Kontinenten

Produziert wird auf drei Kontinenten (Europa, Nordamerika und Asien) - und zwar nach DIN- und NFPA-Standards, die in den USA gelten. Rosenbauer sieht sich selbst als „eindeutigen Technologie- und Innovationsführer“ der Branche. Das klingt zunächst ein wenig ungewöhnlich - aber auch im Feuerwehrgeschäft gibt es Innovationen. So war etwa der neue Feuerwehrhelm Heros-Titan (nur 1,3 kg) ein voller Erfolg. Und zwar ein so großer Erfolg, dass man kaum mit der Produktion nachkommt. Darüberhinaus werden beispielsweise auch Stiefel und Schutzbekleidung hergestellt.

Aktuell erzielt Rosenbauer rund 8 Prozent der Umsätze mit Ausrüstung. Das ist ein strategisch wichtiger Bereich. „In Österreich gibt es rund 300.000 Feuerwehrleute, in Deutschland sind es 1,2 Millionen. Weltweite Zahlen sind zwar nicht bekannt - aber es ist klar, dass all diese Feuerwehrleute auch eine persönliche Schutzausrüstung brauchen. Wir wollen uns auch in diesem Markt stärker aufstellen“, skizziert Königstorfer den zukünftigen Weg. Denn: Aktuell werden 50 Prozent mit Kommunalfahrzeugen, 7 Prozent mit Industriefahrzeugen, je 11 Prozent mit Flughafenfahrzeugen und Hubrettungsgeräten, 3 Prozent mit Feuerlöschsystemen und 1 Prozent mit stationärem Brandschutz generiert. Die fehlenden 9 Prozent werden im Customer Service (bzw. im Bereich Sonstige) erzielt. Ein Bereich, der immer wichtiger wird. Bei Produkten mit einer Lebensdauer von rund 25 bis 30 Jahren (bei Feuerwehrautos) liegt es auf der Hand, dass nicht leichtfertig erneuert wird. „Deshalb braucht man etwa auch in Malaysia einen Vertriebspartner und einen Servicepartner“, so Königstorfer.

Umsatz und Ergebnis

„Wir haben uns in den letzten zehn Jahren mehr als verdoppelt - trotz der Finanzkrise“, ist Königstorfer stolz. Und

tatsächlich: Lag der Umsatz 2006 noch bei 372 Mio. Euro, waren es 2015 bereit 865,4 Millionen Euro. Das EBIT stieg im selben Zeitraum von 25,1 auf 50,6 Millionen Euro. „Wir sind natürlich in gewissem Maße von der Konjunktur abhängig. Haben öffentliche Haushalte Budgets, werden diese auch ausgenutzt. Gibt es weniger Budget, ist auch die Feuerwehr betroffen. Das spiegelt sich in der Nachfrage wider. Wir haben das aber gut ausgleichen können weil wir sehr international aufgestellt sind“, erklärt Rosenbauers IR-Chefin.

Ausschreibungsgeschäft

„Wir sind ein Unternehmen, das an öffentliche Haushalte liefert. Das heißt, es handelt sich um ein Ausschreibungsgeschäft. Das wiederum heißt, man muss die Anforderungen der Spezifikationen erfüllen und am Ende des Tages bekommt der Bestbieter den Zuschlag. Wir stehen hier unter sehr starkem Wettbewerb“.

Rosenbauer ist seit 1994 an der Börse notiert und mehrheitlich in Familienbesitz. „Wir sprechen eher langfristig orientierte Investoren an“, so Königstorfer. „Wir sind dementsprechend ein Dividendenpapier. Wir haben im letzten Jahr 1,5 Euro je Aktie bezahlt. Wir haben keine Payout-Ratio. Wir wollen eine langfristig stabile Dividende zahlen“, betont Königstorfer.

”

Wir sind ein Unternehmen, das an öffentliche Haushalte liefert. Das heißt, es handelt sich um ein Ausschreibungsgeschäft.

Gerda Königstorfer, IR Chefin Rosenbauer

“



Business Impressions

Eindrücke, Interaktionen aus dem Cine-Center.



Agenda für Risiko- und Wachstumsfinanzierung



Damit Österreichs Unternehmen wachsen und Jobs schaffen können, brauchen sie eine Finanzierungslandschaft auf der Höhe der Zeit. Das stärkt Wachstum und Beschäftigung. Das bringt ganz Österreich weiter.

Gerade im Zeitalter der Digitalisierung ist es wichtig, dass innovative Geschäftsideen rasch und erfolgreich umgesetzt werden und Österreichs Betriebe auf den Exportmärkten internationale Erfolge verbuchen können. Die Bereitschaft der Unternehmen zu Innovation und Risiko muss belohnt und durch eine moderne Finanzierungslandschaft unterstützt werden.

Bessere Finanzierungsmöglichkeiten

Das österreichische Unternehmensfinanzierungssystem, das lange Zeit vom klassischen Bankkredit getragen wurde, braucht daher eine flexible und bedarfsgemäße Weiterentwicklung. Marktsegmente wie Private Equity, Venture Capital (VC), Aktien- und Anleihenmärkte sind im Vergleich zu anderen Ländern deutlich unterentwickelt. Dieser Nachteil für wachstumsstarke Unternehmen ist zu beseitigen.

Agenda des BMWFW

Das Wirtschaftsministerium hat in jüngster Zeit deutliche Verbesserungen umgesetzt. Die Bandbreite reicht von der innovativen Crowdfinanzierung bis hin zu neuen exzellenzorientierten Förderprogrammen. Auf dieser Basis müssen weitere Maßnahmen folgen. Das BMWFW hat dafür eine konkrete Agenda entwickelt, die nicht nur einen Beteiligungsfreibetrag, sondern auch die Möglichkeit einer KMU-Börse für Österreich vorsieht. Die künftige Finanzierungslandschaft soll der Vielfalt der Anforderungen und Potenziale der Unternehmen entsprechen.

Konkrete Maßnahmen

- Beteiligungsfreibetrag
- Co-Investment-Initiative
- Central European Fund-of-Fund
- Mittelstandsfinanzierungsgesellschaft
- Privatanlegervertrieb im AIFMG
- Innovations- & Wachstumssegment am Kapitalmarkt
- Neue IPO-Anreize schaffen
- IPO-Kosten reduzieren
- Mitarbeiterbeteiligung stärken



Entgeltliche Einschaltung

Wir setzen uns mit dem Börse Social Network für den Finanzplatz Wien ein

3 Banken-Generali
Investment-Gesellschaft m.b.H.

BAADER
Die Bank zum Kapitalmarkt.

DR. BOCK INDUSTRIES
Aktiengesellschaft

Deutsche Bank
X-markets

Finnest

IMMOFINANZ
SPACE TO SUCCEED

KTM

ODDO SEYDLER

PKF

Raiffeisen
CENTROBANK

ROSINGER
GROUP

TELEKOM
AUSTRIA
GROUP

VIE
Vienna
International
Airport

VONTOBEL

wiener borse.at

aktien
forum

BKS Bank

BUWOG
group

ERSTE
Group

Hello
bank!
by BNP PARIBAS

ING DiBa

MATEJKA & PARTNER
Asset Management

PALFINGER
LIFETIME EXCELLENCE

PORR

BÖRSE
RADIO
NETWORK
AG

IMMO

UNIGA

VIG
VIENNA INSURANCE GROUP

warimpex

wikifolia

AT&S

bmwfw
Bundesministerium für
Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

Deloitte.

Fabasoft

IG

kapsch >>>

Oberbank

philoros
EDELMETALLE

Post

rosenbauer

STRABAG
SOCIETAS EUROPAEA

Verbund

voestalpine
EINEN SCHRITT VORAUSS.

Wienerberger

zumtobel group