

ZUHAUSE
IN DEN PROFIKÜCHEN
DER WELT

Bericht
zum 1. Quartal 2015

Kennzahlen

| Angaben in Mio. EUR | 1. Quartal 2015 | 1. Quartal 2014 | Veränderung absolut | Veränderung in % |
|--|--------------------|--------------------|------------------------|---------------------|
| Umsatz und Ergebnis | | | | |
| Umsatzerlöse | 124,7 | 100,8 | +23,9 | +24 |
| Auslandsanteil in % | 87 | 86 | +1 | - |
| Herstellungskosten | 49,5 | 40,4 | +9,1 | +23 |
| Vertriebs- und Servicekosten | 34,0 | 29,9 | +4,1 | +14 |
| Forschungs- und Entwicklungskosten | 5,9 | 4,3 | +1,6 | +38 |
| Allgemeine Verwaltungskosten | 6,2 | 5,3 | +0,9 | +17 |
| Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) | 35,0 | 20,7 | +14,3 | +69 |
| Periodenüberschuss | 26,6 | 15,7 | +10,9 | +69 |
| Bilanz | | | | |
| Bilanzsumme | 438,5 | 371,6 | +66,9 | +18 |
| Working Capital ¹⁾ | 97,4 | 84,6 | +12,8 | +15 |
| Eigenkapital | 339,0 | 284,4 | +54,6 | +19 |
| Eigenkapitalquote in % | 77,3 | 76,5 | +0,8 | - |
| Cashflow | | | | |
| Operativer Cashflow | 13,2 | -0,8 | +14,0 | - |
| Investitionen | 2,0 | 4,1 | -2,1 | -51 |
| Freier Cashflow ²⁾ | 11,2 | -4,9 | +16,1 | - |
| Kennzahlen zur RATIONAL-Aktie | | | | |
| Gewinn je Aktie (in EUR) | 2,34 | 1,38 | +0,96 | +70 |
| Quartalsendkurs ³⁾ (in EUR) | 311,75 | 258,20 | +53,55 | +21 |
| Marktkapitalisierung | 3.544,6 | 2.935,7 | +608,9 | +21 |
| Mitarbeiter | | | | |
| Mitarbeiter zum 31.03. | 1.479 | 1.379 | +100 | +7 |
| Mitarbeiter (Durchschnitt) | 1.463 | 1.369 | +94 | +7 |
| Umsatzerlöse je Mitarbeiter (in TEUR) | 85,3 | 73,7 | +11,6 | +16 |

¹⁾ Ohne liquide Mittel

²⁾ Operativer Cashflow abzüglich Investitionen

³⁾ Gesamter deutscher Aktienmarkt

Inhalt

| | | | |
|----------|---|-----------|----------------------------------|
| 4 | Brief des Vorstands | 9 | Die RATIONAL-Aktie |
| 5 | Lagebericht | 10 | Quartalsabschluss |
| 5 | Wirtschaftsbericht | 10 | Gesamtergebnisrechnung |
| 5 | Wirtschaftliche Rahmenbedingungen | 11 | Bilanz |
| 5 | Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage | 12 | Kapitalflussrechnung |
| 6 | Segmente | 12 | Eigenkapitalveränderungsrechnung |
| 7 | Kundennutzen als oberstes Unternehmensziel | 13 | Anhang |
| 7 | Unternehmerische Verantwortung | | |
| 8 | Gesellschaftliche Verantwortung | | |
| 8 | Prognose-, Chancen- und Risikobericht | | |
| 8 | Prognosebericht | | |
| 8 | Chancen- und Risikobericht | | |

Brief des Vorstands



Sehr geehrte Aktionäre, verehrte Kunden und Geschäftspartner,

in das Jahr 2015 sind wir gut gestartet. Unsere Umsatzerlöse sind in den ersten drei Monaten um 24 % gegenüber Vorjahr auf 124,7 Mio. Euro gestiegen. Beim Vorjahresvergleich ist allerdings zu beachten, dass wir 2014 ein etwas schwächeres erstes Quartal hatten. Zur guten Entwicklung haben alle Vertriebsregionen beigetragen, auch die Umsatzerlöse in den Überseeländern nahmen deutlich zu. Im ersten Quartal 2015 profitierten wir von positiven Währungseinflüssen. Währungsbereinigt beträgt das Wachstum 19 %. FRIMA entwickelte sich mit einem Umsatzwachstum von 6 % gegenüber Vorjahr zufriedenstellend.

Neben dem gut laufenden Flächengeschäft entwickelte sich das Partner- und Kettengeschäft im ersten Quartal positiv. In Brasilien wurden mehrere Filialen einer internationalen Steakhousekette mit RATIONAL-Geräten ausgestattet. Dem Kunden bringt das Zeit- und Platzersparnis, bessere Arbeitsbedingungen für seine Angestellten und eine konstante Produktqualität. Von den Vorteilen der RATIONAL-Geräte sind in Brasilien auch die Leser der Fachzeitschriften „Cozinha Profissional“ und „Hotelaria Profissional“ überzeugt: Sie haben RATIONAL zur „Best Brand 2015“ gewählt. Eine Auszeichnung, die bisher üblicherweise an unseren größten lokalen Wettbewerber ging. In England haben Köche das RATIONAL SelfCookingCenter® zum besten Combi-Dämpfer gewählt. Das zeigt uns, dass unsere Kunden weltweit die RATIONAL-Geräte wertschätzen und dass wir unseren Anspruch, unserem Kunden den höchstmöglichen Nutzen zu bieten, erfüllen. Über diese Bestätigung freuen wir uns sehr.

Unser höchstes Ziel des besten Kundennutzens können wir nur erreichen, wenn wir uns in unseren Unternehmensprozessen laufend verbessern. Dass wir dazu in der Lage sind, hat uns die Verleihung des „Global Excellence in Operations“-Awards (GEO) bestätigt. Diese Auszeichnung wurde RATIONAL im Rahmen des traditionsreichsten Benchmark-Wettbewerbs für die produzierende Industrie in Deutschland verliehen. Prämiert werden Unternehmen, die über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg hervorragende Leistungen erbringen. Besonders beeindruckt hat die Jury unser Fokus auf den Kundennutzen, die systematische Umsetzung von Lean Management in der Fabrik und unsere durchgängige Prozessorganisation. Die „Unternehmer im Unternehmen“-Philosophie sorgt dabei für hohen Einsatz, Verantwortung und Loyalität unserer Mitarbeiter. Damit gelingt es uns, eine hohe Wertschöpfung zu generieren, die sich auch in den aktuellen Geschäftszahlen widerspiegelt.

Aufgrund der bisherigen Geschäftsentwicklung bestätigen wir für das Geschäftsjahr 2015 unsere bisherige Prognose der weiterhin positiven Umsatz- und Ergebnisentwicklung.

A handwritten signature in blue ink that reads "P. Stadelmann". The signature is fluid and cursive.

Dr. Peter Stadelmann

Vorstandsvorsitzender der RATIONAL AG

Lagebericht

Wirtschaftsbericht

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Prognose für die Weltwirtschaft bleibt auf Vorjahresniveau

Weltweit erwarten Konjunktexperten für das Jahr 2015 mit 3,4 % Wirtschaftswachstum eine ähnliche Entwicklung wie im Jahr 2014. Für Europa wurde die Wachstumsprognose auf 1,4 % angehoben. Gründe dafür sind zum einen die Staatsanleihenkäufe der Europäischen Zentralbank, der stark abwertende Euro und fallende Energiepreise. Für Asien ohne Japan wird mit einer Zunahme der Wirtschaftsleistung von 6,4 % gerechnet. Die Prognose für die USA liegt weiterhin bei über 3 % Wirtschaftswachstum für 2015. In Lateinamerika ist dagegen, verglichen mit der letzten Prognose vom Dezember 2014 ein Rückgang um 0,8 Prozentpunkte auf nunmehr 0,7 % Wirtschaftswachstum zu verzeichnen. Für Russland wurde wegen der anhaltenden Sanktionen und stark fallenden Ölpreise die Prognose im Vergleich zum Dezember 2014 um 4,3 Prozentpunkte auf -5,2 % gesenkt. (Quelle: Deutsche Bank, April 2015).

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

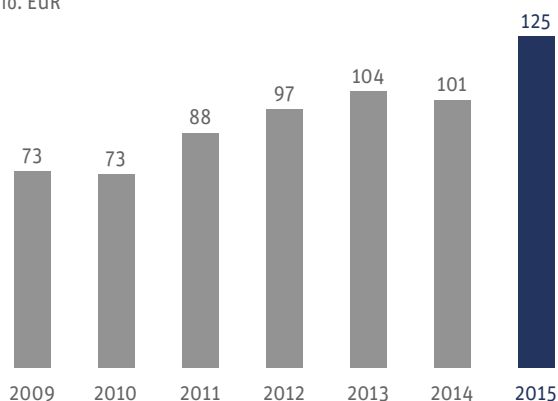
Umsatzwachstum in allen Regionen der Welt

Nach dem insgesamt positiven Geschäftsverlauf des vergangenen Jahres konnten wir den erfolgreichen Wachstumskurs im ersten Quartal 2015 fortsetzen. Die Umsatzerlöse stiegen im Vorjahresvergleich von 100,8 Mio. Euro um 24 % auf 124,7 Mio. Euro.

Zu den Wachstumstreibern zählten im bisherigen Geschäftsverlauf der Heimmarkt Deutschland mit einem Wachstum von 18 % und das übrige Europa mit 12 % Umsatzwachstum. Das schwache Russlandgeschäft konnte durch gute Entwicklungen in den anderen europäischen Ländern ausgeglichen werden. FRIMA hat sich mit einem Wachstum von 6 % zufriedenstellend entwickelt.

Umsatz im 1. Quartal

in Mio. EUR



Die Region Amerika lag im Umsatz nach drei Monaten um 63 % (währungsbereinigt: 43 %) über Vorjahr. Der im Vergleich starke Umsatzanstieg resultiert unter anderem aus dem verhaltenen Start ins Vergleichsjahr 2014. Neben dem guten Geschäft in den USA hat sich besonders Lateinamerika, mit den Märkten in Brasilien und Mexiko, stark entwickelt.

Auch Asien entwickelte sich nach einem relativ schwachen Vorjahr mit einem Umsatzwachstum von 37 % gut. Dabei konnten alle Regionen mit einer positiven Umsatzentwicklung zu dieser guten Wachstumsrate beitragen. Die Region „Übrige Welt“ konnte nach drei Monaten im Umsatz um 35 % gegenüber Vorjahr wachsen.

Ein Grund für den starken prozentualen Anstieg im ersten Quartal 2015 war das erste Quartal 2014 mit einem Umsatzrückgang von 3 % (siehe Abbildung: Umsatz im 1. Quartal). Über beide Jahre beträgt das durchschnittliche jährliche Wachstum rund 11 %. Außerdem wirkten sich Währungseinflüsse positiv auf die Umsatzerlöse aus. Vor allem der US-Dollar und das britische Pfund sind in Relation zum Euro stärker geworden. Bereinigt um den positiven Währungseffekt beträgt das Umsatzwachstum 19 %.

60 % Rohertragsmarge – 28 % EBIT-Marge

In den ersten drei Monaten 2015 erzielten wir ein Bruttoergebnis vom Umsatz in Höhe von 75,3 Mio. Euro (Vj. 60,5 Mio. Euro). Die Rohertragsmarge lag mit 60 % (Vj. 60 %) auf dem hohen Niveau des Vorjahres.

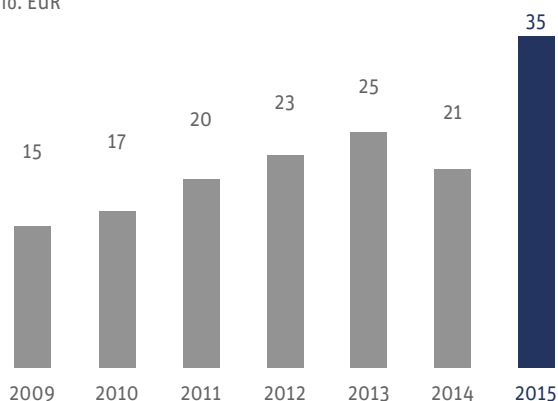
Die operativen Kosten sind im Vergleich zum Vorjahr um 17 % oder 6,6 Mio. Euro auf 46,1 Mio. Euro angestiegen (Vj. 39,5 Mio. Euro). Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus den Bereichen Vertrieb und Service mit einer Steigerungsrate von 14 % auf 34,0 Mio. Euro (Vj. 29,9 Mio. Euro). Hier wurde vor allem in den Ausbau der Vertriebskapazitäten zur Erhöhung der Kundenaktivitäten investiert. Des Weiteren haben wir im ersten Quartal 5,9 Mio. Euro und damit im Vorjahresvergleich um 38 % mehr in die Forschung und Entwicklung investiert (Vj. 4,3 Mio. Euro). Für den administrativen Bereich wurden in den ersten drei Monaten 6,2 Mio. Euro (Vj. 5,3 Mio. Euro) ausgegeben. Dies entspricht einer Steigerungsrate von 17 %. Grund dafür sind unter Anderem erhöhte Abschreibungen im Sachanlagevermögen aufgrund von neuen Gebäuden und Einbauten im Jahr 2014.

Einen positiven Einfluss auf unser EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern) haben auch Umbewertungseffekte unserer Fremdwährungspositionen in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträgen. Diese erhöhen das Ergebnis der ersten drei Monate um 5,8 Mio. Euro, wohingegen dieser Effekt im Vorjahresquartal noch mit 0,2 Mio. Euro negativ zu Buche schlug.

Das EBIT lag mit 35,0 Mio. Euro um 69 % über dem Vorjahr (Vj. 20,7 Mio. Euro). Die EBIT-Marge erreichte nach drei Monaten 28 % (Vj. 21 %). Währungsbereinigt liegt das EBIT um 4,8 Mio. Euro über Vorjahr und die EBIT-Marge auf Vorjahresniveau.

EBIT im 1. Quartal

in Mio. EUR

**77 % Eigenkapitalquote – Hoher Finanzmittelbestand**

Zum Stichtag 31. März 2015 lag die Eigenkapitalquote mit 77 % auf gewohnt hohem Niveau (Vj. 77 %). Die liquiden Mittel repräsentieren mit 237,1 Mio. Euro (Vj. 194,2 Mio. Euro) 54 % der Bilanzsumme (Vj. 52 %).

Cashflow

In den ersten drei Monaten 2015 erwirtschafteten wir einen operativen Cashflow von 13,2 Mio. Euro (Vj. -0,8 Mio. Euro) und liegen damit deutlich über Vorjahr. Die Zunahme resultiert im Wesentlichen aus Zahlungseingängen von Kunden aufgrund höherer Umsatzerlöse, einer höheren Bildung von Rückstellungen sowie einer geringeren Zunahme der Forderungen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit enthält unter anderem die Investitionen in das Sachanlage- und immaterielle Vermögen. Diese betragen in den ersten drei Monaten 2,0 Mio. Euro und sind damit im Vorjahresvergleich um 2,1 Mio. Euro gesunken. Da das neue Serviceteilecenter in Landsberg bereits 2014 fertig gestellt wurde und 2015 bisher keine wesentlichen Investitionen getätigt wurden, ist der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit relativ niedrig.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit reflektiert im Wesentlichen Zinserträge aus Geldanlagen sowie Zins- und Tilgungszahlungen für die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und beträgt -1,3 Mio. Euro (Vj. -1,1 Mio. Euro).

Segmente**RATIONAL**

Das Segment RATIONAL, welches die Produktion und den Vertrieb des SelfCookingCenter® 5 Senses und des CombiMaster® Plus umfasst, konnte in den ersten drei Monaten den Segmentumsatz um 25 % auf 118,3 Mio. Euro steigern (Vj. 95,0 Mio. Euro). Das Segmentergebnis lag mit 34,8 Mio. Euro um 70 % über Vorjahr (Vj. 20,5 Mio. Euro).

FRIMA

FRIMA produziert und vertreibt das VarioCooking Center MULTIFICIENCY®. Der Segmentumsatz erreichte in den ersten drei Monaten 7,2 Mio. Euro (Vj. 6,8 Mio. Euro) und damit 6 % mehr als im Vorjahr. Das Segmentergebnis betrug 0,4 Mio. Euro (Vj. 0,3 Mio. Euro).

Kundennutzen als oberstes Unternehmensziel

Chefs' Choice Award 2015

RATIONAL möchte dem Kunden mit seinen Produkten den höchstmöglichen Nutzen bieten. Dazu sind Produkte notwendig, die den Kunden auf ganzer Linie überzeugen. Das englische „Restaurant Magazine“ hat das SelfCookingCenter® 5 Senses von RATIONAL als den besten Combi-Dämpfer ausgezeichnet. Über die Auszeichnung „Chefs' Choice Award 2015“ freuen wir uns besonders, weil der Gewinner von Chefköchen, also unseren Kunden, in einer Abstimmung ermittelt wird. Diese Bestätigung treibt uns an, auch weiterhin den höchstmöglichen Kundennutzen als unser oberstes Unternehmensziel zu verfolgen.

Neue Seminare der „Academy RATIONAL“

Die „Academy RATIONAL“ ist beliebt bei Köchen, die sich regelmäßig fortbilden und über aktuelle Techniken, Trends und Zubereitungsarten informiert sein möchten. Rund 18.000 Köche haben in den vergangenen Jahren an einer „Academy RATIONAL“ teilgenommen. Ab diesem Jahr bieten wir neue Seminare in mehreren deutschen Städten an, um die Kunden im laufenden Betrieb noch gezielter zu unterstützen. Diese Kurse werden als Aufbaukurse neben dem bisherigen Basistraining angeboten. Für alle Küchenbetriebe – vom Restaurant und Hotel bis hin zum Kindergarten oder Krankenhaus – gibt es ein spezielles Programm, das auf die jeweiligen Anforderungen abgestimmt ist. So können unsere Kunden nachher noch besser Zeit und Geld bei der Zubereitung sparen. Durch abwechslungsreicheres Kochen können sie zudem neue Gäste gewinnen.

Unternehmerische Verantwortung: Mitarbeiter und Personalentwicklung

Ausweitung der Vertriebskapazitäten

Auch in diesem Jahr werden wir zur Stärkung der Vertriebskapazitäten gezielt Personal aufbauen. Im ersten Quartal 2015 haben wir bereits 21 Mitarbeiter im Vertrieb & Marketing insbesondere in den Regionen Europa, Asien und Nordamerika eingestellt.

Zum Stichtag 31. März 2015 waren insgesamt 1.479 Mitarbeiter (Vj. 1.379) weltweit beschäftigt, davon 836 Mitarbeiter in Deutschland (Vj. 772).

Qualität durch Ausbildung

RATIONAL liegt die Weiterbildung seiner Mitarbeiter besonders am Herzen. Engagierte und gut ausgebildete Mitarbeiter sind ein wichtiger Faktor für die Wachstumsfähigkeit und Innovationskraft unseres Unternehmens. Deswegen bilden wir derzeit 62 junge Menschen mit dem klaren Ziel der späteren Übernahme aus. 13 von ihnen konnten im ersten Quartal erfolgreich ihre Abschlussprüfung ablegen.

Daneben befinden sich insgesamt 35 Nachwuchskräfte in einem Nachwuchskräfteprogramm für Hochschulabsolventen. Diese werden in den Richtungen Technik, Vertrieb & Marketing und im kaufmännischen Bereich für die Besetzung von zukünftigen Führungs- und Schlüsselpositionen ausgebildet. Damit wird ein weiterer wichtiger Baustein für die strategische Nachwuchssicherung gelegt.

Fertigungstag öffnet neue Sichtweisen für Mitarbeiter

Ende Februar fand am Standort Landsberg der jährliche Fertigungstag statt. Dabei erhalten Mitarbeiter aus verschiedenen Prozessen die Möglichkeit, Einblicke in die tägliche Arbeit der Kolleginnen und Kollegen in der Montage, dem Versand, der Innenkastenfertigung, der Komponentenfertigung oder der Blechbearbeitung zu bekommen. Insgesamt haben sich ca. 150 Teilnehmer aus den verschiedensten Prozessen an diesem „Schnuppertag“ beteiligt. Sie durften den zuständigen Spezialisten einen Tag lang bei der Herstellung der RATIONAL-Geräte über die Schulter blicken und dabei selbst mitanpacken. So bekamen Mitarbeiter aus dem kaufmännischen Bereich die Chance, die Produkte, die sie bereits bestens als Zahlen auf dem Papier kennen, einmal aus einer ganz anderen Perspektive zu betrachten. Für Produktentwickler war es dagegen interessant zu sehen, wie deren Konstruktionen von den Monteuren umgesetzt werden. Ein großer Nutzen entsteht für unser Unternehmen durch die zahlreichen Verbesserungsvorschläge, die den prozessfremden Kollegen auffallen. Für alle Beteiligten konnten so interessante Erfahrungen gesammelt werden, die sie über den Tellerrand des eigenen Prozesses hinausblicken lassen.

Gesellschaftliche Verantwortung

Selfie-Spendenaktion von FRIMA

Mit einer ganz besonderen Spendenaktion hat FRIMA insgesamt 5.000 Euro für einen guten Zweck gesammelt. Hunderte begeisterte Kunden aus ganz Deutschland haben sich an dieser Aktion beteiligt, indem sie ein Selfie von sich und ihrem VarioCooking Center® eingeschickt haben. Dafür spendete FRIMA je 10 Euro. Die gesamte Spendensumme von 5.000 Euro wurde Anfang Februar in Berlin an den Förderfonds für Kinder und Jugendliche des Bundesverbandes Deutsche Tafel e.V. übergeben. Dieser engagiert sich für bedürftige Menschen, wobei auch gezielt Kinder und Jugendliche z.B. mit Hausaufgabenhilfen, Ausflügen oder Kochkursen unterstützt werden.

Prognose-, Chancen- und Risikobericht

Prognosebericht

Mit unseren aus Kundensicht wettbewerbsüberlegenen Produkten begeistern wir unsere Kunden weltweit. In Verbindung mit dem großen Marktpotenzial und den überwiegend positiven Prognosen für die Weltwirtschaft haben wir die besten Voraussetzungen, unser Wachstum auch in Zukunft weiter fortsetzen zu können.

Vor diesem Hintergrund sowie aufgrund der guten Entwicklung in den Vertriebsregionen bestätigen wir unsere im Geschäftsbericht 2014 gegebene Wachstumsprognose für das Geschäftsjahr 2015.

Chancen- und Risikobericht

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

Landsberg am Lech, den 30. April 2015

RATIONAL AG
Der Vorstand

Die RATIONAL-Aktie

Starker Anstieg zu Beginn des ersten Quartals

Nach einem starken Aufwärtstrend zu Beginn des Jahres 2015 unterlag die RATIONAL-Aktie kleineren volatilen Schwankungen, die sich auch durch die Veröffentlichung des Geschäftsberichts am 19. März 2015 nicht wesentlich veränderten. Zum 31. März 2015 schloss sie bei 311,75 Euro. Daraus resultierte eine Marktkapitalisierung in Höhe von 3,5 Mrd. Euro.

Seit dem Börsengang ist der Aktienkurs im Durchschnitt um 19 % pro Jahr gestiegen. Unter Einbeziehung der ausgeschütteten Dividenden entspricht dies einer durchschnittlichen jährlichen Rendite von 22 %.

Kursverlauf der RATIONAL-Aktie in den letzten 12 Monaten

Index: 31.03.2014 = 100 RATIONAL Kurs in EUR



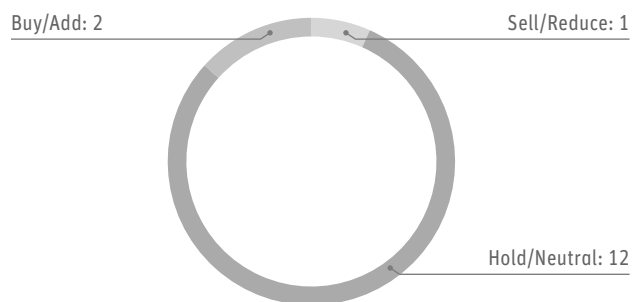
Analysteneinschätzungen

Zum Bilanzstichtag veröffentlichten 15 Banken detaillierte Analysen und Investitionsempfehlungen zur RATIONAL-Aktie. Die Analysten sind überzeugt von der hohen Qualität und der außerordentlichen Ertragskraft des Unternehmens.

Die Mehrzahl der Analysten schätzt die Bewertung des Unternehmens auf dem aktuellen Kursniveau als fair ein und empfiehlt deshalb, die Aktie zu halten.

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

Analysteneinschätzungen



Stand: 31. März 2015

Historische Wertentwicklung der RATIONAL-Aktie und relevanter Vergleichsindizes zum 31. März 2015

| | YTD | 1 Jahr | 3 Jahre | 5 Jahre | Seit Börsengang |
|--|------|--------|---------|---------|-----------------|
| RATIONAL AG (Kursentwicklung) | +20% | +21% | +78% | +147% | +1.255% |
| RATIONAL AG (inkl. Dividenden) ¹⁾ | +20% | +24% | +94% | +189% | +1.957% |
| DAX 30 | +22% | +25% | +72% | +94% | +50% |
| SDAX | +17% | +17% | +61% | +116% | +165% |

¹⁾ Annahme: Reinvestition der Dividenden zum Eröffnungskurs des Ex-Dividende-Tages

Kapitalmarktkommunikation

Um den Informationsbedürfnissen unserer Investoren gerecht zu werden, stellte der Vorstand das Unternehmen auf Roadshows und Investorenkonferenzen vor. Im Rahmen der Veröffentlichung des Geschäftsberichts fanden eine Bilanzpressekonferenz in München und eine Analystenkonferenz in Frankfurt am Main statt, bei denen der Vorstand zahlreichen Kapitalmarkt- und Pressevertretern Rede und Antwort stand. Zudem nahmen zahlreiche Investoren weltweit die Möglichkeit wahr, sich anhand von Einzelterminen am Firmensitz in Landsberg oder per Telefon näher über RATIONAL zu informieren.

Gesamtergebnisrechnung

Für den Zeitraum 1. Januar - 31. März

| Angaben in TEUR | 1. Quartal 2015 | 1. Quartal 2014 |
|--|--------------------|--------------------|
| Umsatzerlöse | 124.746 | 100.843 |
| Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen | -49.485 | -40.351 |
| Bruttoergebnis vom Umsatz | 75.261 | 60.492 |
| Vertriebs- und Servicekosten | -34.049 | -29.892 |
| Forschungs- und Entwicklungskosten | -5.926 | -4.297 |
| Allgemeine Verwaltungskosten | -6.172 | -5.295 |
| Sonstige betriebliche Erträge | 7.965 | 983 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | -2.076 | -1.264 |
| Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) | 35.003 | 20.727 |
| Zinsen und ähnliche Erträge | 146 | 143 |
| Zinsen und ähnliche Aufwendungen | -245 | -271 |
| Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT) | 34.904 | 20.599 |
| Ertragsteuern | -8.342 | -4.905 |
| Periodenüberschuss | 26.562 | 15.694 |
| Positionen, die zukünftig in das Periodenergebnis umgliedert werden können | | |
| Unterschiedsbeträge aus der Währungsumrechnung | 1.737 | -127 |
| Sonstiges Ergebnis | 1.737 | -127 |
| Gesamtergebnis | 28.299 | 15.567 |
| Durchschnittliche Anzahl der Aktien (unverwässert / verwässert) | 11.370.000 | 11.370.000 |
| Unverwässertes / verwässertes Ergebnis je Aktie in Euro, bezogen auf den Periodenüberschuss und die Anzahl der Aktien | 2,34 | 1,38 |

Bilanz

Aktiva

| Angaben in TEUR | 31.03.2015 | 31.03.2014 | 31.12.2014 |
|---|----------------|----------------|----------------|
| Langfristige Vermögenswerte | 77.255 | 69.207 | 75.943 |
| Immaterielle Vermögenswerte | 2.096 | 1.576 | 2.232 |
| Sachanlagen | 67.004 | 61.376 | 66.747 |
| Finanzanlagen | 0 | 0 | 0 |
| Sonstige langfristige Vermögenswerte | 2.066 | 1.217 | 1.954 |
| Latente Steuererstattungsansprüche | 6.089 | 5.038 | 5.010 |
| Kurzfristige Vermögenswerte | 361.219 | 302.429 | 347.455 |
| Vorräte | 30.762 | 28.599 | 30.289 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 82.339 | 69.091 | 82.902 |
| Sonstige kurzfristige Vermögenswerte | 11.026 | 10.564 | 8.862 |
| Geldanlagen mit einer Laufzeit über drei Monate | 139.000 | 93.000 | 119.000 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | 98.092 | 101.175 | 106.402 |
| Bilanzsumme | 438.474 | 371.636 | 423.398 |

Passiva

| Angaben in TEUR | 31.03.2015 | 31.03.2014 | 31.12.2014 |
|---|----------------|----------------|----------------|
| Eigenkapital | 338.971 | 284.413 | 310.672 |
| Gezeichnetes Kapital | 11.370 | 11.370 | 11.370 |
| Kapitalrücklage | 28.058 | 28.058 | 28.058 |
| Gewinnrücklagen | 300.399 | 247.688 | 273.837 |
| Übriges Eigenkapital | -856 | -2.703 | -2.593 |
| Langfristige Schulden | 29.995 | 33.770 | 31.151 |
| Pensionsrückstellungen | 795 | 768 | 807 |
| Sonstige langfristige Rückstellungen | 3.981 | 3.036 | 3.930 |
| Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 25.219 | 29.966 | 26.414 |
| Kurzfristige Schulden | 69.508 | 53.453 | 81.575 |
| Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten | 9.500 | 2.812 | 8.988 |
| Kurzfristige Rückstellungen | 24.656 | 22.056 | 31.087 |
| Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 6.384 | 3.617 | 6.218 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 12.992 | 9.980 | 12.403 |
| Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten | 15.976 | 14.988 | 22.879 |
| Schulden | 99.503 | 87.223 | 112.726 |
| Bilanzsumme | 438.474 | 371.636 | 423.398 |

Kapitalflussrechnung

Für den Zeitraum 1. Januar - 31. März

| Angaben in TEUR | 1. Quartal 2015 | 1. Quartal 2014 |
|--|--------------------|--------------------|
| Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | 34.904 | 20.599 |
| Cashflow aus operativer Tätigkeit | 13.245 | -819 |
| Veränderungen von Festgeldern mit einer Laufzeit über drei Monate | -20.000 | 3.000 |
| Cashflow aus übriger Investitionstätigkeit | -1.538 | -3.965 |
| Cashflow aus Investitionstätigkeit | -21.538 | -965 |
| Cashflow aus Finanzierungstätigkeit | -1.274 | -1.062 |
| Nettozu/-abnahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | -9.567 | -2.846 |
| Veränderung der Zahlungsmittel aus Wechselkursveränderungen | 1.257 | -100 |
| Veränderungen des Finanzmittelbestandes | -8.310 | -2.946 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 01.01. | 106.402 | 104.121 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31.03. | 98.092 | 101.175 |

Eigenkapitalveränderungsrechnung

| Angaben in TEUR | Gezeichnetes Kapital | Kapital- rücklage | Gewinn- rücklagen | Übriges Eigenkapital | Gesamt |
|----------------------------|-------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|----------------|
| Stand am 01.01.2014 | 11.370 | 28.058 | 231.994 | -2.576 | 268.846 |
| Dividende | - | - | - | - | - |
| Gesamtergebnis | - | - | 15.694 | -127 | 15.567 |
| Stand am 31.03.2014 | 11.370 | 28.058 | 247.688 | -2.703 | 284.413 |
| Stand am 01.01.2015 | 11.370 | 28.058 | 273.837 | -2.593 | 310.672 |
| Dividende | - | - | - | - | - |
| Gesamtergebnis | - | - | 26.562 | 1.737 | 28.299 |
| Stand am 31.03.2015 | 11.370 | 28.058 | 300.399 | -856 | 338.971 |

Anhang

Umsatzerlöse nach Regionen ¹⁾

| Angaben in TEUR | 1. Quartal 2015 | Anteil in % | Veränderung zum Vorjahr in % | 1. Quartal 2014 | Anteil in % |
|---------------------------|--------------------|-------------|------------------------------------|--------------------|-------------|
| Deutschland | 16.769 | 14 | +18 | 14.210 | 14 |
| Europa (ohne Deutschland) | 62.521 | 50 | +12 | 55.841 | 55 |
| Amerika | 21.442 | 17 | +63 | 13.172 | 13 |
| Asien | 17.488 | 14 | +37 | 12.796 | 13 |
| Übrige Welt ²⁾ | 6.526 | 5 | +35 | 4.824 | 5 |
| Gesamt | 124.746 | 100 | +24 | 100.843 | 100 |

¹⁾ Sitz des Kunden

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

Geschäftssegmente

1. Quartal 2015

| Angaben in TEUR | RATIONAL | FRIMA | Summe der Segmente | Überleitung | Konzern |
|-----------------------------|---------------|------------|-----------------------|-------------|---------------|
| Außenumsätze | 117.864 | 6.874 | 124.738 | 8 | 124.746 |
| Innenumsätze | 479 | 328 | 807 | -807 | - |
| Segmentumsätze | 118.343 | 7.202 | 125.545 | -799 | 124.746 |
| Segmentergebnis | 34.811 | 426 | 35.237 | -234 | 35.003 |
| Finanzergebnis | - | - | - | - | -99 |
| Ergebnis vor Steuern | - | - | - | - | 34.904 |

1. Quartal 2014

| Angaben in TEUR | RATIONAL | FRIMA | Summe der Segmente | Überleitung | Konzern |
|-----------------------------|---------------|------------|-----------------------|-------------|---------------|
| Außenumsätze | 94.553 | 6.289 | 100.842 | 1 | 100.843 |
| Innenumsätze | 445 | 505 | 950 | -950 | - |
| Segmentumsätze | 94.998 | 6.794 | 101.792 | -949 | 100.843 |
| Segmentergebnis | 20.533 | 285 | 20.818 | -91 | 20.727 |
| Finanzergebnis | - | - | - | - | -128 |
| Ergebnis vor Steuern | - | - | - | - | 20.599 |

Grundlagen der Rechnungslegung

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

Mit dem Beginn des Geschäftsjahres traten folgende neue oder geänderte Standards in Kraft, die nicht vorher freiwillig angewendet wurden. Diese haben keine bzw. keine wesentlichen Auswirkungen auf den vorliegenden Konzernquartalsbericht:

- > IFRIC 21 „Abgaben“
- > Verbesserungen an den IFRS 2011 - 2013

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis der RATIONAL AG umfasst zum 31. März 2015 neben der RATIONAL AG als Muttergesellschaft sieben inländische und 23 ausländische Tochtergesellschaften.

Die Veränderung gegenüber dem Bilanzstichtag 31. Dezember 2014 resultiert aus der Gründung einer Vertriebsgesellschaft in Singapur im Februar 2015. Die Einzahlung des Stammkapitals wird im zweiten Quartal 2015 erfolgen.

Gegenüber dem 31. März 2014 wurde der Konsolidierungskreis um zwei ausländische Tochtergesellschaften erweitert. Neben der Vertriebsgesellschaft in Singapur wurde im Dezember 2014 eine Tochtergesellschaft in Kolumbien gegründet. Im ersten Quartal 2015 wurde das Stammkapital in Höhe von 80 Mio. COP (Kolumbianische Peso) eingezahlt.

Erläuterungen zu Finanzinstrumenten

Die folgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte von Finanzinstrumenten. Mit Ausnahme der derivativen Finanzinstrumente, die zu ihrem beizulegenden Zeitwert angesetzt werden, erfolgt der Wertansatz in der Bilanz zu fortgeführten Anschaffungskosten.

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, den sonstigen kurzfristigen Vermögenswerten, den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten, den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und den sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten wird aufgrund der kurzen Restlaufzeiten vereinfachend angenommen, dass die beizulegenden Zeitwerte den Buchwerten entsprechen.

| Angaben in TEUR | Fair-Value-Hierarchie | Buchwert 31.03.2015 | Beizulegender Zeitwert 31.03.2015 | Buchwert 31.12.2014 | Beizulegender Zeitwert 31.12.2014 |
|---|-----------------------|------------------------|---|------------------------|---|
| Aktiva | | | | | |
| Finanzanlagen | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sonstige finanzielle Vermögenswerte | | | | | |
| Sonstige kurzfristige Vermögenswerte | | 403 | | 532 | |
| Sonstige langfristige Vermögenswerte | | 868 | 866 | 635 | 632 |
| Derivate ohne Hedgebeziehung | Stufe 2 | 81 | 81 | 873 | 873 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | | 82.339 | | 82.902 | |
| Geldanlagen mit einer Laufzeit über drei Monate | | 139.000 | 139.122 | 119.000 | 119.096 |
| Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente | | 98.092 | | 106.402 | |
| Passiva | | | | | |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | | | | | |
| Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | | 6.384 | 5.622 | 6.218 | 5.628 |
| Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | | 25.219 | 27.448 | 26.414 | 28.820 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | | 12.992 | | 12.403 | |
| Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten | | | | | |
| Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten | | 1.232 | | 7.608 | |
| Derivate ohne Hedgebeziehung | Stufe 2 | 217 | 217 | 0 | 0 |

Während der Berichtsperiode kam es zu keinen Umgliederungen zwischen den Fair-Value-Hierarchiestufen. Wenn Umstände eingetreten sind, die eine andere Einstufung der Posten erfordern, werden die Finanzinstrumente zum Ende der Berichtsperiode umgegliedert.

Für die Bemessung des beizulegenden Zeitwerts der Derivate werden die stichtagsbezogenen bonitätsneutralen Bewertungen der jeweiligen Kontrahentenbank herangezogen und um das Ausfallrisiko des Kontrahenten oder RATIONAL ergänzt. Die Banken bewerten auf Basis der für den betreffenden Stichtag gültigen Marktdaten unter Anwendung anerkannter mathematischer Verfahren (Barwertmethode für Termingeschäfte und Swaps bzw. Black-Scholes-Methode für Optionen). Zur Berücksichtigung des Ausfallrisikos verwendet RATIONAL den Wert des Credit Default Swaps des jeweiligen Kontrahenten bzw. für das eigene Ausfallrisiko eine Zinskurve, die dem Durchschnitt von Unternehmensanleihen mit vergleichbarer Bonität nach Abzug des Geldmarktsatzes entspricht.

Erläuterungen zur Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Kursgewinne in Höhe von 7.545 Tsd. Euro (Vj. 715 Tsd. Euro). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten Kursverluste in Höhe von 1.715 Tsd. Euro (Vj. 874 Tsd. Euro). Um die Technologieführerschaft langfristig zu sichern und auszubauen, wurde im ersten Quartal 5.926 Tsd. Euro (Vj. 4.297 Tsd. Euro) für Forschungs- und Entwicklungskosten ausgegeben. Der Unterschiedsbetrag aus der Währungsumrechnung beträgt aufgrund von stark schwankenden Währungskursen 1.737 Tsd. Euro gestiegen (Vj. -127 Tsd. Euro).

Erläuterungen zur Konzernbilanz

Der Anstieg der laufenden Ertragsteuerverbindlichkeiten im Vergleich zum 31. Dezember 2014 resultiert aus zukünftig fälligen Steuerzahlungen für die vergangenen Jahre.

Geschäftssegmente

Der Konzern ist ausschließlich im Bereich der thermischen Speisenzubereitung in Profiküchen tätig. Die Berichterstattungsstruktur des Konzerns 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 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 vergleichbar 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 im Wesentlichen die aus Konsolidierungsvorgängen resultierenden Effekte. Daneben sind Unterschiede zwischen den im Rahmen des internen Berichtswesens dem Management vorgelegten und den extern berichteten Zahlen enthalten.

Nahestehende Unternehmen und Personen

In den ersten drei Monaten 2015 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