

Zwischenmitteilung zum 3. Quartal 2009

Erwartungsgemäß schwieriger Veranstaltungsmarkt

Wie bereits in unseren Mitteilungen zum ersten Quartal, unserem Halbjahresbericht und unseren Erläuterungen auf der diesjährigen Hauptversammlung dargelegt, ist die Nachfrage im Veranstaltungsmarkt im Jahr 2009 ebenfalls von den Auswirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise betroffen. Einer der wichtigsten Nachfragetreiber in diesem Markt sind die Marketingausgaben der Großindustrie, die, hervorgerufen durch die krisenhaften Entwicklungen des laufenden und vergangenen Jahres, bei den meisten weltweit operierenden Unternehmen zunächst einmal stark eingeschränkt wurden. Viele Veranstaltungen aus dem Bereich Corporate Events und Messen wurden in ihrem Umfang zurück gefahren, bei einigen Veranstaltungen kam es sogar zu budgetbedingten Absagen.

Ebenfalls betroffen ist das Segment der Sporthospitality. Auch in diesem Bereich spielen die industriellen Marketingbudgets einerseits über das Sponsoring von Veranstaltungen, andererseits auch über die exklusiven Einladungen von Kunden und Unternehmenspartnern zu sogenannten VIP-Veranstaltungen eine große Rolle. Beispielhaft sei hier die Formel I erwähnt, die für RÖDER auf Grund des langjährigen Engagements natürlich eine größere Rolle spielt. Hier, aber auch bei einer Vielzahl von anderen Veranstaltungen wie z. B. Produktpräsentationen, haben insbesondere die Automobilhersteller ein großes Gewicht. Da diese Branche ja bekanntlich in erheblichem Maße von der Wirtschaftskrise betroffen ist, war auch hier die Zurückhaltung stark zu spüren.

Die schrumpfenden Budgets hatten aber nicht nur einen mengenmäßigen Rückgang der Nachfrage zu Folge, sondern führten mittelbar auch zu einem spürbaren Preisverfall. Viele Mitbewerber schienen darauf angewiesen, zur Deckung ihrer Finanzierungskosten, Projekte auf Deckungsbeitragsbasis anzubieten, was den dargestellten Preisverfall zur Folge hatte.

In dieser Marktsituation werden natürlich auch von unseren Kaufkunden weniger Neuzelte bestellt, da die gegenwärtigen Bestände im Markt durchaus ausreichen, um die Nachfrage zu befriedigen und insofern Investitionen nicht getätigt oder aufgeschoben wurden. Gerade der Export wurde ebenfalls weiterhin durch den vergleichsweise starken Euro belastet.

Im Vergleich zum 30.09. des Vorjahres verringerte sich der Umsatz der RÖDER Gruppe von 50,0 auf 35,9 Mio. EUR. Dies entspricht einem Rückgang von 28,3%. Bei dem Vergleichswert des Vorjahres ist jedoch zu berücksichtigen, dass in der Umsatzzahl des Vorjahres Sonderumsätze mit Einmalcharakter wie z. B. der Europameisterschaft in der Schweiz in Höhe von mehr als 3 Mio. EUR enthalten sind. Die anteilig höheren Rückgänge im Umsatz verzeichnet hierbei die deutsche GmbH (Export und Eventvermietung), die Schweizer Gesellschaft wegen des sich nicht wiederholenden Umsatzes der Europameisterschaft sowie die Beteiligungen in Frankreich und England. Bei den übrigen Gesellschaften waren die Rückgänge geringer, die junge türkische Gesellschaft konnte ihren Vorjahresumsatz trotz Krise sogar übertreffen.

Dem Umsatztrend folgend reduzierte sich auch das Rohergebnis inklusive der Sonstigen betrieblichen Erträge auf 21,4 Mio. EUR (Vorjahr: 30,6 Mio. EUR). Positiv ist die Verbesserung unserer darauf bezogenen Rohergebnismarge, die wir im Vorjahresvergleich von 52,0% auf 55,8% steigerten. Neben antizipativem Kostenmanagement, der Unterstützung durch die positiven Entwicklungen auf den Rohstoffmärkten und gestiegener Erträge aus gezielten Gebrauchtmaterialverkäufen kommt hierin unsere über Jahre aufgebaute hohe Kostenflexibilität zum Ausdruck. Unsere solide Eigenkapital- und Finanzierungsstruktur erlaubte es uns ebenfalls, dem marktbedingten Preisdruck im Wettbewerb weniger folgen zu müssen.

Die Personalaufwendungen wurden leicht auf 8,4 Mio. EUR reduziert. Im Personalmanagement haben wir trotz der schwierigen Umstände großen Wert darauf gelegt, die Leistungsfähigkeit und Qualität unseres

Mitarbeiterstammes gemäß den zu erwartenden Anforderungen nach der Krise zu erhalten. Per Saldo beschäftigten wir mit 469 Personen zum 30. September 2 Mitarbeiter mehr als im Vorjahr. Innerhalb der Gruppe wurden die Personalkapazitäten in Abhängigkeit von Strategie und Marktentwicklungen teils in signifikanter Weise nach oben oder nach unten angepasst.

Erhebliche Einsparungen wurden im Bereich der Sonstigen betrieblichen Aufwendungen realisiert (Rückgang von 8,3 Mio. EUR auf 6,9 Mio. EUR). Auf Grund der Investitionen des Vorjahres erhöhten sich die Abschreibungen zwar von 4,6 auf 4,8 Mio. EUR, die Nettoinvestitionen der Gruppe wurden jedoch konsequent auf 2,2 Mio. EUR reduziert (Vorjahr 7,5 Mio. EUR). Mittels der investiven Zurückhaltung konnte die günstige Kapitalstruktur der Gruppe nicht nur erhalten, sondern sogar verbessert werden. Die Eigenkapitalquote stieg bei einem Eigenkapital von 39,3 Mio. EUR (Vorjahr 41,7 Mio. EUR) auf 68%. Die verzinslichen Verbindlichkeiten wurden von 11,1 Mio. EUR (Vorjahr) auf 8,8 Mio. EUR zurückgeführt.

Als Resultat unserer Aktivitäten zur Bewältigung der Nachfrageschwäche blieb per September 2009 unser Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit mit 1,3 Mio. EUR gut im positiven Bereich, reduzierte sich aber natürlich im direkten Vergleich mit dem Rekordjahr 2008 (9,0 Mio. EUR) klar. Auf Grund eines verbesserten Finanzergebnisses bleibt ein Gewinn vor Steuer von 1,0 Mio. EUR (Vorjahr 8,5 Mio. EUR). Wir sind davon überzeugt, hiermit, gemessen an den maßgeblichen Wettbewerbern bzw. anderen von der Wirtschaftskrise betroffenen Branchen, eine ordentliche Performance geliefert zu haben.

Mit Blick auf die weitere Geschäftsentwicklung sehen wir derzeit, analog auch entsprechender Entwicklungen der Wirtschaftsindizes, eine Stabilisierung und Bodenbildung bei der negativen Nachfrageentwicklung. Aus den Kundengesprächen und Anfragen der letzten Wochen entnehmen wir sogar vielleicht eine leichte Nachfragebelebung. Dies stützt uns in der Ansicht, dass auch für den Veranstaltungsmarkt „das Größte“ überstanden scheint. Im Hinblick auf unseren Jahresabschluss können wir insofern unsere bereits zum Halbjahr publizierten Erwartungen bestätigen. Wir gehen davon aus, dass RÖDER bei einem Umsatz von knapp 50 Mio. EUR ein leicht positives Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit erreichen kann und werden uns für 2010 darauf konzentrieren, die Umsatzentwicklung wieder ins Positive zu drehen.

Büdingen, im November 2009

RÖDER Zeltsysteme und Service AG

- Der Vorstand -