

Sanders CdC-Kommentar: Spannende Präsentationen bei „Seven Sins – Seven Chances“ am 31. Okt. 2007 in München

Zum zweiten Male in diesem Jahr bot die CdC Capital AG den eingeladenen Finanzexperten am 31. Oktober 2007 auf der Small-Cap-Konferenz „Seven Sins – Seven Chances“ im Münchner Lenbachhaus ein interessantes, informatives Programm. Sieben spannende Präsentationen mit chancenreichen mittelständischen Unternehmen: Softship AG, Essanelle Hair Group AG, Dr. Hönle AG, D.Logistics AG, Envio AG, Altira AG und Integralis AG. In der Mittagspause winkte noch ein spannendes Zusatzprogramm. Die chinesische Firma GCPC, deren Börsengang von der Münchner VEM-Aktienbank begleitet wird, präsentierte in Chinesisch, übersetzt in Englisch, ihr mit der im S-DAX notierten BALDA vergleichbares, auf Handy-Beschalung ausgerichtetes Geschäftsmodell.

SEVEN SINS – SEVEN CHANCES, begleitet von dem zum Axel Springer Verlag gehörenden Medienpartner wallstreet:online AG und der tradinghouse.net AG, hielt, was es versprach. Das Führungstrio von CdC Capital AG, Vorstand Maximilian J. Brandl, Vorstand Alexander Schwaab und Mathias Puchta, bot erneut eine perfekte Organisation. Jedes der sieben Unternehmen hatte 45 Minuten Zeit, um sein Geschäftsmodell zu erklären und die Fragen der Finanzexperten zu beantworten. Trotz des regen Interesses schaffte es das CdC-Management, den gedrängten Zeitplan einzuhalten. In gemütlicher Atmosphäre wurden in der einstündigen Mittagspause sowie beim Ausklang und „come together“ anregende Diskussionen in kleinen Gesprächsrunden fortgeführt. Das besondere Ambiente im Münchener LENBACH, das Alt und Neu architektonisch in einmaliger Weise verbindet, trug neben den erlesenen Gaumenfreuden mit zum positiven Stimmungsbarometer bei.

① **Softship AG, Hamburg, (WKN: 575 830; ISIN: DE0000 5758304)**

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells

Im Jahr 1989, vor knapp 20 Jahren, gründete der dem Aufsichtsrat angehörende Diplom-Informatiker Heiko Nocke gemeinsam mit dem heutigen Firmenchef, dem Schifffahrtskaufmann und Diplom-Informatiker Herbert Frick, das Unternehmen SOFTSHIP. Die Geschäftsidee bestand darin, branchenspezifische Software für den Linienschifffahrtsbetrieb zu erstellen. Anfangs wurden als erste Häfen Hamburg und Bremen angelaufen.

Jetzt gibt es neben dem Stammsitz Hamburg eine Niederlassung in Singapur und eigene Repräsentanzen in Antwerpen, Rotterdam, Buenos Aires und Mumbai. Mittlerweile ist SOFTSHIP auf allen fünf Kontinenten tätig.

SOFTSHIP entwickelt, konfiguriert und installiert mit seinen 56 Mitarbeitern Standardsoftware für Reedereien und Schiffsmakler für die Linienschifffahrt und leistet den Support an allen wichtigen Hafenplätzen sowie elektronisch über das Internet. In diesem interessanten Markt sind lediglich sechs global agierende, ernst zu nehmende Wettbewerber tätig, nicht zuletzt wegen der sehr hohen Einstiegsbarrieren. Einzig allein Tradeship aus den USA bereitet einiges Kopfzerbrechen. Das weltweite Potenzial für die branchenspezifische Software von SOFTSHIP liegt bei 15.000 Kunden in 600 Häfen.

Im Sommer 2000 erfolgte als Voraussetzung für den geplanten Börsengang die Umwandlung der SOFTSHIP GmbH in eine AG. Ein Jahr später, am 22. Juni 2001 war es mit dem IPO an der Börse in Frankfurt, der Notierung im General Standard, soweit. Heute umsegelt die SOFTSHIP AG mit ihrer branchenspezifischen Software die sieben Meere mit dem Anspruch, den Kunden in aller Welt jederzeit und überall bestmögliche Produkte und Services bereit zu stellen. Zu diesem Zweck hat der Konzern zahlreiche Beteiligungen aufgebaut. Die Aktie aber spielt nach ihrem Höhenflug im Jahr 2005 trotz positiver Einschätzungen nicht mit. Sie befindet sich noch im Abwärtstrend und notiert bei einem Kurs von unter 1,40 Euro nahe dem Allzeittief – offenkundig die Nachwehen der enttäuschenden Geschäftszahlen von 2005. Die nicht zu übersehende Aufwärtsentwicklung 2006/2007 spiegelt die gewöhnlich auf die Zukunft ausgerichtete Börse noch nicht wider. Die TRUST RESEARCH GmbH sieht in ihrer umfangreichen Studie von Juli 2007 den Logistik-Softwareanbieter für die Linienschifffahrt ganz klar auf Erfolgskurs, empfiehlt die Aktie zum Kauf mit einem Kursziel von 3,10 Euro auf Sicht von zwölf Monaten – ein Kurspotenzial von rund 120 %.

Rückblickend auf das Geschäftsjahr 2006 erreichte die SOFTSHIP AG den prognostizierten Umsatz auf 6,03 Mio. Euro gegenüber 4,91 Mio. Euro 2005. Dies bedeutet eine erfreuliche Steigerung um etwa 23 %. Damit verließ SOFTSHIP die Verlustzone und wirtschaftete profitabel. Nach einem Verlust von 0,2 Mio. Euro im Jahr 2005 schloss die Gesellschaft 2006 mit einem Überschuss von 0,12 Mio. Euro nach Steuern ab. 2006 betrug die Eigenkapitalrendite 7,9 %, die Eigenkapitalquote blieb relativ konstant bei hohen 79,4 % – eine gesunde Finanzstruktur. Zwar verdreifachten sich die Lizenzerlöse gegenüber 2005, blieben allerdings dennoch leicht hinter den Erwartungen der Analysten zurück.

SOFTSHIP wird von dem Vorstandstrio Herbert Frick, Detlef Müller und Thomas Wolff geführt. Aufsichtsratschef ist Klaus Brenken. Vorstand Herbert Frick repräsentierte sein Unternehmen überzeugend, engagiert und aufrichtig. Er blieb bis zum Schluss, um Detailfragen in kleinen Gesprächsrunden zu beantworten.

Unternehmensziele bis zum Jahr 2011

Die SOFTSHIP-Strategie konzentriert sich auf folgende Komponenten:

- Integrierte IT-Lösungen für die Schifffahrt
- Ständige Verbesserung der Systeme
- Systematischer Ausbau der weltweiten Präsenz
- Externes Wachstum
- Kooperationsnetzwerke
- Höchste Qualifikation der Mitarbeiter

Wichtige Kennziffern von Softship AG, WKN 575 830

Branche: spezielle Software für die Schifffahrt

Charttechnik: deutlicher mittelfristiger Abwärtstrend

Börsenlisting: 22. Juni 2001: IPO an der Frankfurter Börse, General Standard

Börsenwert: 2,65 Mio. €

Streubesitz: 59,16 %

Kursgewinnverhältnis (KGV): 23

Eigenkapitalquote: 79,4 %, **Eigenkapitalrendite:** 7,9 %

Ergebnis pro Aktie: von 0,06 € im Jahr 2006 auf 0,60 € bis zum Jahr 2010

Wachstumsprognose: 15 bis 20 % pro Jahr

52-Wochen-Hoch/Tief: 2,50 €/1,37 €

Aktueller Kurs (31. Oktober 2007): 1,37 €

Buchwert: 1,91 €

Dividende: 0,0 Euro

Insiderhandel: keine Insidergeschäfte 2007 bekannt

Analysen: Trust Research (Juli 2007): „Kaufen“, Kursziel 3,10 € binnen 12 Monaten

Einige Fragen an den SOFTSHIP-Vorstand

1. Beate Sander: *Wie wollen Sie den Privatinvestor für Ihr Unternehmen interessieren, nachdem der Kurs nahe dem Allzeittief notiert? Was spricht objektiv für ein Engagement zum jetzigen Zeitpunkt?*

Softship, Vorstand Herbert Frick: *„Die Aktie ist unterbewertet. Trust Research errechnet ein Fair Value von 3,10 €. Die uns 2007 erstmalig treffende Zwischenmitteilungspflicht zeigt die nicht lineare Verteilung der Umsätze innerhalb des Geschäftsjahres deutlich auf. Dies verunsichert den Markt. Wir müssen in diesem Geschäftsjahr beweisen, dass sich die Lizenzerlöse im vierten Quartal noch einstellen. Dann lösen unsere Zwischenberichte künftig wohl kaum mehr einen solchen Abgabedruck aus, wie wir ihn in diesem Jahr erleben.“*

2. Wann erscheinen Sie dividendenfähig? Das ist ein wichtiges Kriterium für Privatanleger. Wann können und wollen Sie eine Dividendenpolitik starten?

Softship, Vorstand Herbert Frick: „Bei Zielerreichung bezüglich Umsatz (ca. 7,2 Mio. €) und einem EBIT von rund 10 % wollen wir der Hauptversammlung die Zahlung einer Dividende für 2007 vorschlagen, vorausgesetzt, die Liquidität lässt dies zu. Hierzu müssen die kurzfristigen Forderungen von derzeit etwa 2 Mio. € erheblich reduziert werden, woran wir massiv arbeiten. Spätestens für das Geschäftsjahr 2008 sollte eine Dividendenzahlung möglich sein.“

3. Viele Privatanleger orientieren sich am Insiderverhalten. Sie wollen vor ihrer Order wissen, ob die Führungsspitze kauft oder verkauft. Trust Research erhöht das Kursziel für Ihre Aktie von aktuell 1,40 auf 3,10 Euro binnen zwölf Monaten – ein Kursanstieg um rund 120 %. Da müssten Sie doch selbst zugreifen. Dies ist aber offensichtlich bislang nicht geschehen. Gibt es dafür eine einleuchtende Erklärung?

Softship, Vorstand Herbert Frick: „Wir vom Vorstand haben seit mehreren Jahren keine eigenen Aktien ge- oder verkauft. Das halten wir auch künftig so. Wir nehmen das Thema Insidergeschäfte sehr ernst. Es gibt bei allen drei Vorständen viel Transparenz, was die Geschäftsanbahnungen für unser Unternehmen in naher Zukunft betrifft. Stellen Sie sich vor, wir würden z. B. an einem Dienstag Aktien kaufen, weil wir ein positives Signal setzen, und am Donnerstag kommt ein neuer, zu diesem Zeitpunkt nicht erwarteter Geschäftsabschluss, der eine Adhoc Meldung nach sich zieht. Diese Diskussion um Insidergeschäfte seitens des Vorstandes wollen wir niemals haben.“

② ESSANELLE HAIR GROUP, Düsseldorf
(ISIN: DE000 661 031 4, WKN: 661 031)

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells

Seit vier Jahrzehnten, 1967, steht der Name „Essanelle Ihr Friseur“ für modische Kompetenz in Sachen Haar. Heute ist die ESSANELLE HAIR GROUP AG mit rund 4.000 Mitarbeitern und alljährlich etwa sieben Millionen Kundenbesuchen Deutschlands umsatzstärkster Friseurfilialist. Mittlerweile erfüllen täglich 3.800 Friseure mit professionellem Können, Gestaltungskraft, Innovation und Einfühlungsvermögen die Wünsche ihrer Kundschaft. Das erste Essanelle-Haarstudio wurde 1914 in New York eröffnet. Gut 40 Jahre später eroberte die innovative „Idee essanelle“ auch Deutschland. Das Konzept kam an. So entstanden bis jetzt 650 Salons – mit wachsender Tendenz.

Die Haarstudios „*Essanelle Ihr Friseur*“ sind meist in große Einkaufszentren, Kauf-, Waren- und Modehäuser eingebunden. Zum Markenkennzeichen zählt, dass die Salons auch montags und abends Friseurdienstleistungen mit modernem Ambiente anbieten. Die ESSANELLE HAIR GROUP will gegenüber 2006 ihren Marktanteil verdoppeln. Letztes Jahr schaffte der Konzern bei 117,5 Mio. Euro Umsatz einen Jahresüberschuss von 2,9 Mio. Euro. Im Schnitt liegt der Umsatz eines EHG-Salons bei über 0,2 Mio. Euro, der Marktdurchschnitt lediglich bei 90 Tausend. Der Produktanteil macht 15 % vom Umsatz aus – im Marktvergleich ebenfalls ein überzeugendes Resultat. Eine umfangreiche Datenbank mit 2,4 Mio. erfassten Kundendaten macht ein professionelles, zielgruppenorientiertes Marketing möglich („*Statt Irma bedient Sie jetzt Klara. Der 5-Euro-Gutschein lädt Sie zum Besuch ein!*“)

Der Vorstandsvorsitzende Uwe Grimminger berichtet: „*Die Zahl unserer Geschäfte wollen wir von derzeit 650 auf über 1.000 steigern. Momentan liegt der Marktanteil von Essanelle in Deutschland zwischen 1,5 und 2 %. Im Schnitt lässt jeder Kunde rund 25 € bei uns. Frauen geben deutlich mehr aus als Männer.*“ – Das Erfolgsrezept sind die unterschiedlichen Markenkonzeppte vom mittleren bis oberen Preissegment bei reduziertem bis komplettem Leistungsangebot, z. B. „TOP TEN“ in Innenstadtlage.

Ein Blick auf die Geschäftszahlen im ersten Halbjahr 2007

Essanelle liegt mit der Umsatzentwicklung weiterhin voll im Plan. Dazu gehören im Gesamtjahr 2007 in etwa 50 Neueröffnungen. Der Umsatz stieg in den ersten sechs Monaten 2007 um 5,6 % von 56,7 auf 59,9 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Bei den Ertragskennzahlen zeigt sich die positive Entwicklung im operativen Geschäft besonders deutlich. Obwohl die ESSANELLE HAIR GROUP im Jahr 2006 einen Einmalertrag aus dem Verkauf der Franchisrechte von „mod’s hair“ über 0,8 Mio. Euro erwirtschaftete, liegen sämtliche Ertragskennzahlen im ersten Halbjahr 2007 bereits über den Vorjahreswerten. So stieg das EBITDA um 6,7 % von 4,8 auf 5,2 Mio. Euro, während sich das Vorsteuerergebnis (EBT) um 4,9 % auf 2,4 Mio. Euro verbesserte.

Dazu erklärt Finanzvorstand Achim Mansen: „*Wir haben nicht erwartet, dass wir bereits nach sechs Monaten diesen Einmalertrag durch unser operatives Geschäft kompensieren und damit schon jetzt über den Vorjahreswerten liegen würden. Unsere ursprüngliche Zielsetzung für das Gesamtjahr, das bereinigte Vorsteuerergebnis von 4,5 Mio. Euro wieder zu erreichen, werden wir damit sicher übertreffen – und so die Voraussetzungen für die Zahlung einer Dividende schaffen.*“

Ausblick: Strategie und Zielsetzungen in Stichworten

- Ausbau der Marktführerschaft
- Deutliche Ausweitung des Geschäftsumfangs durch Neueröffnungen
- Etablierung des Konzepts und der Marke TOP TEN
- Nutzung des hohen Cashflows zur Wachstumsfinanzierung und Stärkung der Ertragskraft

Wichtige Kennziffern ESSANELLE HAIR GROUP AG, WKN 661 031, Auswertung der Datendatei von BÖRSE ONLINE, 5. November 2007

Branche: Friseurkette, Haar-Kosmetik

Charttechnik: gemächlicher mittelfristiger Aufwärtstrend

Börsenlisting: Prime Standard der Frankfurter Börse

Börsenwert: 46,5 Mio. €

Streubesitz: 66,8 % (Vorstand mit 23,4 % beteiligt)

Eigenkapitalquote: 46 %

Buchwert je Aktie: 5,30 €

Cashflow: 1,82 € pro Aktie

Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV): 11,4 für 2008 (niedrige Bewertung)

Ergebnis pro Aktie: 2005: 0,57 €, 2006: 0,66 €, 2007 (e): 0,77 €, 2008(e): 0,89 €

52-Wochen-Hoch/Tief: 10,30 / 7,10 €

Kursentwicklung 2007: +24 %

Aktueller Kurs (5. november 2007): 10,10 € (nahe am Jahreshoch)

Dividende: 0,30 Euro (erstmalig ab 2007 geplant) **Dividendenrendite:** 3,0 %

Analysten-Empfehlungen: Falkenbrief (Januar 2007): „Kaufen“;

Nebenwerte Journal (August 2007): „mit Kurspotenzial“

Einige Fragen an den Essanelle-Vorstand

1. **Beate Sander:** *Der Aktienkurs um zehn Euro befindet sich nach einer Durststrecke im Frühjahr 2007 erfreulicherweise nahe am Jahreshoch. Welches Kurspotenzial sehen Sie für die nächsten zwölf Monate?*

Essanelle, Vorstand Achim Mansen: „Im Oktober hat unsere Aktie zum ersten Mal deutlich die 10-Euro-Marke übersprungen und sich anschließend bei über 9 Euro stabilisiert. Dies ist eine ordentliche Performance in 2007. Auch wenn die Börse nicht vorherzusagen ist, so sind wir doch sehr zuversichtlich, diesen Trend auch 2008 fortsetzen zu können – vor allem da wir dann zum ersten Mal eine Dividende ausschütten wollen.“

2. **Das Börsenmagazin BÖRSE ONLINE** geht davon aus, dass Sie für 2007 eine Dividende von 0,30 Euro ausschütten. Ist diese Prognose realistisch?

Essanelle, Vorstand Achim Mansen: „Die Dividende liegt im Rahmen unserer Planungen. Wir gehen derzeit von einer Bandbreite zwischen 20 und 50 Cent je Aktie aus. Dies hängt von unseren endgültigen Ertragskennzahlen ab und unterliegt natürlich dem Vorbehalt von Aufsichtsrat und Hauptversammlung.“

3. Bisher gibt Ihre weibliche Kundschaft mit ca. 25 Euro pro Besuch viel mehr Geld bei „Essanelle – Ihr Friseur“ aus als das starke Geschlecht. Nehmen Sie dies als naturgegeben hin, oder richten Sie Ihr Marketing künftig stärker aus in Richtung „neue Bedürfnisse für Männer wecken“?

Essanelle, Vorstand Achim Mansen: „Beide Zielgruppen sind für uns wichtig. Frauen greifen auf mehr Produkte zurück – beispielsweise was Strähnchen oder Färben anbelangt. Aber trotzdem zielen wir mit Sonderaktionen in unseren Salons auch auf die männliche Zielgruppe. Dank unserer detaillierten Datenbank mit den Auswertungen der tatsächlichen Kundenbedürfnisse können wir jederzeit maßgeschneiderte Angebote machen. Da sind wir den Einzelfriseuren und anderen Filialisten sicherlich um einiges voraus.“

③ Dr. HÖNLE AG, Gräfeling bei München,
(ISIN: DE000 515 710 1, WKN: 515 710)

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells

Die vor mehr als 30 Jahren, 1976 als GmbH gegründete, 1999 in eine AG umgewandelte und seit 2002 in Gräfeling bei München ansässige Dr. Hönle AG versteht sich als einer der weltweit führenden Anbieter industrieller UV-Technologien. Gemeinsam mit seinen fünf Tochterfirmen in Deutschland, Frankreich, Spanien und Großbritannien entwickelt, produziert und vertreibt das Unternehmen UV-Strahlungssysteme, UV-Strahler, UV-Klebstoffe sowie Vergussmassen für ein breites Spektrum industrieller Anwendungen. Die Stärke des Konzerns liegt in der individuellen Anpassung der Produkte an spezielle Kundenwünsche. Dabei kommt dem Konzern das weltweit aufgebaute Netzwerk von Tochterfirmen und Vertriebspartnern im In- und Ausland gelegen. Bereits seit 1994 sind die UV-Produkte von Dr. Hönle nach ISO 9001 zertifiziert. Der Börsengang erfolgte 2001 am Neuen Markt. Seit dessen Einstellung notiert das Unternehmen im Prime Standard der Börse Frankfurt. Dr. Hönle wächst organisch durch Produktentwicklung, Ausbau der Vertriebsaktivitäten und der Wertschöpfungstiefe sowie der Übernahme von Technologiefirmen insbesondere in Europa. Firmenchef Norbert Haimerl erklärte in seiner interessanten CdC-Präsentation: „Wir möchten bis 2008 durch eigenes Wachstum und Akquisitionen zu den drei größten UV-Anbietern weltweit aufsteigen.“

Merkmale, Einsatz- und Anwendungsbereiche der UV-Technologie

Ob Druck-, Verpackungs-, Automobil-, Flugzeug-, Elektronik-, Möbel-, Leiterplatten-, Glasfaser- oder Glasindustrie, ob Medizintechnik oder optische Industrie. Die UV-Technik als Querschnittstechnologie dient zur Farb- und Lacktrocknung, Oberflächenentkeimung, Kleb- und Kunststoffhärtung sowie Sonnenlichtsimulation. An nennenswerten Vorteilen für den Einsatz der UV-Technologie sind insbesondere zu nennen:

- **Qualitätsaspekte:** Glanz, Kratzfestigkeit, Lösemittelbeständigkeit
- **Effizienzaspekte:** hohe Produktionsgeschwindigkeit, Just in Time, geringer Platzbedarf, Energieeinsparung
- **Umweltaspekte:** keine Lösungsmittel, wenig Abfall, geringerer Energiebedarf, Einhaltung der VOC-Vorschriften

Ein Blick auf die Geschäftszahlen der ersten neun Monate 2007

Dr. Hönle hat sich im Geschäftsjahr 2007 erfreulich entwickelt. In den ersten neun Monaten erzielte der Konzern einen Umsatz von 19,6 Mio. Euro. Dies ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum ein Plus von 11,6 %. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) stieg sogar um 33,7 % auf 3,1 Mio. Euro. Beim Vorsteuerergebnis verbuchte Dr. Hönle ein Plus um 26,2 % auf 3,62 Mio. Euro, während sich die EBIT-Marge um 15,8 % erhöhte.

Wichtige Kennziffern der Dr. Hönle AG, WKN 515 710, unter Auswertung der Datendatei von BÖRSE ONLINE, 5. November 2007

Branche: Produktion und Vertrieb industrieller UV-Technologien

Charttechnik: mittelfristige Seitwärtsorientierung nach kurzem Aufwärtstrend

Börsenlisting: Prime Standard

Börsenwert: 46 Mio. €

Streubesitz: 75 % (vor allem Altgesellschafter halten die Aktie)

Buchwert je Aktie: 4,62 €

Cashflow: 0,45 € pro Aktie

Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV): 12,1 für 2008 (erwartet)

Ergebnis pro Aktie: 2005: 0,47 €, 2006: 0,51 €, 2007 (e): 0,66 €, 2008(e): 0,70 €

52-Wochen-Hoch/Tief: 10,00 / 7,38 €

Kursentwicklung 2007: +13 %

Aktueller Kurs (5. November 2007): 8,70 €

Dividende: 0,30 €

Dividendenrendite: 3,5 %

Insiderhandel: keine Insidergeschäfte bekannt

Analysten-Empfehlungen: SES Research „Kaufen“ (10. August 2007)

Einige Fragen an den Dr. Hönle-Finanzvorstand Haimerl

1. Beate Sander: Sollten Sie nicht etwas mehr für den Privatanleger tun, um ihn ins Boot zu holen? Schließlich ist Ihr KGV niedrig, die Dividendenrendite hoch, der Buchwert ansehnlich, was auch für die Ergebnisentwicklung bei der Aktie gilt?

Dr. Hönle AG, Vorstand Norbert Haimerl: „Ein Großteil unserer Aktien ist in den Händen von Privatinvestoren. Daher ist uns das Anliegen der Privatanleger wichtig. Eine gute Möglichkeit, mit den Aktionären in Kontakt zu treten, sind neben der Hauptversammlung Veranstaltungen wie die heutige. Dort präsentieren sich ausgewählte Unternehmen und stehen den Anteilseignern im direkten Kontakt Rede und Antwort. Hier können wir die Investoren von unserer guten Geschäftsentwicklung und den glänzenden Aussichten überzeugen und auf die von Ihnen angesprochene niedrige Bewertung hinweisen. Wir betreiben auch eine aktive Pressearbeit und führen für interessierte Aktionäre Firmenbesichtigungen in unserer Zentrale in Gräfelfing bei München durch.“

2. Wer macht Ihnen als Mitbewerber das Leben schwer? Ist ADPHOS in bestimmten Bereichen ein Konkurrent?

Dr. Hönle AG, Vorstand Norbert Haimerl: „Es gibt einige Mitbewerber in der Photonics-Industrie – und Adphos ist einer davon. Dr. Hönle grenzt sich durch ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal von den anderen Unternehmen ab: Nur wir verfügen über eine eigene Entwicklung und Produktion in den Bereichen UV-Anlagen, Strahler und Klebstoffe. Wir haben uns damit vom UV-Anbieter zum UV-Systemlieferanten weiterentwickelt.“

3. Was steht bei Dr. Hönle als nächstes auf dem Programm?

Dr. Hönle AG, Vorstand Norbert Haimerl: „Als nächsten entscheidenden Schritt haben wir uns das Ziel gesetzt, die Umsatzbasis deutlich auszubauen. Die 17 Millionen Euro an finanziellen Mitteln wollen wir zu einem großen Teil für die Akquisition von Unternehmen verwenden. Durch Zukäufe und organisches Wachstum werden wir unseren Umsatz im nächsten Geschäftsjahr 2008 nahezu verdoppeln.“

④ **D.LOGISTICS AG, 65719 Hofheim (Wallau),**
(ISIN: DE000 510 150 5, WKN: 510 150)

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells: Die im Prime Standard gelistete Beteiligungsgesellschaft D.LOGISTICS AG aus Hofheim bei Wallau mit ihren gut 3.000 Mitarbeitern ist innerhalb des breiten Spektrums logistischer Dienstleistungen branchenübergreifend hauptsächlich in den Geschäftsfeldern **Industriegüterverpackung** (EBITA 6,09 Mio. Euro), **Konsumgüterverpackung** (EBITDA 3,79 Mio. Euro) und **Lagerlogistik** (EBITDA 3,62 Mio. Euro) tätig. Wachstumstreiber war im zweiten Quartal 2007 die Industriegüterverpackung. Hier stiegen die Erlöse gegenüber der Vorjahresperiode um 34,3 %. Schwerpunkte bilden Automobile, Maschinenbau, Chemie und Luftfracht.

Die D.LOGISTICS AG erbringt mit ihren Töchtern kunden- und projektbezogene Logistik-Dienstleistungen. Dazu zählen Lagerhaltung, Kommissionierung, Umschlag und Transport, ebenso weitere operative Tätigkeiten wie Produktversorgung und –entsorgung sowie Verpackung. Hinzu kommen administrative Arbeiten vom Lager- und Bestandsmanagement bis hin zur IT-Integration. Mit dem wachsenden Anteil an planerischen und strategischen Aufgaben entwickelt sich die Logistik zu einem bedeutenden Instrument der Unternehmensführung.

CEO Detlef W. Hübner formuliert die drei wichtigsten Zielsetzungen von D.LOGISTICS seiner packenden Präsentation: *„Wir wollen in dem sich rasant fortentwickelnden Logistikmarkt die starke Marktstellung in den von uns besetzten Geschäftsfeldern ausbauen. Wir wollen stets an den Bedürfnissen unserer Kunden ausgerichtete intelligente Lösungen entwickeln und partnerschaftlich umsetzen. Wir wollen unseren Kunden weltweit sowohl einen gleichbleibend hohen Standard als auch die gesamte Breite unserer Dienstleistungen anbieten.“*

Dass die Gesellschaft auf dem richtigen Weg ist, zeigt das starke Wachstum im zweiten Quartal 2007 mit einem nahezu verdoppelten operativen Ergebnis auf 3,4 Mio. Euro. Laut Aussage des Vorstandschefs Dr. Hübner wird als Signal für die Aufwärtsentwicklung schon für das Geschäftsjahr 2007 eine ordentliche Dividendenzahlung angedacht. Es bestärkt die positive Einschätzung, dass der Vorstand selbst kräftig Aktien zugekauft und zuvor nicht abgegeben hat.

Ein Blick auf die Geschäftszahlen

Der Umsatz lag im zweiten Quartal 2007 mit 85,21 Mio. Euro um 8,5 % über der Vorjahresperiode. Die Erlöse stiegen in den ersten sechs Monaten 2007 gegenüber dem Vorjahrszeitraum um 2,7 %. Das operative Ergebnis (EBITA) hat sich mit einem Plus von 95 % auf 3,4 Mio. Euro nahezu verdoppelt. Nach Abzug der Kosten für den Rechtsstreit fällt die EBITDA-Steigerung im 1. Halbjahr 2007 mit 67 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum noch deutlicher aus. Trotz einiger Akquisitionen erhöhten sich die Netto-Finanzverbindlichkeiten nur unterproportional um 11,4 Mio. Euro auf 54,3 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote liegt bei komfortablen 37,3 %.

Wichtige Kennziffern von D.LOGISTICS, WKN 510 150, unter Auswertung der Datendatei von BÖRSE ONLINE, 5. November 2007:

Branche: Logistik-Dienstleistungen branchenübergreifend

Charttechnik: leichter, durch Volatilität geprägter Aufwärtstrend

Index: Prime Standard der Frankfurter Börse

Börsenwert: 99 Mio. €

Streubesitz: 55 % (CEO Detlef W. Hübner: 42 %)

Eigenkapital: 84,5 Mio. Euro

Eigenkapitalquote: 37,3 % im 1. Halbjahr 2007 nach 40,3 % am Jahresende 2006

Buchwert je Aktie: 1,88 € (nahe am Kurs, deutet auf niedrige Bewertung hin)

Cashflow: 0,22 € pro Aktie

Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV): 14,9 für 2008 (erwartet)

Ergebnis pro Aktie: 2005: 0,03€, 2006: 0,27 €, 2007 (e): 0,13 €, 2008(e): 0,15 €

52-Wochen-Hoch/Tief: 2,80 / 1,75 €

Kursentwicklung 2007: +22,4 %

Aktueller Kurs (5. November 2007): 2,28 €

Dividende: 0,0 Euro

Dividendenrendite: 0,0 %

Insiderhandel: keine Insidergeschäfte bekannt

Analystenempfehlungen 2007: nicht bekannt

Einige Fragen an den D.LOGISTICS-Vorstand

1. Beate Sander: *Ihr Unternehmen D.Logistics hat harte Zeiten hinter sich, aber jetzt scheinen Turnaround und Break-even zu glücken. Was haben Sie heute besser als früher im Griff? Wie schätzen Sie Ihre Marktchancen für das Jahr 2008 ein? Wer macht Ihnen im In- und Ausland das Leben besonders schwer?*

D.LOGISTICS, Vorstandschef Detlef W. Hübner: „Wir haben tatsächlich harte Zeiten hinter uns, aber bekanntlich stärken diese ja. Das sieht man nunmehr auch an den Zahlen der Unternehmensgruppe. Wir verdienen seit 2005 wieder richtig Geld für unsere Aktionäre. Dieser Erfolg resultiert vornehmlich aus der klaren und strategischen Ausrichtung des Konzerns. Dabei haben wir Randbereiche und neuere Geschäftsfelder abgebaut und uns stattdessen wieder auf die drei Kernbereiche „Industriegüterverpackung“, „Konsumgüterverpackung“ und „Lagerlogistik“ konzentriert.

Es ist uns gelungen, die drei Bereiche sowohl selbständig zu stärken, als auch Synergien zwischen den einzelnen Dienstleistungen zu erzielen. Die konsequente Umsetzung dieser Synergiepotenziale wird auch künftig unsere Margen weiter steigen lassen, sodass wir gegenüber der Konkurrenz eine hervorragende Ausgangsbasis für die Zukunft haben. Da wir im Industriegüterverpackungsbereich mit weitem Abstand Marktführer in Deutschland sind und das Wachstum dieses Sektors aktuell oberste Priorität hat, steht uns kein nennenswerter Mitbewerber bei der geplanten Expansion des Geschäftsbereiches entgegen. Das Jahr 2008 sollte unseren Aktionären und uns Grund zur Freude bieten.“

2. Wann ist Ihre AG dividendenfähig? In welcher Bandbreite dürfte sich Ihre künftige Dividendenpolitik bewegen? Ist es realistisch, schon für das laufende Jahr 2007 erstmals ausschütten?

D.LOGISTICS, Vorstandschef Detlef W. Hübner: „Direkt vorab: Wir sind dividendenfähig! Und wir beraten zurzeit, ob wir schon für das Geschäftsjahr 2007 die Treue der Aktionäre belohnen sollten. Als Bandbreite ist aktuell eine Gewinnausschüttung zwischen 0,10 € und 0,20 € je Aktie denkbar. Unabhängig davon aber erinnere ich daran, dass Wachstumsunternehmen wie die D.Logistics AG die operativen Cash-Flows noch in die weitere Expansion der Geschäftsbereiche investieren sollten, um kurzfristig höhere Gewinne zu ermöglichen. Daher werden wir verständlicherweise den Aktionären auf den nächsten Hauptversammlungen eine Dividendenpolitik vorschlagen, die diese vorrangigen Unternehmensbedürfnisse berücksichtigt.“

⑤ ENVIO AG, Dortmund, (ISIN: DE000 A0N 4P1 9, WKN: A0N 4P1)

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells:

Trotz der Subprime-Hypothekenkrise und der damit verbundenen Verunsicherung auf den Finanzmärkten schaffte der Entsorgungsdienstleister ENVIO aus Dortmund am 24. September 2007 im Entry Standard der Frankfurter Börse ein glänzendes Debüt. Die Aktie startete mit einem Kurs von 3,65 Euro und damit 12 % über dem Zuteilungspreis von 3,25 Euro. Der Emissionserlös dient zu 20 % für die Wachstumsfinanzierung, zu 70 % für die Internationalisierung und zu 10 % für neue Geschäftsfelder. ENVIO ist seit der 2004 erfolgten Abspaltung aus ABB selbstständig. Firmenchef Dirk Neupert registrierte zufrieden: *„Zurückhaltung bei den Anlegern konnten wir nicht feststellen. Viele Fonds sind auf Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen spezialisiert.“* Mit einem Brutto-Emissionserlös von rund fünf Millionen Euro im Rücken kann die ENVIO AG die Investitionen im Rahmen ihrer Wachstumsstrategie umsetzen. Das Unternehmen will seine Kapazität am Standort Dortmund und der im Bau befindlichen Anlage in Südkorea vorantreiben. ENVIO ist ein Full-Service-Anbieter im Bereich Umweltdienstleistungen. Die Kernkompetenz liegt in der Dekontamination, Verwertung und Entsorgung PCB-haltiger Transformatoren. Der Konzern zählt dank seiner zukunftsweisenden Schlüsseltechnologie zu den sichersten, umweltfreundlichsten und damit weltweit führenden Anbietern und ist ISO zertifiziert. Eine weitere wichtige Einnahmequelle in diesem Nischenmarkt bildet der Verkauf der bei der Verwertung gewonnenen Sekundärrohstoffe wie Kupfer, Aluminium, Eisen. Die beiden Vorstände und Firmengründer Dr. Dirk Neupert und Christoph Harks präsentierten überzeugend, spannungsreich und allgemein verständlich.

ENVIO bietet ein breites Spektrum von Dienstleistungen im Umweltsektor an mit den Schwerpunkten:

- Verwertung von Verteil- und Leistungstransformatoren,
- Sanierung und Rückbau von Industrieanlagen mit Entsorgung von Gefahrstoffen und Industrieabfällen,
- Dekontamination PCB-haltiger Transformatoren und Kondensatoren. (PBS sind schlecht brennbare, giftige, chlorierte Kohlenwasserstoffe mit hohem Wärmeleitvermögen. PCB dient vor allem als Kühl- und Isoliermittel.)

ENVIO ist seit über 20 Jahren erfolgreich tätig und verfügt durch die ABB-Historie über das Netzwerk eines Global Players. ENVIO zählt weltweit zu den TOP DREI

der Entsorger im Nischensegment PCB-haltiger Transformatoren und wirtschaftet hoch profitabel in der Entsorgungsindustrie und im Markt der Sekundärrohstoffe.

Überzeugende Geschäftszahlen 2006 und erstes Halbjahr 2007

Im Geschäftsjahr 2006 steigerte ENVIO seinen Umsatz von 4,330 Mio. im Jahr 2005 auf 7,264 Mio. Euro 2006. Im gleichen Zeitraum stieg das EBIT von 0,653 auf 1,845 Mio. Euro. Damit erhöhte sich die EBIT-Marge um 25,4 %. Der Wachstumstrend setzte sich im ersten Halbjahr 2007 unvermindert fort. Zur Jahresmitte 2007 wurden ein Umsatz von 5,059 Mio. Euro und ein EBIT von 1,314 Mio. Euro erwirtschaftet bei einer konstant hohen EBIT-Marge von mehr als 25 %. Die Umsätze verteilen sich insbesondere auf Deutschland (24 %), Türkei (19 %), Frankreich (18 %), Rumänien (15 %) und Mexiko (11 %). Dazu erklärt Vorstand Christoph Harks: „Das unserem Unternehmen entgegengebrachte Vertrauen zu bestätigen, wird uns bei der Verfolgung unserer gesteckten Ziele ein zusätzlicher Ansporn sein. Über die aktuelle Unternehmensentwicklung werden wir unsere Aktionäre zukünftig transparent und umfassend informieren und werden hart daran arbeiten, mit der einen oder anderen positiven Überraschung aufwarten zu können.“

Ein Blick in die Zukunft

- Der Markt für PCB-Entsorgung dürfte erst in ca. 30 Jahren enden.
- Die knapper werdenden Rohstoffe sorgen für steigende Preise (z. B. Kupfer).
- ENVIO erschließt sich neue Geschäftsfelder und baut seine Kapazitäten in ausländischen Wachstumsmärkten aus. Das Unternehmen engagiert sich in Ländern, in denen die große Mengen zu entsorgen sind. Dies betrifft besonders Korea, Osteuropa und die Türkei.

Wichtige Kennziffern von ENVIO AG, WKN A0N 4P1, unter Auswertung der Datendatei von BÖRSE ONLINE, 5. November 2007

Branche: PCB-Entsorgungsspezialist und Umweltdienstleister

Charttechnik: Nach glänzendem Börsendebüt im September leichter Abwärtstrend

Börsenlisting: Entry Standard der Frankfurter Börse

Börsenwert: 26 Mio. €

Streubesitz: 22 %

Buchwert je Aktie: 1,45 €

Cashflow: 0,55 € pro Aktie

Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV): 12,5 für 2008 (erwartet)

Ergebnis pro Aktie: 2005: 0,05 €, 2006: 0,18 €, 2007 (e): 0,16 €, 2008(e): 0,26 €

Vier-Wochen-Hoch/Tief: 3,95 / 3,15 €

Kursentwicklung 2007: +5 %

Aktueller Kurs (5. November 2007): 3,40 €

Dividende: 0 Euro

Analysten-Empfehlungen: Indepent Research, Trust Research, Betafaktor, Trade-centre, Platow, Der Aktionär: einheitlich „Kaufen“

Einige Fragen an den ENVIO-Vorstand

1. *Wie geht es nach dem verheißungsvollen Börsendebüt und der anschließenden Konsolidierung weiter? Wird eine Kapitalerhöhung angedacht, wenn ja, wofür? Mit oder ohne Bezugsrechte für Altaktionäre?*

ENVIO AG, Vorstand Dr. Dirk Neupert: „Für uns hat in der nahen Zukunft der Ausbau unserer Marktposition durch Erweiterung unserer Kapazitäten im In- und Ausland absolute Priorität. Wir wollen in der PCB-Entsorgung weltweit die Nummer 1 sein. Schon im ersten Quartal 2008 wird unsere neue Anlage in Korea betriebsbereit sein. Gleichzeitig bauen wir unsere Kapazität am Standort Dortmund stark aus. Um vom absehbaren Marktwachstum überproportional zu profitieren, wollen wir in den nächsten Jahren weitere Entsorgungsanlagen z. B. in Osteuropa oder der Türkei errichten. Wir analysieren verschiedene Formen der Finanzierung. Eine Kapitalerhöhung zählt zu den möglichen Optionen. Da die Envio-Gruppe operativ ansehnliche Cash-Zuflüsse hat, entscheiden wir im Einzelfall, ob Kapitalerhöhungen notwendig sind. Dann werden wir sicherlich den Altaktionären, die uns halfen, die erste Stufe unserer Expansion zu finanzieren, Bezugsrechte einräumen.“

2. *Verständlicherweise ist Wachstum vorerst vorrangig. Trotzdem: Wann glauben Sie, dass Sie dividendenfähig sind und eine Dividendenpolitik ansteuern können?*

ENVIO AG, Vorstand Christoph Harks: „Sie haben Recht, Wachstum hat Vorrang. Aber wann genau die Investitionen in weitere Auslandsanlagen erfolgen, hängt auch stark von der Gesetzgebung und der Entsorgungsbereitschaft in den einzelnen Ländern ab. Allerdings hat die EU im Rahmen der Stockholmer Konvention den zeitlichen Rahmen abgesteckt, sodass eine Entsorgungsverpflichtung beim PCB besteht. Bei einem schnellen Aufbau weiterer Kapazitäten, z. B. durch Bau von zwei oder drei Anlagen, setzen wir unsere Erträge für dieses Wachstum ein. Falls der Zeitplan in den Zielländern weniger straff ist, können wir vielleicht schon bald ein Teil der erwirtschafteten Erträge als Dividende ausschütten.“

3. *Was sollten Sie noch alles tun, damit Privatanleger, die doch nun einiges Misstrauen gegen den Entry Standard mit den so geringen Zulassungsaufgaben hegen, von Ihrer Aktie überzeugt werden?*

ENVIO AG, Vorstand Dr. Dirk Neupert: „Ich glaube nicht, dass unsere Anleger Anlass haben, misstrauisch zu sein. Es gibt auch im Entry Standard sehr interessante Unternehmen. Wir können schon über unsere Historie nachweisen, dass

die Envio-Gruppe – mit aktuellen EBIT-Margen von über 25 % – immer hochprofitabel gewirtschaftet hat. Das hebt uns von vielen anderen Firmen ab.

Da wir jedoch konsequent unseren Wachstumspfad fortsetzen und bereits kurzfristig ein ganz anderes Umsatz- und Ergebnisniveau erreichen werden, prüfen wir unabhängig davon, ob ein Wechsel in den Prime Standard auch aus Anlegersicht sinnvoll erscheint. Um hierfür vorbereitet zu sein und das uns entgegengebrachte Vertrauen zu untermauern, gehen wir über die Auflagen im Entry Standard hinaus und informieren die Anleger offen und umfassend.“

⑥ **ALTIRA AG, Frankfurt (ISIN: DE000 121 806 3, WKN: 121 806)**

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells: Die in Frankfurt niedergelassene ALTIRA AG ist als unabhängiger Asset-Manager auf **Private Markets** (Private Equity-Fonds), **Public Markets** (Finanzprodukte) und **Real Estate** (Immobilienfonds) fokussiert. Der Geschäftsbereich Private Markets wurde im August 2007 durch „Globale Projektfinanzierungen im Klima-/Energiesektor“ erweitert. Der Börsenneuling verfolgt eine Mehr-Marken-Strategie, vereint unter einem Dach unterschiedliche Asset Management-Boutiquen, baut unter dem Leitgedanken „*Teaming up with the Best*“ interne Spezialistenteams auf und erzielt Synergie-Effekte durch Kooperation mit externen Asset Managern. ALTIRA ist breit diversifiziert und erwirtschaftet stabile Erträge. Kennzeichnend sind ein aktives Management („High Alpha“) und eine hohe Eigenbeteiligung seitens der Manager. ALTIRA ist auf börsennotierte Beteiligungsgesellschaften ausgerichtet (Heliad, Themis, MAGNAT und CFC), verfügt über ein hochskalierbares Geschäftsmodell, wächst sowohl organisch als auch durch strategische Zukäufe oder Neugründungen („Buy-and-Build-Strategie“). Werttreiber sind maßgeschneiderte Produkte.

Wie sieht die Zukunft aus? Es sollen drei neue Asset Management-Teams gegründet, das Vertriebsteam ausgebaut und die IR-Aktivitäten bei Value-Add-Investoren verstärkt werden.

Die Firma legte zum Ausgabepreis von 28,50 Euro im Januar 2007 ein erfolgreiches Börsendebüt im Entry Standard der Frankfurter Börse hin. Trotz der letztlich enttäuschenden Performance des Entry Standards (Open Market) hat sich das Vertrauen in die ALTIRA-Aktie für die Investoren der ersten Stunde gelohnt. Zwar war das Allzeithoch von über 62 Euro im Juli 2007 schon wegen der Kurskorrekturen in Verbindung mit der Subprime-Krise nicht zu verteidigen. Aber bei einem Kurs von derzeit über 40 Euro ist der Abstand zum Jahrestief bei 32 Euro groß, und die Jahresperformance beträgt fast 50 %. CEO Peter Brumm überzeugte mit

seiner interessanten Präsentation und professionellen Informationsunterlagen. Juan Rodriguez, Leiter Investor Relations, unterstützte den gelungenen Auftritt.

Ein Blick auf die Geschäftszahlen mit positiver Prognose: ALTIRA bilanziert nach IFRS und konnte im ersten Halbjahr 2007 den Umsatz von 9,8 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum um 28 % auf 12,5 Mio. Euro steigern. Das EBIT erreichte mit 5,1 Mio. Euro dagegen lediglich das Vorjahresniveau, während das Periodenergebnis sogar um gut 15 % auf 3,9 Mio. sank. Das Ergebnis ging im Wesentlichen wegen der unterschiedlichen Zusammensetzung der Erträge und einer damit veränderten Steuerquote zurück.

Wichtige Kennziffern von ALTIRA, WKN 121 806, unter Auswertung der Datendatei von BÖRSE ONLINE, 5. November 2007

Branche: Asset Management: Private Markets, Public Markets und Real Estate

Charttechnik: seit IPO im Januar 2007 mit Emissionspreis von 28,50 Euro ein von starker Volatilität geprägter Aufwärtstrend

Börsenlisting: Entry Standard der Börse Frankfurt

Börsenwert: 175,5 Mio. €

Streubesitz: 18,2 % (ABL Unternehmensgruppe: 64,4 %, Familie Silvia Quandt: 8,4 %, ALTIRA-Mitarbeiter: 9,0 %)

Eigenkapital: 58 Mio. Euro

Buchwert je Aktie: 3,47 €

Cashflow: 0,04 € pro Aktie

52-Wochen-Hoch/Tief: 62,40 /32,00 €

Kursentwicklung 2007: +45 %

Aktueller Kurs (5. November 2007): 41,40 €

Ergebnis pro Aktie: 2005: 0,04 €, 2006: 2,29 €, 2007 (e): 2,41 €, 2008(e): 2,47 €

Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV) 2008: 16,8

Dividende: 0,0 Euro

Insiderhandel: keine Insidergeschäfte bekannt

Analysteneinschätzung: SRC Research „buy“, 29. August 2007

Vier Fragen an den ALTIRA-CEO Peter Brumm

1. Beate Sander: Betrachten Sie den Entry Standard eher als „Übungsbecken“, als Einstiegsindex mit dem Vorhaben, später in den Prime Standard überzuwechseln?

ALTIRA AG, CEO Peter Brumm: „Wir betrachten den Entry Standard nur als Einstiegsindex und wollen später in den Prime Standard wechseln. Deshalb setzen wir bereits die formalen Voraussetzungen nach und nach um. So haben wir

den Halbjahresbericht 2007 erstmals nach IFRS aufgestellt und diesen auch in Englisch vorgelegt.

Ebenso arbeiten wir an der Umstellung auf die vierteljährliche Berichterstattung, die wir in 2008 umsetzen werden. Danach sollte zeitnah der Wechsel in den Prime Standard erfolgen, voraussichtlich bereits im Jahr 2008.“

2. Wann sind Sie dividendenfähig? Planen Sie in den nächsten Jahren den Beginn einer kontinuierlichen Dividendenpolitik?

ALTIRA AG, CEO Peter Brumm: „Unser Geschäftsmodell ist schon jetzt dividendenfähig, da Altira attraktive Gewinne erzielt. Hieran sollen künftig auch unsere Anleger im Rahmen einer kontinuierlichen Dividendenpolitik profitieren. Für das Jahr 2007 wird der Vorstand voraussichtlich noch einmal eine Thesaurierung der Gewinne vorschlagen. Wir wollen dem starken Wachstum, das mit hohen Investitionen verbunden ist, keine finanziellen Ressourcen entziehen. Somit sollte erstmals für das Geschäftsjahr 2008 das Thema Dividende aktuell werden.“

3. Inwieweit sind Sie in Ihrem Geschäftsfeld „Real Estate“ von der Subprime-Krise betroffen – zumindest psychologisch?

ALTIRA AG, CEO Peter Brumm: „Unser Geschäftsfeld Real Estate ist nicht von der Subprime-Krise betroffen, da wir nicht in amerikanische Immobilien bzw. bonitätsschwache Immobilienkredite investiert haben. Indirekt – und das sprechen Sie mit Ihrer Frage nach der Psychologie ja an – gibt es schon Effekte, da die Banken bei der Kreditvergabe in vielen Marktsegmenten zurückhaltender reagieren oder sich die Konditionen verschlechtern. Dieses betrifft vor allem Bereiche, die mit einem hohen Fremdkapitaleinsatz arbeiten. Da wir uns bisher insbesondere auf die Immobilienentwicklung in Osteuropa fokussiert haben, ist unser Fremdkapitaleinsatz gegenüber anderen Immobiliengesellschaften geringer, sodass die indirekten Auswirkungen ebenfalls kleiner sind.“

4. Es gibt bei Ihnen keine Indexprodukte; denn Sie sind auf der Suche nach ertragsstarken Produkten. Verlassen Sie sich bei Ihren Anlageentscheidungen auf effiziente Computerhandelssysteme oder ist – so hoffe ich – auch noch der kreative Mensch mit seinem Expertenwissen im Spiel?

ALTIRA AG, CEO Peter Brumm: „In den Bereichen Real Estate und Private Markets ist ausschließlich der Faktor Mensch entscheidend. Nach unserer Überzeugung kann nur der Mensch mit aktiven Entscheidungen eine langfristige Outperformance erzielen – sofern er sich in Märkten bewegt, die sich stark verändern oder ineffizient sind. Genau diese Märkte versuchen wir zu identifizieren, um dann mit den besten Teams Investitionen in diesen Bereichen zu tätigen. Im Sektor Public Marktes kommen wir wegen der unfassbaren Datenmengen nicht an computerunterstützten quantitativen Modellen vorbei. Aber auch hier ist der Fak-

tor Mensch wichtig, indem er die Zielmärkte und die Anlagestrategie festlegt sowie die quantitativ selektierten Unternehmen noch qualitativ beurteilt.“

7 INTEGRALIS AG, Ismaning bei München und Theale/Reading, Großbritannien (ISIN: DE000 515 503 0, WKN: 515 503)

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells: Die vor knapp 20 Jahren, 1989 gegründete INTEGRALIS AG ging 1998 an die Börse. Die Gesellschaft war zunächst im Marktsegment Neuer Markt, danach im Prime Standard der Frankfurter Börse gelistet. Im Februar 2000 fusionierte INTEGRALIS mit ARTICON. Heute versteht sich die INTEGRALIS AG als Europas führender Serviceprovider für IT-Security-Lösungen mit den dazugehörigen Produkten. INTEGRALIS bietet Großunternehmen und Behörden ein kompetentes Consulting und maßgeschneiderte Services-Leistungen zur Absicherung ihrer kritischen Geschäftsprozesse an. Das Produktportfolio basiert auf marktführenden Technologien und strategischen Partnerschaften. INTEGRALIS berät und begleitet ihre Großkunden bei der Planung und Umsetzung von IT-Sicherheitslösungen. Die Gesellschaft entwickelt dazu individuelle, flexible und integrierte Risikoanalysen und Informationssicherheits-Architekturen. Das deutsch-britische Unternehmen hat über 420 Mitarbeiter in Lohn und Brot und 17 Niederlassungen in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Schweiz, Schweden sowie den USA aufgebaut. CEO Georg Magg konnte in seiner spannenden Präsentation die Finanzexperten von der Qualität seiner Firma überzeugen. Im aktuellen Musterdepot des EFFECTEN-SPIEGELS, Oktober-Ausgabe 41/2007, ist unter 15 Titeln INTEGRALIS mit 1.000 Aktien zum Kaufkurs von 4,60 Euro vertreten. Bis 2004 sah die Geschäftsentwicklung verhalten aus. Seit 2005 geht es stetig aufwärts, wobei das 4. Quartal erfahrungsgemäß am wichtigsten für IT-Unternehmen ist.

Offenkundig ist der Trend von IT hin zur Informations- und Risikobetrachtung. Business Manager erkennen den Vorteil der IT-Sicherheit – ein Muss in jedem Geschäftsprozess. Dabei werden Compliance- und IT-Sicherheitsinitiativen miteinander kombiniert. Im Bereich Managed Security Services (MSS) besitzt INTEGRALIS eine tiefgreifende technische Expertise.

Ein Blick auf die Geschäftszahlen mit positiver Prognose

Im ersten Halbjahr 2007 hat sich INTEGRALIS erfolgreich weiterentwickelt. Die Umsätze stiegen um 4,6 % von 65 Mio. auf rund 68 Mio. Euro. Für das Gesamtjahr 2007 rechnet der Vorstand mit einem Umsatzzuwachs von mindestens 10 %.

Der Rohertrag verbesserte sich von 22,9 Mio. um 2 Mio. auf 24,9 Mio. Euro – ein Anstieg um 8,7 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Bei sämtlichen operativen Ergebniskennzahlen stellte INTEGRALIS in den ersten sechs Monaten neue Bestmarken auf. Das EBITDA schnellte um 72 % von 1,3 auf 2,2 Mio. Euro hoch. Das EBIT erzielte mit einem Anstieg von 0,3 auf 1,0 Mio. Euro ein Rekordergebnis von 209 %. Das Periodenergebnis sprang sogar von 0,3 auf 1,6 Mio. Euro und damit um stolze 416 % nach oben. Parallel dazu erhöhte sich der Gewinn pro Aktie um satte 443 % auf 0,15 Euro. Grund genug für den Vorstand, für das Gesamtjahr 2007 mit einem Anstieg des operativen Ergebnisses (EBIT) um 50 % auf 3,8 Mio. Euro zu rechnen!

Wie sehen Prognose, Akquisitions- und Wachstumsstrategie aus?

- **Expansion in stark wachsende Märkte** (mittlerer und ferner Osten, USA, Ausnutzen von Skaleneffekten im Servicebereich)
- **Beschleunigte Beschaffung von Technologie und Know-how** (Managed Security Services, Identitäts- und Zugriffsmanagement, Beratung)
- **Investition in Managed Security Services** (Investition in neue Mitarbeiter, Produkte und Tools) als Antwort auf einen stark wachsenden Markt
- **Umsatzwachstum von mehr als 10 % und Erhöhung des operativen Ergebnisse um 50 % auf 3,8 Mio. Euro**
- **Angehobene Gewinnprognose für 2007 im Neun-Monats-Vergleich** (Umsatz: +15,6 %, Nettomarge: konstant bei +34,9 %, EBIT: +133,6 %)

Wichtige Kennziffern INTEGRALIS, WKN 515 503 unter Auswertung der Datendatei von BÖRSE ONLINE, 5. November 2007

Branche: Serviceprovider für IT-Security-Lösungen, Sicherheitsprodukten, Service

Charttechnik: eindeutiger Aufwärtstrend mit gelegentlich leichter Konsolidierung

Börsenlisting: Prime Standard der Börse Frankfurt (IPO 1998)

Börsenwert: 69,4 Mio. €

Streubesitz: 60,3 %

Buchwert je Aktie: 1,38 €

Cashflow: 0,16 € pro Aktie

52-Wochen-Hoch/Tief: 5,85 / 3,20 € (aktueller Kurs nahe dem Jahreshoch!)

Kursentwicklung 2007: +61,5 %

Aktueller Kurs (5. November 2007): 6,00 €

Ergebnis pro Aktie: 2005: -0,20 €, 2006: 0,24 €, 2007 (e): 0,27 €, 2008 (e): 0,30 €

Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV) 2008: 13,4

Dividende: 0,0 Euro

Insiderhandel: zahlreiche Insiderverkäufe 2007 über insgesamt rund 0,5 Mio. Euro

Einige Fragen an den INTEGRALIS-CEO Georg Magg

1. Beate Sander: Ihre Aktie notiert mit 5,65 Euro nahe dem Jahreshoch. Der EFFECTEN SPIEGEL, aktuelle Ausgabe 41/2007, hat INTEGRALIS in das Musterdepot mit 15 Titeln aufgenommen. Umgekehrt fällt Ihre Führungsspitze durch Verkäufe verteilt über das Jahr 2007 im Wert von einer halben Million Euro auf. Wie passt das zusammen?

INTEGRALIS AG, CEO Georg Magg: „Bei den Verkäufen handelte es sich ausschließlich um Aktien von einem unserer Aufsichtsräte. Er ist seit 1998 Aktionär und war maßgeblich daran beteiligt, die Integralis AG an die Börse zu bringen. Alle Vorstände haben keine Aktien verkauft, sondern Optionen umgewandelt.“

2. Im Jahr 2008 sind Sie zehn Jahre lang börsennotiert. Wäre es da nicht an der Zeit, eine Dividendenpolitik zu starten? Wie sehen Ihre diesbezüglichen Planungen aus?

INTEGRALIS AG, CEO Georg Magg: „Bis dato konnten wir keine Dividende bezahlen, da wir wegen der finanziellen Situation unseres Unternehmens noch nicht imstande waren, dies zu tun. Voraussichtlich können wir ab 2009 Dividenden ausschütten, sofern wir in der HV im kommenden Jahr ein entsprechendes o.k. von den Aktionären bekommen. Und davon gehen wir aus.“

3. Wer macht Ihnen als Mitbewerber im Bereich Managed Security Services (MSS) für Großkunden das Leben schwer?

INTEGRALIS AG, CEO Georg Magg: „Es gibt verschiedene Kategorien von Anbietern, allen voran die großen und bekannten Telekommunikationsbetreiber, sowie einige spezialisierte Unternehmen in den USA. Für sie gilt gemeinsam, dass das zur Verfügung stehende Service-Produktportfolio bei weitem nicht den Umfang hat wie in unserem Angebot.“

⑧ Präsentation in der Mittagspause: IPO 2. bis 15. Nov. 2007: Greater China Precision Components Limited (GCPC)

Zum Börsengang und Geschäftsmodell von GCPC (WKN A0M ZS3)

Während der einstündigen Mittagspause bestand alternativ zum leckeren Büfett die Gelegenheit, aktuelle Informationen aus erster Hand über **Greater China Precision Components Limited (GCPC)** zu erfahren. Die kleinere Wachstumsfirma GCPC wurde 2002 gegründet, hat sich in der chinesischen Provinz Guandong niedergelassen und stellt Kunststoffgehäuse für Mobiltelefone her. Bei dieser Konferenz im engeren Kreis wur-

den die Details über den für November 2007 geplanten Börsengang im Entry Standard (Open Market) der Frankfurter Börse verkündet.

Der Assistent des Vorstandsvorsitzenden Fan Wang, unterstützt durch Übersetzer ins Englische und Deutsche, präsentierte sein dicht vor dem IPO stehendes chinesisches Industrieunternehmen zur Beschalung von Handys spannungsvoll und engagiert. Er hatte zur Veranschaulichung zahlreiche Kunststoffgehäuse für Mobiltelefone dabei. GCPC ist in China gut aufgestellt, um vom boomenden Komponentemarkt für die Mobiltelefonindustrie zu profitieren. Die VEM Aktienbank schätzt das Umsatz- und Gewinnwachstum überproportional hoch ein. Bei einem Ausgabepreis zwischen 3,40 und 3,80 Euro ist der Titel fair bewertet, sodass das Kursziel auf 4,45 Euro angehoben werden kann. Damit besteht ein Kurspotenzial von 20 bis 30 % binnen zwölf Monaten. Gegenwärtig haben 500 Millionen Chinesen einen Handyvertrag. Die Wachstumsrate liegt bei 50 %.

Das Unternehmen GCPC plant den Neubau eines Fertigungswerkes und will seine Produktpalette erweitern. Aufgrund der robusten Nachfrage nach Mobiltelefonen vor allem aus Schwellenländern dürften bei den Komponenten für dieses Segment insbesondere in kostengünstigen Ländern wie China hohe Wachstumschancen bestehen. Das Angebot von Greater China Precision Limited (GCPC) zeichnet sich durch frische Farbgebung, ansprechendes Design, gute Produktqualität und hohe technologische Kompetenz bei der Herstellung von Kunststoffgehäusen aus. Das Ingenieurteam optimiert fortlaufend den Produktionsprozess.

- Die VEM Aktienbank rechnet im Jahr 2008 mit einer Bruttomarge von 37 % und einer EBIT-Marge von gut 29 % und für 2009 mit einer zusätzlichen Margensteigerung von jeweils 2 %. Der Umsatz sollte 2008 um knapp 37 % und 2009 sogar um fast 60 % aufgrund der ausgeweiteten Kapazitäten steigen.

Kennziffern der Aktie GCPC vor IPO im Nov. 2007: WKN A0M ZS3

Branche: Verarbeitende Industrie, Bauteile Mobilfunk, Plastikgehäuse

Marktkapitalisierung: etwa 100 Mio. Euro (abhängig vom Ausgabepreis)

Anzahl der Aktien nach IPO: bis zu 27,5 Mio. Euro

Börsenlisting: Entry Standard der Börse Frankfurt (IPO: 2. bis 15. Nov. 2007)

Bookbuildingspanne, Ausgabepreis: 3,40 bis 3,80 Euro

Haltefrist für Altaktionäre: 12 bis 18 Monate

Kursziel binnen zwölf Monaten: 4,45 Euro, Kurspotenzial: 20 bis 30 %

Streubesitz (Free Float): 27,3 % (vier Großaktionäre)

Emissionsbank: VEM Aktienbank

Dividende: 0,0 Euro

Fazit: Die zweite Veranstaltung im Jahr 2007 unter dem Titel „**Seven Sins – Seven Chances**“ war ein erneutes Erlebnis. Der gepflegte Rahmen im Lenbachhaus, die interessanten Präsentationen mit Gesprächsrunden, die ausgezeichnete Organisation und nicht zuletzt die Gaumenfreuden trugen viel zu der positiven Stimmung seitens der Unternehmen und Finanzexperten bei. Wer der Einladung folgte, wird künftig schon wegen des hohen Informationsgehaltes die nächsten CdC-Termine in seinem Kalender dick anstreichen. Beate.S.Sander@t-online.de

Beate Sander

Börsenbuch- und Wirtschaftsbuchautorin, Finanzjournalistin

☎ 0731-265996, Pommernweg 55, 89075 Ulm

Zweite e-Mail-Adresse: Beate.Sander@gmx.de

Meine Neuerscheinung Herbst 2007: „NICHT NUR BESTIEN – Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit als Schlüssel zum Unternehmenserfolg“

Volk Verlag München, 320 S., Zweifarbendruck, aufwändige Ausgestaltung, zahlreiche Abbildungen, 27 €, bei mir bestellen, gern mit Widmung

„BÖRSENSTRATEGIEN FÜR PRIVATANLEGER – richtig handeln in jeder Marktsituation“

FinanzBuch Verlag München, August 2006, 260 S., 30 €

Der neue Börsenführerschein – die Lizenz zum Geldanlegen

FinanzBuch Verlag München, Börse München, September 2006, 230 S., 20 €, Großformat, Zweifarbendruck, reich bebildert

„STOCK PICKING MIT NEBENWERTEN“

Börsenmedien AG, Kulmbach, August März 2007, 312 S., 30 €
