

Sanders CDC-Kommentar am 20. März 2013 in München: Acht Mittelständler aus unterschiedlichen Branchen präsentieren den zahlreich vertretenen Investoren ihre interessanten Geschäftsmodelle im gepflegten Lenbach mit frischem Gewand

Wie alljährlich im Frühjahr lud die CDC Capital GmbH am Mittwoch, 20. März 2013, zu ihrer beliebten und in Fachkreisen gut eingeführten Kapitalmarkt-Konferenz „*SEVEN SINS – SEVEN CHANCES*“ im renommierten Münchner Lenbach ein. Diesmal war das Interesse so groß, dass acht Mittelständler präsentierten. Erstmals wurde die vor allem bei institutionellen Investoren geschätzte Konferenz gemeinsam mit der **ACON ACTIENBANK** ausgerichtet. Als neue Partner konnte die CDC CAPITAL zudem die **GXG Markets** aus London als Börsenexperte und die Rechtsanwaltskanzlei **Krammer Jahn** als juristischen Beistand gewinnen. Also ein Veranstalterquartett von hoher Fachkompetenz.

In diesen schwierigen Zeiten der noch längst nicht überwundenen Finanz- und Überschuldungskrise gibt es wegen der historisch niedrigen Zinssätze eigentlich zwar keine Alternative zu wachstums- und substanzstarken Aktien. Aber insbesondere die Privatanleger in Deutschland sind vorsichtig und ängstlich geworden, scheuen vor einem Investment zurück, obgleich die Bewertungen im langfristigen Vergleich niedrig sind. Von lebendiger Aktienkultur ist in Deutschland kaum etwas zu spüren. Es wird höchste Zeit, dies zu ändern, bedeuten doch Sparkonto und Festgeld unter Einbezug von Inflationsrate und Abgeltungsteuer eine schleichende Kapitalvernichtung.

Die präsentierenden Unternehmen im Überblick nach Alphabet

- ① Die **ALNO AG** aus Pfullendorf, ein führende Küchenhersteller auf dem Weg zum Turnaround und Break-Even, **WKN 778 840**, Internet: www.alno.de
- ② Die **CATALIS SE** aus Eindhoven, ein weltweiter Dienstleister für die digitale Medien- und Unterhaltungsindustrie mit ermutigenden Wachstumsaussichten, **WKN 927 093**, Internet: www.catalisgroup.com
- ③ Die **FIDOR BANK AG** aus München, eine lizenzierte internetbasierte Privatbank für Geschäfts- und Privatkunden mit besonderen Leistungen wie dem modernen „Cash Management-Tool“, **WKN A0M KYF**, Internet: www.fidor.de
- ④ Der Börsenneuling **FILMCONFECT AG** aus Zürich, notiert im Entry Standard der Deutschen Börse AG, auf der Suche nach weiteren Investoren und mehr Bekanntheitsgrad, **WKN A1H 794**, Internet: www.filmconfect.com

- 5 Die seit 2010 börsennotierte **GIEAG Immobilien AG** aus München, insbesondere im Bereich Projektentwicklung für Geschäfts- und Wohnimmobilien im süddeutschen Raum aktiv, **WKN 549 227**, Internet: www.gieag.de
- 6 Die **IT Competence Group N. V.** aus Waalre, ein im Entry Standard gelisteter IT-Dienstleister im deutschsprachigen Raum mit vier interessanten Geschäftsfeldern, **WKN A0M 530**, Internet: www.it-comptencegroup.com
- 7 Der Börsenneuling **Kilian Kerner AG** aus Berlin ist auf bestem Wege, den Durchbruch als Modekonzern mit eigener Kosmetiklinie hierzulande und im Ausland zu schaffen. **WKN: A1H 33L**, Internet: www.kiliankerner.de
- 8 Die **PEACHES AG** mit Geschäftssitz in Wiesbaden hat sich als Holding das Ziel gesetzt, mit strategischen Beteiligungen ihre Marktposition im Mobile Payment Umfeld auszubauen. **WKN: 575 865**, Internet: www.peachesgroup.com
- 9 Bei der **INJEX PHARMA AG** mit Firmensitz in Berlin wurde die Börsennotierung um einige Tage verschoben. Als Kompromiss biete ich eine Vorfeldrecherche an. Wie E-Mails und Gespräche zeigen, ist das Interesse an dieser AG in der Welt nadelloser Injektionen groß: **WKN A0S TYL**, Internet: www.injex.de
-

1 Die ALNO AG hat bedrohliche Zeiten hinter sich, ist aber mit ihrem Küchensortiment an 4 Produktionsstandorten, über 1.850 Mitarbeitern und 6.000 Vertriebspartnern in mehr als 60 Ländern aktiv und mit ordentlichen Finanzzahlen auf gutem Wege

Ein Blick auf das Geschäftsmodell, um ALNO kennen zu lernen

Die ALNO AG zählt als Nr. 2 zu den führenden Küchenherstellern in Deutschland. An vier nationalen Produktionsstandorten sowie in Dubai versorgt der Konzern den deutschen und internationalen Markt mit seinem auf die Bedürfnisse der Kundschaft ausgerichteten Küchenvollsortiment. Dazu zählen neben der Kernmarke **ALNO** auch die klassisch-moderne Ausrichtung **WELLMANN**, die minimalistisch geprägte Linie **IMPULS** und das preiswerte Einstiegssegment **PINO**. Der ALNO Konzern mit Firmensitz in Pfullendorf ist mit seinen 6.000 Vertriebspartnern in über 60 Ländern tätig, hat rund 1.850 Mitarbeiter in Lohn und Brot und meldet für das Geschäftsjahr 2012 eine Steigerung des EBITDA von -19 Mio. Euro in 2011 auf 16 Mio. Euro (vorläufige, ungeprüfte Zahlen) und erreicht seit mehreren Jahren erstmals wieder nach langer Durststrecke die operative Gewinnschwelle (EBIT). Der Vorstandsvorsitzende Max Müller rechnet für 2013 nochmals mit einer deutlichen Verbesserung der operativen Ergebnisses. Dies soll insbesondere durch ei-

ne deutliche Steigerung der Auslandsumsätze erreicht werden. – ein positives Signal für die Umsetzung der Internationalisierungsstrategie.

Das bereits im Jahr 1927 gegründete Unternehmen mit seinem reichen Erfahrungsschatz von über 85 Jahren baut das Exportgeschäft weiter aus. Davon zeugt insbesondere ein Joint Venture in Hongkong, einem der wichtigsten Wachstumsmärkte überhaupt. Und auch in Europa verstärken sich die Exportaktivitäten, sichtbar an einem neuen Kundenkreis aus Dänemark und Belgien.

| Wichtige ALNO Konzern-Kennzahlen im Drei-Jahresvergleich | | | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|
| Finanzposten (IFRS) | 1. Hj. 2012 | 1. Hj. 2011 | 1. Hj. 2010 |
| Aus der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung 1. Halbjahr 2010 bis 2012 | | | |
| Umsatzerlöse | 230,9 Mio. € | 222,7 Mio. € | 233,7 Mio. € |
| Gesamtleistung | 237,3 Mio. € | 227,5 Mio. € | 237,9 Mio. € |
| EBITDA | 5,1 Mio. € | -8,5 Mio. € | 7,5 Mio. € |
| Betriebliches Ergebnis (EBIT) | -1,4 Mio. € | -16,3 Mio. € | 1,5 Mio. € |
| Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) | -7,8 Mio. € | -22,8 Mio. € | -1,6 Mio. € |
| Konzern-Periodenergebnis | -8,1 Mio. € | -22,9 Mio. € | -2,4 Mio. € |
| Ergebnis pro Aktie | -0,31 € | -0,99 € | -0,15 € |
| Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt | 1.855 | 1.785 | 1.880 |
| Einige Posten aus der Konzern-Bilanz im 3-Jahres-Vergleich 1. Halbjahr | | | |
| Langfristige Vermögenswerte | 87,4 Mio. € | 86,3 Mio. € | 85,8 Mio. € |
| Investitionen in Sachanlagen | 6,5 Mio. € | 8,8 Mio. € | 6,2 Mio. € |
| Liquide Mittel | 5,8 Mio. € | 1,9 Mio. € | 3,1 Mio. € |
| Eigenkapital | -58,3 Mio. € | -69,5 Mio. € | -59,7 Mio. € |
| Gezeichnetes Kapital | 67,8 Mio. € | 67,8 Mio. € | 45,2 Mio. € |
| Bilanzsumme | 167,1 Mio. € | 162,5 Mio. € | 162,0 Mio. € |

Kennziffern ALNO-AG (WKN 778 840), Auswertung der Datendatei von BÖRSE ONLINE, 20. März 2013

Branche: Ein führender Küchenhersteller mit internationaler Ausrichtung und einem Vollsortiment bestehend aus vier Produktlinien, aktiv auch im asiatischen Raum

Kurzanalyse: Im Jahr 2007 notierte die Aktie schon einmal bei knapp 8 €, um im Zuge der Weltwirtschaftskrise 2008/2009 auf unter 2 € abzustürzen. Nach einer Erholungsphase bis auf 5,5 € erfolgte ein kurzfristiger Absturz bis auf Penny Stock-Niveau infolge sich mehrender Insolvenzängste. Durch die erfolgreich abgeschlossene Kapitalherabset-

zung und die anschließende Kapitalerhöhung im November zeigt sich seit Anfang 2013 wieder ein deutlicher Aufwärtstrend – unterfüttert von ermutigenden (vorläufigen) Geschäftszahlen 2012 und einem zuversichtlichen Ausblick

| | |
|---|--------------------------------------|
| Börsenwert: 97 Mio. € | Eigenkapitalquote: -46 % |
| Kurs-Buchwert-Verhältnis: negativ | Streubesitz: 42 % |
| Ergebnis je Aktie: 2011: -1,04 €, 2012(e): -0,20 €, 2013(e): +0,05 € | |
| 52-Wochen-Hoch/Tief: 1,60 €/0,80 € | Kurs am 20. März 2013: 1,40 € |
| Kursentwicklung 2012: -27 % | Kursentwicklung 2013: +30 % |
| Kursentwicklung: 3 Monate: +40 %, 6 Monate: +39 %, 1 Jahr: -18 %, 3 Jahre: -52 % | |
| Dividende für 2011/2012: 0,00 € | KGV für 2013(e): 27 |
| Vorstandsvorsitzender: Max Müller | Vorstand: Elmar Duffner |
| CFO: Ipek Demirtas | E-Mail: ipek.demirtas@alno.de |
| IR-Kontakt: thomas.oberle@alno.de | Internet: www.alno.de |
| Anschrift: Alno AG, Heiligenberger Straße 47, 88630 Pfullendorf | |

Präsentationseindrücke

Der Auftritt des Vorstandsduos CEO Max Müller und CFO Ipek Demirtas überzeugte. Frau Demirtas braucht keine Frauenquote. Sie begeisterte mit ihrer leidenschaftlichen freien Rede, ihrer hohen Fachkompetenz und lebte die Identifikation mit ALNO vor.

Zwei Fragen an das ALNO-Management

Beate Sander: *2011/2012 war Ihr Unternehmen akut von Zahlungsunfähigkeit bedroht. Weshalb wurden Sie besonders stark von der Finanz- und Weltwirtschaftskrise heimgesucht? Lag dies vor allem daran, dass der Immobilienbereich total zum Erliegen kam? Und wie schafften Sie es, diese Krise zu bewältigen?*

CFO Ipek Demirtas, ALNO AG: Die negative Ertragslage stand nicht im Zusammenhang mit der Finanz- und Wirtschaftskrise, sondern hatte hausgemachte Gründe (falsche Unternehmensstrategie; auch Preissenkungen im Inland und Ausland sowie Schwierigkeiten bei einer Produktumstellung der Marke Wellmann am Standort Enger). Im Jahr 2012 konnten diese negativen Entwicklungen vom neuen Management erfolgreich korrigiert werden (EBITDA turn-around von 19 Mio. auf 16 Mio. Euro im Jahr 2012).

Beate Sander: *Am erholten Aktienkurs und den steigenden Umsätzen sehe ich, dass das Vertrauen und damit die Investoren zu ALNO zurückkehren. Müssten Sie nicht aber Ihre Kommunikation mit den Privatanlegern verbessern, um bekannt zu werden und die Verbindung aufzubauen: „Schöne Küche – gute Aktie“?*

CFO Ipek Demirtas, ALNO AG: Ja, da stimmen wir Ihnen zu. Wir werden die Investor Relation-Aktivitäten deutlich steigern, nachdem das Geschäftsjahr 2012 von operativen Themen, Restrukturierungsverhandlungen mit den Banken sowie einer komplexen Kapitalherabsetzung beherrscht war. Das gilt nicht nur in Richtung institutioneller Inves-

toren, sondern auch für Privatanleger, die traditionell einen hohen Teil unserer Aktionäre ausmachen. Wir werden Ihre kreative Anregung „*Schöne Küche – gute Aktie*“ dabei gern aufnehmen.

② Die CATALIS SE, ein weltweit aktiver Dienstleister für die digitale Medien- und Unterhaltungsindustrie, schafft mit erfreulichen Finanzzahlen im Geschäftsjahr 2012 den Turnaround

Warum wird im Land der Dichter und Denker nicht zumindest Zweisprachigkeit gepflegt?

Leider erfolgte die rhetorisch anspruchsvolle, spannende Präsentation in freier Rede durch den Vorstandsvorsitzenden **Dominic Wheatley** in Englisch. Auch bei den grafisch ansprechenden Schaubildern wurde auf die Heimatsprache verzichtet. Gleiches galt für die ausgelegten Präsentationsunterlagen. In Deutschland sollte zumindest Zweisprachigkeit gepflegt werden. Es darf nicht angehen, die deutsche Sprachkultur komplett zu vernachlässigen. Erfreulicherweise erläuterte Finanzvorstand **Peter Biewald** am Schluss der Präsentation seine Finanzinformationen in Deutsch.

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells

Die CATALIS SE, eine AG europäischen Rechts, versteht sich als weltweit führender Anbieter von High-End-Services rund um die Entwicklung digitaler Inhalte für die Film-, Videospiele- und Softwareindustrie. CATALIS mit Firmensitz in Eindhoven bietet sowohl Test- als auch Entwicklungsdienstleistungen an. Die beiden 100-prozentigen Tochtergesellschaften **TESTRONIC LABS** und **KUJU**, erfreuen mit steigenden Umsätzen und Aufträgen. Sie betreiben an acht Standorten in Amerika, Belgien, Großbritannien, im Heimatland Niederlande und Polen für den Mutterkonzern CATALIS das operative Geschäft.

Ein Blick auf die erfolgreiche Geschäftsentwicklung 2012

- Der Konzernumsatz überschritt im Gesamtjahr 2012 die Marke von 27 Mio. € gegenüber 26,4 Mio. € ein Jahr zuvor.
- Die beiden Konzerntöchter **Kuju** und **Testronic Labs** wirtschafteten 2012 erfolgreich. Das operative Konzernergebnis (EBIT) betrug über 800.000 € nach Restrukturierungsaufgaben. Dieses erfreuliche Ergebnis bestätigt den stabilen Turnaround nach den Verlusten 2011 mit -3,5 Mio. € und dem Minus in den beiden Jahren davor.
- **TESTRONIC LABS** erzielte 2012 mit über 16 Mio. € nach 14 Mio. € im Vorjahresvergleich den bislang höchsten Umsatz der Firmengeschichte.
- Ein starkes Ergebnis gab es auch beim operativen **Cashflow**. Dadurch war es möglich, einen Teil der Bankverbindlichkeiten zu begleichen.

- Die 2012 durchgeführten **Kostensenkungsmaßnahmen** werden 2013 voll wirksam.
- Bei **KUJU** liegt der **Auftragseingang** für das angefangene Geschäftsjahr 2013 bereits bei über 10 Mio. €.

Gekürzter Kommentar des Firmenchefs Dominic Wheatley

„Nach meiner Ernennung zum CEO habe ich in den ersten Monaten 2012 nachhaltige Umstrukturierungsmaßnahmen und Veränderungen beim Personal durchgeführt, um die Kosten zu reduzieren und den Absatz zu erhöhen. Diese Maßnahmen haben sich teilweise bereits 2012 auf das Ergebnis ausgewirkt und werden 2013 voll zum Tragen kommen. Wir konnten die Bankverbindlichkeiten von 10,4 auf 9,1 Mio. € senken und peilen eine fortlaufende Verringerung der Schulden an. KUJU und TESTRONIC LABS erwarten für das laufende Jahr weitere Fortschritte. Die verlustbringenden Studios bei KUJU wurden geschlossen und neue Schlüsselmitarbeiter im Management eingestellt, deren Einsatz schon zu hochkarätigen Aufträgen im Wert von über 10 Mio. € führte.“

Ad hoc-Meldung vom 19. März 2013

„Die kurzfristige Kreditlinie der Hausbank in Höhe von 8,6 Mio. Euro wurde in ein langfristiges Darlehen mit einer Gesamtlaufzeit bis zum 31. Dezember 2015 umgewandelt.“

Ein zuversichtlicher Ausblick laut Nachricht vom 19. März 2013

- *Das Management erwartet einen Konzernumsatz von mehr als 30,0 Mio. Euro. Die vorläufigen Zahlen für 2012 lagen bei 27,5 Mio. Euro.*
- *Das EBIT dürfte auf 2,0 Mio. Euro steigen, nachdem im Geschäftsjahr 2012 rund 0,8 Mio. Euro erzielt werden konnten.*

Die CATALIS-Jahresabschlusszahlen als Mehrjahresübersicht

| Wichtige CATALIS-Kennzahlen der Geschäftsjahre 2009 bis 2011 | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|
| Konzern-Finanzposten IFRS | Jahr 2011 | Jahr 2010 | Jahr 2009 |
| Umsatzerlöse | 26,4 Mio. € | 25,8 Mio. € | 32,0 Mio. € |
| Rohertrag | 21,8 Mio. € | 22,0 Mio. € | 27,6 Mio. € |
| Rohertragsmarge | 82,6 % | 85,4 % | 86,3 % |
| Operativer Gewinn | 3,5 Mio. € | 1,7 Mio. € | 1,5 Mio. € |
| Gewinn vor Steuern | 3,8 Mio. € | 2,6 Mio. € | 2,0 Mio. € |
| Jahresüberschuss | 7,4 Mio. € | 2,4 Mio. € | 0,3 Mio. € |
| Operativer Cashflow | 2,2 Mio. € | 0,8 Mio. € | 0,4 Mio. € |
| Eigenkapital | 7,4 Mio. € | 12,4 Mio. € | 14,1 Mio. € |
| Eigenkapitalquote | 29,3 % | 45,6 % | 50,9 % |

| | | | |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Ergebnis pro Aktie | 0,17 € | 0,06 € | -0,01 € |
| Anzahl der Mitarbeiter | 344 | 357 | 408 |
| Bilanzsumme | 25,4 Mio. € | 27,2 Mio. € | 27,7 Mio. € |

Wichtige Kennziffern der CATALIS AG (WKN 927 093), 20. März 2013

Branche: Ein weltweit tätiger Anbieter von High-End-Services rund um die Entwicklung digitaler Inhalte für die Film-, Videospiel- und Softwareindustrie

Börsennotierung: General Standard der Deutschen Börse AG, Frankfurt

Kurzanalyse: Im Jahr 2006 notierte die Aktie schon einmal bei gut 1,60 €, um im Zuge der Weltwirtschaftskrise 2008/2009 auf unter 10 Cent abzustürzen – der Beginn eines anhaltenden tristen Penny Stock-Daseins. Seit 2013 zeichnet sich jedoch ein Aufwärtstrend ab. Vom Jahrestiefstand bei 3 Cent ausgehend, hat sich der Aktienkurs zeitweilig verfünffacht und notiert jetzt bei 13 Cent. Die positive Kursentwicklung wird unterfüttert von ermutigenden Geschäftszahlen und einem zuversichtlichen Ausblick. Solange sich aber die Kommunikationspolitik nicht verbessert, bleibt der Bekanntheitsgrad gering.

Marktkapitalisierung: 6,8 Mio. € **Anzahl der Aktien:** 62,4 Millionen Stück

Buchwert je Aktie: 2012: 0,14 €, 2013 erwartet: 0,15 €

Cashflow je Aktie: 2012: 0,00 €, 2013 erwartet: 0,03 €

EPS je Aktie: 2011: -0,17 €, 2012(e): 0,01 €, 2013(e): 0,02 €

52-Wochen-Hoch/Tief: 0,16 €/0,03 € **Kurs am 20. März 2013:** 0,13 €

Kursentwicklung: 3 Monate: +104 %, 6 Monate: +48 %, 1 Jahr: +10 %, 3 Jahre: -58 %, 5 Jahre: -90 %

Dividende für 2011/2012: 0,00 € **KGV für 2012(e):** 5,0, für 2013(e): 3,5

Analysteneinstufung: Empfehlung am 29. November 2012 von SPHENE CAPITAL:

Rating: Buy, Risiko: hoch, Kursziel 0,18 €

Verwaltungsratchef, CEO: Dominic Wheatley

CFO: Peter Biewald peter.biewald@catalisgroup.com

Kontakt: info@catalisgroup.com **Internet:** www.catalisgroup.com

Anschrift: CATALIS SE, Geldropseweg 26 – 28, NL-5611 SJ Eindhoven

Eine Frage an den Finanzvorstand der CATALIS SE

Beate Sander: *Ihre beiden Unternehmenstöchter TESTRONIC und KUJU sind schöne, attraktive Töchter mit erfreulicher Umsatz- und Auftragsentwicklung. Planen Sie eine weitere Beteiligung? Und wie sieht Ihre Vision für CATALIS in den nächsten drei bis fünf Jahren aus?*

CFO Peter Biewald, CATALIS SE: Weitere Beteiligungen zur Abrundung und zum Ausbau des aktuellen Geschäfts sind immer eine Option. Allerdings haben wir uns vor-

genommen, nach dem Turnaround im Vorjahr das Geschäft im laufenden Jahr 2013 erst weiter zu stabilisieren, bevor wir uns nach neuen Übernahmen umschauchen. Zudem wollen wir zuerst die bestehenden Bankverbindlichkeiten so weit verringern, dass die sich anbietenden Akquisitionen auch vernünftig finanzierbar sind.

③ Die internetbasierte Münchner FIDOR Bank beeindruckt mit innovativen Leistungen für die Privat- und Geschäftskundschaft und legt den Grundstein für ihre Business-to-Business-Strategie

Wie alles anfang

Vor vier Jahren, 2009, inmitten der Finanz-, Banken- und Weltwirtschaftskrise, entfacht durch das Subprimedesaster in den USA, erhielt die FIDOR Bank AG ihre Vollbank-Lizenz. Die ursprüngliche Gründungsidee zielte darauf ab, die sich im Netz abzeichnenden Web-2.0-Verhaltensweisen in die Welt der Finanzdienstleistungen zu übertragen. Freiheit, Transparenz, Partnerschaft, Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit bildeten nicht nur das schöne Beiwerk eines neuartigen Ansatzes, sondern entwickelten sich zur Kernkompetenz. Es war die Geburtsstunde eines trag- und ausbaufähigen Geschäftsmodells mit zahlreichen Facetten. Das Internet entwickelte sich zum Transaktionsmedium und ermöglichte dank kreativer Angebote ein neues Selbstverständnis.

Unter dem Motto: „Banking mit Freunden“ bietet die FIDOR Bank ein Füllhorn innovativer Geschäftsideen

Die Fidor Bank AG hat sich als das kundenfreundliche Geldinstitut der etwas anderen Art mit ihren innovativen Geschäftsideen einen guten Namen aufgebaut und für Aufmerksamkeit bei den Medien gesorgt. Jetzt wird die FIDOR Bank AG mit ihrem Vorstandssprecher Matthias Kröner Partner des Zahlungsinstituts Heidelberger Payment bei der Bezahl-Funktion Ratenzahlung.

- Stolz berichtet der Gründer dieser inhabergeführten Bank, Matthias Kröner: *„Mit der Zusammenarbeit mit **Heidelpay** setzt die FIDOR ihren Weg als Spezialist für digitale Bezahl- und Geschäftsprozesse konsequent fort und bietet E-Commerce-Teilnehmern zeitgemäße und prozessual einfache Finanzierungsmöglichkeiten in digitalen Geschäftssituationen an. Wir freuen uns, mit **Heidelpay** einen renommierten und erfahrenen Partner im E-Commerce-Payment-Umfeld gefunden zu haben.“*

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells

Die FIDOR Bank AG mit Geschäftssitz in München ist eine in Deutschland lizenzierte internetbasierte Direktbank. Mit dem FidorPay-Konto, einem modernen „Cash Management Tool“ richtet sich das innovative Geldinstitut an die Gruppe Privatkunden. Das an die Geschäftskunden gerichtete Angebot umfasst ausgewählte Finanzierungsprodukte sowie ein speziell für den E-

Commerce geschaffenes FidorPay Corporate Account. Dabei nutzt die FIDOR Bank konsequent die Wirkmechanismen des Web 2.0. Neben der eigenen Community setzt FIDOR für Interaktion und Kommunikation alle gängigen Social Media-Plattformen ein wie Twitter, YouTube, Facebook und XING.

Januar 2013: Gründung der FidorTecS AG als zentrale Technologie- und Service-Plattform

Um das Geschäftsfeld Business-to-Business bestmöglich betreuen und vorantreiben zu können, hat die FIDOR Bank die FidorTecS AG gegründet. Der Name der 100-prozentigen Tochtergesellschaft hat seinen Ursprung in „Fidor Technology Solutions“, spiegelt damit die technologische Ausrichtung dieser Gesellschaft wider und verleiht ihr einen zeitgemäßen Ausdruck. Dazu meint Vorstandssprecher Matthias Kröner: *„Besonders stolz sind wir auf die Tatsache, dass wir neben einer Reihe von innovativen APP Partnern nun einen ersten großen institutionellen Partner gewinnen konnten.“*

Der Firmenchef stellt für das Jahr 2013 weitere interessante Kooperationen in Aussicht: *„Die Vertriebstätigkeiten der letzten Monate tragen ihre Früchte. Das Produkt FidorPay-Konto kommt international gut an. Es wird beachtet, dass wir ein unabhängiger und neutraler Partner mit Sitz in Deutschland sind. Im Segment der Finanzdienstleistung steht dies international für Qualität und Nachhaltigkeit.“*

Was macht die FIDOR Bank AG mit digitalem Lebensstil einzigartig?

Die Kunden kennen sich zum Teil persönlich, kommunizieren miteinander, tauschen Meinungen, Informationen, Erfahrungen und Wünsche aus, gewinnen an Fachkompetenz und verbessern ihre eigenen Finanzentscheidungen. Die Kunden werden für diesen Dialog und weitere Aktivitäten im FIDOR Community Banking entlohnt. Dies geschieht über ein bewährtes Bonussystem. Die Kunden haben es in der Hand, können also selbst entscheiden, ob sie ihren Finanzbedarf über die FIDOR Bank AG mit ihren 37 Mitarbeitern decken oder ob dies über „Peer-to-Peer“ mit anderen Kunden geschieht.

- Privatkunden können über das eigens entwickelte FidorPay-Konto im Internet sicher einkaufen, einfach und übersichtlich Spar- und Kreditprodukte abschließen, in Fremdwährungen und mit seriöser Beratung in Edelmetall investieren.

Kennziffern: FIDOR BANK AG (WKN A0M KYF), 22.03.2013

Branche: Finanzdienstleistungen / Banken

Börsennotierung: Entry Standard der Deutschen Börse AG

Kurzanalyse: Die Aktie notiert bei insgesamt schwachem Handel auf dem Einjahreshoch von 4,70 €. Im letzten Halbjahr wurde ein Plus von 15 % erzielt.

Aktienanzahl: 4.48 Mio. Stück

Marktkapitalisierung: 21,07 Mio. €

52-Wochen Hoch/Tief: 4,70 €/3,50 €

Kurs am 22. März 2013: 4,70 €

CEO: Matthias Kröner

Internet: www.fidor.de

E-Mail: kroener@fidor.de

Anschrift: Fidor Bank AG, Sandstrasse 33, 80335 München, Deutschland

Zwei Fragen an das Management der FIDOR Bank AG:

Beate Sander: *Was muss geschehen, um Ihre Aktie aus dem jahrelangen Dornröschenschlaf zu erwecken und sowohl bei Institutionellen als auch Privatanlegern bekannt und begehrt zu machen? Ist diese Präsentation Ihr erster Schritt auf dem Weg zum Börsenerfolg?*

Florian Eismann (Verantwortlicher IR), FIDOR Bank AG: „Wir als FIDOR Bank AG konnten in den letzten Jahren zahlreiche finanzielle Erfolge feiern. Zudem wurde unsere Bank dank ihres innovativen Geschäftsmodells von zahlreichen Institutionen national und international ausgezeichnet. Diese positiven Entwicklungen bildet bislang jedoch nicht der Aktienkurs ab.“

Uns Managern von der FIDOR Bank AG ist dieser Sachverhalt bekannt. Wir setzen daher für das Geschäftsjahr 2013 einen starken Fokus auf den Bereich Kommunikation – Investor Relations. Zu unseren Zielen gehört es, Bank und Kapitalmarkt enger miteinander zu verzahnen.

Hierzu zählen selbstverständlich Präsentationen wie hier bei der Kapitalmarkt-Konferenz „SEVEN SINS – SEVEN CHANCES“. Ebenso gilt dies für eine zunehmende Anzahl an Corporate News rund um die FIDOR Bank Gruppe.

Wie sehen denn Ihre Visionen und Planungen für die nächsten drei bis fünf Jahre aus? Werden Sie Ihre Geschäftsfreunde und Kunden mit neuen Innovationen überraschen und erfreuen?

Florian Eismann, FIDOR Bank AG: „Im Mittelpunkt steht ganz klar das FidorPay Konto, das künftig für viele weitere Innovationen sorgen wird. Ähnlich wie Apple und Google aus einem Telefon ein Smart-Phone machten, so entwickeln wir das FidorPay Konto zunehmend zum Smart-Konto.“

Verschiedene Finanz-Apps wie beispielsweise PFM-Tools oder Crowdfinance Applikationen lassen sich einfach per Drag-and-Drop in das FidorPay Konto eingliedern. Hierbei profitiert die FIDOR Bank nicht nur von den eigenen Produktlösungen, sondern nimmt zudem an den Entwicklungen im Finanz-App Markt teil.

Dieses im Bankensektor einzigartige Konzept sichert der FIDOR Bank langfristig die Stellung als Innovationsführer in einem interessanten und zukunftssträchtigen Marktumfeld.

4 Auf den Börsenneuling FilmConfect AG, Zürich, wartet nach der erfolgreichen Kapitalerhöhung viel Arbeit, um zu wachsen, den Aktienhandel zu stärken und neue Investoren zu gewinnen

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells

Der im Entry Standard in Frankfurt gelistete Schweizer Börsenneuling FilmConfect AG arbeitet als Filmvertriebsunternehmen mit klarer Zielrichtung auf qualitativ hochwertige Nischenmärkte. Neben dem physischen DVD- und Blu-Ray-Vertrieb bietet der Mittelständler aus Zürich über internetbasierte Filmportale ein maßgeschneidertes Entertainment für ein anspruchsvolles Publikum. Aktuell verfügt die FilmConfect AG über 250 Filmlizenzen.

Die digitale Filmbibliothek der FilmConfect AG umfasst derzeit rund 3.000 Filme/TV-Episoden sowie Special-Interest-Themen, die über **firmeneigene Portale**, über Portale von Vertriebspartnern oder eine eigene Applikation (auf Smart-TVs) angeboten werden. Dabei können Drittfirmen die **White-Label-fähige Plattformtechnik** bzw. die **FilmConfect-Programmbibliothek** komplett oder teilweise in den eigenen Internetauftritt eingliedern. Das **Video-on-Demand-Angebot** der FilmConfect AG wird fortlaufend mit weiteren neuen und vielversprechenden Filmrechten ausgebaut. Dabei besteht das Ziel, sich hier einen Ruf als „Kult-Videothek im Internet“ zu erarbeiten mit der Schwerpunkt-Kompetenz für europäisches Kino.

Ein Blick auf die Ziele, die finanzielle Lage und Kennzahlen

Nach leichten Gewinnen 2011 brachte das Jahr 2012 geringe Verluste. Die Hauptgründe waren Initialkosten und Abschreibungen. Im Gleichklang mit der Entwicklung des Digitalen Filmvertriebs-Marktes dürften sich der Umsatz und die Rentabilität der FilmConfect AG fortan positiv entwickeln. Die seit 2012 im Entry Standard der Deutschen Börse notierte FilmConfect AG versteht sich als ein marginorientiertes Unternehmen mit dem Anspruch: Wachstum ja – aber nicht um jeden Preis!

| Kennzahlen TEUR | 2012 | 2013(e) | 2014(e) | 2015(e) |
|-------------------------|-------------|----------------|----------------|----------------|
| Umsatz | 1.340 | 1.885 | 2.420 | 3.740 |
| Fixkosten | 583 | 495 | 666 | 722 |
| Variable Kosten | 809 | 1.058 | 1.380 | 2.326 |
| Betriebsergebnis | -52 | 332 | 374 | 692 |
| Steuern u. Abschreibung | 154 | 144 | 80 | 125 |
| Ergebnis | -206 | 188 | 294 | 567 |

Die Filmbibliothek von FilmConfect umfasst rund 3.000 Filme/TV-Episoden sowie Special-Interest-Themen. Geschäftskunden können als Flatrate Filmpakete mit gezählten Streams oder werbefinanzierten Inhalten auswählen. Außerdem gibt es für Privatkunden Abonnements, die Zugang zu den diversen FilmConfect-Portalen eröffnen. Darüber hinaus vermarktet FilmConfect Inhalte von unabhängigen Studios im Rahmen eines Content-Lizenz-Pools, nachdem diese digital aufbereitet worden sind.

Im neuen Geschäftsbereich Filmfinanzierung konzentriert sich FilmConfect auf englischsprachige und qualitativ hochwertige Filme für den internationalen Markt. Ziel ist es, einen erstklassigen Rechtstock im frühen Stadium kostengünstig aufzubauen. Dabei geht es vor allem um Projekte mit einem Gesamtbudget von bis zu 20 Mio. US-Dollar. Als erstes Projekt dieser Art wurde „Paganini – The Devil’s Violinist“ mit dem Stargeiger David Garrett mitfinanziert.

Ein Blick auf die finanzielle Lage und einige Kennzahlen laut Unternehmensmeldung vom 13. August 2012

- Bar-Kapitalerhöhung in vollem Umfang von strategischen Investoren gezeichnet: Ausgabe von 575.000 neuen Vorzugsaktien zum Preis von 1,00 €.
- Integration von DVD- und Video-on-Demand-Vertrieb erfolgt.
- Mittelzufluss hauptsächlich zur Finanzierung des künftigen Wachstums vorgesehen.

Dazu meint CEO Christian Rönsch: *„Wir bedanken uns für das Vertrauen der strategischen Investoren, die an dieser Kapitalerhöhung teilgenommen haben. Mit dem zusätzlichen Kapital werden wir unsere bereits starke Marktposition weiter ausbauen und unser hohes Wachstumspotenzial noch besser ausschöpfen. Derzeit bietet sich eine Reihe von aussichtsreichen Möglichkeiten. Über aktuelle Entwicklungen werden wir unsere Aktionäre kurzfristig informieren.“*

Kennziffern der FilmConfect AG (WKN A1H 794), 20. März 2013

Branche: Filmlizenzhandel und Filmproduktion. Der Börsenneuling aus der Schweiz konzentriert sich auf den digitalen Vertrieb filmischer Inhalte mit dem Anspruch auf hochwertige Nischenmärkte

Börsennotierung: Entry Standard, Deutsche Börse AG, Frankfurt

Kurzanalyse: Der Handel Ihrer Aktien ist derzeit fast zum Erliegen gekommen. Als aktueller Kurs werden 70 Cent angezeigt. Ein Chart und weitere Unternehmensangaben sind kaum ausfindig zu machen. Seit dem Börsengang im Frühjahr 2013 – zunächst notierte die Aktie bei gut 1 € – ist ein stetiger Abwärtstrend zu verzeichnen, soweit es überhaupt Börsenaktivitäten gibt. Es ist nun oberstes Gebot, Firmennachrichten zu liefern und Kennzahlen aus der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz deutschsprachig zu veröffentlichen, um den Bekanntheitsgrad zu steigern und Investoren ins Boot zu holen.

| | |
|--|---|
| Aktienanzahl: 115,9 Mio. Inhaberaktien | Marktkapitalisierung: nur 1,2 Mio. € |
| 52-Wochen-Hoch/Tief: 1,03 €/0,70 € | Kurs am 20. März 2013: 0,72 €? |
| Aktienanzahl: 24 Millionen Stück | Grundkapital: 1,725 Mio. CHF |
| Streubesitz: 15 % | |
| Verwaltungsrat: Martin Irnich | m.irnich@filmconfect.com |
| Direktor: Christian Rönsch | |
| Direktor: Martin Schäfer | m.schaefer@filmconfect.com |
| Kontakt: IR@filmconfect.com | info@filmconfect.com |
| Internet: www.filmconfect.com | |
| Anschrift Zentrale: FilmConfect AG, Badenerstraße 555, CH-8048 Zürich | |
| Anschrift deutsche Filiale: FilmConfect AG, August-Bebel-Str. 27, D-14482 Potsdam | |

Zwei Fragen an das FilmConfect-Management

Beate Sander: *Es war extrem schwierig, über die Börsenportale und Magazine Kennzahlenmaterial zu finden. Meine Suche zu Ihrem Geschäftsbericht, Ihrer Gewinn- und Verlustrechnung sowie Bilanz blieb erfolglos. Wann schließen Sie diese Kommunikationslücke. Wer bei Ihnen investiert, braucht solche Unterlagen..*

Verwaltungsrat Martin Irnich, FilmConfect AG: „Auf unserer Webseite www.filmconfect.com können Sie alle wesentlichen Informationen und Geschäftsberichte einsehen. Wir werden allerdings auch im Interesse der Aktionäre und des Unternehmens in den kommenden Wochen unsere Unternehmenskommunikation in professionelle Hände geben, damit auch für Börsenportale und Börsenmagazine die guten Nachrichten aus unserem Hause nicht verborgen bleiben.“

Beate Sander: *Wie geht es bei Ihnen weiter? Ist diese gelungene Präsentation, unterfüttert von sehr informativen Präsentationsunterlagen, der erste Schritt zu mehr Bekanntheit und einem intensiveren Börsenhandel? Wie sieht Ihre Vision für die nächsten drei bis fünf Jahre aus?*

Verwaltungsrat Martin Irnich, FilmConfect AG: „Wir haben uns für die Zusammenarbeit mit einem neuen Designated Sponsor entschieden. Das ist die **Acon Actienbank**, die unser Geschäftsmodell verstanden hat und bei der wir das Gefühl haben, mit unseren Aktien die richtigen Investoren zu finden.“

Wir werden uns in den kommenden drei Jahren darauf konzentrieren, unser Video-on-Demand-Geschäft auszubauen, um die positiven Vorzeichen dieses Marktes für die Entwicklung unseres Unternehmens zu nutzen. Sowohl in der Positionierung unseres VoD-Portals für den Endverbraucher, als auch in der Zusammenarbeit mit B2B-Partnern sehen wir gute Chancen, ein Vielfaches der diesjährigen Umsätze bei gleichzeitiger Erhöhung der Marge zu erzielen.“

5 Unter dem Motto „*Werte entwickeln und Zukunft schaffen*“ ist die GIEAG Immobilien AG aus München als Projektentwickler bevorzugt im Gewerbesektor im süddeutschen Raum aktiv

„*Werte schaffen auf solidem Fundament – Projektentwicklung unter einem Dach – Schlanke Strukturen, stabil verankert!*“ So sehen die Leitrichtziele der seit einigen Jahren börsennotierten Münchener Immobiliengesellschaft aus.

Das Geschäftsmodell im Überblick

Der strategische Ansatz ruht auf drei stabilen Säulen: die integrierte Projektentwicklung im Gewerbe-Immobilienbereich, die schlanke Organisationsstruktur mit langjährigen Partnerschaften, das Engagement als Bestandhalter von Wohnimmobilien mit Entwicklungspotenzial. Im Gewerbesektor bietet GIEAG aus einer Hand an: von der Konzeption über Finanzierung, Akquisition, Projektsteuerung, Vermarktung und Verkauf. Dieser integrierte Ansatz ermöglicht eine Wertschöpfung auf hohem Niveau. GIEAG beschränkt sich keineswegs auf die Projektentwicklung, sondern bereitet mit Markenstrategien und Portfolio-Management den Boden für langfristige Renditechancen. Die schlanke Unternehmensstruktur sorgt dafür, dass das Management schnell und wirksam auf Veränderungen am Markt reagieren kann – unterstützt durch das Netzwerk mit verlässlichen Partnern.

Zu den Zielen und dem Ausblick der GIEAG

Schwerpunkte bleiben die klassische Projektentwicklung von Gewerbe-Immobilien in den Bereichen Logistik, Büro, Einzelhandel sowie der Ankauf von Wohnimmobilien im süddeutschen Raum. Bis Ende 2015 will der Vorstand mindestens 1.500 Wohneinheiten im Bestand halten. Entscheidend beeinflusst wird die Projektentwicklung im Gewerbe-Immobilienbereich durch die sich in jüngster Zeit verschärfenden Finanzierungsanforderungen der Hypothekenbanken. Um die Eigenkapitalbasis zu stärken, will GIEAG konsequent die im Kapitalmarkt gebotenen Finanzierungsmöglichkeiten ausschöpfen.

Zum Halbjahresabschluss: Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

- Die Umsatzerlöse haben sich im 1. Halbjahr 2012 im Vergleich zur Vorjahrsperiode mit nunmehr 666.000 € mehr als nur verdoppelt.
- Nach Abzug von Material-, Personal- und betrieblichen Aufwendungen sowie Abschreibungen wurde ein positives Ergebnis vor Zinsen und Steuern erzielt. Das EBIT stieg auf 14.000 €, während im Vorjahr ein Minus von 320.000 € zu verbuchen war.
- Das EBT betrug 22.000 €. Der Jahresüberschuss verbesserte sich auf 15.000 €. Gegenüber dem Vorjahr gibt es keine roten Zahlen mehr.
- Die Verbindlichkeiten kletterten von 2,9 auf 3,8 Mio. € aufwärts. Erfreulicherweise machte aber auch das Eigenkapital einen Sprung nach oben von 6,2 auf 7,1 Mio. €.

- **Die Bilanzsumme** erhöhte sich zum 30. Juni 2012 auf 11,8 Mio. € – ein Anstieg um 1,7 Mio. €.
- **Die Eigenkapitalquote** blieb mit 60 % gegenüber 61 % im Vorjahr nahezu stabil.

Zur Aktie und zur Kursentwicklung

Die Aktie der kleinen, bei den Privatanlegern noch weitgehend unbekanntem GIEAG AG aus München mit einer Marktkapitalisierung von knapp 4 Mio. € bewegt sich bei einem sehr schwachen Handel auf Penny Stock-Niveau. Der aktuelle Kurs schwankt zwischen 90 und 95 Cent. Das 52-Wochen-Hoch/Tief zeigt 1,20 €/0,80 € an. Im Verlauf von drei Jahren gab es ein Kursminus von 36 %, im Halbjahresverlauf einen Buchverlust von 12 %. Die Aktie ist im Entry All Standard notiert.

Zwei Fragen an das Management der GIEAG Immobilien AG

Beate Sander: *Was wollen Sie tun, um Bekanntheitsgrad und Attraktivität Ihrer Aktie zu erhöhen? Ist diese Präsentation ein erster Schritt auf dem Weg zu einer lebendigen Kommunikation? Wäre es nicht vernünftig, als Münchener Unternehmen dem m:access der Börse München beizutreten?*

Vorstand Philipp Pferschy, GIEAG AG: Im Rahmen der mittelfristig geplanten Kapitalmarktschritte stehen wir auch dem m:access offen gegenüber. Als Münchner Familienunternehmen macht eine Notierung an der Börse München durchaus Sinn, sofern die Kennzahlen unseres Listings stimmen. Unsere Aktie ist ein kleiner, aber feiner Wert, der sich durch Dividendenpolitik und seine erfolgreichen, interessanten Immobilienprojekte auszeichnet.

Die VIB Vermögen AG aus Neuburg ist auf dem Sprung in den SDAX. VIB konzentriert sich auf Gewerbe-Immobilien im süddeutschen Raum, Blickpunkt mittelgroße Städte, Schwerpunkte Logistik, Büro, Einzelhandel, Industrie. Schon die Kundennähe ist ein Wettbewerbsvorteil. Kommen Sie sich ins Gehege? VIB ist nicht im Wohnbereich aktiv, dafür aber PATRIZIA. Ihre Alleinstellungsmerkmale dürften interessieren.

Vorstand Philipp Pferschy, GIEAG AG: Mit der VIB Vermögen AG sind wir bislang nicht zusammengekommen. Es gab hier bei Projekt-Akquisitionen noch keine Überschneidungen. Teilweise und in Nischenmärkten ist VIB ein Wettbewerber zu unseren Projekten auf der Vermietungsseite. Als Mittelständler konzentrieren wir uns auf Projekte in einer Größenordnung von 5 bis 35 Mio. Euro. Diese Volumina können wir alleine und mit langjährigen Finanzierungs- und Planungspartnern erfolgreich umsetzen. Der Markt für Projektentwicklungen im gewerblichen Bereich, insbesondere im süddeutschen Raum, ist für uns getrieben und begrenzt auf die Seiten der Finanzierung. Gute Projektopportunitäten gibt es einige!

PATRIZIA ist im Vergleich zu GIEAG ein deutlich größerer Marktteilnehmer und verfolgt im Wohnimmobilienbereich eine andere, meiner Meinung nach skalengetriebene Strategie. Wir hingegen suchen Portfolien mit Entwicklungspotenzialen, Immobilien mit Mietsteigerungsmöglichkeiten, mit Leerständen oder mit Nachverdichtungsflächen – meist im Value-Add bzw. opportunistischen Bereich.

6 Die IT Competence Group SE aus Waalre, Niederlande, bietet Beratungsleistungen im IT-Bereich an und erfreut mit starkem Kursanstieg der Aktie auf 1,28 € bei schwachem Handel

| Das Geschäftsmodell von IT Competence Group im Überblick | | | |
|---|---|--|---|
| Business & Process Management Consulting | Technical Consulting & Engineering | Managed IP & Specialized Services | Cloud- & Plattform-Solutions |
| Die IT Competence Group SE mit Firmensitz in Waalre in den Niederlanden und Niederlassungen in Hamburg, Ludwigsburg, Mainz, München und Neuss zählt zu den wachstumsstarken IT-Beratungsdienstleistern im deutschsprachigen Raum. Das Management hat sich das Ziel gesetzt, die Vorteile einer börsennotierten Unternehmensgruppe mit den Tugenden individuell und nachhaltig geführter Einheiten zu verbinden. | | | |
| Mit insgesamt 190 Mitarbeitern bietet IT Competence von der Beratung bis zur Implementierung maßgeschneiderte Problemlösungen zu allen Fragen rund um das IT-Thema. Zu den Kunden zählen namhafte weltweit tätige Konzerne, Finanz- und Versicherungsunternehmen, ebenso Mittelständler und öffentliche Auftraggeber. | | | |
| IT Competence Group bietet als hersteller- und produktunabhängiges Beraterhaus innovative Lösungen, um die Firmenkunden auf die Erfolgsspur zu führen. Das Ziel lautet: die jeweils beste Lösung für unterschiedliche Aufgabenstellungen zu entwickeln. Zum Leistungsangebot zählen die Planung und Implementierung von IT-Installationen in Unternehmen sowie deren Support. | | | |
| Leitspruch: „Als Unternehmensgruppe erstellen wir nicht nur innovative Konzepte. Wir betreiben und setzen diese auch bestmöglich um. Unsere Kompetenzen sind Netzwerktechnologien, IT Security, Cloud Computing, Virtualisierung, Systems Management.“ | | | |

Citrix-Auszeichnung zum „Best Networking Product Partner“

Die Tochterfirma net on AG wurde von CITRIX, einem führenden Hersteller von Virtualisierungslösungen, im Oktober 2012 zum „Best Networking Product Partner“ ausgezeichnet. Die Preisverleihung erfolgte im Rahmen der dreitägigen europäischen Partnerkonferenz in Barcelona. Die Auszeichnung dokumentiert die hohe Leistungsfähigkeit und den nachhaltigen Fokus bei der Vermarktung und Integration der Netzwerklösungen von CITRIX. Dazu meint CEO Robert Kaess von der IT Competence Group: „CITRIX ist der perfekte Partner für diesen Wachstumsmarkt: stets engagiert, mit herausragenden Produkten und einem kompetenten Team. Es freut uns, dass unser gemeinsames Engagement so erfolgreich war und dass wir uns zu den Top-Partnern in Europa zählen dürfen.“

Ein Blick auf die Geschäftszahlen vom 1. Halbjahr 2012

- Der Konzernumsatz stieg auf rund 8,0 Mio. Euro – gegenüber der Vorjahresperiode von 4,3 Mio. Euro mit einem Anstieg von 86 % nahezu eine Verdopplung.
- Nicht minder beeindruckend ist das **EBITDA, das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen**. Gegenüber der Vergleichsperiode von -0,5 Mio. Euro im 1. Halbjahr 2011 wurde ein Plus von 0,2 Mio. Euro erzielt.
- Erfreulich ist auch das **EBIT, das operative Konzernergebnis vor Steuern und Zinsen**. Nach einem Verlust von 0,6 Mio. Euro im Vorjahrsvergleich wurde jetzt ein leichtes Plus von 0,1 Mio. Euro erreicht. Damit werden Turnaround und Break Even bestätigt.
- Der **Ausblick ist zuversichtlich**. Für das Gesamtjahr wird ein Umsatz von über 16 Mio. Euro bei positivem Ergebnis geplant.

Kennziffern: IT Competence Group SE (WKN A0M 530), 20.03.2013

Branche: Ein wachstumsstarkes Unternehmen im Bereich Mode mit Kosmetiksparte

Börsennotierung: Entry Standard der Deutschen Börse AG in Frankfurt

Kurzanalyse: Ihre Aktie stürzte im Jahresverlauf auf 1 Cent ab, um danach auf über 1 € zu explodieren. Derzeit pendelt sich das Kursniveau zwischen 1,30 und 1,50 € ein.

Aktienanzahl: 1,875 Mio.. Stück

Marktkapitalisierung: 2,7 Mio. €

Bisheriges Hoch/Tief: 1,45 €/0,01 €

Kurs am 20. März 2013: 1,45 €

CEO: Robert Kaess

robert.kaess@it-competencegroup.com

E-Mail-Kontakt: info@it-competencegroup.com

Internet: www.it-competencegroup.com

Anschrift: IT Competence Group SE, Laan van Diepenvoorde 3, 5582 LA Wallre, NL

Drei Fragen an Herrn CEO Robert Kaess, IT Competence Group SE

Beate Sander: *Ihre Geschäftsentwicklung ist beeindruckend. Wann veröffentlichen Sie Ihre Gewinn- und Verlustrechnung sowie Bilanz für 2012 deutschsprachig?*

Firmenchef Robert Kaess, IT Competence Group SE: Uns liegt es am Herzen, alle Aktionäre zeitnah und umfassend über die Geschäftsentwicklung unserer Gesellschaft zu informieren. Wir werden den Jahresabschluss 2012 im Mai 2013 erstellen und veröffentlichen. Den Jahresabschluss legen wir in englischer Sprache vor. Für unsere deutschen Investoren bieten wir außerdem eine verkürzte deutsche Version des Jahresabschluss 2012 an, den wir auf unserer Homepage veröffentlichen.

Was tun Sie, um bekannter zu werden und neue Investoren ins Boot zu holen? Wie sieht Ihre Vision für die nächsten drei bis fünf Jahre aus?

Firmenchef Robert Kaess, IT Competence Group SE: Die Präsentation unserer IT Competence Group SE auf der Kapitalmarktkonferenz „SEVEN SINS – SEVEN CHANCES“ war ein erster Schritt, die Kapitalmarktkommunikation der Gesellschaft zu intensivieren. Im Mai werden wir die IT Competence Group SE den Investoren auf der Frühjahrskonferenz in Frankfurt vorstellen. Wir haben einige bekannte börsennotierte IT Unternehmen als Vorbilder, die in den letzten Jahren ihre Umsätze und Ergebnisse vervielfachen konnten. Ähnliches haben wir auch bei der IT Competence Group SE in den nächsten Jahren vor.

Unser Ziel für 2015 ist es, den Umsatz auf ein Niveau von mehr als 30 Mio. EUR zu steigern. Die EBITDA-Marge wird bei über 5 % liegen. Damit werden wir in eine Unternehmensgröße hineinwachsen, die auch für institutionelle Investoren interessant ist.

Unser langfristiges Ziel ist es, die IT Competence Group SE in eine Umsatzgröße von über 50 Mio. Euro zu führen. Um dort hinzukommen, wird jedoch neben einem zweistelligen organischen Wachstum sicherlich auch die eine oder andere Akquisition beitragen.

Sie haben 2 bis 3 Akquisitionen im Visier. Dies funktioniert nur, wenn die Firmenkulturen passen. Was tun Sie schon im Vorfeld, um daran nicht zu scheitern? Sehen Sie sich selbst als Übernahmeopfer? Verfügen Sie über eine Abwehrstrategie?

Firmenchef Robert Kaess, IT Competence Group SE: Es ist korrekt, dass wir uns derzeit einige Unternehmen bezüglich einer möglichen Übernahme näher ansehen. Noch ist aber der Zeitpunkt zu früh, etwas Konkretes melden zu können. Im Mittelpunkt unserer Prüfungen stehen neben den finanziellen Eckdaten insbesondere die handelnden Personen. Für uns ist es ganz entscheidend, dass das Schlüsselpersonal langfristig an das Unternehmen gebunden ist. Schließlich sind es genau die Menschen, welche für unseren Erfolg beim Kunden entscheidend sind.

Wir selbst konzentrieren uns auf unsere Hausaufgaben, wozu die Umsetzung unserer Strategie gehört. Nachdem wir mit der Navigator Equity Solutions SE über einen stabilen Großaktionär mit rund 75 % Anteil verfügen, ist die Gefahr einer „feindlichen“ Übernahme so gut wie ausgeschlossen. Auf der anderen Seite freut es uns natürlich zu sehen, dass wir auch für größere Wettbewerber interessant geworden sind. Dies bestätigt uns in unserer Arbeit.

7 Die seit 2012 im Entry Standard gelistete Kilian Kerner AG aus Berlin schafft als ein wachstumsstarkes Unternehmen im Bereich Mode und Lifestyle den internationalen Durchbruch

Zum besseren Verständnis des Geschäftsmodells

Das junge Modeunternehmen Kilian Kerner war bis 2012 noch ein kleines Berliner Modelabel, zählt aber mittlerweile zur festen Größe im deutschen Modegeschäft und fasst dank seiner erweiterten Distributionskanäle auch Fuß in etlichen ausländischen Märkten. Mit vielen Neukunden in der Saison Frühjahr/Sommer 2013 bestätigt der innovative Modeshop den internationalen Umbruch und verkauft bereits in 14 Ländern, darunter Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan und Korea, seine modischen Produkte. Neben der erfolgreichen Vermarktung in Deutschland baut das Management seinen Vertrieb weiter aus.

Einstieg in die Kosmetiksparte unter der Marke „Kilian Kerner“

Mit der neu aufgenommenen Kosmetiksparte stärkt Kilian Kerner seine eigene Marke. Bei den weltweit vertriebenen Kosmetikprodukten handelt es sich um Körper- und Schönheitspflegemittel. Dazu meint CEO Manfred Volz: *„Der Einstieg in den Bereich Kosmetik eröffnet uns nicht nur einen attraktiven Ergebnisbeitrag, sondern katapultiert uns in der öffentlichen Wahrnehmung für die Marke Kilian Kerner weit nach vorn. Allein die zusätzlichen Werbekampagnen unserer Lizenznehmerin werden unserem Kerngeschäft Mode zusätzliche Aufmerksamkeit verschaffen. Wir arbeiten mit Hochdruck an weiteren Lizenzverträgen.“*

Ein Blick auf die Finanzzahlen vom 1. Halbjahr 2012

- **Die veröffentlichte Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 01. Januar bis 30. Juni 2012 ist insofern wenig aussagekräftig, weil es keinerlei Angaben zur Vorjahresperiode gibt, die Zahlen also ohne Vergleichbarkeit nackt, wie eine unbedeckte Modepuppe, im Raum stehen. Dies muss sich rasch ändern.**

Die Umsatzerlöse lagen in den ersten sechs Monaten 2012 bei 147.000 Euro, der Materialaufwand betrug 206.000 Euro. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit wird mit -1,25 Mio. Euro angegeben. Als Jahresüberschuss werden -1,26 Mio. Euro verbucht. Gleichwohl spricht das Management davon, dass der Umsatz gegenüber 2011 um 770 % gestiegen ist und mit einem weiteren Wachstum gerechnet wird. Dabei hat sich die Ordergröße pro Kunde im 1. Halbjahr 2012 in etwa verdreifacht.

- **Der Ausblick ist positiv.** Der Umsatz dürfte sich auf über 5 Mio. Euro im Gesamtjahr 2012 erhöhen. Die frühere Planung lag bei 3 Mio. Euro.

Dazu ein Kurzkomentar von Firmenchef Manfred Volz: „Wir liegen mit unserem Wachstum deutlich über unseren Erwartungen. Der Auftragseingang verläuft dynamisch. Die Abverkaufszahlen stellen unsere Kunden mehr als zufrieden. Und wir gewinnen fortlaufend neue Kunden und Kooperationspartner. Teil unserer erfolgreichen Wachstumsstrategie ist, unser Produktportfolio mit den dazu gehörenden strategischen Partnerschaften deutlich auszubauen. Hierbei machen wir aktuell hervorragende Fortschritte.“

| Geschäftsentwicklung KILIAN KERNER im Mehrjahresvergleich | | | | |
|--|--------------|--------------|----------------|----------------|
| Position | 2011 | 2012 | 2013(e) | 2014(e) |
| Umsatzerlöse | 0,28 Mio. € | 5,60 Mio. € | 7,40 Mio. € | 13,00 Mio. € |
| Konzern EBITDA | -0,66 Mio. € | -1,50 Mio. € | -0,50 Mio. € | 3,00 Mio. € |

| Die Markenerne der beiden Produktlinien von KILIAN KERNER | |
|---|---|
| KILIAN KERNER SENSES – günstiger Einstiegspreis | KILIAN KERNER – Anmut und Qualität |
| Verkaufpreise von 79 bis 499 € | Verkaufpreise ab 149 € |
| Markenkern: Rationale und emotionale Markenattribute | Markenkern: Rationale und emotionale Markenattribute |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mittleres Preissegment ➤ Wohlfühl-Qualität ➤ Jederzeit und überall tragbar ➤ Kommerzielle, internationale Mode ➤ Sportlich, feminin ➤ Klassisch, elegant | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Hochpreisiger Luxus ➤ Beste Qualität und Passform ➤ Höchste Ansprüche ➤ Internationale Mode ➤ Innovation, Kreativität ➤ Hoher Wiedererkennungswert |

| Lizenzvermarktung steigert den Bekanntheitsgrad | | |
|--|--|---|
| Ziele für 2013 | Ziele für 2014 | Ziele ab 2015 |
| Identifizierung als potenzieller Geschäftspartner | Aufnahme der Lizenzprodukte in die Vertriebsstrukturen | Gleich hohe Umsatzerlöse mit Lizenzthemen wie im Kerngeschäft |
| <p>Seit Januar 2013 wurde eine international erfahrene Lizenzagentur mit der Vermarktung beauftragt, um das Kerngeschäft zu stärken, zusätzliches Umsatzpotenzial und weitere Einnahmequellen zu erschließen.</p> | | |

Kennziffern: Kilian Kerner (WKN A1H 33L), Auswertung der Datendatei von BÖRSE ONLINE, 20. März 2013

Branche: Ein etabliertes Modehaus in Deutschland im Aufwärtstrend mit Kosmetiksparte unter eigener Marke und fortschreitender Internationalisierung

Kurzanalyse: Der Börsenneuling startete im 2. Halbjahr 2012 mit einem Kurs von 1,30 €, kam Anfang 2013 auf knapp einen Euro zurück, um einen erneuten Aufwärtstrend einzuleiten. Derzeit notiert die Aktie bei schwachem Handel zwischen 1,00 bis 1,30 €.

Börsenwert: Knapp 7 Mio. €

Eigenkapitalquote: 88 %

Börsensegment: Entry Standard

Free Float: 39 % (20 % Kilian Kerner)

Ergebnis je Aktie: 2011: -0,10 €, 2012: -0,45 €, 2013(e): -0,10 €

52-Wochen-Hoch/Tief: 1,29 €/0,99 €

Kurs am 20. März 2013: 1,10 €

Kursentwicklung 2013: -5 %

Dividende für 2012/2013: 0,00 €

KGV für 2013(e): negativ

Internet: www.kiliankerner.de

Vorstandsvorsitzender: CEO Manfred Volz

manfred.volz@kiliankerner.de

IR-Manager: Christofer Radic

christofer.radic@kiliankerner.de

Anschrift: Kilian Kerner AG, Schuckert Höfe, Am Treptower Park 28 – 30, Herkomer Straße 6, D-12435 Berlin

Zwei Fragen an das Management Kilian Kerner

Beate Sander: *Sie sprechen von vielen Neukunden und internationalem Durchbruch. Ist es nicht dennoch schwierig, sich gegenüber den führenden Modekonzernen aus dem MDAX und SDAX bzw. den ausländischen Indizes zu behaupten, die über einige tausend eigene Läden verfügen und ihre Marktanteile ausbauen?*

CEO Manfred Volz, Kilian Kerner AG: „Das Modelabel Kilian Kerner ist auf dem internationalen Markt ein Newcomer, jedoch einer, der von Einkäufern in allen großen Industrieländern nachgefragt wird. Somit sehen wir keine Schwierigkeiten bei der Internationalisierung. Ganz im Gegenteil. Das noch junge und kreative Team entwirft eine Mode, die in Europa und in Asien gefragt ist. Das Interesse steigt stetig. Wir können jeden Monat neue und vor allem renommierte Kunden gewinnen und unseren Marktanteil ausbauen.“

Beate Sander: *Wie sieht Ihre Vision für Kilian Kerner in den nächsten 3 bis 5 Jahren aus? Was unterscheidet Sie von Hugo Boss, Gerry Weber und Tom Tailor?*

CEO Manfred Volz: „Die aufgeführten Unternehmen sind über viele Jahre entstanden und haben die weltweite Modewelt zum Teil stark geprägt. Diese Konzerne sind bedingt durch ihre Größe in Entscheidungsprozessen langsam geworden und können auf viele Themen nur verspätet reagieren. Kilian Kerner ist extrem innovativ, die Mode gut verkäuflich; und wir können neue Wege sehr schnell umsetzen. Auf Sicht von einigen Jahren sehen wir uns in-

ternational gut aufgestellt, sowohl im Mode- als auch im Accessoires- und Kosmetik-Bereich. Wir stehen erst am Anfang einer großen Entwicklung – gewiss interessant für Investoren.“

8 Die PEACHES GROUP AG, ein Börsenneuling mit Geschäftssitz in Wiesbaden (WKN 575 865), macht im Mobilfunk mit „Bezahlen mit dem Handy im WEB“ verstärkt auf sich aufmerksam und ist neben Stuttgart nun auch an der Börse Berlin gelistet

Ein Blick auf die Unternehmensstruktur der PEACHES AG

| PEACHES AG: Holding of PEACHES GROUP | | |
|---|----------------------------|------------------------|
| PEACHES GROUP: Companies of PEACHES AG | | |
| 100 % | 100 % | 65 % |
| PEACHES Systems GmbH | PEACHES Mobile GmbH | REA Mobile GmbH |
| <p>Die PEACHES AG vereinbart mit ihren 65- bis 100-prozentigen Beteiligungen als einziger Unternehmensverbund in Deutschland das technologische Mobile Payment Know-how an der Akzeptanzstelle mit großer Endkundenreichweite. Die Kernkompetenzen der PEACHES GROUP liegt in zwei Segmenten: Payment & Prepaid Services. Die Gruppe verfügt über eine reale Mobile Payment Erfahrung und positioniert sich als unabhängiger Mobile Payment Acquirer mit einer eigenen Mobile Payment Technologieplattform. PEACHES agiert überdies als Reseller (PSP Payment Service Provider) für das mobile Bezahlfverfahren "mpass" von Telekom, Vodafone und O2.</p> <p>Die PEACHES GROUP ist als Anbieter von Prepaid-Auflade-Lösungen tätig. Unter der Marke prelado – prepaid anytime & anywhere betreibt die Wiesbadener Unternehmensgruppe eine eigene Prepaid-Service-Plattform und stellt Nutzern per App, mobile Web und Internet einen Auflade-Service in Echtzeit für Prepaid-Handys bereit. Via App (Android & iOS) ist darüber hinaus eine kostenfreie, anbieterneutrale Prepaid-Handy-Guthabenanzeige möglich.</p> <p>Die Kernkompetenz umfasst die beiden Segmente Payment & Prepaid Services. Die Gruppe verfügt über einen reichen Erfahrungsschatz und positioniert sich als unabhängiger Mobile Payment Acquirer mit einer eigenen Mobile Payment Technologieplattform. Die Firma besteht seit 2006 und hat etwa 20 Mitarbeiter.</p> | | |

| Kennzahlen der PEACHES AG im Zwei- und Drei-Jahresvergleich | | |
|--|------------------------|------------------------|
| Aus der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung von 2010 bis 2011 | | |
| Finanzposten | Jahresende 2011 | Jahresende 2010 |
| Operatives Ergebnis | -2,3 Mio. € | -2,4 Mio. € |

| | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ergebnis vor Steuer | -4,0 Mio. € | -2,7 Mio. € | |
| EBITDA und betriebl. Ergebnis EBIT | -4,0 Mio. € | -2,7 Mio. € | |
| Einige Posten aus der Bilanz im Drei-Jahres-Vergleich: 2009 bis 2011 | | | |
| Bilanzposten | 31.12.2011 | 31.12.2010 | 31.12.2009 |
| Umlaufvermögen | 0,1 Mio. € | 0,3 Mio. € | 0,1 Mio. € |
| Anlagevermögen | 6,0 Mio. € | 7,6 Mio. € | 7,6 Mio. € |
| Fremdkapital | 8,6 Mio. € | 6,3 Mio. € | 3,5 Mio. € |
| Eigenkapital | -0,1 Mio. € | 2,6 Mio. € | 4,3 Mio. € |
| Bilanzsumme | 8,5 Mio. € | 8,9 Mio. € | 7,7 Mio. € |
| Die Finanzzahlen 2012 werden in der 2. Aprilhälfte 2013 veröffentlicht. | | | |

Zur Vision der PEACHES AG: Durchbruch Mobile Payment

Ein Blick in die Geschichte: Die Entwicklung des Mobilfunks begann 1926, vor knapp 90 Jahren, als erstmals die Erste-Klasse-Fahrgäste der deutschen Reichsbahn zwischen Berlin und Hamburg einen Telefondienst nutzen durften. 1958 waren die ersten Autotelefone erhältlich zu einem Preis, etwa halb so teuer wie das Automobil selbst. Damals wurden die Gespräche noch handvermittelt. Erst in den späten 1980er-Jahren wurde der Mobilfunk massentauglich. Das Mobiltelefon trat zu seinem Siegeszug in quasi allen Lebensbereichen ein. Heute besitzt fast jeder Mensch innerhalb der Zielgruppe weltweit ein Mobiltelefon. Berücksichtigen wir, dass viele Leute nicht nur über ein Mobiltelefon verfügen, so übertrifft die Gesamtanzahl sogar die Pro-Kopf-Quote der Weltbevölkerung.

Kennziffern: PEACHES GROUP AG (WKN 575 865), 20.03.2013

Branche: Die Kernkompetenz umfasst die beiden Segmente Mobile Payment und Prepaid Services.

Kurzanalyse: Es findet fast kein Börsenhandel statt, und die Kennzahlenreihen von 2011 sind nicht gerade ermutigend. Der Aktienchart zeigt Ende 2012/Anfang 2013 einen explosionsartigen Kursanstieg von 55 auf 77 €, um aktuell auf ein Kursniveau von 50 € zurückzufallen. Gehandelt wird nur selten, und wenn überhaupt, dann in Stuttgart und Berlin.

Aktienanzahl: 925.452 Mio. Stück

Marktkapitalisierung: 46 Mio. €

Streubesitz: 50 %, 2 Großaktionäre mit jeweils 25 % Anteil

52 Wochen-Hoch/Tief: 77,00 €/50,00 €

Kurs am 20. März 2013: 50 €

Kursentwicklung 2013: -9 %

CEO: Matthias Mathieu

matthias.mathieu@peachesgroup.com

Managing Director: Reinhold M. Sigler

reinhold.sigler@peachesgroup.com

Internet: www.peachesgroup.com

Anschrift: PEACHES Group AG, Taunusstraße 7a, 65183 Wiesbaden

Drei Fragen an den Firmengründer CEO Matthias Mathieu, PEACHES

Beate Sander: Meine Suche nach vorläufigen Finanzzahlen 2012 war ergebnislos. Warum berichten Sie darüber nichts und halten sich mit dem Ausblick zurück?

Firmenchef Matthias Mathieu, PEACHES AG: Wir befinden uns aktuell in der Schlussphase bei der Erstellung des Jahresabschlusses. Da wir diesen bislang nicht veröffentlicht haben, können wir aktuell leider noch keine Zahlen nennen. Ich verstehe, dass die Aktionäre an den Kennzahlen interessiert daran sind. Ich sichere zu, dass wir bis spätestens Ende April die Zahlen veröffentlichen werden. Bitte, haben Sie dafür Verständnis, dass wir aufgrund unserer Erfahrungen mit räuberischen Aktionären bzw. Berufsklägern besonders vorsichtig handeln und nur Finanzzahlen und Prognosen herausgeben, die für alle Aktionäre zur gleichen Zeit verfügbar sind. Ich räume ein, dass dies auf der Konferenz nicht deutlich zum Ausdruck kam und bitte, dies zu entschuldigen.

Ihr Unternehmen mit Zukunftsperspektiven ist in Stuttgart und Berlin gelistet. Aber Ihre Aktie wird kaum gehandelt und ist bei Privatanlegern größtenteils unbekannt. Was können Sie tun, um diesen unerquicklichen Zustand zu beenden?

Firmenchef Matthias Mathieu, PEACHES AG: Zufriedene Anteilseigner sind uns wichtig. Daher erörtern wir derzeit, ob wir mit einer Kapitalmaßnahme und größeren Aktionärsbasis den Handel der PEACHES-Aktie verbessern können. Ebenso streben wir die Aufnahme in den Entry Standard der Deutschen Börse in Frankfurt an. Dies setzt voraus, dass wir einen Wertpapierprospekt erstellen und unsere Aktionäre regelmäßig informieren. Wir werden in den kommenden Monaten die richtigen Maßnahmen ergreifen, um für unsere Investoren transparent zu werden.

Ihre Bilanz von 2011 zeigt eine Verschuldung auf. Wie geht es weiter? Bekommen Sie Umsatz und Ertrag in den Griff? Wie sieht Ihre Vision bis 2015 aus?

Firmenchef Matthias Mathieu, PEACHES AG: Insbesondere die Jahre 2006 bis 2011 waren sehr stark vom ursprünglichen Geschäftsfeld Mobile Payment geprägt. Es ist kein Geheimnis, dass die PEACHES GROUP in Zusammenarbeit mit großen Telekommunikationskonzernen und Banken zwar eine wichtige Rolle spielen konnte. Diese großen Unternehmen kamen jedoch bislang nicht so schnell im Markt voran, wie wir uns dies als Partnerunternehmen wünschten. Deshalb begannen wir im Jahr 2012, das Geschäftsfeld Prepaid Services zu erschließen. Wir werden uns künftig vorrangig darauf konzentrieren.

Seit November letzten Jahres sind wir mit unserem Endkundenprodukt „Prelado“ live und erwirtschaften erste Umsätze in diesem Geschäftsfeld. Auch im B2B-Bereich führen wir mit zahlreichen potenziellen Kunden aus den Branchen Banken, Mobilfunk und Social Media aussichtsreiche Gespräche. Im laufenden Jahr rechnen wir mit Vertragsabschlüssen. Ich bin überzeugt, dass die Neuausrichtung des Unternehmens und unser innovati-

ves Produktportfolio die Weichen mit dem Signal stellen, künftig eine prominente Stellung im Bereich digitale Prepaid Services einzunehmen.

9 Die INJEX Pharma AG, derzeit noch im 1. Quotation Markt in Frankfurt gelistet, bereitet den Wechsel in den Entry Standard vor und heißt Anwender, Nutznießer und Investoren in der Welt der nadellosen und damit schmerzarmen Injektion willkommen

Das Geschäftsmodell im Überblick

Die innovative Marktnische der INJEX Pharma AG, Börsenfrischling aus Berlin, umfasst folgende Geschäftsfelder: Technologie – Diabetes (Zuckerkrankheit) – Zahnmedizin – Lokalanästhesie – Naturheilkunde – Beauty-Line. Das attraktive Besondere ist das Spritzen ohne Nadel im Einwegverfahren. Die anschauliche Beschreibung des Geschäftsmodells in Kurzform macht neugierig:

- Willkommen in der Welt der nadellosen Injektion!
- Das INJEX30-System: Eine Spritze ohne Nadel!
- Forschung & Entwicklung: Um auch in Zukunft Innovativität zu gewährleisten, forschen wir ständig an weiteren Lösungen nadelloser Injektionssysteme.

Zur Geschichte der Spritze ohne Nadel in Kurzform

Die Geschichte von INJEX, die Spritze ohne Nadel, hat ihren Ursprung im Jahr 1998, eng verknüpft mit drei Personen: Andy Rösch, dem heutigen Vorstandsvorsitzenden, Jim Fukushima, dem ersten Finanzinvestor dieses Projekts und Stewart Parson, dem Entwickler. Der heutige INJEX-Firmenchef Andy Rösch hatte die Aufgabe, das Projekt marktfähig zu machen und auszuloten, ob sich für diese neue, Ängste abbauende schmerzlose oder zumindest schmerzarme Verabreichungsform auf dem hart umkämpften Weltmarkt überhaupt eine Zukunftschance eröffnen würde. Andy Rösch nahm zahlreiche Selbstversuche am eigenen Körper vor, um sich von der Wirkungsweise und den Fortschritten zu überzeugen und Verbesserungen voranzutreiben. Die Veröffentlichungen in den Printmedien stießen bei Fernsehsendern auf Interesse. Andy Rösch folgte einer Einladung von RTL und nutzte die Gelegenheit in der Sendung „STERN TV“, dem Moderator Günther Jauch live vor einem Millionenpublikum eine Injektion mit INJEX, der Spritze ohne Nadel, zu verabreichen. Günther Jauch bestätigte dem Publikum, dass er keinerlei Schmerz verspüre. Dies war das Signal, die Massenproduktion und den Börsengang der RÖSCH AG in Frankfurt vorzubereiten.

2002 verließ der Firmenchef die Gesellschaft, arbeitete mit seinem Finanzpartner Jim Fukushima aber weiter zusammen und gründete die INJEX Pharma AG. Mit der Kampagne „The Soft Shot“ startete die weltweite Vermarktung. Heute ist das nadellose In-

jektionssystem INJEX30 ähnlichen Produkten um Jahre voraus. Der Einweg-Injektor als neue Variante verfügt über beste Marktchancen auch außerhalb Deutschlands.

Zum INJEX-Profil mit Finanzziele, Top-Produkten, Vertrieb, Markterweiterung Kosmetik, Team und Standorten

Die INJEX Pharma AG arbeitet mit Hochdruck am Wertpapierprospekt, um den geplanten Wechsel in den General Standard rasch umzusetzen. Das Top-Produkt im Verkauf ist das bewährte INJEX30-System – die Spritze ohne Nadel. Die umsatzstärksten Anwendungen sind die lokale Betäubung im Dentalbereich, die Insulingabe für Diabetiker sowie die nadelfreie Verabreichung im Beauty Markt, damit Falten im Gesicht verschwinden. Der Vertrieb ist international ausgelegt mit den umsatzstarken Regionen Asien, Australien, Südamerika und Mittlerer Osten. Schon bald ist der Markteintritt in Kosmetik geplant mit der eigenen Marke SHIREEN. Das Wachstum macht es notwendig, die Entwicklungs-, Produktions- und Logistikstandorte in Berlin-Brandenburg und Singapur zügig weiter auszubauen.

Kennziffern der INJEX Pharma AG (WKN A0S TYL), 20. März 2013

Branche: Die INJEX Pharma AG ist Hersteller und Vertreiber innovativer Gesundheitslösungen. Schwerpunkte sind nadellose Injektionssysteme und exklusive Wirkstoffe.

Börsennotierung: Baldiger Wechsel in den Entry Standard der Frankfurter Börse

Kurzanalyse: Bislang findet kaum ein Handel mit den INJEX-Aktien statt, und der Titel wird auch nur in wenigen Börsenportalen und Magazinen aufgeführt. Ein Chart ist nicht verfügbar.

Aktienanzahl: 3,458 Mio. Stück

Aktionärsstruktur: 52 %: MMB GmbH, 37 %: Streubesitz, 5 %: A. Rösch

CEO: Andy Rösch

Internet: www.injex.de

Kontakt: Hafida Boujtita, CEO Assistentin

E-Mail: management@injex.de

Anschrift Zentrale: INJEX Pharma AG, Buckhower Damm 114, D-12349 Berlin

Beate Sander *KREATIVTEXT*

Börsenbuch- und Wirtschaftsbuchautorin, Finanzjournalistin

☎ 0731-26 59 96, Pommernweg 55, 89075 Ulm

E-Mail: Beate.S.Sander@t-online.de oder Beate.Sander@gmx.de

Beate Sander: „NEUE BÖRSENSTRATEGIEN FÜR PRIVATANLEGER – Richtig handeln in jeder Marktsituation“, FinanzBuch Verlag

Komplette Neubearbeitung des Klassik-Bestsellers, 486 S., erschienen im Spätherbst 2010, Nachdruck, 2. Auflage: August 2011, 30 Euro

Beate Sander: „GOLD – SILBER – PLATIN – Diamanten“. Mehr Sicherheit in unruhigen Zeiten“

FinanzBuch Verlag, Zweifarbendruck, schöne, lesefreundliche, bebilderte Ausstattung, druckfrisch, 2. Auflage, Mitte März 2013, 290 S., 25 Euro

Beate Sander: „Der Aktien- und Börsenführerschein“, Der Klassik-Bestseller in 4. komplett neu bearbeiteter und erweiterter Auflage

256 S., reich bebildert, Großformat, Mehrfarbendruck, Leistungstests mit Lösungen, Prüfung/Lizenz „Der Börsenführerschein“, Sommer 2011, 30 €

Beate Sander: „Der Ball muss ins Tor“ – Was Fußball, Börse und Aktien vereint und spannend macht“

Erscheint am 04. April 2012 im FinanzBuch Verlag, Bestellung bei mir möglich, Zweifarbendruck, 352 Seiten, Preis 24,90 €, lieferbar ab sofort

Beate Sander: „Warum ich das Singen und Lachen verlernte – ein biografischer Roman gespannt über eine Brücke von 75 Jahren“

Druckfrisch, im Nov. 2012 erschienen: Athene Media Verlag, Hardcover, gebunden, 300 Seiten, Preis 25 €, Bestellung bei mir Beate.S.Sander@t-online.de
