

HV-Bericht

NanoFocus AG

WKN 540066 ISIN DE0006622400

am 13.07.2011 in Oberhausen

***Zweistelliges Umsatzwachstum und 10-prozentige EBIT-Marge
für 2011 erwartet***

Tagesordnung

1. Vorlage des festgestellten Jahresabschlusses, des Lageberichts sowie des Berichts des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2010
2. Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 2010
3. Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2010
4. Beschlussfassung über die Wahl des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2011
(Vorschlag: Susat & Partner OHG, Köln)
5. Beschlussfassung über die Aufhebung der vorhandenen genehmigten Kapitalia, die Schaffung eines neuen genehmigten Kapitals sowie Satzungsänderungen
6. Beschlussfassung über eine Ergänzung von § 16 der Satzung um einen neuen Absatz 4 zur Anpassung an das ARUG
7. Beschlussfassung über eine Satzungsänderung: Änderung von § 20 Abs. 1 der Satzung (Beschlussfassung)

HV-Bericht NanoFocus AG

Zu ihrer diesjährigen ordentlichen Hauptversammlung hatte die NanoFocus AG ihre Anteilseigner für den 13. Juli 2011 in das Fraunhofer-Institut für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik UMSICHT in Oberhausen eingeladen. Der Aufsichtsratsvorsitzende Ralf Terheyden begrüßte die rund 60 Aktionäre, Gäste und Vertreter der Presse, darunter Alexander Langhorst von GSC Research, und erteilte nach der Erledigung der üblichen einleitenden Hinweise und Formalien dem Vorstandssprecher Jürgen Valentin das Wort.

Bericht des Vorstands

Nach der Begrüßung der Teilnehmer und einem kurzen Überblick zum neuen Veranstaltungsort im Fraunhofer-Institut stellte Herr Valentin zunächst das Unternehmen und das verfolgte Geschäftsmodell vor. Die NanoFocus AG wurde demnach im Jahre 1994 gegründet und hat sich in den vergangenen Jahren als Hersteller ultrapräziser, optischer 3D-Oberflächenanalysetools und Qualitätssicherungssysteme im Markt etabliert. Dabei greift man bei der Gesellschaft auf die eigene innovative Technologieplattform sowie auf das Prozess-Know-how im Mikro- und Nanometerbereich sowohl bei der Soft- als auch bei der Hardware zurück.

Als Hauptabnehmerbereiche nannte der Vorstandssprecher Forschung und Industrie. Dort ist der Einsatz in allen Branchen möglich, und es besteht ein weltweiter Bedarf. Die Wachstumsstrategie von NanoFocus basiert auf verschiedenen Produktkategorien, die eine Kombination aus Angebot, Zielgruppe und Vertriebsart darstellen.

Heute verfügt NanoFocus nach Aussage von Herrn Valentin über 57 Patente und Schutzrechte. Die Forschungs- und Entwicklungsleistungen werden im Unternehmen selbst erbracht. Darüber hinaus arbeitet man seitens NanoFocus auch eng mit wichtigen Kunden und Institutionen sowie mit Universitäten zusammen, um auf diese Weise die führende technologische Stellung weiter auszubauen. Mit aktuell insgesamt 46 Mitarbeitern wurden bislang über 600 Systeme weltweit verkauft.

Der Hauptsitz des Unternehmens sowie der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten liegt in Oberhausen. Darüber hinaus verfügt NanoFocus in Ettlingen und München über Kundenzentren sowie über Auslandsniederlassungen in den USA und über eine Repräsentanz in Singapur. Je nach Systemart und -größe bewegt sich der durchschnittliche Verkaufspreis zwischen 50 und 250 TEUR, so der Vorstandssprecher weiter.

Zu den Standardprodukten von NanoFocus zählen die beiden Geräte μ surf explorer und μ surf mobile. Als weitere Anwendungen führte Herr Valentin im Bereich Modular μ surf custom, bei der Integration μ surf sensor sowie im Bereich Business Solutions μ surf cylinder, μ surf solar und μ surf blade an. Als Anwendungsmöglichkeiten der Produkte von NanoFocus nannte er die Ultrapräzisionsbearbeitung, Funktionsoberflächen, Mikrogeometrie, 3D-Strukturmerkmale von Oberflächen, Rauheit und Ebenheit sowie die Auflösung bis in den Nanometerbereich hinein.

Wachstumspotenzial sieht die Unternehmensleitung aus dem weiteren Trend hin zur Miniaturisierung und durch die schon bestehende Marktführerschaft in bestimmten Marktnischen wie z.B. dem Bereich der Forensik sowie durch die gezielte Setzung und Etablierung von Industriestandards.

Im zweiten Teil seiner Ausführungen berichtete Herr Valentin über das Marktumfeld im abgelaufenen Geschäftsjahr und über die wichtigsten Trends in der Branche. Aus Sicht der NanoFocus AG gewinnt der asiatische Raum zunehmend an Bedeutung, und zwar zum einen, weil die deutschen Großkunden aus dem Bereich Automotive zunehmend in Asien aktiv werden, und zum anderen, weil sich Innovatoren in anderen Branchen wie z.B. in der Solarbranche in Fernost befinden. Vor diesem Hintergrund sei es von hoher Wichtigkeit für NanoFocus, in dieser Region vertreten zu sein, so der Vorstandssprecher. Ein guter Ansatzpunkt für den dortigen Vertrieb sei, mit entsprechendem Support in den Märkten vertreten zu sein, um auf diese Weise zusätzliche Ansprachemöglichkeiten zu gewinnen.

Das allgemeine Marktumfeld gestaltete sich nach Aussage von Herrn Valentin bei der NanoFocus AG auch im Geschäftsjahr 2010 weiterhin herausfordernd. Trotz der deutlich spürbaren Konjunkturbelebung haben sich die für das Unternehmen relevanten Budgets erst ab dem vierten Quartal 2010 wieder im Markt gezeigt. Wenngleich die Nachfrage und das Interesse nach Messtechnik sehr hoch war, hat sich diese erst ab dem vierten Quartal in messbarer Nachfrage gezeigt, zum Teil waren Budgets durch das schwierige Umfeld in 2009 eingefroren.

Wie der Vorstandssprecher weiter ausführte, konnte die NanoFocus AG vor diesem Hintergrund in 2010 die Umsatzerlöse im Jahresvergleich um 28,9 Prozent auf 6,47 (Vj.: 5,02) Mio. Euro steigern, die Gesamtleistung erhöhte sich um 28,3 Prozent auf 7,2 (5,6) Mio. Euro. Positiv zu bewerten ist, dass das EBITDA mit plus 687 (minus 105) TEUR wieder ins Plus gedreht ist, die EBITDA-Marge verbesserte sich auf 0,22 Prozent. Ebenfalls in den positiven Bereich kehrte das EBIT zurück mit einem Wert von plus 72 TEUR nach minus 640 TEUR im Geschäftsjahr 2009.

Unter Berücksichtigung der Abschreibungen in einer Größenordnung von 615 (537) TEUR ergibt sich ein Jahresergebnis von minus 58 TEUR nach zuvor minus 724 TEUR, was einem Ergebnis je Aktie von minus 0,02 Euro nach minus 0,26 Euro im Jahr zuvor entspricht.

Mit Blick auf die Kursentwicklung der NanoFocus-Aktie, die seit November 2005 im Entry Standard und im M:Access gehandelt wird, wies Herr Valentin auf die Ende 2010 erfolgreich durchgeführte Kapitalerhöhung der Gesellschaft zum Bezugskurs von 4 Euro je Aktie hin. Aus der Bezugsrechtskapitalerhöhung, welche durch die Süddeutsche Aktienbank begleitet wurde, sind dem Unternehmen durch die Ausgabe von 321.293 neuen Aktien insgesamt 1,285 Mio. Euro an Bruttoemissionserlös zugeflossen. Die eingeworbenen Eigenmittel sollen zur Finanzierung von Wachstumsprojekten in den Bereichen Medizin- und Halbleitertechnologie verwendet werden.

Im Rahmen der Erläuterung weiterer Kennzahlen gab der Vorstandssprecher unter anderem noch einen Überblick über die regionale Umsatzverteilung. Auffällig ist dabei nach seiner Angabe, dass das Umsatzniveau in Deutschland mit 2,93 Mio. Euro noch nicht wieder das Vorkrisenniveau von 3,82 Mio. Euro im Jahr 2008 erreicht hat. Ebenfalls noch unter dem damaligen Level bewegen sich die Märkte in Nord- und Südamerika mit 1,09 Mio. Euro verglichen mit 1,63 Mio. Euro vor der Krise. Getragen werden die Umsatzzuwächse des Jahres 2010 hingegen von der guten Entwicklung des Geschäfts in Europa mit 1,05 Mio. Euro, das damit über dem Vorkrisenniveau von 0,8 Mio. Euro liegt, sowie in Asien mit 1,4 Mio. Euro verglichen mit 0,28 Mio. Euro im Jahre 2008.

Dynamisch entwickelt sich laut Herrn Valentin auch das Dienstleistungsgeschäft. Hierbei handelt es sich neben Auftragsmessungen für Kunden um Services, Vermietung, Upgrades sowie um die Beratung und Entwicklung. Die Umsatzerlöse kletterten von 1,35 Mio. Euro in 2009 auf erfreuliche 1,8 Mio. Euro in 2010. Zusammenfassend stellte der Vorstandssprecher fest, dass sich NanoFocus in einem weiterhin extrem schwierigen Umfeld gut behauptet und weiter auf dem Markt etabliert hat.

Abschließend gab Herr Valentin noch einen Überblick über die strategische Ausrichtung des Unternehmens sowie über die Positionierung von NanoFocus im Konjunkturzyklus. So profitiert die Gesellschaft vom Konjunkturaufschwung im Industriegüterbereich stets erst mit einer deutlichen zeitlichen Verzögerung, wie dies ja auch in 2010 zu beobachten war. Gründe hierfür sind laut Vorstandssprecher die Reihenfolge der typischen Kundeninvestitionen in einer Aufschwungphase. Nach der Auslastung der vorhandenen Kapazitäten steht in einem zweiten Schritt der weitere Ausbau der Kapazitäten im Fokus. Erst im dritten Schritt erfolgen im Regelfall Investitionen zur Verbesserung der Effizienz z.B. durch eine Verbesserung der Qualitätssicherung.

Auf der Vertriebsseite setzt man bei NanoFocus auf Key Accounting und ist dabei insbesondere in den Bereichen Elektronik (schnelle automatisierte Bauteilinspektion), Medizin (rückführende Qualitätssicherung) sowie Automotive (optisch normgerecht messen) aktiv. Zunehmend an Bedeutung gewinnen auch die Bereiche Solar (Entwicklungswerkzeuge und Prozessüberwachung) sowie der Bereich der Materialforschung, in dem NanoFocus Messtechnik für den Einsatz in Laboren anbietet. Um das Unternehmen fit für weiteres Wachstum zu machen, besitzen die Optimierung der internen Abläufe sowie die Vorbereitung auf die ISO-Zertifizierung besonders hohe Priorität. Diese Maßnahmen bilden laut Herrn Valentin die notwendige Voraussetzung, um in der Zukunft weitere Großaufträge akquirieren zu können.

Wichtige Trends für die Zukunft und interessante Geschäftspotenziale verspricht sich der Vorstand von Nano Focus von den drei Bereichen Energie, Bildung sowie Lifestyle. Für den Einsatz kann die Gesellschaft mit einem umfangreichen Angebotsportfolio aufwarten, beispielsweise der Motoreninspektion oder Solarzellenmessung im Sektor Energie, Multisensorsysteme, umfangreiche Analysesoftware und praktische Lerninhalte im Bereich Bildung sowie Produktionsmesstechnik für den Bereich Lifestyle. Insbesondere die Solar- und Halbleiterbranche befindet sich nach Aussage von Herrn Valentin weiterhin auf Wachstumskurs, wobei der Umsatzanteil im ersten Halbjahr 2011 hier bei über 20 Prozent lag.

Für das Gesamtjahr 2011 rechnet der Vorstandssprecher mit zweistelligen Zuwachsraten auf der Umsatzseite, welche durch die weitere Auflösung des Investitionsstaus im Automobilbereich getrieben werden. Ebenfalls dynamisch wird sich auch weiterhin die Nachfrage im Bereich Halbleiter und Solar entwickeln. Das Planszenario lässt ein Umsatzvolumen von 8,5 Mio. Euro bei einer 10-prozentigen EBIT-Marge erwarten. Im Best Case wird mit einem Umsatz in einer Range zwischen 9 und 10 Mio. Euro gerechnet, im Worst-Case sollen mindestens 8 Mio. Euro bei einem zumindest positiven EBITDA erwirtschaftet werden, so Herr Valentin zum Abschluss seiner Ausführungen.

Allgemeine Aussprache

Als einziger Redner meldete sich im Rahmen der Generaldebatte Herr Kucejda als Vertreter des Aktionärs Knipping zu Wort und erkundigte sich unter anderem nach den Gründen für die derzeit noch vergleichsweise geringe Exportquote der NanoFocus AG im Vergleich zu anderen Unternehmen aus dem Spezialmaschinenbau. In der gestellten Diagnose stimmte der Vorstandssprecher dem Redner durchaus zu und begründete den aktuellen Zustand mit der hohen Komplexität der angebotenen Produkte, welche sehr erklärungsbedürftig sind, weshalb man sich zunächst auf die Durchsetzung auf dem wichtigen Heimatmarkt in Deutschland fokussiert.

Zudem bietet laut Herrn Valentin Deutschland auch den Vorteil, dass hier die Konzernzentralen wichtiger Unternehmen ansässig sind und diese bei entsprechender Zufriedenheit mit den Lösungen von NanoFocus auch ihren ausländischen Tochtergesellschaften eben diese Produkte empfehlen. Dass man sich mit dieser Strategie auf einem guten Weg befindet, zeige sich daran, dass inzwischen auf diesem Wege auch zunehmend aus dem Ausland Bestellungen eingehen.

Auf die ergänzende Frage von Herrn Kucejda, welche Maßnahmen zur Steigerung des Exportanteils noch geplant sind, erläuterte der Vorstandssprecher, dass auf diesem Feld bereits verschiedene Maßnahmen auf den Weg gebracht wurden und sich in der Umsetzung befinden. Als ausgesprochen wichtig wertet er den Aufbau von lokalen Supportingenieuren in Asien, zudem wurde ein Mitarbeiter für den Vertrieb in der Region Asien eingestellt. Daneben setze man bei NanoFocus auch auf Partner vor Ort, die branchenbezogen bei der Vermarktung mithelfen, so Herr Valentin.

Des Weiteren interessierte sich Herr Kucejda dafür, ob es sinnvoll ist, einfachere bzw. „abgespeckte“ Geräte für die Vermarktung in den Schwellenländern oder der sogenannten dritten Welt anzubieten, um auf diese Weise das Exportgeschäft anzukurbeln. Um einen solchen strategischen Ansatz erfolgreich verfolgen zu können, ist nach Meinung des Vorstandssprechers ein entsprechender Vertriebskanal notwendig, über den entsprechend große Stückzahlen abgesetzt werden können. Dieser Vertriebsansatz unterscheidet sich vom derzeit verfolgten KeyAccount-Ansatz und erfordere entsprechende Vertriebspartner vor Ort, die in den jeweiligen Zielregionen über eine hohe Marktdurchdringung verfügen.

Ebenfalls interessierte sich der Redner für die möglichen Wachstumspotenziale in Osteuropa. Laut Herrn Valentin ist auch der dortige Markt attraktiv und ein Thema für das Unternehmen, weshalb man die dortige Präsenz verbessern will. Besonders interessant sind nach seinen Worten die dort ansässigen Automobilproduktionsstätten. Neben Polen und Ungarn gewinnt auch der Markt in Indien zunehmend an Bedeutung.

Als vergleichsweise hoch bewertete Herr Kucejda den Aufwand für Forschung und Entwicklung (F&E), der bezogen auf die Umsatzerlöse eine Quote von 18,3 Prozent erreicht. Nach Auskunft des Vorstandsmitglieds Marcus Grigat liegt der Schwerpunkt der F&E-Aktivitäten zum einen auf der Verbesserung der 3D-Sensoren. Hier wird auf die Entwicklung kompakterer und schnellerer Sensoren gesetzt, um auf diese Weise die Leistungsfähigkeit der bestehenden Systeme weiter zu verbessern.

Ein zweites wichtiges Feld ist die Verbesserung der zugehörigen Software, da sich NanoFocus als Anbieter von Systemlösungen versteht. Hier befinden sich nach Angabe von Herrn Grigat eine ganze Reihe von Verbesserungen in der Pipeline. Neben der Umstellung auf die Oberfläche von Windows 7 wird es auch eine Vielzahl von Verbesserungen hinsichtlich der Bedienerfreundlichkeit geben.

Ferner erkundigte sich Herr Kucejda nach der Höhe der bestehenden steuerlichen Verlustvorträge der Gesellschaft. Diese belaufen sich nach Angabe von Finanzvorstand Joachim Sorg auf 6,1 Mio. Euro bei der Körperschaftsteuer und auf 5,5 Mio. Euro bei der Gewerbesteuer. Auf die Frage nach einer möglichen Dividendenausschüttung an die Aktionäre erläuterte der Finanzchef, dass eine solche möglich ist, wenn

der bestehende Bilanzverlustvortrag in der Größenordnung von rund 550 TEUR ausgeglichen werden kann. Da es sich bei der NanoFocus AG jedoch derzeit um ein Unternehmen mit dem Fokus auf weiteres Wachstum handelt, besitze die weitere Ausweitung des Geschäfts derzeit eine höhere Priorität als die Aufnahme der Dividendenzahlung.

Nähere Erläuterungen erbat der Redner auch im Zusammenhang mit dem Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 456 TEUR im Jahresvergleich. In seiner Antwort nannte Herr Sorg die Kostenpositionen mit einem Zuwachs. Demnach erhöhten sich die verschiedenen betrieblichen Kosten um 256 TEUR, darin enthalten ist ein Anstieg der Kosten für die Rechtsberatung um 103 TEUR, die insbesondere im Zusammenhang mit der Ausweitung der geschäftlichen Aktivitäten in Asien entstanden sind. Weitere Anstiege waren unter anderem zu verzeichnen bei den Raumkosten um 43 TEUR, bei Versicherungen um 22 TEUR und bei den bezogenen Fremdleistungen um 59 TEUR.

Abschließend interessierte sich Herr Kucejda noch für eine Einschätzung des Vorstands zu den mittel- und langfristigen Wachstumschancen. Nach Aussage von Herrn Valentin gehen Marktforschungsinstitute wie SPECTARIS für die kommenden Jahre von jährlichen Zuwachsraten zwischen 10 und 20 Prozent aus, wobei es sich um einen sehr interessanten Wachstumsmarkt handelt, bei dem eine mögliche Marktsättigung aktuell noch kein Thema ist.

Ferner wollte Herr Kucejda wissen, inwieweit die NanoFocus AG mit ihrem Lösungsangebot auch im Bereich neuer Werkstoffe wie z.B. Kohlenstofffasern oder im Bereich LED/OLED tätig ist. Laut Auskunft des Vorstandssprechers bestehen im Bereich der OLED-Technologie verschiedene Projekte mit Herstellern, um Lösungen zu entwickeln. Hier befindet man sich jedoch noch im Entwicklungsstadium, eine vermarktbarere Businesslösung existiert noch nicht. Der Bereich Kohlenstofffaserwerkstoffe ist nach Angabe von Herrn Valentin derzeit kein Thema. Im Bereich der Medizintechnik verfüge die Gesellschaft bereits seit dem Jahr 2004 über einsatzfähige Anlagen, um z.B. Titanoberflächen zu prüfen, wie diese im Dentalbereich zum Einsatz kommen.

Abstimmungen

Nach der Beendigung der allgemeinen Aussprache um 13:10 Uhr wurde die Präsenz mit 1.297.695 Aktien oder 46,43 Prozent des stimmberechtigten Grundkapitals festgestellt. Sämtliche Beschlussvorlagen der Verwaltung wurden mit sehr großer Mehrheit bei zumeist nur wenigen Gegenstimmen und/oder Enthaltungen verabschiedet, nennenswert waren lediglich gut 14 Prozent Gegenstimmen zu Tagesordnungspunkt 5.

Im Einzelnen beschlossen wurden die Entlastung von Vorstand (TOP 2) und Aufsichtsrat (TOP 3), die Wahl der Susat & Partner OHG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Köln, zum Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2011 (TOP 4), die Aufhebung der vorhandenen genehmigten Kapitalien und die Schaffung eines neuen genehmigten Kapitals (TOP 5) sowie Satzungsänderungen in Anpassung an das Gesetz zur Umsetzung der Aktionärsrechterichtlinie (ARUG) (TOP 6) und zur Beschlussfassung auf der Hauptversammlung (TOP 7).

Der Aufsichtsratsvorsitzende konnte die Hauptversammlung um 13:40 Uhr schließen.

Fazit

Im Geschäftsjahr 2010 konnte sich die NanoFocus AG als spätzyklisches Unternehmen dennoch gut behaupten und immerhin positive Werte bei EBITDA und EBIT erwirtschaften. Wie in jedem Konjunkturzyklus üblich, stehen Investitionen in den Bereich Qualitätsmanagement bei den meisten Unternehmen erst vergleichsweise spät im Zyklus an, so dass bei NanoFocus erst ab dem vierten Quartal 2010 eine deutliche Belebung der Nachfrage und der Bestelleingänge zu beobachten war.

Der positive Trend des Jahresendgeschäfts 2010 hat sich erfreulicherweise im Jahr 2011 weiter fortgesetzt, so dass dem Verfasser die vom Unternehmen ausgegebene Guidance eines Umsatzes von 8,5 Mio. Euro bei einer 10-prozentigen EBIT-Marge durchaus erreichbar erscheint und bei weiterhin stabilem Marktumfeld auch durchaus noch etwas Spielraum nach oben beinhaltet.

Investoren sollten weiterhin an Bord bleiben, um von den erwarteten zweistelligen Wachstumsraten der Zukunft profitieren zu können. Zudem rechnet der Verfasser im laufenden Jahr beim Nachsteuerergebnis eben-

falls mit einer schwarzen Zahl, so dass sich mittelfristig auch die Wahrnehmung des Unternehmens am Kapitalmarkt noch stärker in Richtung interessanter Wachstumswert verändern sollte.

Kontaktadresse

NanoFocus AG
Lindnerstraße 98
D-46149 Oberhausen

Tel.: +49 (0) 208 / 62000 - 0
Fax: +49 (0) 208 / 62000 - 99

E-Mail: info@nanofocus.de
Internet: <http://www.nanofocus.de>

Ansprechpartner Investor Relations

Joachim Sorg

Tel.: +49 (0) 208 / 62000 - 54
Fax: +49 (0) 208 / 62000 - 99
E-Mail: ir@nanofocus.de



GSC Research GmbH
Pempelforter Str. 47
D-40211 Düsseldorf

Tel.: 0211 / 17 93 74 - 0
Fax: 0211 / 17 93 74 - 44

Email: info@gsc-research.de
Internet: www.gsc-research.de