



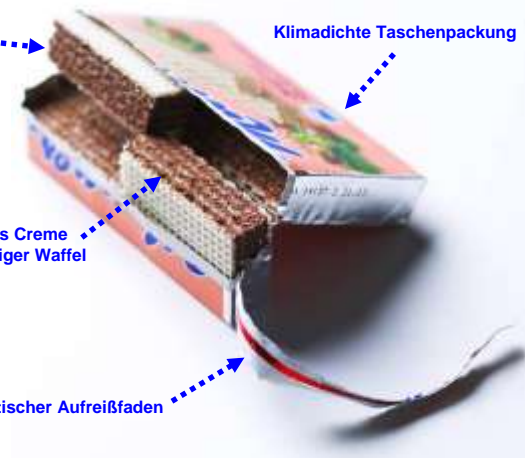
Nachhaltige Performance-Steigerung und Kostentransparenz bei der J.Manner & Comp. AG

Hoher Haselnussanteil
von 12% in der Creme

Klimadichte Taschenpackung

4 Lagen feine Haselnuss Creme
zwischen 5 Lagen knuspriger Waffel

Praktischer Aufreißfaden



Die Original Neapolitaner Manner Schnitte



Fast so alt wie die Wiener Ringstraße. Schmeckt aber besser!



Manner Schnitten – Index (iv)

seit Markteinführung im Jahr 1898 als einziges Produkt unverändert

Für 1 Stunde
Arbeitszeit:

1925:
3,3 Packungen

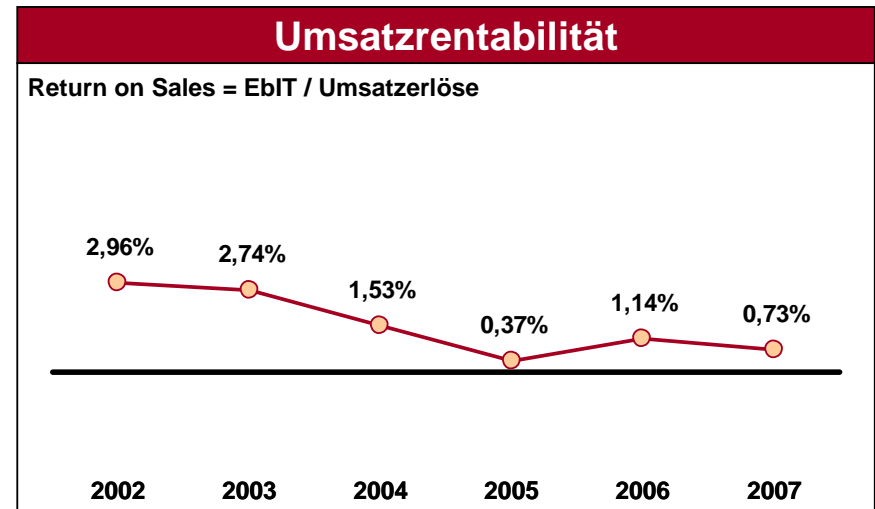
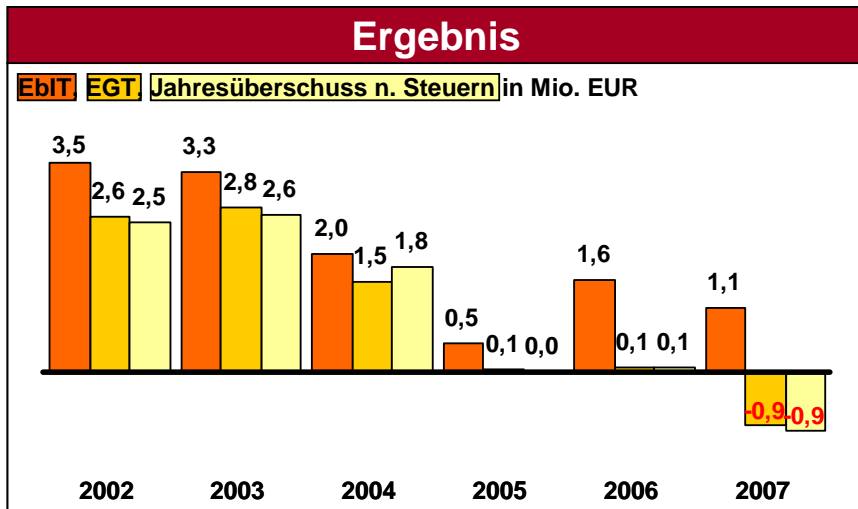
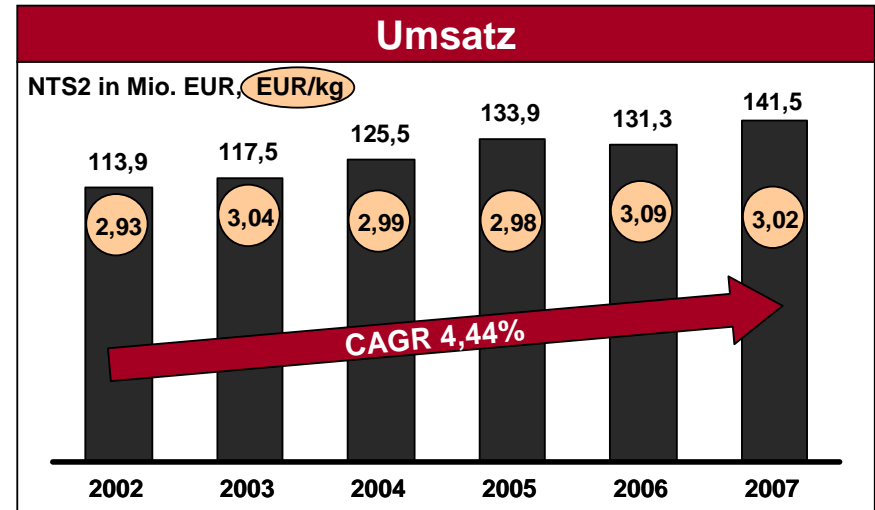
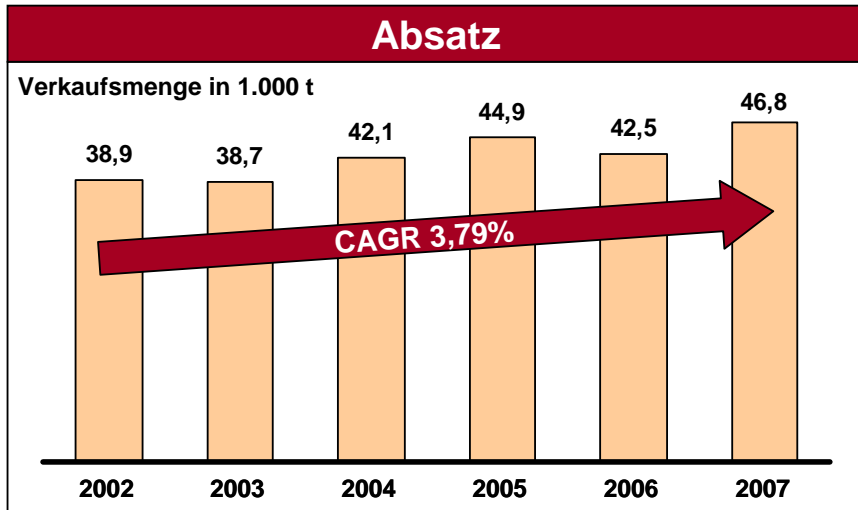
1953:
3,2 Packungen

1975:
15,0 Packungen

2007:
33,0 Packungen



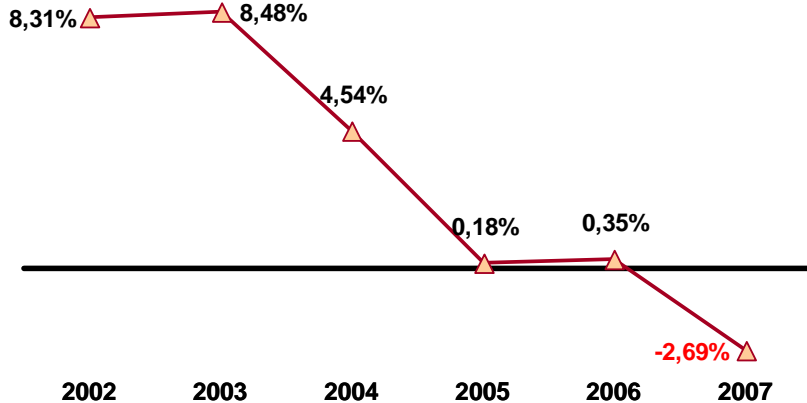
Ausgangslage (Absatz, Umsatz, Ergebnis)



Ausgangslage (Kapital)

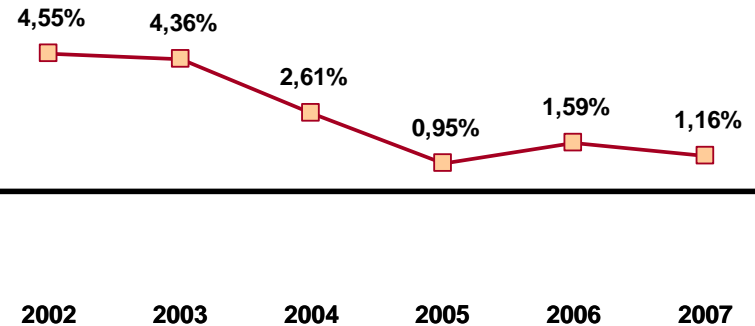
Eigenkapitalrentabilität

Return on Equity = $\text{JÜ v. St.} / \text{Ø Eigenkapital}$



Gesamtkapitalrentabilität

Return on Investment = $(\text{JÜ v. St.} + \text{Zinsaufw.}) / \text{Ø Gesamtkapital}$

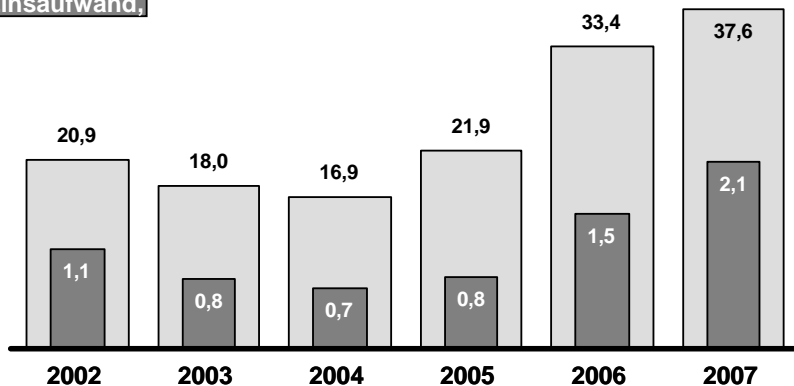


Bankverbindlichkeiten und Zinsaufwand

Ø Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten.

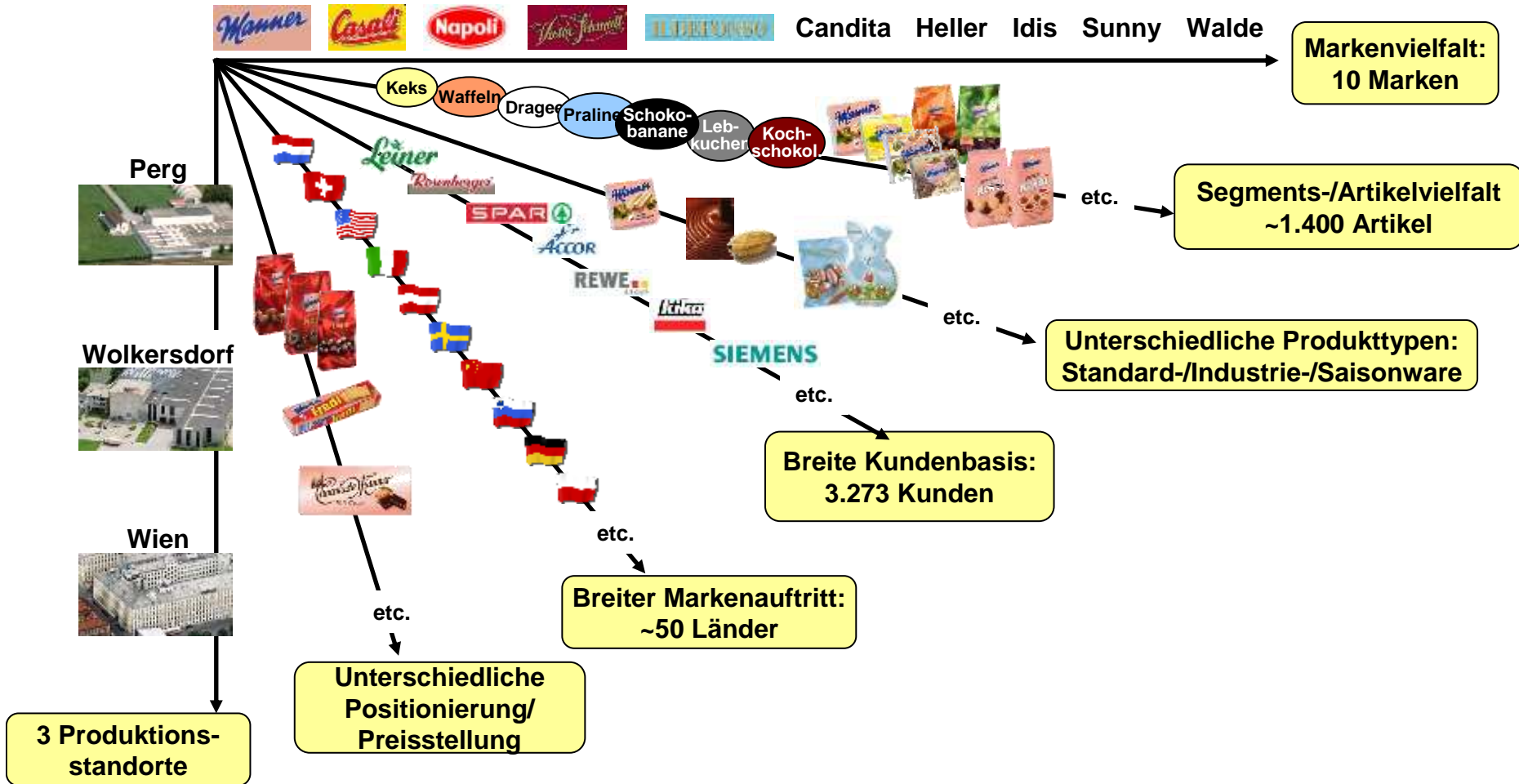
Alle Werte in Mio. EUR

Zinsaufwand.



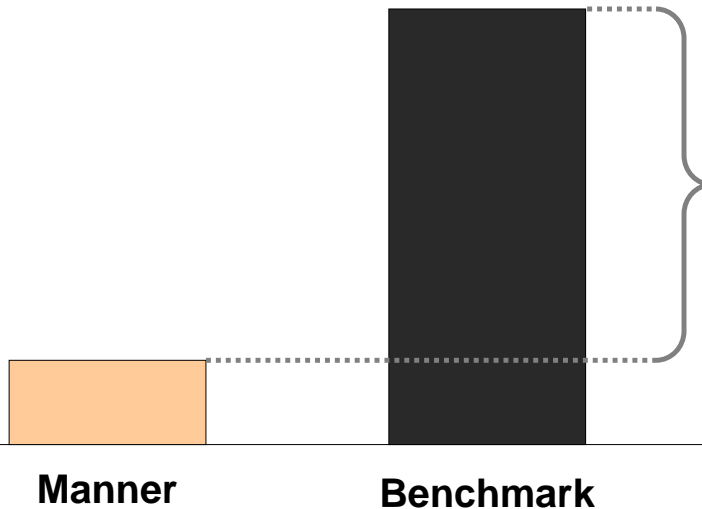
- ⚡ Gefahr durch steigende Finanzierungskosten (aufgrund von Zinsentwicklung und ungünstigerem Rating)
- ⚡ Fehlende Spielräume für Investitionen in Marken und Märkte

Komplexität des Unternehmens



Ursachen für unterdurchschnittliche Performance

Vergleich finanzielle Performance Manner mit Benchmark



Wesentliche Ursachen:

- ▲ Hohe Komplexität (für Größe des Unternehmens)
- ▲ Wachstum im Preiseinstiegssegment
- ▲ Stagnation des Markengeschäftes - Optimierungsbedarf bei Marken und Vertrieb
- ▲ Ungenützte Potenziale auf den internationalen Märkten
- ▲ Wettbewerbsnachteile in der Kostenstruktur
- ▲ Mängel im Qualität der Prozesse
- ▲ Defizite in Organisation

unterdurchschnittliche Rentabilitäten



Strategische Weichenstellung

Strategischer Entwicklungspfad 1

- ▲ Schrittweiser Ausbau des Preiseinstiegssegments
- ▲ Gefahr des Rückgangs des Markengeschäftes
- ⇒ Manner wird zum Private Label Produzenten mit angeschlossenem Markengeschäft



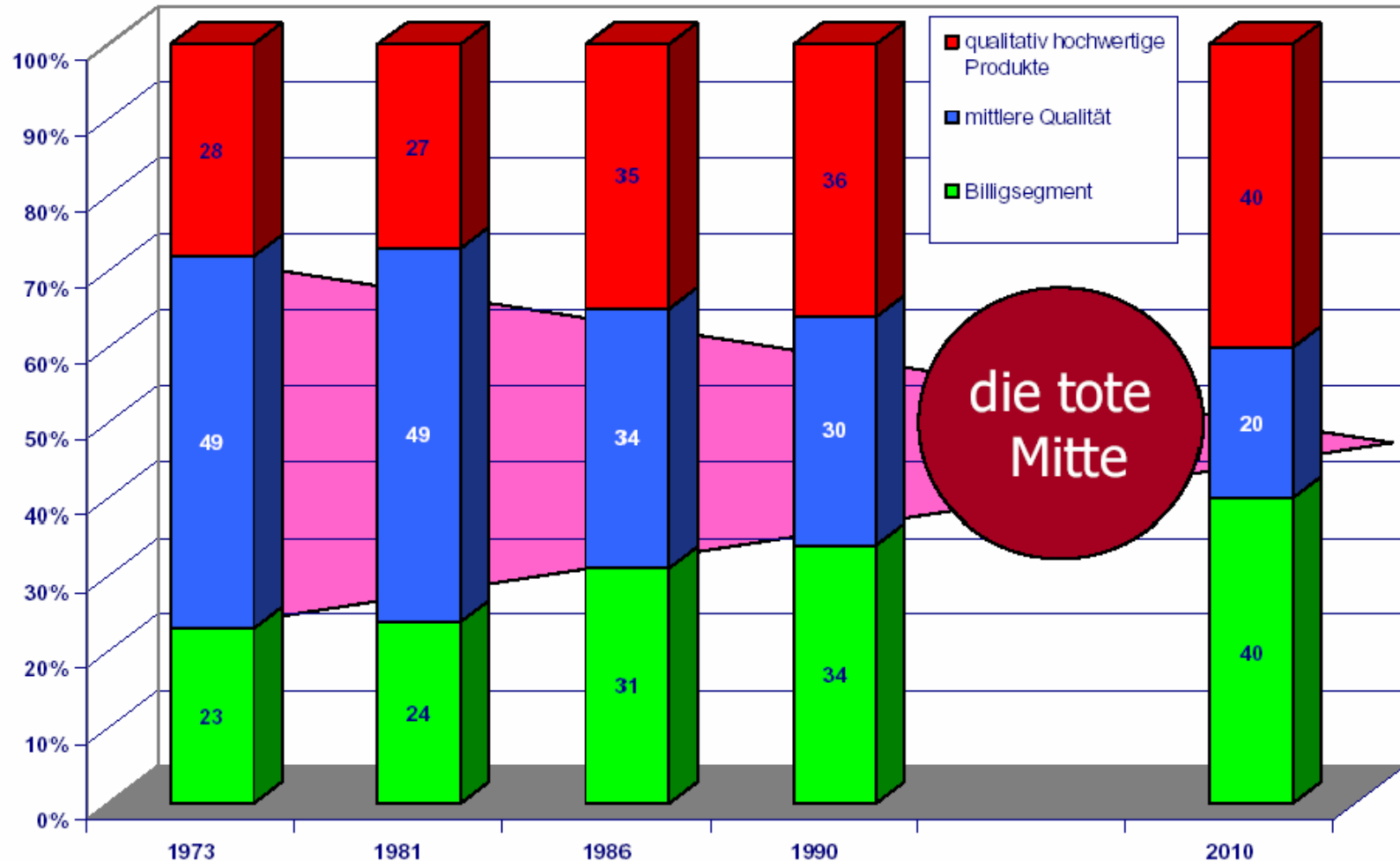
X

Strategischer Entwicklungspfad 2

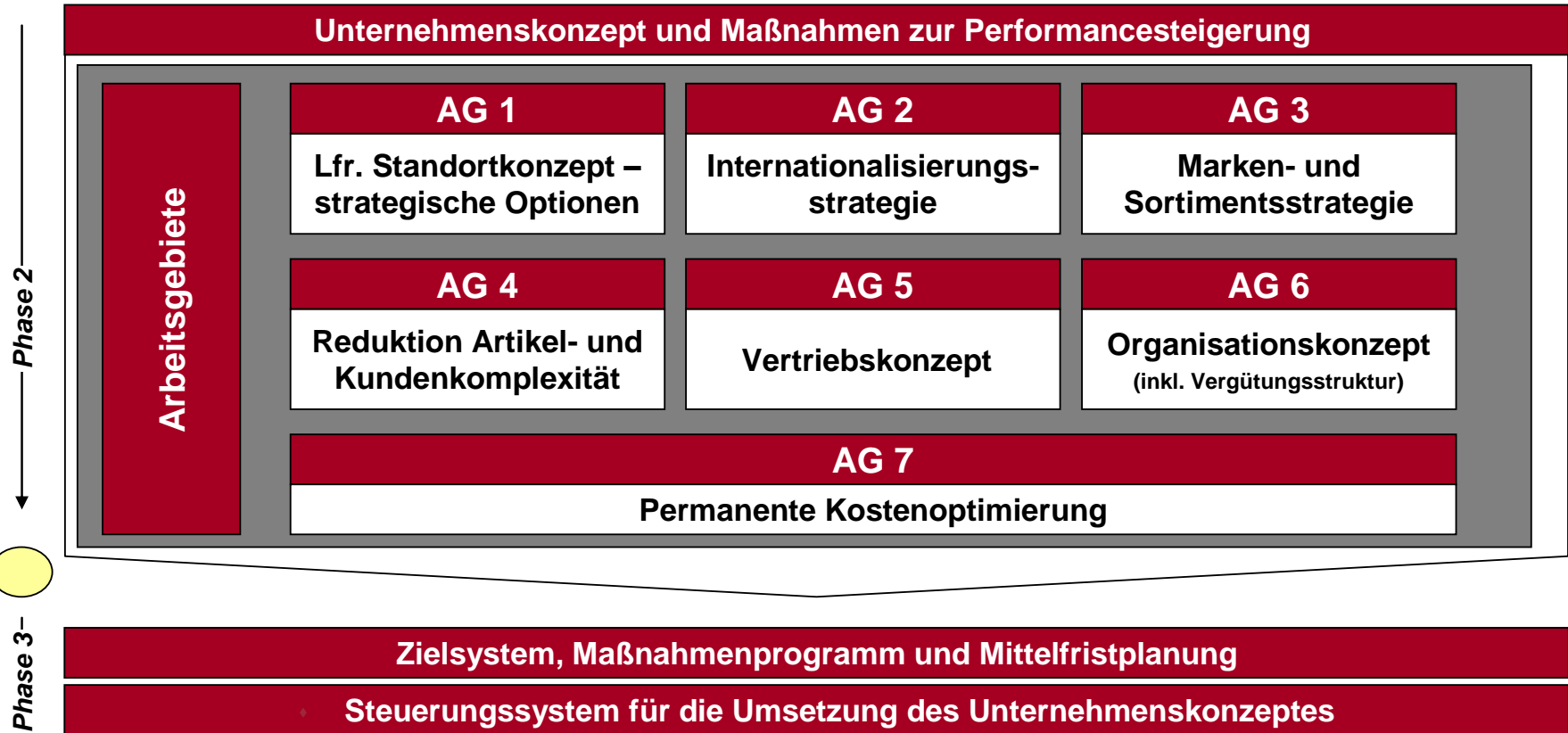
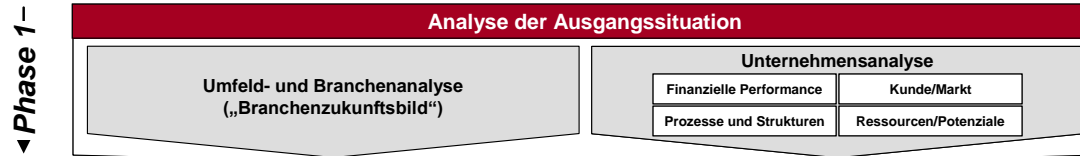
- ▲ Stärkung der Marken
- ▲ Ausbau des internationalen Markengeschäftes
- ▲ Private Label nur als Ergänzung (Auslastung der Kapazitäten) mit Differenzierung zur Marke
- ⇒ Manner als starkes Markenartikelunternehmen (ev. mit ergänzendem Handelsmarken-Geschäft)



Notwendige Weichenstellung durch Polarisierung der Märkte



Zentrale Maßnahmen



Kostenoptimierung

Wertschöpfungsstruktur

Kostenoptimierung im Einkauf

- ▲ Sichererstellung des Kostenoptimums bei Rohstoff und Material (für definierte Qualitäten) über die gesamte Wertschöpfungskette

Kostenoptimierung in Produktion und Technik

- ▲ Mittelfristige Optimierung bestehender Standortstrukturen
- ▲ Langfristige Fokussierung auf einen zentralen Produktionsstandort zur Optimierung der Kostenstruktur im Bereich Produktion und Logistik
- ▲ Reduktion laufender Kosten in Produktion und Technik

Kostenoptimierung in Marketing und Vertrieb

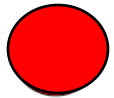
- ▲ Reduktion Kundenkomplexität und somit Senkung Logistik- und Handlingskosten
- ▲ Reduktion Artikelkomplexität und somit Senkung Handlingskosten

Finanzziele

- ▲ Nachhaltiges Erreichen der Kostensenkungsziele im Budget 2009 (Reduktion Material- und Fertigungskosten)
- ▲ Realisierung nachhaltiger Kosteneinsparungen von 1 Mio. € p.a. (über bestehende Budgetplanung hinausgehend)

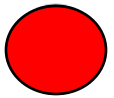
Planung/Budgetierung – Status Quo 2007

Integration der operativen Planung mit der strategischen Planung



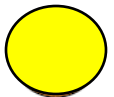
- ▲ Keine Rahmenvorgaben für die operative Planung auf Basis einer strategischen Planung bzw. Mittelfristplanung.

Integriertes Planungssystem



- ▲ Aktuell keine integrierte Planung (Ergebnis-, Finanz- und Bilanzplanung) (*aktueller Aufbau für lfd. Planungsprozess*).

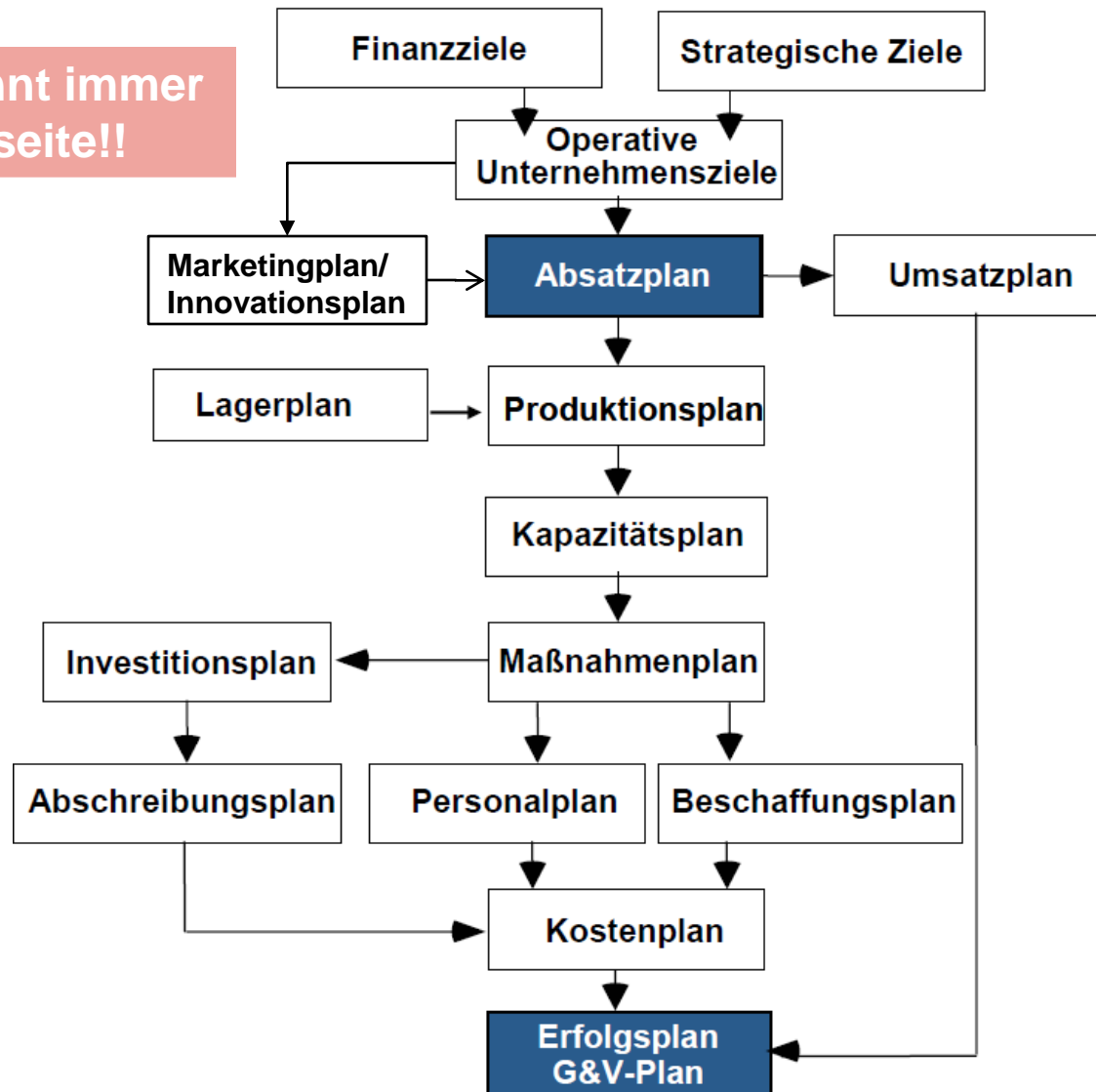
Gestaltungsorientierung/Maßnahmenorientierung



- ▲ Derzeitige Planung ist eher prognoseorientiert als gestaltungsorientiert.
- ▲ Keine systematische Maßnahmenplanung [Maßnahmendokumentation nur in Teilbereichen vorhanden]

Market-into-company - Ansatz

Planung beginnt immer von der Marktseite!!



Absatz- und Umsatzplanung

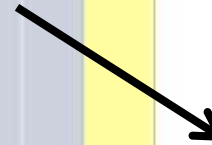
- **Mengenplanung in PST je**
 - Area Manger (Kundenverantwortlicher)
 - Land/Region
 - Kunde/Kundengruppe
 - Artikel/Artikelgruppe
 - Saisonalität (Ganzjährig/Saison/Aktion)
 - Monat (bei Generell Budget 13 Monate)
- **Daten werden (falls nicht detaillierter geplant) auf Basis von Vergangenheitsdaten auf tiefere Detailebenen verteilt.**
- **Preise, Konditionen werden aus ERP-Echtsystem in einen Planmandanten übernommen und dort adaptiert.**
- **Umsatz wird aus Mengen aus PST x Preis (inkl. Konditionen) aus Plan-ERP errechnet und in PST zurückgespielt.**

Absatzplanungsmaske in PST

Datenart	Nr.	Summe KG 2008	Summe KG VS09R2	Abw. % KG vs vs 2008	Summe KG Eingabe	Summe LE Eingabe	Abw. % KG GB vs VS	Std KG VS09R2	Std KG Eingabe	Std LE Eingabe	Abw. % KG GB vs VS	Aktion KG VS09R2	Aktion KG Eingabe	Aktion LE Eingabe	Abw. % KG GB vs VS	Summe NTS2 2008	Summe NTS2 VS09R2	Summe NTS2 Eingabe
Akt	001	-3.152	5.574	-276,8%	40.099		619,4%	5.581	40.106		618,7%	-7	-7		0,0%			
121.0000.00 MAN Schoko-Glasur 200g 10 Be	002	-2	-22	1000,0%	-22	-10	0,0%	-20	-20	-10	0,0%	-2	-2		0,0%	-3.153	-3.153	
131.0000.00 MAN Punsch-Glasur 200g 10 Be	003	-2	-22	1000,0%	-22	-10	0,0%	-20	-20	-10	0,0%	-2	-2		0,0%	-1.527	-1.527	
250.0000.00 MAN Schoko 250g 40 Th	004	-10		-100,0%														
261.0000.00 MAN Schoko 200g 26 Th	005	-5		-100,0%														
230.0000.00 MAN KurZB 200g 26 Th	007	-5		-100,0%														
232.0000.00 MAN KurW 200g 26 Th	009	-5		-100,0%														
40312.0000.00 MAN Arabesk 36 Stk 10 Plg	010		3		3	2	0,0%	3	3	2	0,0%							
10385.0000.00 MAN Lamm 24 Stk	011		2	-100,0%														
30310.0000.00 MAN Froh Nikolo 32 Stk	012	1	11	1300,0%	11	14	0,0%	11	11	14	0,0%					217	217	
50385.0000.00 MAN Neuj Schwein darf 16 Stk	013	1	1	-50,0%	1	2	0,0%	1	1	2	0,0%					14	14	
30306.0000.00 MAN N&K Kramp 60 Stk	014	12	3	-72,7%	3	4	0,0%	3	3	4	0,0%					40	40	
50325.0000.00 MAN Hufeisen 40 Stk	015	1	1	0,0%	1	2	0,0%	1	1	2	0,0%					55	55	
40473.0000.00 MAN WeihHerzen 50Stk 14 KrSa	016		1		1	1	0,0%	1	1	1	0,0%							
579.0000.00 MAN NuWurf 9 Stk 12 Tp	017	-3		-100,0%														
40570.0000.00 MAN WeihWurf 50 Stk 2 Des	018	3	3	0,0%	3	2	0,0%	3	3	2	0,0%							45
40601.0000.00 MAN WeihWurf 22 Stk 14 KrSa	019		1		1	1	0,0%	1	1	1	0,0%							
50580.0000.00 MAN GluokelWurf 9 Stk 12 Plg	020		1		1	1	0,0%	1	1	1	0,0%							

Eingabe auf Artikelenebene in KG oder Verkaufseinheiten

In Echtzeit berechnete \emptyset Nettoumsätze



Exportieren nach: Ausgabe

Maske JP Kunden EXP

Datenart	Nr.	Summe KG 2008	Summe KG VS09R2	Abw. % KG Summe 2008	Summe KG Eingabe	Summe LE Eingabe	Abw. % KG Summe VS09R2	Std KG Summe VS09R2	Std KG Eingabe	Std LE Eingabe	Aktion KG VS09R2	Aktion KG Eingabe	Aktion LE Eingabe	Summe NTS2 VS09R2	Summe NTS2 Eingabe
Gesamt	1	-3.152	5.574	-276,8%	40.099		619,4%	5.581	40.106		-7	-7		16.365	2.731
AT Austria	2	-2.087	228	-110,9%	195		-14,6%	235	202		-7	-7			
DE Deutschland	3	-29	22	-177,3%	15.961		71959,2%	22	15.961						
ES Spanien	4	-1.037	16	-101,5%	1.188		7530,1%	16	1.188						
HR Kroatien	5		5.308		22.755		328,7%	5.308	22.755						

Eingabe auf Länder oder Kundenebene

Exportieren nach: Ausgabe

Maske JP Monate

Datenart	Nr.	Summe KG VS09R2	Summe KG Eingabe	Summe LE Eingabe	Abw. % KG VS09R2	Std KG VS09R2	Std KG Eingabe	Std LE Eingabe	Aktion KG VS09R2	Aktion KG Eingabe	Aktion LE Eingabe
V_Planzeit	01	5.574	40.099		619,4%	5.581	40.106		-7	-7	
Jan	02	-3	1.029		-34411,3%		1.032		-3	-3	
Feb	03	-203	3.181		-1665,5%	-199	3.185		4	4	
März	04	-54	4.510		-8487,9%	-54	4.510				
April	05	-35	3.343		-9777,6%	-35	3.343				
Mai	06		3.396				3.396				
Juni	07		3.381				3.381				
Juli	08	-84	3.297		-4031,1%	-84	3.297				
Aug	09	-9	3.356		-38894,0%	-9	3.356				
Sep	10	13	3.364		25044,5%	13	3.364				
Oct	11	285	4.173		1363,9%	285	4.173				
Nov	12	2.980	3.683		23,6%	2.980	3.683				
Dez	13	2.683	3.386		26,2%	2.683	3.386				

Eingabe auf Monate



Produktionsplanung

■ Produktionsplan in ERP-Planmandanten

- Auflösung der geplanten Absatzmenge in einzelne Produktionsaufträge (unter Berücksichtigung von Beständen, Mindestproduktionsvolumen und Aufträgen)
- Auflösung der Produktionsaufträge in notwendige Ressourcen (Material, Maschinenstunden, Personalstunden) aufgrund der hinterlegten Arbeitspläne
- Bewertung des notwendigen Materialeinsatzes mit prognostizierten Materialpreisen (bei wichtigen Rohstoffen auf Quartalsbasis) -> werden im Planmandanten hinterlegt.

	Artikel...	Name	Variante	Version	Werk	Einstandsbetrag
*	R001	Div. Rohwaren	0000	00	1	2.822,14
	R002	Aromen, Essenzen	0000	00	1	19.555,20
	R006	Fette	0000	00	1	145.400,85
	R007	Mehle	0000	00	1	84.866,61
	R007	Mehle	0001	00	1	2.000,00
	R008	Zucker	0000	00	1	408.375,00
	R009	Sirup	0001	00	1	
	R010	Stärkeprodukte	0001	00	1	12.390,00
	R011	Eiprodukte	0000	00	1	27.000,00
	R012	Milchprodukte	0000	00	1	112.160,00
	R043	Bezogene Halbfabrikate, Haseln...	0000	00	1	458.354,40

Personalplanung

■ Produktionspersonal

- Auf Basis Produktion ermittelter Stunden wird die Mitarbeiteranzahl (auf Werksebene = Personalpool) ermittelt (zuzüglich Gemeinkostenzeiten wie Urlaub, Krankenstände, ... -> Erfahrungswerte)
~1.540 Stunden Leistungszeit, 460 Stunden Nichtleistungszeit
- Bewertung der Ressourcen mit geplanten Stundensätzen (Durchschnittssätze aus Lohnbüro für Personalpool)

■ Verwaltungspersonal

- Wird von Personalbüro zentral errechnet (inkl. Vorrückungen, geplanten Kollektivvertragserhöhungen)
- Von Vorgesetzten adaptiert (Eintritte, Austritte, a. o. Erhöhungen, Prämien, Überstunden)
- Endgültige Berechnung für Personalplanung durch Personalbüro (dzt. noch händisch erfasst in der Kostenplanung)

Kostenplanung

- **Im Herbst Forecast 2 für laufendes Jahr und Generell Budget für Folgejahr (alle 2 Jahre auch Mittelfristplanung für 3 Jahre)**
- **Anfang Mai Forecast 1 für laufendes Jahr**
- **Generell Budget und Forecast wird in PST geplant**
 - Auf Basis Konten/-gruppen und Kostenstellen/-gruppen
 - Marketingbudget auch noch zusätzlich auf Kostenträger
 - Jahreswerte (Verteilung auf Monate durch Schlüssel, historisch oder manuell)
 - Von den Kostenstellenverantwortlichen (Vorstand, Bereich, Abteilung)
 - Nur Fixkosten (var. Kosten ergeben sich auch Produktionsplanung)
- **Mittelfristplanung, Planbilanz und Plan-Cash Flow derzeit noch in Excel -> zukünftig in PST-COP**
- **Mittelfristplanung und rollierender Forecast in PST-COP**
 - Derzeit erst in der Einführungsphase

Kostenplanung

Exportieren nach: Ausgabe ab

Plan Kostenarten GB10 Marketing

Planzeit	IST 2008	Forecast 2009	Planerf. GB 2010	Abw. GB10 zu FC09
Mediawerbung (ATL)				
04780 Print/TV/Radio-Werbung In				
04782 Print/TV/Radio Werbung Au				
Verkaufsförderung (BTL)	-27.000	-15.850	-13.792	2.058
047811 Werbung Inland budgetiert				
047841 Werbung Ausland budg.Prom	-27.000	-15.850	-13.792	2.058
Sonst. Werbung		1.903	-10.375	-12.278
04781 sonstige Werbung				
04783 sonstige Werbung Napoli				
04784 Werbung Ausland			-7.500	-9.403
047842 Werbung Ausl.Vlkfd.nicht b				
04785 Fremdmuster & Artikelentw				
04786 Marktforschung(Marketing)				
04787 WKZ nicht vereinbart			-2.875	-2.875
06750 Aufwand f.Verpackungsmate				
Summe Marketing	-27.000	-13.947	-24.167	-10.219

**Eingabe auf Konten
bzw. Kontengruppen**

Exportieren nach: Ausgabe ab

Kostenstellen MV

Planzeit	IST 2008	Forecast 2009	Planerf. GB 2010	Abw. GB10 zu FC09
KoIA Ales Kolacek	-27.000	-13.947	-24.167	-10.219
MV3 4 Vertrieb Tschechien (CZ & SK)	-27.000	-13.947	-24.167	-10.219

**Eingabe auf Kostenstellen
bzw. Kostenstellengruppen**

Exportieren nach: Ausgabe ab

KTR-Planung Marketing

Planzeit	IST 2008	Forecast 2009	Planerf. GB 2010	Abw. GB10 zu FC09
Alle KTR	-27.000	-13.947	-24.167	-10.219
unbebuht unbebuht	-27.000	-13.947	-17.375	-3.428
3INS Inserate			-5.000	-5.000
2PRHON PR-Agentur Honorare			-1.667	-1.667
4INT Intemet			-125	-125
CAS Markenwerbung Casali				
MAN Markenwerbung Manner				
NAP Markenwerbung Napoli				
4WHON Werbeagentur Honorar				
3STEIN Steinmetz				
3UNT Verkaufsunterlagen (Preislisten, Verkaufsfolder)				
OANZ Anzeigen				
OPRPL Product Placement				
OPROD Produktion Spots				

Eingabe auf Kostenträger

Exportieren nach: Ausgabe ab

Planzahlen mit Monatszicht

Planzeit	IST 2008	Forecast 2009	Planerf. GB 2010	Abw. GB10 zu FC09
Juni	-27.000	-13.947	-24.167	-10.219

Eingabe je Monat



Kostentransparenz

5 Anforderung an Berichte

objektiv & leistungsfähig

zeitnah (rechtzeitig)

übersichtlich (knapp und klar)

empfängerorientiert

Maßnahmenvorschläge

Kostentransparenz

Vorstands – Cockpit

Konten BAB						Datenart						Konten BAB000Neu					
GuV CO (T€)						Abwesenheit (%)						DBR (T€)					
	IST Jan-2009	VJ Jan-2008	Abw. abs.	Abw. in %		Datenart	IST Jan-2009	VJ Jan-2008	Abw. in %	Abw.		IST Juni 2009	IST Juni 2008	Abw. abs.	Abw. VJ in %	Abw.	
Betriebsleistung				-2.5%		Kostenstellen Werbe	7.1%	10.3%	-31.0%	++	Verkaufsmenge in tons				-5.1%		
Summe Material				-10.7%		Werk W	8.1%	9.0%	-10.4%	++	NTS 1				-1.4%		
Summe Marketing				-10.8%		Werk WD	11.2%	11.0%	1.1%		WKZ				17.3%	++	
Summe Personalkosten				-0.7%		Zentrale	3.6%	3.3%	7.9%		NTS 2				-2.6%		
Kalk. EBIT						Gesamt	8.1%	8.8%	-7.9%	+	Provision & Logistik				-4.2%		
Finanzertrag/-aufwand				-65.8%						Verpackungsabgabe				13.7%	++		
Kalk. EBT				-144.5%						NTS 3				-2.5%			
JAHRESGEWINN-VERLUST				-183.5%						Produktionskosten IST				11.8%			
										Produktionskosten IST / 100 kg				-7.1%			
										Deckungsbeitrag 1				20.7%	++		
										Werbung				10.8%			
										Deckungsbeitrag 2				28.6%	++		
										Strukturkosten Produktion				-3.1%			
										Strukturkosten Kundenrgmt.				5.5%	++		
										Deckungsbeitrag 3				37.3%	++		
										Strukturkosten SCM				-0.5%			
										Strukturkosten Urmehnerangmt.				8.9%	++		
										Bestandsveränderung				-8.4%			
										Überleitung UKV => GKV				82.4%	++		
										Deckungsbeitrag 4				73.0%			
										Überleitung Kafe => GuV				94.1%			
										Spenden				-8.3%			
										Ableitungen				0.4%			
										Übrige Aufwände Erträge				98.0%			
										Personen				-0.8%			
										EBIT				83.0%			
										Finanzergebnis				45.8%			
										EBT				37.5%			
										Steuern/Verst.RU/a o RST				30.4%			
										JAHRESGEWINN-VERLUST				83.5%			

Kunden Kundenergebnis						Datenart						Artikel Markenergebnis					
NTS2 Region (T€)						NTS2 Marke (T€)											
	IST Jan-2009	VJ Jan-2008	Abw. abs.	Abw. in %	Abw.	Datenart	IST Jan-2009	VJ Jan-2008	Abw. abs.	Abw. in %	Abw.		IST Juni 2009	IST Juni 2008	Abw. abs.	Abw. VJ in %	Abw.
A Österreich				1%		MAN Männer				1%							
D-Deutschland					++	CAS Casal											
SLO Slowenien inkl. SEE						NAP Napoli											
EXR Export Rest						VS Victor Schmidt											
SHOP Shops					++	RM Raudische Meilen											
Kundengeschäft Rest					+	PL Private Label											
Summe Kundengeschäft						KND Kundengeschäft Rest											
						Summe Kundengeschäft											

Finanzkontenentwicklung (T€)												
Datenart	Basis Kom											
Measures	Kumuliert											
Zyk	Jul 2008	Aug 2008	Sep 2008	Okt 2008	Nov 2008	Dez 2008	Jan 2009	Feb 2009	März 2009	April 2009	Mai 2009	Juni 2009
Konten Finanz												
Ford Kunden												165
Verb Lieferanten												162
Verb.Ford Banken												426
Verb.Ford Gesellschaft												223
Gesamt												837

Kostentransparenz

BAB-Struktur (KUML) mit Plan

Konten BAB	IST Dez 2009	VJ Dez 2008	Abw. VJ abs.	PLAN Dez 2009	Abw. PLAN abs.
Frachtkosten	-201.605	-220.297	18.692	-240.065	38.460
Summe Erlösschmälerungen	-201.605	-220.297	18.692	-240.065	38.460
Betriebsleistung	-201.605	-220.297	18.692	-240.065	38.460
Personalaufwand eigen	-70.886	-49.720	-21.166	-58.028	-12.859
Personalaufwand fremd Tech.	12	24	-12	-359	372
Personalaufwand fremd Prod.	-2.210	-9.215	7.005	-3.628	1.418
Reisespesen/Schulungen	-857	-74	-783	-389	-468
Summe Personalkosten	-73.941	-58.985	-14.956	-62.404	-11.537
Interne Weiterverrechnung	-217	-283	66	-307	90
Hilfs- und Betriebsstoffe	-392	-125	-267	-258	-133
Fremdreparaturen/Wartung/Ersatzteile	-307	-1.040	733	-571	264
Mieten/Leasing	-546	-539	-8	-613	67
Telefon/Gebühren/Steuern	-21	-162	141	-178	157
Versicherung/Beratung	-3.318	1.427	-4.746	2.155	-5.473
Sonstige Aufwände	6		6		6
Sonstige Erträge	12.531	7.911	4.619	56	12.475
Geringwertige Wirtschaftsgüter	-1.250		-1.250	1.442	-2.692
Summe sonst. Aufwand/Ertrag	6.486	7.191	-705	1.726	4.759
Kalk. AFA fix	-3.956	-4.045	89	-3.512	-444
Summe Kalk. AFA	-3.956	-4.045	89	-3.512	-444
Kalk. EBIT	-273.016	-276.136	3.120	-304.256	31.239
Überleitung Kore->GuV	57.993	-1.879	59.873		57.993
Übrige Aufwände und Erträge		-45	45		
Summe GuV Aufwand/Ertrag	57.993	-1.924	59.917		57.993
Kalk.EBT	-215.023	-278.060	63.037	-304.256	89.232
Steuern/unverst.RL/ao.RST	15.846		15.846		15.846
PERIO DENGEWINN-VERLUST	-199.177	-278.060	78.884	-304.256	105.079

BAB mit Kostenstellen IST mit Abw. (KUML) nach Werke

Datenart Kostenstellen Werke	IST Dez 2009	VJ Dez 2008	Abw. VJ abs.	PLAN Dez 2009	Abw. PLAN abs.
Werk PE	1.344	-15.800	17.144	-15.106	16.450
EML3 4 Lager P	1.344	-15.800	17.144	-15.106	16.450
Werk W	-9.871	-35.377	25.506	-33.004	23.133
EML3 2 Lager W - FW	-9.871	-35.377	25.506	-33.004	23.133
Werk WO	3.319	-16.131	19.451	-16.573	19.892
EML3 5 Lager WO	3.319	-16.131	19.451	-16.573	19.892
Zentrale	-193.969	-212.580	18.611	-239.573	45.604
EML4 3 Spedition	-193.969	-212.580	18.611	-239.573	45.604

**z.B. Lagerkosten im Detail,
Durchklicken auf einzelne
Konten/Kostenstellen und
Einzelbuchungen**

MANNER 2010

ersten Schritte
in die richtige Richtung



UNTERNEHMENS-KENNZAHLEN

KENNZAHLEN ZUR ERTRAGSLAGE

	2008
Umsatzerlöse (T€)	168.093
Exportquote	56,0%
Betriebsleistung (T€)	170.123
EBITDA (T€)	13.351
EBIT (T€)	4.639
EBT (T€)	2.739
Jahresüberschuss (T€)	2.038
Jahresgewinn (T€)	911

ROS (Umsatzrentabilität)	2,8%
ROE (Eigenkapitalrentabilität)	8,1%
ROI (Gesamtkapitalrentabilität)	4,8%

KENNZAHLEN ZUR VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Bilanzsumme (T€)	97.511
Anlagevermögen (T€)	49.731
Umlaufvermögen (T€)	47.329
Eigenkapital (T€)	32.701
Verbindlichkeiten (T€)	44.854

Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	13.466
Free Cash Flow	9.236

Net Debt / Nettoverschuldung (T€) *	24.548
Working Capital / Nettoumlaufvermögen (T€)	976
Equity Ratio (Eigenkapitalquote)	34,6%
Gearing (Nettoverschuldung)	72,8%

Zurück zum Ursprung (die rosa Perle des Hauses)



Manner Shop – Stephansplatz Wien