

## Creditreform Rating-Summary zum Unternehmensrating

Informationstableau		Neuss 28.06.2013	
„Royalbeach“ Spielwaren und Sportartikel Vertriebs GmbH		Rating:	PD 1-jährig:
		<b>BB+</b>	<b>0,70%</b>
		Erstellt am:	28.06.2013
Creditreform ID:	825.0099440	Gültig bis max.:	27.06.2014
Geschäftsführung:	Hans-Jürgen Münch (geschäftsführender Gesellschafter)	Mitarbeiter:	67
		Umsatz:	55,94 Mio. € (Gj. 2012)
(Haupt-)Branche:	Großhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör, Sport- und Campingartikeln		

### Hinweis:

Zu diesem Rating-Summary wurde der „Royalbeach“ Spielwaren und Sportartikel Vertriebs GmbH ein umfassender Ratingbericht inkl. Zertifikat ausgehändigt. Dieser enthält umfassende Informationen zum Rating des Unternehmens. Bei Unstimmigkeiten ist der Ratingbericht maßgeblich. Eine Veröffentlichung der Inhalte des Berichts von Seiten der Creditreform Rating AG ist ausgeschlossen.

### Zusammenfassung

Die „Royalbeach“ GmbH vertreibt seit 1989 eigene Kollektionen von Sport- und Freizeitartikeln im In- und Ausland. Mittlerweile wurde die Produktpalette um mehrere Produktgruppen erweitert und das Unternehmen hat sich zu einer Supply-Chain Company im Sport- und Freizeitbereich entwickelt. Die Marketing- und Dienstleistungstätigkeiten von „Royalbeach“ umfassen die gesamte Wertschöpfungskette entlang des Handelsprozesses von an Kunden angepasster Produktkonzipierung bis zum Qualitäts- und Logistikmanagement. Die „Royalbeach“ Spielwaren und Sportartikel Vertriebs GmbH erzielte im Geschäftsjahr 2012 Umsatzerlöse i.H.v. rd. 55.941 TEUR (Vj. rd. 50.821,15 TEUR) und einen Jahresüberschuss i.H.v. rd. 1.143,95 TEUR (Vj. rd. 932,71 TEUR). Die 100%-ige Tochtergesellschaft „Royalbeach“ Spielwaren und Sportartikel Vertrieb Ges.mBH, Österreich, die sich auf den österreichischen und den osteuropäischen Märkte konzentriert, hat außerdem Umsatzerlöse i.H.v. 12.701 TEUR (Vj. 14.234 TEUR) sowie einen Jahresüberschuss von 329 TEUR (Vj. 233 TEUR) erwirtschaftet.

Basis: Jahresabschluss 2012 (HGB)	Strukturbilanz	
	2012	2011
Bilanzsumme	47,47 Mio. €	39,38 Mio. €
Eigenkapitalquote	22,51 %	24,16 %
Umsatz	55,94 Mio. €	50,82 Mio. €
Jahresüberschuss	1,14 Mio. €	0,93 Mio. €
Gesamtkapitalrendite	6,62 %	6,69 %
Umsatzrendite	2,90 %	2,78 %
Cashflow zur Gesamtleistung	2,42 %	2,32 %
Thesaurierungsquote	100%	100%

Damit wird der „Royalbeach“ Spielwaren und Sportartikel Vertriebs GmbH eine befriedigende Bonität attestiert.

## Strukturinformationen

Die „Royalbeach“ Spielwaren und Sportartikel GmbH wurde 1989 durch den Kaufmann Herrn Hans-Jürgen Münch gegründet. Ursprünglich war die Einfuhr verschiedener aufblasbarer Sport- und Freizeitartikel in Deutschland Schwerpunkt der Unternehmensaktivität. Im Laufe der Zeit entwickelte sich das Unternehmen zu einer Supply-Chain Gesellschaft, deren Marketing- und Dienstleistungspalette die gesamte Wertschöpfungskette entlang des Handelsprozesses umfasst. „Royalbeach“ konzipiert heute an Markt- und Kundenbedürfnisse angepasste Produktideen, testet deren Marktakzeptanz mit gemeinsamen Partnern, berät Unternehmen bei der Ausstattung dieser Artikel, entwirft Produkt- und Verpackungsdesign und bietet ein entsprechendes Qualitäts- und Logistikmanagement an.

Die Weiterentwicklung des Unternehmens war durch die Gründung der 100%-igen Tochtergesellschaft „Royalbeach“ Ges.m.b.H., Österreich, im Jahr 1992 und der Royalbeach Int. Ltd. (95% des Stammkapitals gehören der Muttergesellschaft) mit Firmensitz in Hongkong im Jahr 1996 gekennzeichnet. Die österreichische Gesellschaft konzentriert sich überwiegend auf die Bedienung der Exportmärkte in Österreich, Ungarn, Tschechien und Slowenien und ist der Sitz des europaweiten Callcenters. Mit der asiatischen Tochtergesellschaft wurde ein engerer Bezug zu den neuen Märkten und potenziellen Lieferanten geschaffen. Sie dient nunmehr der Aufrechterhaltung, der Pflege und dem Ausbau des Lieferantenkreises in China. Außerdem übernimmt die Gesellschaft in Hongkong die Verantwortung als Inspektionsbüro für die Qualitäts- und Terminkontrolle sowie die Überwachung der Containerbeladung.

Aufgrund einer übersichtlichen Struktur hat sich im Konzern eine Organisation nach Funktionsbereichen etabliert. Neben zwei Tochtergesellschaften, deren Aktivitäten durch die Konzentration auf bestimmte regionale Märkte gekennzeichnet sind, lassen sich im Konzern folgende unternehmensübergreifende Funktionsbereiche unterscheiden:

- Service (Hotline, Retourenmanagement, Reparaturwerkstatt)
- Warenwirtschaft (Logistik und Lager)
- Qualitätsmanagement
- Controlling (Buchhaltung, Controlling, Finanzen, Personal, EDV, Verwaltung)
- Marketing (Fitness, Outdoor, Comfort Med)

Diese Aktivitäten werden von der Verwaltungszentrale in Kirchanschöring gesteuert. Durch die bestehende Struktur wird bisher eine effiziente Steuerung des Unternehmens gewährleistet. Die einzelnen Prozesse sind klar dokumentiert und sinnvoll gegliedert. Der neue Geschäftsbereich Produktion und Vertrieb der LED-Leuchten unter der eigenen Marke „Velios“ wurde in die bestehenden Organisationsstrukturen integriert. Für dieses Programm wurden neue qualifizierte und erfahrene Mitarbeiter angestellt. Die Geschäftsführung plant die Markteinführung der „Velios“-Leuchten im Herbst 2013. Im Rahmen des Eintritts in den US-amerikanischen Markt erscheint nach Ansicht der Geschäftsleitung die Etablierung des lokalen Standorts vor Ort notwendig. Die Eröffnung der „Royalbeach“-Niederlassung in Chicago soll bereits im laufenden Jahr stattfinden.

## Markt, Produkte

Das Geschäftsmodell des Unternehmens umfasst mehrere über den Handel hinaus gehende Dienstleistungen, die es dem Unternehmen ermöglichen, Alleinstellungsmerkmale gegenüber der Konkurrenz zu kreieren. Die Produktideen und die Konzipierung neuer Projekte werden an die Kundenbedürfnisse angepasst, das Unternehmen berät seine Kunden bei der Ausstattung neuer Produkte, erarbeitet Produkt- und Verpackungsdesigns und bietet ein Qualitätsmanagement an. In den letzten Jahren hat das Unternehmen darüber hinaus einen guten After-Sales-Service aufgebaut.

Das Unternehmen fokussierte sich bisher im Wesentlichen auf drei Kerngeschäftsfelder. Dabei handelt es sich um den Geschäftsbereich „Fitness und Freizeit“, der Fitnessgeräte verschiedener Dimensionen und Ausrichtungen umfasst (z.B. Ergonometer, Crosstrainer, Laufbänder, Kraftstationen), den Geschäftsbereich „Outdoor“, der alles rund um die Aktivitäten in freier Natur und den Tourismus umfasst (Rucksäcke, Zelte, Schlafsäcke, Campingmöbel) sowie den Geschäftsbereich „Fun und Waves“ für Spielwaren, Schwimm- und Freizeitartikel sowie eine große Palette von sonstigen Sportgeräten. Der Konzern hat die Entwicklung der demografischen Situation erkannt und eine neue Linie für die „Best Ager“ eingeführt, die angabegemäß

bereits eine große Akzeptanz unter den Konsumenten genießt. Die Analyse der Umsatzerlöse nach Produktarten lässt erkennen, dass die Fitnessartikel mit 55% deren Großteil ausmachen. Der Fitnessbereich ist der Hauptumsatzträger für die Herbst- und Wintermonate. Dieser saisonalen Tendenz wird durch die konsequente Arbeit an der Entwicklung neuer Produktgruppen gegengesteuert. Dies gelingt dadurch, dass die Sommer- und Outdoorartikel im Wesentlichen in den Frühlings- und Sommermonaten verkauft werden.

Trotzdem sich der Konzern auf Produkte im unteren Preissegment fokussiert, wird ein besonderer Wert auf die Sicherung der aktuellen Qualitätsanforderungen gelegt. Die Produktentwicklung erfolgt weitgehend in enger Zusammenarbeit mit Endverbrauchern wie Fitnessketten, Großkunden und Hochschulen, wie z.B. der TU München. Die neuen Produkte werden durch erfahrene Industriedesigner und Entwicklungsteams konzipiert, Musterprodukte werden in Deutschland hergestellt. Durch die Kenntnis der Beschaffungsmärkte in Asien ist das Unternehmen in der Lage, Produktionskosten zu optimieren und dadurch seine Produkte für eine breitere Konsumentenbasis erschwinglich zu machen. Steigende Preise bei den asiatischen Herstellern erfordern jedoch zunehmend innovative Produktideen, um sich hinreichend von Wettbewerbern abgrenzen zu können. Die Fertigprodukte unterliegen einer Endabnahme durch Qualitätsmanager. Das Unternehmen lässt seine Produktion durch renommierte Prüfinstitute (DIN, LGA, TÜV, SGS) zertifizieren.

Deutschland und Österreich stellen mit jeweils 53% und 22% der Umsatzerlöse (bezogen auf das Jahr 2011) die mit Abstand wichtigsten Absatzmärkte des Konzerns dar. Eine Analyse der Umsätze nach Absatzmärkten macht eine starke Konzentration auf die Vertriebsschiene Discounter deutlich, sie stellen mit 70% aller Umsatzerlöse den größten Abnehmerkreis des Unternehmens dar. Das bedeutet für den Konzern eine starke Abhängigkeit von wenigen Großkunden, was ein besonderes Risiko darstellt. Dieser Sachverhalt ist der Geschäftsleitung bewusst und es wird daran gearbeitet, neue Märkte zu erschließen, neue Kunden zu gewinnen und die eigene Marke zu stärken, um dieses Problem damit zu relativieren. Die dabei entstandenen positiven Effekte der langjährigen, erfolgreichen Zusammenarbeit haben zu einer hohen Kundenbindung geführt, wodurch stabile Umsätze mittelfristig gewährleistet sind. Darüber hinaus bekommt das Unternehmen Anregungen zur Produktentwicklung direkt vom Kunden und kann die Entwicklungen des Marktes besser verfolgen. Die Hürden für Wettbewerb sind hinsichtlich Erfolgswahrscheinlichkeit von Aktionen, Qualitätsproblemen und After-Sales-Service entsprechend hoch. Die Aktionen im Discountbereich werden mit einer Vorlaufzeit von bis zu einem Jahr geplant und die Abnahmemengen garantiert.

Im Herbst 2013 startet nach Angaben der Geschäftsführung das neue Produktprogramm mit LED Leuchten unter der eigenen Marke Velios. In diesem Zusammenhang wurden Verträge mit deutschen Fachhandelsketten und Baumärkten abgeschlossen. Die Verkaufssaison dauert von September bis März. Die Geschäftsführung rechnet durch die Einführung des neuen Produktes mit einer deutlichen Verbesserung der Ertragslage, unter anderem aufgrund der höheren Margen in diesem Bereich.

## Strategie

Die Geschäftsleitung der „Royalbeach“ Spielwaren und Sportartikel Vertriebs GmbH recherchiert eingehend Markttrends und versucht, mit ihrer langjährigen Markterfahrung zukünftige Entwicklungen frühzeitig in die strategischen Produktüberlegungen einzubeziehen. Die Strategiekonzepte des Unternehmens stellen sich folgendermaßen dar:

**Weitere Internationalisierung des Konzerns und Erschließung neuer Märkte.** Das Unternehmen plant, einen eigenen Standort in den USA zu eröffnen. Im laufenden Geschäftsjahr soll die Eröffnung der Niederlassung in Chicago stattfinden. Dieses Strategiekonzept basiert auf einer langjährigen Zusammenarbeit mit Großkunden. Aufgrund dieser soliden Geschäftsbasis konnte das Unternehmen in den letzten Jahren erfolgreich neue Märkte sowohl in Europa als auch in Australien und Neuseeland erschließen. Aufgrund der Expansion der Großkunden in den USA, die um den Non-Food-Bereich erweitert wird, sieht die Unternehmensleitung ein großes Marktpotenzial in dieser Region.

**Gründung eines Joint Ventures mit einem großen Hersteller von Fitnessgeräten.** Dadurch soll der sich im asiatischen Raum ausbreitenden Tendenz der Steigerung von Material- und Personalkosten begegnet werden. Die Unternehmensleitung erwartet hierdurch auch eine Streuung von Risiken auf die erweiterte Lieferantenbasis, die Sicherung von vorhandenen Ressourcen, den Zugang zu neuen Technologien und Absatzmärkten sowie eine bessere Durchsetzung eigener Interessen gegenüber den Zulieferern.

**Einstieg in den neuen Sortimentsbereich von LED-Leuchten.** Hierfür plant das Unternehmen, eine Vertriebspartnerschaft mit einem namhaften asiatischen Hersteller, der an der Börse in Hongkong gelistet ist,

einzuweisen. Der Vertrieb von LED-Leuchten in Deutschland, Österreich und der Schweiz unter der dafür registrierte eigene Marke Velios soll nunmehr im Herbst 2013 aufgenommen werden. Mit diesem Einstieg erhofft das Unternehmen ein Abflachen der Saisonkurve und damit das Erreichen einer höheren Saisonunabhängigkeit sowie die Gewinnung neuer Kunden.

Der Vertriebskanal, **Handel über Internetplattformen**, hat sich als erfolgreich bestätigt. Das Unternehmen plant daher, diesen Zweig weiterzuentwickeln. Der Internethandel trägt außerdem zu einer Stärkung der eigenen Marke „Royalbeach“ bei, was von der Unternehmensleitung als weiterer Faktor des Erfolgs angesehen wird. Er bietet als zusätzlicher Absatzkanal zudem die Möglichkeit der Zweitvermarktung von im direkten Handel nicht abgesetzten Produkten bzw. dem weiteren Abverkauf von Aktionsware auch nach dem Auslaufen der Aktionen bei den Discountern.

Die Geschäftsleitung beabsichtigt weiterhin, durch die ständige **Entwicklung neuer Produkte** mit den bestehenden Kooperationspartnern, auch außerhalb des angestammten Produktportfolios, sich weiter vom Wettbewerb zu differenzieren und weiter zu wachsen.

## Rechnungswesen/Controlling

Das Rechnungswesen und das Controlling sind in Kirchanschöring zentralisiert. Die Rechnungslegung erfolgt nach den Vorschriften des HGB. Das Unternehmen erstellt einen Konzernabschluss, der die deutsche Muttergesellschaft „Royalbeach“ Spielwaren und Sportartikel Vertriebs GmbH und das österreichische Unternehmen „Royalbeach“ Spielwaren und Sportartikel Vertrieb Ges.m.b.H. umfasst. Die Tochtergesellschaft Royalbeach International Limited, Hongkong, ist entsprechend §296 Abs.2 HGB nicht in den Konzernabschluss einbezogen. Die Gesellschaft ist nach der Rechtsprechung von einer untergeordneten wirtschaftlichen Bedeutung. Im Rahmen des Ratings 2013 war der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2012 noch in Vorbereitung, so dass für die Auswertung der wirtschaftlichen Verhältnisse die Einzelabschlüsse der Gesellschaften in die Analyse einbezogen waren. Die Buchführung wird über das System der GDI GmbH abgewickelt. Die Einzelabschlüsse, waren mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Das Reporting ist im Unternehmen gut organisiert. Neben den monatlichen Berichten im Maßstab des jeweiligen Unternehmens werden quartalsweise Finanzberichte für beide wichtigsten Konzerngesellschaften erstellt, die die aktuellen Erfolgs- sowie Cashflow-Rechnungen sowie die Analysen der Finanzlage mit entsprechenden Erläuterungen und Analysen der gesamten Marktsituation enthalten. Ergänzt werden die Informationen durch Soll/Ist- und Vorjahresvergleiche, die eine Einordnung der jeweiligen Geschäftszahlen ermöglichen. Über das Reporting des laufenden Geschäftsjahres hinaus werden Planungen hinsichtlich Ertrags- und Kostenlage, sowie Einnahmen- und Ausgabenplanungen mit einem zeitlichen Horizont von einem Jahr erstellt. Mittelfristige Planungen werden zusätzlich in regelmäßigen Abständen vorgenommen.

Wir betrachten das Rechnungswesen und Controlling als gut ausgebaut. Während des Managementgesprächs wurde deutlich, dass die Geschäftsleitung die beschriebenen Instrumente zur Unternehmenssteuerung und -kontrolle regelmäßig nutzt.

## Finanzen

Zum 31.12.2012 betrug das bereinigte Eigenkapital der „Royalbeach“ Spielwaren und Sportartikel Vertriebs GmbH 10.684,78 TEUR (Vj. 9.513,18 TEUR) was einer Eigenkapitalquote von 22,51% (Vj. 24,16%) entspricht. Die Eigenkapitalquote ist somit vor dem Hintergrund der deutlichen Ausweitung der Bilanzsumme trotz des positiven Jahresergebnisses und der absoluten Steigerung des Eigenkapitals im Zuge der vollständigen Gewinnthesaurierung um 1,65 Prozentpunkte gesunken. Gewinnvortrag und Jahresüberschuss machen insgesamt 97,2% des Eigenkapitals aus, was die konsequente Thesaurierungspolitik der Geschäftsführung und die positive Ergebnissituation über mehrere Jahre hinweg widerspiegelt.

Die Bilanzsumme ist vor allem durch die Erhöhung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 27.090 TEUR im Vorjahr auf 35.231 TEUR zum 31.12.2012 gestiegen. Diese deutliche Steigerung ist zum einen durch die Erschließung der Auslandsmärkte und die Ausweitung des Geschäfts und zum anderen durch das traditionsgemäß erhöhte Umsatzvolumina zum Jahresende zu erklären. Des Weiteren war eine Steigerung des Anlagevermögens im Zuge des Ausbaus der Betriebseinrichtungen in Kirchanschöring zu

verzeichnen (siehe hierzu auch das Kapitel Aktuelle Entwicklung).

Im Rahmen der kurzfristigen Finanzierung verfügt das Unternehmen über umfangreiche Kreditlinien. Die Summe der Kontokorrentlinien, die von 11 regionalen und überregionalen Banken zur Verfügung gestellt werden, betrug zum Zeitpunkt der Analyse insgesamt 33,9 Mio. EUR, davon wurden zum 04.06.2013 insgesamt 23,8 Mio. EUR in Anspruch genommen. Des Weiteren stehen der Royalbeach-Österreich rd. 12,5 Mio. EUR Kontokorrentlinien zur Verfügung. Davon waren zum 31.12.2012 rd. 6,7 Mio. EUR in Anspruch genommen. Die Gesellschaft greift des Weiteren auf die Forfaitierung als ein wesentliches Finanzierungsinstrument zurück. Zum 31.12.2012 waren rd. 10 Mio. EUR Forderungen aus Lieferungen und Leistungen an ein Kreditinstitut veräußert.

Seit Herbst 2011 bietet die Gesellschaft eine Unternehmensanleihe in Form von Inhaber-Teilschuldverschreibungen im Betrag von 1.000 EUR. Zum Zeitpunkt des Managementgesprächs waren insgesamt rd. 8 Mio. EUR Inhaber-Teilschuldverschreibungen gezeichnet. Mit dem erreichten Anleiheaufkommen konnte die Gesellschaft das Wachstum in den Auslandsmärkten sowie den Ausbau der Betriebs-einrichtungen vorantreiben.

Im Juni 2012 hat die Gesellschaft die stille Beteiligung der BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH in Höhe von 600 TEUR plangemäß zurückgeführt. Es ist ein neues stilles Gesellschaftsverhältnis mit einer Einlage von 1 Mio. EUR vereinbart.

Im Zuge der Ausweitung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen war der operative Cashflow im Geschäftsjahr 2013 trotz der positiven Ergebnislage mit -5.430 TEUR negativ. Das Wachstum des Geschäftsvolumens und die Baumaßnahmen in Kirchanschöring waren durch die leichte Erhöhung der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sowie durch die Anleihe finanziert.

Das Debitorenmanagement ist angemessen ausgebaut. Eine aktuelle Offene-Posten-Liste mit Laufzeitstruktur wurde vorgelegt. Eine kurzfristige Liquiditätsplanung wird regelmäßig auf Monatsbasis erstellt. Der Großteil (bis zu 70%) der Umsätze generiert das Unternehmen mit einer der größten Discouterketten mit einer guten Bonität. Aufgrund der hohen Vorfinanzierungsraten und der relativ langen Zahlungsziele ist ein relativ hoher Liquiditätsbedarf in der Gesellschaft zu verzeichnen. Vor dem Hintergrund der Anleiheemission und derzeit vorhandenen freien Kontokorrentlinien stellt sich die Finanzierungssituation derzeit als relativ entspannt dar.

## Risiken

Die „Royalbeach“ Spielwaren und Sportartikel Vertriebs GmbH verfügt über ein gut ausgebautes Risikomanagementsystem und ein rechnungslegungsbezogenes internes Kontrollsystem. Damit wird im Unternehmen mit einem ausführlichen Risikofrüherkennungssystem sowie einem internen Kontrollsystem etwaigen negativen Folgen von Risiken entgegengewirkt.

Die Zusammenarbeit mit den Großkunden ist mittel- bis langfristig ausgelegt, so dass das Unternehmen über eine angemessene Reaktionszeit verfügt, gegebenenfalls die eigene Strategie zu ändern. Darüber hinaus reduziert die verstärkt ausgebaute Direktvermarktung schrittweise die Abhängigkeit von den Großkunden. Die Haftungsrisiken im Zusammenhang mit der Erschließung des US-amerikanischen Marktes wurden über entsprechende Versicherungen beschränkt.

Zu den wesentlichen Risikofeldern gehören:

- Abhängigkeit von wenigen Kunden und Risiko des Kundenverlustes
- Ansteigende Preise auf dem Beschaffungsmarkt
- Absatzrisiko im nicht-Discountermarkt
- keine Erfahrungen als Mitunternehmer in Asien
- Risiko der Fehlinvestition
- Fremdwährungsrisiko
- Zinsänderungsrisiko

Sowohl Risikomanagementsystem als auch internes Kontrollsystem umfassen alle Funktionsbereiche des Unternehmens. Wir halten das Risikomanagementsystem für ausreichend und angemessen und die Risiko-einschätzung für adäquat.

## Aktuelle Entwicklung

Nach dem sich die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland im Jahr 2011 mit einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 3% deutlich positiv darstellte, wurde vor dem Hintergrund der europäischen Wirtschafts- und Schuldenkrise im Jahr 2012 nur noch ein Wachstum von 0,7% erreicht. Die Prognosen für das Jahr 2013 sind aufgrund der wirtschaftlichen Probleme vieler Euro-Länder sowie der Konjunkturdelle vom Winter eher verhalten. Die Bundesregierung hat das erwartete Wirtschaftswachstum für 2013 auf 0,5% geschätzt. Trotz des verhaltenen Wachstums sorgen die guten Rahmenbedingungen in Deutschland für ein positives Konsumklima. Vor allem sind die folgenden drei positiven Faktoren zu nennen: Die positive Lage am Arbeitsmarkt im Zusammenhang mit der günstigen Einkommensentwicklung bei einem sich abschwächenden Preisauftrieb. Das prognostizierte Verbrauchervertrauen steigt für Juli 2013 stark um 0,3 auf 6,8 Punkte und damit auf den höchsten Stand seit 2007. Die Umfragen signalisieren, dass der private Verbrauch im weiteren Verlauf des Jahres eine Stütze des BIP bleiben wird.<sup>1</sup>

Die Royalbeach GmbH konnte im Geschäftsjahr 2012 die Umsatzerlöse von 50.821 TEUR im Vorjahr auf 55.941 TEUR steigern und somit ein Wachstum von ca. 10% erreichen. Die Inlandumsätze konnten nur leicht gesteigert werden, so dass das Wachstum insbesondere durch die Auslandsumsätze, vor allem in den USA, getragen wurde. Für die weitere Bearbeitung dieses Marktes wird derzeit ein eigener Standort in Chicago aufgebaut, der nach den Planungen der Geschäftsführung bereits im laufenden Jahr eröffnet wird.

Die Entwicklung der Gesellschaft der letzten Geschäftsjahre ist anhand ausgewählter Kennwerte in der folgenden Tabelle dargestellt:

Royalbeach GmbH (in T€)	2010 Ist	2011 Ist	2012 Ist
Umsatz	48.492	50.821	55.941
EBITDA	2.492	3.245	3.780
EBIT	2.340	3.042	3.587
EBT	869	1.438	1.641
EAT	512	933	1.144

Neben der Steigerung der Umsatzerlöse konnte die Rotertragsquote im Geschäftsjahr 2012 um zwei Prozentpunkte von 24,21% auf 26,21% gesteigert werden. Vor dem Hintergrund der im Vergleich zum Umsatzwachstum nur leicht, von 2.238 TEUR auf 2.414 TEUR gestiegenen Personalkosten konnte auch die Personalaufwandsquote verbessert werden und betrug im Geschäftsjahr 2012 4,97% (Vj.: 5,13%). Dagegen sind die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Zuge der Erschließung des amerikanischen Marktes und der Vorbereitungen des neuen LED-Programms deutlich auf 8.419 TEUR (Vj.: 6.807 TEUR) gestiegen. Die wachstumsbedingte Ausweitung der Finanzverbindlichkeiten, zum einen durch die weitere Platzierung der im Oktober 2011 initiierten Anleihe und zum anderen durch die Erhöhung der Bankverbindlichkeiten um rd. 1,5 Mio. EUR, hat eine Erhöhung der Zinsaufwendungen um ca. 300 TEUR auf 1.964 TEUR bewirkt. Insgesamt wurde ein Jahresergebnis nach Steuern von 1.144 TEUR (Vj.: 933 TEUR) und somit eine Steigerung um rd. 22% erreicht.

Vor dem Hintergrund des Wachstums in die USA hat sich die Bilanzsumme zum 31.12.2012 gegenüber dem Vorjahr deutlich, um rd. 8 Mio. EUR auf 47.467 erhöht. Vor allem ist der Betrag der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, von 27.091 TEUR im Vorjahr auf 35.231 TEUR gestiegen. Nach Angaben der Geschäftsführung ist dies vor allem auf die hohen Umsatzvolumina unmittelbar vor Geschäftsjahresende zurückzuführen. Die Gesellschaft hat den Ausbau der Betriebseinrichtungen vorangetrieben und einen neuen Lager in Kirchanschöring gebaut. Das Anlagevermögen ist dadurch um rd. 430 TEUR auf 2.152 TEUR gestiegen. Folglich hat sich die Eigenkapitalquote zum 31.12.2012 trotz der absoluten Steigerung des Eigenkapitals von 9.513 TEUR auf 10.685 TEUR auf 22,51% reduziert (Vj. 24,16%).

Dagegen war im Geschäftsjahr 2012 bei der österreichischen Tochtergesellschaft, der Royalbeach Spielwaren und Sportartikel Vertrieb Ges. mbH, ein Umsatzrückgang um rd. 1.500 TEUR auf 12.701 TEUR zu ver-

<sup>1</sup> Nach der Pressemitteilung der GkK vom 26.06.2013

zeichnen. Durch die ähnlich wie bei der Muttergesellschaft gestiegene Rohertragsquote bei stabilen Personalaufwendungen und leicht zurückgegangenen sonstigen betrieblichen Aufwendungen konnte das Betriebsergebnis (EBIT) von 314 TEUR im Vorjahr auf 440 TEUR gesteigert werden. Insgesamt wurde bei der Royalbeach-Österreich ein Jahresüberschuss von 329 TEUR (Vj. 233 TEUR) erreicht werden.

Aufgrund des lang anhaltenden Winters mit negativen Auswirkungen auf das Kaufverhalten für Sportartikel lagen die Umsatzerlöse sowohl bei der Royalbeach-Deutschland als auch bei der Royalbeach-Österreich leicht unter dem Vorjahresniveau. Dank der positiven Entwicklung der Seefrachtkosten gegenüber 2012 ist das Betriebsergebnis im ersten Quartal 2013 insgesamt gestiegen.

Für das laufende Jahr plant die Gesellschaft die Markteinführung des „Velios“ LED Lampen Programms. Nach Angaben der Geschäftsführung sind mit wichtigsten Baumärkten und mit Fachhandelsunternehmen bereits Verträge abgeschlossen. Die Vermarktung ist für den Herbst 2013 geplant. Durch die höheren Margen im neuen Geschäftsbereich plant die Gesellschaft dadurch eine wesentliche Verbesserung der Ergebnislage. Insgesamt wird für das Geschäftsjahr 2013 ein Umsatzwachstum in den beiden Gesellschaften von rd. 7% geplant. Vor dem Hintergrund der stabilen Entwicklung der letzten Jahre und der Eröffnung von neuen Chancen in den Auslandsmärkten sowie durch Einführung des neuen Produktprogramms halten wir die Pläne der Gesellschaft für plausibel und erreichbar.

## Disclaimer

Maßgeblich für die Durchführung eines Ratings ist der auf der Internetseite der Creditreform Rating AG veröffentlichte „Verhaltenskodex der Creditreform Rating AG“. Die Creditreform Rating AG erarbeitet danach systematisch und mit der gebotenen fachlichen Sorgfalt ihre unabhängige und objektive Meinung über die Zukunftsfähigkeit, die Risiken und die Chancen des beurteilten Unternehmens zum Stichtag, an dem das Rating erteilt wird.

Künftige Ereignisse sind ungewiss, ihre Vorhersage beruht notwendigerweise auf Einschätzungen. Das Rating ist somit keine Tatsachenbehauptung, sondern eine Meinungsäußerung. Die Creditreform Rating AG haftet daher nicht für Schäden, die darauf beruhen, dass Entscheidungen auf ein von ihr erstelltes Rating gestützt werden. Diese Ratings sind auch keine Empfehlungen für Investoren, Käufer oder Verkäufer. Sie sollen von Marktteilnehmern (Unternehmen, Banken, Investoren etc.) nur als ein Faktor im Rahmen von Unternehmens- oder Anlageentscheidungen betrachtet werden. Sie können Eigenuntersuchungen und Bewertungen nicht ersetzen.

Wir unterstellen, dass die uns vom Mandanten zur Verfügung gestellten Dokumente und Informationen vollständig sind sowie deren Inhalt korrekt ist und dass vorgelegte Kopien unverändert und vollständig den Inhalt der Originale wiedergeben. Die Creditreform Rating AG übernimmt keine Garantie für die Richtigkeit und Vollständigkeit der verarbeiteten Informationen.

Dieser Bericht ist urheberrechtlich geschützt. Die gewerbsmäßige Verwertung, ohne eine schriftliche Zustimmung der Creditreform Rating AG, ist unzulässig. Um die Gesamtaussage des Inhaltes nicht zu verfälschen, darf grundsätzlich nur der vollständige Bericht veröffentlicht werden. Auszüge dürfen nur mit Zustimmung der Creditreform Rating AG verwendet werden. Eine Veröffentlichung des Ratings ohne Kenntnis der Creditreform Rating AG ist nicht zulässig. Ausschließlich Ratings, die auf der Internetseite der Creditreform Rating AG veröffentlicht sind, sind als aktuell anzusehen.

Creditreform Rating AG

## Kontakte

Creditreform Rating AG

Hellersbergstraße 11  
D-41460 Neuss

Telefon +49 (0) 2131 / 109-626  
Telefax +49 (0) 2131 / 109-627  
E-Mail [info@creditreform-rating.de](mailto:info@creditreform-rating.de)  
[www.creditreform-rating.de](http://www.creditreform-rating.de)

Vorstand: Dr. Michael Munsch  
Aufsichtsratsvorsitzender: Prof. Dr. Helmut Rödl  
HR Neuss B 10522

„Royalbeach“ Spielwaren und Sportartikel Vertriebs  
GmbH  
Watzmannstr. 1  
D-83417 Kirchanschöring

Telefon +49 (0) 8685 / 9889-24  
Telefax +49 (0) 8685 / 9889-98  
E-Mail [mail@royalbeach.de](mailto:mail@royalbeach.de)  
[www.royalbeach.de](http://www.royalbeach.de)

Geschäftsführer: Hans-Jürgen Münch  
HR Traunstein B 6250