

Gauselmann Gruppe wächst um 4,5 Prozent – Geschäftsjahr 2002 - vorläufige Zahlen

Gauselmann Gruppe wächst um 4,5 Prozent – Geschäftsjahr 2002 - vorläufige Zahlen

Nürnberg/Espelkamp (ots) –

* Gruppen-Umsatz steigt um 29 Mio. EURO von 637 Mio. EURO (2001) auf nunmehr 666 Mio. EURO (2002)

* Erstmals rund 100.000 Gaming Produkte weltweit abgesetzt

Die Gauselmann Gruppe hat im Geschäftsjahr 2002 ihren positiven Wachstumskurs der zurückliegenden Jahre erfolgreich fortgeführt. Der Gesamtumsatz der familiengeführten Unternehmensgruppe stieg um 29 Mio. EURO oder 4,5 Prozent von 637 Mio. EURO (2001) auf nunmehr 666 Mio.

EURO (2002). Im Inland wurde der Umsatz des zurückliegenden Jahres gerade erreicht. Nach 405 Mio. EURO (2001) erzielte die Unternehmensgruppe 404 Mio. EURO im zurückliegenden Geschäftsjahr 2002 (minus 0,4 Prozent). Auf den ausländischen Märkten wurde erneut ein zweistelliger Zuwachs erwirtschaftet. Hier stieg der Umsatz um 30 Mio. EURO von 232 Mio. EURO (2001) auf nunmehr 262 Mio. EURO (2002). Dies entspricht einem Plus von 13,1 Prozent.

Insgesamt investierte das Unternehmen im abgelaufenen Geschäftsjahr rund 75 Mio. EURO gegenüber 63 Mio. EURO 2001. Neben Sachinvestitionen flossen erhebliche Mittel vertriebsunterstützend in den Bereich Miete und Leasing.

Das wirtschaftliche Handeln der Unternehmensgruppe wurde national und international von unterschiedlichen wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen zum Teil

stark beeinflusst und belastet. Auf den internationalen Märkten des Casino-Geräte-Geschäftes waren insbesondere in Nordamerika die Auswirkungen des 11. September 2001 noch nicht zu kompensieren. Hinzu kamen politische Verunsicherungen in Südamerika und die akute Finanzkrise in Argentinien mit all ihren Auswirkungen auf die Nachbarstaaten. In Deutschland und in großen Teilen Europas erforderte die EURO-Umstellung Ende 2001 und Anfang 2002 immense Investitionen für Ersatz- und Neugeräte. Zum Teil erfolgten im Zuge der EURO-Einführung Spielpreisanpassungen, die sich negativ auf den Geräteabsatz auswirkten. Dies gilt insbesondere für den spanischen Markt. In Deutschland selbst belasteten die vorgezogenen Zusatzinvestitionen für die EURO-Umstellung und die Einführung des 12 Sekunden-Spiels das Investitionskapital der Aufstellunternehmen, wodurch der Anteil von Miete und Leasing stark anstieg. Der branchenweite Trend, dass hohen Zulassungszahlen im 1. Quartal deutliche Abnahmen im weiteren Verlauf des Jahres entgegen standen, charakterisiert auch die Entwicklung innerhalb der Gauselmann Gruppe. Verschärfend kamen Verunsicherungen durch die politische Diskussion um die Einführung einer so genannten Spieleinsatzsteuer für Geld-Gewinn-Spiel-Geräte Mitte des Jahres 2002 und die meist drastischen Vergnügungssteuererhöhungen in Nordrhein-Westfalen hinzu.

Im zurückliegenden Geschäftsjahr wurde das zur Gauselmann Gruppe gehörende Hamburger Unternehmen Nova mit 88 Mitarbeitern endgültig geschlossen. Die von diesem Unternehmen weltweit importierten und dann europaweit reexportierten Unterhaltungsspielgeräte wie Flipper und TV-Geräte haben in den letzten Jahren ihre Marktrelevanz fast vollständig verloren.

Trotz dieser schwierigen nationalen und internationalen Rahmenbedingungen hat es die Gauselmann Gruppe dennoch geschafft, den eingeschlagenen Weg zum Global Player weiterhin erfolgreich zu beschreiten.

Drei große Unternehmenssegmente prägen das unternehmerische Handeln der Gauselmann Gruppe. Neben dem europaweiten Unternehmenssegment Geld-Gewinn-Spiel- und Unterhaltungsspiel gehören dazu europaweite Dienstleistungen und das weltweite Casino-Geräte-Geschäft. Im erfolgreichen Aufbau befinden sich Geldwechsel- und Zahlungssysteme.

I. Europaweites Geld-Gewinn-Spiel- und Unterhaltungsspiel (Merkur Säule)

Die Aktivitäten in diesem Unternehmenssegment werden im Wesentlichen getragen von der adp Gauselmann GmbH, den europaweiten Anstrengungen von Stella International und dem unternehmerischen Handeln von Bell-Fruit Games, Mazooma Games und QPS in Großbritannien.

adp Gauselmann GmbH

Die adp Gauselmann GmbH ist die tragende Säule des nationalen Geschäfts der Unternehmensgruppe. Zu ihrem Hauptstandbein gehören Entwicklung, Produktion und Vertrieb von Spielgeräten mit und ohne Geld-Gewinn-Möglichkeit. Das zurückliegende Jahr war dabei geprägt von der EURO-Umstellung, der Einführung des 12 Sekunden-Spiels und wirtschaftspolitischen Verunsicherungen um die Einführung einer möglichen Spieleinsatzsteuer an Stelle der Umsatzsteuer für Geld-Gewinn-Spiel-Geräte und die teilweise Diskussion über die Zulässigkeit der Fun Games in der einen oder anderen Form. Trotz einzigartiger Innovationen in diesem Kernproduktbereich ist es nicht gelungen, an die Umsatzentwicklung des Vorjahres anzuknüpfen. Neue Impulse werden in diesem Produktsegment von geänderten politischen Rahmendaten erwartet. Eine Änderung der Spielverordnung ist nach 50 Jahren dringend notwendig, damit Markimpulse zusätzlich generiert werden können. Zum Jahreswechsel wurde die adp Gauselmann GmbH mit dem TÜV-Zertifikat DIN EN ISO 9001 : 2002 bedacht, die der Entwicklung, der Produktion und dem Vertrieb von Unterhaltungsspielgeräten mit und ohne Geld-Gewinn-Möglichkeit gilt. Diese Zertifizierung unterstreicht

die großen und erfolgreichen Anstrengungen im Bereich des Qualitätsmanagementsystems.

Die familiengeführte Unternehmensgruppe kann im 45. Jahr ihres Bestehens voller Stolz für den Bereich der Merkur-Produkte auf eine 25-jährige Erfolgsgeschichte zurückblicken. 1976 erhielt Paul Gauselmann die erste Zulassung für ein eigenes Geld-Gewinn-Spiel-Gerät, den Merkur B. Produktion und Auslieferung starteten 1977, also vor 25 Jahren. In einer großen Gala mit 1.500 Personen wird an dieses Jubiläum auf der IMA 2003 in Nürnberg erinnert.

Stella International

Seit 1993 hat sich Stella International auf die Entwicklung und den europaweiten Vertrieb von Geld-Gewinn-Spiel-Geräten und die Entwicklung von Fun Games für den deutschen Markt spezialisiert. Trotz aller politischen Diskussionen um die Fun Games hat Stella International auf einem insgesamt stabilen Markt seine Position als absoluter Marktführer behaupten können. Europaweit zeichnet Stella International für die Vermarktung der von adp Gauselmann GmbH selbst entwickelten und produzierten Unterhaltungsgeräte verantwortlich.

Bei den für die europäischen Länder entwickelten Geld-Gewinn-Spiel-Geräte hat Stella International in Spanien seine führende Position als größter ausländischer Lieferant trotz eines zurückgehenden Marktes gehalten. Die parallel zur EURO-Einführung vorgenommene Spielpreiserhöhung führte zu einer deutlichen Reduzierung der Gerätenachfrage in diesem Land.

Neben Spanien konzentriert sich das Unternehmen weiterhin auf die Bearbeitung der osteuropäischen Märkte. In der Tschechischen Republik und in der Ukraine wurde die strategische Markterschließung konsequent weitergeführt. Insgesamt ist der Markt in Osteuropa durch einen Wandel im Produktsegment hin zu casinogeräteähnlichen Geräten geprägt. Alle Produkte von Stella International basieren auf der

bewährten Technologieplattform von adp.

Englischer Unternehmensbereich (Bell-Fruit Games, Mazooma Games, QPS)

Bell-Fruit Games, Mazooma Games und QPS haben die Anfang 2002 erreichte Position als die Nummer 1 unter den englischen Spielgeräteherstellern ausgebaut und gefestigt. Insgesamt wurde im zurückliegenden Geschäftsjahr ein weiteres deutliches Wachstum des gesamten englischen Unternehmensbereiches erzielt. Hauptwachstumsträger waren die AWP-Produkte für die englische Gastronomie.

Umsatzentwicklung im Unternehmenssegment europaweites Geld-Gewinn-Spiel- und Unterhaltungsspiel (Merkur Säule)

Die Umsätze in diesem Unternehmenssegment konnten nicht die Vorjahreszahlen erreichen. Der Umsatz sank um 4,3 Prozent von 350 Mio. EURO (2001) auf 335 Mio. EURO (2002).

II. Europaweite Dienstleistung

Der Bereich europaweite Dienstleistungen kann im Wesentlichen durch die Merkur Spielothek auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken. Aber auch die sonstigen Dienstleistungen, zum Beispiel der Immobilienbereich, trugen zum Erfolg dieses Unternehmenssegmentes bei.

Bei der Merkur Spielothek in Deutschland wurde das Konzept der laufenden Aktualisierung des Geräteangebotes in enger Verbindung mit kontinuierlichen Marketingaktivitäten und Verkaufsaktionen konsequent fortgeführt und war somit Grundlage des Erfolges. Bei Geld-Gewinn-Spiel-Geräten hat das Unternehmen bis zum Ende des Geschäftsjahres 2002 bereits über 80 Prozent seines Geräteangebotes auf das so genannte 12 Sekunden-Spiel umgestellt. Auch bei Fun Games konnten Wachstumspotenziale durch gezielte Investitionen in Produktneuheiten generiert werden. Bei Spielstättenstandorten wird der Weg der gezielten und begrenzten Expansion

fortgesetzt. Zum Jahresende 2002 konnte erstmals ein Spielstättenstandort in München eröffnet werden. Ein weiterer Standort wird im Frühjahr 2003 folgen. Negativ hingegen wird sich die Änderung der Vergnügungssteuerregelungen in Nordrhein-Westfalen auswirken. Hier rechnet das Unternehmen nach der Freigabe der Vergnügungssteuerhöchstsätze mit zusätzlichen finanziellen Belastungen.

Bei den ausländischen Aktivitäten bereitet nach wie vor der belgische Markt große Probleme. Die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches unternehmerisches Engagement in Belgien sind nach wie vor nicht gegeben.

War der westeuropäische Markt durch Spielpreisanhebungen und eine breite Konsumschwäche gekennzeichnet, so haben sich die osteuropäischen Märkte weiterhin positiv entwickelt. Dies gilt insbesondere für die Tschechische Republik und Ungarn, wo weitere Standorte erschlossen werden sollen. In der ungarischen Hauptstadt Budapest hat das Unternehmen vor diesem Hintergrund drei weitere Standorte erworben.

Umsatzentwicklung im Unternehmenssegment europaweite Dienstleistungen

Insgesamt hat sich der Umsatz in diesem Unternehmenssegment auch im zurückliegenden Geschäftsjahr weiterhin positiv entwickelt und liegt mit einer Steigerung von 2,7 Prozent über den Vorjahresergebnis. Der Umsatz stieg von 177 Mio. EURO (2001) auf nunmehr 182 Mio. EURO (2002) an.

III. Weltweites Casino-Geräte-Geschäft (Atronic Säule)

Das internationale Flaggschiff der Gauselmann Gruppe, Atronic, hat auch im zurückliegenden Geschäftsjahr seinen erfolgreichen Weg mit einer Umsatzsteigerung von 35,5 Prozent fortsetzen können. Das Engagement, das 1993 in Groß St. Florian (Steiermark/Österreich) begonnen hat, trägt Früchte. Die erfreuliche Entwicklung wurde forciert durch die Einführung

einer neuen technischen Geräteplattform Hi(!)bility und die neue ergonomische Gerätegehäusegeneration e-motion. In einer großen Kundenveranstaltung wurden Hi(!)bility und e-motion im letzten Geschäftsjahr in Österreich präsentiert. In einem einzigartigen Präsentationsvideo mit David Copperfield konnten diese marktverändernden Innovationen den staunenden Fachbesuchern offeriert werden. Ein voller Erfolg für das Team um Michael Gauselmann.

Positiv verlief die weitere Erschließung der europäischen Märkte. Atronic konnte hier überall seine Marktposition ausbauen. Dies gilt insbesondere für die unternehmerischen Aktivitäten auf dem neuen Casino-Markt in der Schweiz, wo Atronic auf Anhieb die Nummer 2 im Markt wurde.

Auf dem US-amerikanischen Markt hat der 11. September immer noch seine Spuren hinterlassen. Während im mittleren Westen und im Osten der USA bereits wieder eine positive Entwicklung zu verzeichnen ist, gilt dies nicht für den größten zusammenhängenden US-Casino-Markt in Nevada. Hier klagen insbesondere Luxus-Hotels und niedrigpreisige Hotels über geringe Auslastungen.

Insbesondere die erfolgreiche Casino-Geräte-Messe in Las Vegas hat aber dazu geführt, dass Atronic Americas mit über 150 Mitarbeitern die selbst gesteckten ehrgeizigen Ziele erreichen konnte. Von einer neuen strategischen Ausrichtung, dem Betreiben eines eigenen Jackpot-Netzwerksystems, verspricht sich Atronic Americas weitere nachhaltige Impulse für die Markterschließung.

Auf dem australischen Markt zeigten die getroffenen unternehmerischen Entscheidungen erste positive Ergebnisse.

Atronic mit Sitz in Lübbecke (Deutschland) unterhält Entwicklungs-, Produktions- und Vertriebsniederlassungen in Österreich, Großbritannien, den USA, Südamerika, Südafrika, Australien und Russland. Fertigungs- und Entwicklungsbereiche

sind in Deutschland, Österreich, Russland und den USA angesiedelt.

Umsatzentwicklung im Unternehmenssegment weltweites Casino-Geräte-Geschäft

Der Umsatz in diesem Unternehmenssegment stieg gegenüber dem letzten Geschäftsjahr um 35,5 Prozent, von 110 Mio. EURO (2001) auf nunmehr 149 Mio. EURO (2002).

IV. Geldwechsel- und Zahlungssysteme

Der konsequente Ausbau dieses neuen Unternehmenssegmentes wurde im zurückliegenden Geschäftsjahr weiter verfolgt. Auf der Basis der abgestimmten gemeinsamen Produkt- und Vertriebsstrategie wurde zum Jahreswechsel eine gemeinsame Geschäftsführung für die Firmen GeWeTe, Mechernich bei Köln, und für Hess SB-Automaten, Magstadt bei Stuttgart, etabliert. Ziel ist u.a. der verstärkte Ausbau der internationalen Aktivitäten.

V. Mitarbeiter

Der Erfolg der familiengeführten Gauselmann Gruppe beruht zu großen Teilen auf der Kreativität, Flexibilität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2002 hat sich die Zahl der Mitarbeiter aufgrund der schwierigen nationalen Rahmenbedingungen leicht verändert, was insbesondere den Bereich von Zeitarbeitsverträgen in der Produktion betroffen hat. Waren zum Ende des Geschäftsjahres 2001 5.253 Personen bei der Gauselmann Gruppe beschäftigt, so belief sich ihre Zahl zum Ende des Geschäftsjahres 2002 auf 5.153 Personen

Im Zuge der Diskussion um die „Riester-Rente“ hat die familiengeführte Unternehmensgruppe zum Jahresende den in Deutschland beschäftigten Arbeitnehmern so genannte Kapitalbausteine für einen Zeitraum von zunächst einmal fünf Jahren zugesagt. Gestaffelt nach klar definierten Kriterien

stellt das Unternehmen diese Kapitalbausteine zur Verfügung. Der einzelne Kapitalbaustein entspricht jeweils 5 Prozent der Jahresgrundvergütung. Die Auszahlung erfolgt im Folgejahr des Rentenbeginns, jedoch frühestens ab Vollendung des 60. Lebensjahres.

Das Besondere an diesem Modell ist, dass es sich um eine reine arbeitgeberseitig finanzierte Maßnahme handelt.