



Halbjahresbericht
2009 / 2010



Halbjahresbericht 2009 / 2010 der HumanOptics AG

An die Aktionäre	2
Konzernzahlen im Überblick	2
Unternehmensprofil	2
Brief an die Aktionäre	3
Die Aktie der HumanOptics AG	5
Kapitalerhöhung	6
Entwicklung des operativen Geschäfts	7
a. Unternehmensstruktur und -tätigkeit	7
b. Mitarbeiter	7
c. Produktinnovationen	8
d. Forschung und Entwicklung	9
e. Marktumfeld	10
f. Ertragslage	12
g. Vermögenslage	13
Ereignisse nach dem 31. Dezember 2009	15
Ausblick	15
Ungeprüfter Halbjahresabschluss	16
a. Konzernbilanz	16
b. Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	18



An die Aktionäre

Konzernzahlen im Überblick*

(T€)	1. Halbjahr 2009 / 2010	1. Halbjahr 2008 / 2009**
Umsatz	3.234	3.510
Gesamtleistung	3.450	4.116
EBITDA	321	427
EBIT	58	103
EBT	16	-20
Konzernüberschuss	13	25

(T€)	31.12.2009	30.06.2009
Eigenkapitalquote (%)	56,9	46,2
Nettoverschuldung	1.441	2.197
Bilanzsumme	7.336	6.955

* jeweils ungeprüfte Halbjahreszahlen

** aufgrund veränderter Konzernstruktur nur eingeschränkt mit dem 1. Halbjahr 2009 / 2010 vergleichbar

Unternehmensprofil

- HumanOptics entwickelt, produziert und vermarktet hochtechnologische Produkte für die Augen-Implantations-Chirurgie, die einen erheblichen Beitrag zur Steigerung der Lebensqualität der Menschen leisten.
- Mit individualisierbaren Intraokularlinsen (IOLs) bietet die HumanOptics AG ideale Lösungen für eine Vielzahl von Augenoperationen, insbesondere bei Katarakt (Grauer Star)-Erkrankungen, der weltweit häufigsten Standardoperation.
- Künstliche Linsen können zudem weit verbreitete Fehlsichtigkeiten (z. B. Kurz-, Weit-, Stabsichtigkeit) und die Alterssichtigkeit korrigieren (sog. refraktive Chirurgie).
- Die Besonderheit des Produktangebots liegt in den individuell adaptierbaren Intraokularlinsen, die überwiegend mit Zusatzfunktionen ausgestattet sind und den Patienten die bestmögliche Sehleistung zurückgeben können.
- Beide Kernmärkte, sowohl Katarakt- als auch die Refraktiv-Chirurgie, sind Wachstumsmärkte.



Der Vorstand (von links nach rechts: Karl Klamann, Dr. Arthur Meßner, Rainer Stötzl)

Brief an die Aktionäre

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das erste Halbjahr des Geschäftsjahres 2009 / 2010 ist für die HumanOptics AG erneut sehr positiv verlaufen. So haben wir den Konzernumsatz auf vergleichbarer Basis gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 13,6% steigern können. Sowohl das operative als auch das Nettoergebnis waren positiv und haben damit die Nachhaltigkeit des im Vorjahreszeitraum erzielten Break-Even Status bestätigt.

Auf Konzernbasis erwirtschafteten wir einen Umsatz von 3,23 Mio. €, wobei vor allem das Exportgeschäft mit den Zielmärkten China, Polen, Belgien, Frankreich und Großbritannien überdurchschnittliche Steigerungsraten verzeichnete. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug 58 T€. Auch beim Halbjahresüberschuss erzielten wir mit einem Ergebnis von 13 T€ erneut einen positiven Wert. Aufgrund der Veräußerung des 51%-Anteils an der HumanOptics Deutschland GmbH & Co. KG und der damit einhergehenden Entkonsolidierung der Gesellschaft zum 1. Oktober 2008 sind die für den Zeitraum Juli bis Dezember 2009 vorliegenden Halbjahreszahlen nur eingeschränkt mit dem Vorjahr vergleichbar.

Zu den wichtigsten Ereignissen im Berichtszeitraum zählte die von uns im Oktober 2009 erfolgreich durchgeführte Kapitalerhöhung über 480.000 neue, auf den Inhaber lautende Stückaktien. Diese wurden bei einem langfristig orientierten, institutionellen Investor zum Preis von 2,00 € je Aktie vollständig platziert. Einen Teil des daraus



erzielten Bruttoemissionserlöses von 960.000 € haben wir bereits in die Ausweitung und Automatisierung unserer Produktionskapazitäten investiert. Beispielsweise wurde eine weitere Hochpräzisionsdrehmaschine erworben und in Betrieb genommen. Zudem haben wir im Bereich Forschung und Entwicklung sowie Produktion fünf neue Mitarbeiter eingestellt, um bei Gewährleistung der gleichbleibend hohen Qualität unserer Produkte die steigende Nachfrage auch in Zukunft bedienen zu können.

Gleichzeitig haben wir unsere Absatzstrategie konsequent umgesetzt und damit unser Wachstum aktiv vorangetrieben: Umsätze mit den bestehenden Kunden wurden ausgeweitet und neue Kunden gewonnen. Wie bereits im vorangegangenen Geschäftsjahr 2008 / 2009 verzeichneten auch in den ersten Monaten des neuen Geschäftsjahrs vor allem unsere hochwertigen Standardprodukte steigende Absatzzahlen, wobei insbesondere im Export die Nachfrage weiter zugenommen hat. Aber auch unsere innovativen Produkte, darunter die diffraktiven Linsen, die künstliche Iris und das Add-On-Produktportfolio, erfreuen sich einer zunehmenden Nachfrage und werden auch in Zukunft zum weiteren Wachstum beitragen. Insbesondere die diffraktive Add-On-Linse, also eine Linse, die ergänzend zur preisgünstigen Standardlinse ins Auge eingesetzt werden kann, wird von den Kunden sehr gut angenommen und erschließt uns neue Märkte. Zudem erhielten wir eine außerordentlich gute Resonanz für unsere Produkte auf der wichtigsten ausländischen Fachmesse, der Jahrestagung der ESCRS (European Society of Cataract and Refractive Surgery) in Barcelona im September 2009.

Die anhaltende Wirtschaftskrise hat unser Geschäft bislang kaum belastet, was uns optimistisch in die Zukunft schauen lässt. Der Markt, in dem wir uns bewegen, profitiert von der stattfindenden demographischen Veränderung und einem starken Nachholbedarf der Schwellenländer wie China. Dabei hält die weltweite Tendenz zur operativen Korrektur von Fehlsichtigkeiten mittels einer Kunstlinse statt einer Laserbehandlung an.

Für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahrs 2009 / 2010 sind wir daher zuversichtlich, das von uns ausgegebene Ziel, nämlich auf vergleichbarer Basis Umsatz und Ergebnis erneut zu steigern, zu erreichen.

Wir danken Ihnen für das Vertrauen, dass Sie uns entgegengebracht haben und hoffen, dass Sie uns auch in Zukunft weiter begleiten werden.

Der Vorstand



Karl Klamann



Rainer Stözel



Dr. Arthur Meßner

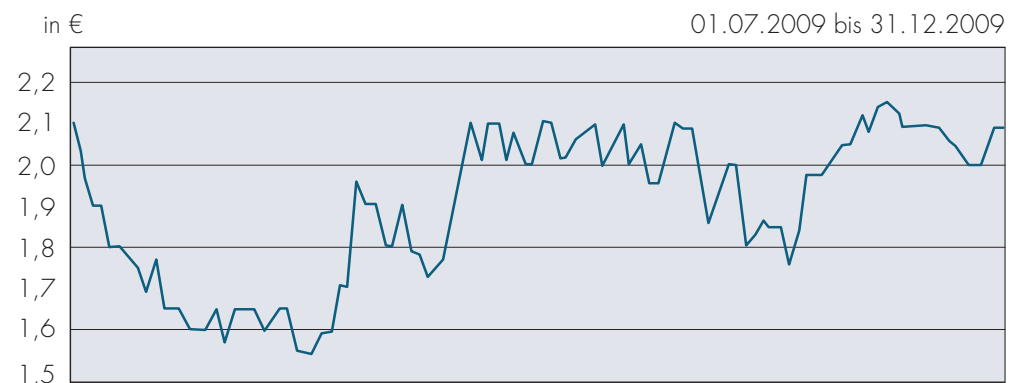


Die Aktie der HumanOptics AG

Aktie HumanOptics AG	
Wertpapierkennnummer (WKN)	534670
ISIN	DE0005346704
Börsenkürzel	H9O
Handelssegment	Entry Standard
Börsennotiert seit	11.07.2006
Aktienanzahl	5.350.000
Höchstkurs* (01.07.09 – 31.12.09)	2,15 €
Tiefstkurs* (01.07.09 – 31.12.09)	1,54 €
Marktkapitalisierung am 31.12.09	11,2 Mio. €

* XETRA; auf Tages-Schlusskursbasis

Aktienkursentwicklung (XETRA)



Die Aktie der HumanOptics AG wird seit dem 11. Juli 2006 im Freiverkehrssegment Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt. Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahrs 2009 / 2010 gab der Titel zunächst nach und markierte Ende August bei 1,54 € seinen Tiefstand für die Sechsmonatsperiode. Von diesem Niveau erholte sich die Aktie innerhalb kurzer Zeit wieder und erreichte mit Veröffentlichung der positiven Zahlen für das Geschäftsjahr 2008 / 2009 den Bereich von ca. 2,00 €. Den letzten Handelstag des Kalenderjahrs 2009 beendete die Aktie bei 2,09 €, das entspricht einem Zuwachs von rund 4,5% gegenüber dem 30. Juni 2009.



Kapitalerhöhung

Im Oktober 2009 gab die HumanOptics AG im Rahmen einer Kapitalerhöhung aus genehmigtem Kapital 480.000 neue, auf den Inhaber lautende Stückaktien aus. Das Bezugsrecht der Altaktionäre wurde dabei ausgeschlossen. Die neuen Aktien wurden von der Süddeutschen Aktienbank AG, Stuttgart, gezeichnet und bei einem langfristig orientierten, institutionellen Investor zum Preis von 2,00 € je Aktie vollständig platziert. Der Bruttoemissionserlös für die HumanOptics AG belief sich auf 960.000 €. Mit Eintragung der Kapitalerhöhung in das Handelsregister erhöhte sich das Grundkapital der HumanOptics AG von 4.870.000 € auf 5.350.000 €.



Entwicklung des operativen Geschäfts

a. Unternehmensstruktur und -tätigkeit

Die 1999 gegründete HumanOptics AG hat ihren Hauptsitz in Erlangen. Geschäftsgegenstand ist die Entwicklung, die Produktion und der Vertrieb von hochwertigen Produkten für die Augen-Implantations-Chirurgie. Vertreten wird die HumanOptics AG durch insgesamt drei Vorstände. An der Tochtergesellschaft Dr. Schmidt Intraocularlinsen GmbH mit Sitz in St. Augustin, die sich auf die Herstellung von faltbaren Intraokularlinsen, der künstlichen Iris sowie anderen ophthalmologischen Implantaten spezialisiert hat, hält die HumanOptics AG 100%.

Im Inland wird die Marke „HumanOptics“ durch die Vertriebsgesellschaft 1stQ Deutschland GmbH & Co. KG vertrieben. Die Marke „Dr. Schmidt“ wird von der HumanOptics-Gruppe auch direkt an ausgewählte Endkunden verkauft. Der Ausbau des Vertriebs von HumanOptics zur direkten Betreuung von Key-Account-Kunden im In- und Ausland ist bereits erfolgreich gestartet worden; die Gesellschaft plant, sich in diesem Bereich weiter personell zu verstärken.

HumanOptics verfügt heute über ein Netz von mehr als 40 Distributionspartnern auf allen fünf Kontinenten. In den kommenden Jahren soll dieses Netzwerk weiter ausgebaut werden, wobei der Vertrieb auch weiterhin von Deutschland aus gesteuert wird. Im ersten Halbjahr 2009 / 2010 erzielte die Gesellschaft vor allem in ihren Zielmärkten China, Polen und Belgien einen deutlichen Umsatzanstieg. Auch die Absatzzahlen in Frankreich und Großbritannien entwickelten sich überdurchschnittlich gut.

b. Mitarbeiter

Zum 31. Dezember 2009 waren inklusive der drei Vorstandsmitglieder 75 Mitarbeiter bei HumanOptics beschäftigt und damit fünf mehr als zum Ende des Geschäftsjahrs 2008 / 2009 (30. Juni 2009: 70 Mitarbeiter). Im Bereich Forschung und Entwicklung sowie Produktion stieg die Zahl der Beschäftigten in diesem Zeitraum vor dem Hintergrund der angekündigten Ausweitung der Produktionskapazitäten von 52 auf 57 Mitarbeiter. Die Zahl der im Marketing und Vertrieb aktiven Personen erhöhte sich im Zuge der Erweiterung der Vertriebsaktivitäten von elf auf zwölf Personen. Gleichzeitig ging die Zahl der in der Verwaltung beschäftigten Mitarbeiter von sieben auf sechs zurück. HumanOptics plant für das laufende Geschäftsjahr, die Produktionskapazitäten weiter auszubauen. So ist insbesondere eine Erweiterung des Fertigungsbetriebs von zwei auf drei Schichten geplant. In diesem Zusammenhang sind für die kommenden Monate weitere Einstellungen in der Produktion vorgesehen.



c. Produktinnovationen

Die HumanOptics AG hat sich auf die Entwicklung, die Produktion und den Vertrieb von hochwertigen Intraokularlinsen (IOLs) spezialisiert, die bei der Behandlung von Katarakterkrankungen (Grauer Star) eingesetzt werden und auch Fehlsichtigkeiten korrigieren. Insbesondere für Kurz- und Weitsichtigkeiten sowie Hornhautverkrümmungen (Astigmatismus) bietet der Konzern eine breit gefächerte Palette unterschiedlicher Ausfertigungen und Materialien an. HumanOptics liefert den Patienten damit maßgeschneiderte Lösungen für individuelle Indikationen. Darüber hinaus vermarktet die Gesellschaft Zubehör und Ergänzungsprodukte für die Augen-Implantations-Chirurgie, z. B. Instrumente für Katarakt-Operationen.

Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahrs 2009 / 2010 stand primär die Vermarktung der zuletzt in den Markt gebrachten Produkte im Vordergrund, wobei insbesondere bei den Intraokularlinsen im Ausland hohe Wachstumsraten erzielt wurden. Auch für die künstliche Iris spürt HumanOptics ein relativ großes Interesse und verzeichnet eine sukzessive Etablierung bei den spezialisierten Chirurgen. In den USA führten Ärzte bereits erfolgreich mehrere Iris-Implantationen durch, womit das Ziel einer Zulassung durch die Food and Drug Administration (FDA), die Arzneimittelzulassungsbehörde der Vereinigten Staaten, näher gerückt ist.

Sehr positiv war im Berichtszeitraum erneut die Akzeptanz der diffraktiven Intraokularlinsen. Diese Linsen bündeln das einfallende Licht derart, dass Gegenstände in der Nähe und in der Ferne ohne Sehhilfe scharf gesehen werden können. Patienten haben mit diesen Linsen die Möglichkeit, im Anschluss an eine Operation auf eine Brille verzichten zu können. Mit diesem Erfolg hat die HumanOptics AG erneut ihre Marktstellung für hochwertige Intraokularlinsen mit innovativem Zusatznutzen unterstrichen.

Add-On-Intraokularlinsen zeigten im ersten Halbjahr ebenfalls sehr zuversichtlich stimmende Wachstumsraten. Die Linsen finden einen hohen Anklang, da sie nach einer durchgeführten IOL-Implantation in einem zweiten Schritt die Sehleistung des Patienten weiter verbessern und gegebenenfalls vorhandene Fehlsichtigkeiten korrigieren können. Alle multifokalen Intraokularlinsen sind seit dem Geschäftsjahr 2008 / 2009 auch mit Blaufilter lieferbar. Damit bieten sie einen besonderen Schutz vor möglichen Gefährdungen der Netzhaut durch kurzwelliges blaues Licht.

HumanOptics hat sich im ersten Halbjahr des Geschäftsjahrs 2009 / 2010 mit unternehmenseigenen Exponaten auf zahlreichen internationalen Fachmessen und Kongressen präsentiert, so beispielsweise anlässlich der Jahrestagung der European Society of Cataract and Refractive Surgery (ESCRS) in Barcelona sowie dem Jahreskongress der Deutschen Ophthalmologischen Gesellschaft in Leipzig.



Die derzeit laufende Ausweitung der Produktionskapazitäten betrifft im Wesentlichen die Produktion der zukunftsweisenden Acryl-Linsen. HumanOptics geht davon aus, dass damit bei Standardmodellen gegenüber den Kapazitäten von 2009 eine Erhöhung von mehr als 50% erzielt werden kann. Damit wirkt sich die starke Marktstellung der HumanOptics im Premium-Segment auch zunehmend auf die Basisprodukte aus, wodurch sich zusätzliche Skaleneffekte erzielen lassen. Dieses zusätzliche Umsatzpotenzial wird das Wachstum des Konzerns weiter vorantreiben.

d. Forschung und Entwicklung

Die HumanOptics Gruppe gilt weltweit als einer der innovativsten Hersteller im Bereich der Augenheilkunde und misst der Weiterentwicklung ihrer Produkte einen hohen Stellenwert bei. Aus diesem Grund investierte die Gesellschaft an den beiden Produktionsstandorten Erlangen und St. Augustin auch im ersten Halbjahr 2009 / 2010 in entsprechende Aktivitäten. Im Vordergrund stand dabei die Erweiterung des Produktportfolios im Bereich der Acryl-Intraokularlinsen. Zudem wurde an der kontinuierlichen Verbesserung der bereits in den Markt eingeführten Produkte sowie an der langfristigen Entwicklung neuer, innovativer Linsen gearbeitet.

Im Fokus aktueller klinischer Studien stehen insbesondere Detailverbesserungen und Erweiterungen der Lieferbereiche ebenso wie die Qualifizierung geeigneter Implantationssysteme. Zusätzlich werden im Bereich der klinischen Evaluierung von Medizinprodukten zusätzliche Kooperationen mit Kliniken eingegangen.

Kurz vor der Markteinführung steht eine dreistückige Acryl-IOL mit Blaufilter (MC 612 ASP-Y). Sie verfügt über ein herausragend positives Nachstarverhalten bei Patienten, die zu hohem Epithelzellenwachstum nach der Kataraktoperation neigen. Zudem ist die Operation dieser Linse ins Auge durch einen sehr kleinen Insertionschnitt möglich.

Bereits zum Jahresende 2008 wurde die 45%-Beteiligung an der in Gießen ansässigen EpiRet GmbH an die Miteigentümer dieses Unternehmens veräußert. Das ursprüngliche Kooperationsprojekt zur Entwicklung von Sehprothesen für erblindete Patienten wird aktuell nicht mehr weiterverfolgt, nachdem die EpiRet GmbH mittlerweile Insolvenz anmelden musste. Gleichwohl verfügt die HumanOptics aber über die Verkapselungstechnologie, die bei möglichen künftigen Produktkonzepten ähnlicher Art verwendet werden kann.



e. Marktumfeld

Allgemeines konjunkturelles Umfeld

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2009 war die weltweite konjunkturelle Entwicklung von der anhaltenden Finanz- und Wirtschaftskrise geprägt. Insgesamt ist die globale Wirtschaftsleistung im Kalenderjahr 2009 um 2,2% zurückgegangen und damit erstmals seit dem Zweiten Weltkrieg geschrumpft. In der Eurozone betrug der Einbruch der Wirtschaftsleistung 4%. Die deutsche Wirtschaft hatte 2009 einen Einbruch des Bruttoinlandsprodukts um 5,0% zu verkräften.

Für das Jahr 2010 geht der Internationale Währungsfonds (IWF) inzwischen davon aus, dass die Wirtschaft sowohl global, als auch in der Eurozone wieder deutlich schneller anzieht als ursprünglich erwartet. Weltweit sei, dank massiver staatlicher Hilfen, ein Zuwachs von 3,9% zu erwarten. In der Eurozone wird ein Anstieg um 1,0% prognostiziert. Die Wachstumsprognose der Experten für Deutschland liegt bei einem Plus von 1,5%. Als Risiko sieht der IWF dabei die Exportwirtschaft, die von einem gedämpften Wachstum in der Eurozone und der Zurückhaltung der US-Verbraucher beeinträchtigt werde.

Branchenspezifisches Umfeld

Die weltweite Medizintechnikbranche ist von den Auswirkungen der Wirtschaftskrise zwar durchaus betroffen, insbesondere Hersteller von Investitionsgütern (Geräten) spüren in diesem Zusammenhang deutliche Rückgänge. Die Produkte von HumanOptics sind jedoch nicht mit Investitionen verbunden und werden unabhängig vom wirtschaftlichen Umfeld zur Behandlung des Grauen Stars benötigt. Daher wird das Geschäft der Gesellschaft von der anhaltenden Wirtschaftskrise nicht spürbar beeinflusst.

Der Gesundheitsmarkt ist eine der größten Branchen in Deutschland, die Ausgaben im gesamten Gesundheitswesen entsprechen gut 10% des Bruttoinlandsprodukts. Bis zum Jahr 2013 erwarten Experten einen Zuwachs des Marktvolumens von derzeit 240 auf 300 Mrd. €. Das Wachstum betrifft den solidarisch finanzierten sowie den privat finanzierten Gesundheitsmarkt einschließlich der ambulanten und der stationären Pflege. Auf den privat finanzierten – so genannten „zweiten Gesundheitsmarkt“ entfielen bereits 2008 rund 64 Mrd. €. Die Ausgaben im Gesundheitsmarkt stiegen in den vergangenen Jahren um jeweils 4%. Künftig wird damit gerechnet, dass der erste und der zweite Gesundheitsmarkt kontinuierlich stärker zusammenwachsen. Bereits jetzt bieten rund zwei Drittel aller Krankenhäuser auch individuelle Gesundheitsleistungen (IGeL-Leistungen) an.



Rund 93% der Deutschen wünschen sich solche Gesundheitsleistungen und sind auch bereit, dafür zu bezahlen. Daher erweitern Krankenversicherungen, Ärzte und Krankenhäuser ihre Angebote entsprechend. Von diesem Trend kann auch die HumanOptics AG in den kommenden Jahren profitieren. Zudem ist zu erwarten, dass sowohl gesetzliche als auch private Krankenversicherungen ihre Leistungen noch stringenter steuern werden. Die Industrie muss ihre Geschäftsmodelle entsprechend weiterentwickeln. Zudem werden sich die Angebote von Medizintechnik-Unternehmen damit künftig neben Ärzten als klassischer Zielgruppe auch verstärkt an Händler, Leistungserbringer, Behörden, Kostenträger, Verbände und Fachgesellschaften richten.¹

Neben der steigenden Nachfrage nach medizinischen Leistungen zur Steigerung der Lebensqualität führt insbesondere der demographische Wandel zu einem wachsenden Markt für Augenheilkunde. Fachleute gehen davon aus, dass allein in Deutschland im Jahr 2008 über 800.000 Operationen am Grauen Star stattfanden. Dies ist somit die häufigste Standardoperation in Deutschland und entspricht in etwa einer Kataraktoperation pro 100 Einwohner und Jahr. Experten gehen davon aus, dass der weltweite Markt für die Augenheilkunde auch weiterhin stetig wachsen wird. Dieser hat zurzeit ein jährliches Volumen von mehr als 22,5 Mrd. US-Dollar, wovon Branchenkenner zufolge rund 14% auf Intraokularlinsen/Einwegartikel entfallen. Weitere 10% machen augenoptische Systeme und Geräte aus. Im Bereich der Kataraktchirurgie werden jährliche Wachstumsraten von rund 6% erwartet. Dem Markt für refraktiv-chirurgische Anwendungen sprechen Experten ein Wachstumspotenzial von mehr als 8% pro Jahr zu.

Auf den weltweiten Medizintechnik-Märkten sind gleichzeitig wesentliche Veränderungen zu beobachten: Der Wettbewerb in der Intraokularlinsen-Chirurgie konzentriert sich auf wenige große, international agierende Marktteilnehmer mit einem breiten Produktangebot. Der in diesem Markt seit längerem herrschende Trend zur Konsolidierung hat sich weiter bestätigt. Insbesondere bei den großen Pharmakonzernen ist angesichts der zahlreichen im Jahr 2009 stattgefundenen Transaktionen in diesem Bereich auch weiterhin ein hohes Interesse am Thema Augenheilkunde erkennbar.

In der Refraktiven Chirurgie – also der Korrektur von Fehlsichtigkeiten – sind unter den deutschsprachigen Augenchirurgen weiterhin Laserbehandlungen führend, wenn auch mit sinkender Tendenz (68% Marktanteil für 2008 nach 76% im Vorjahr). Auf den Einsatz von IOLs entfallen ca. 21% aller Behandlungen. Sonstige Behandlungsmethoden umfassen 10% dieser chirurgischen Disziplin². Die technische Weiterentwicklung der Linsen kann das Marktpotenzial sichtbar vergrößern. Eine zunehmende Alterung der Gesellschaft arbeitet ebenfalls für den Intraokularlinsen-Markt. Ungefähr 99% der über 65-Jährigen sind vom Grauen Star oder einer seiner

¹ Quelle: Roland Berger, Studie zum Gesundheitsmarkt, Juli 2008

² Quelle: M. Wenzel, D. Pham, A. Scharrer, K. Schayan-Araghi, J. Klasen, Ambulante Intraokularchirurgie: Ergebnisse der Umfrage 2008 von BDOCB, VA und der DGII – Rückblick über die letzten 20 Jahre, OPHTHALMO-CHIRURGIE 20: 199-211(2009)



Vorstufen betroffen. Gerade dieser Personenkreis legt aus Sicht von HumanOptics viel Wert auf die Gesundheitspflege. Zudem beginnt langsam die Generation der sogenannten „Baby-Boomer“ (geboren zwischen Mitte der 50er und Mitte der 60er Jahre) zunehmend alterssichtig zu werden, was einen Nachfrageschub in den kommenden Jahren bedeutet. Mit einem zunehmenden Seniorenanteil in der Gesellschaft steigt entsprechend auch der Abnehmerkreis der HumanOptics-Produkte.

f. Ertragslage

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der HumanOptics AG ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert und richtet sich nach den deutschen Rechnungslegungsstandards des HGB. Aufgrund der Entkonsolidierung der HumanOptics Deutschland GmbH & Co. KG zum 1. Oktober 2008 sind die Zahlen der Gewinn- und Verlustrechnung für das erste Halbjahr 2009 / 2010 (Juli bis Dezember 2009) nur eingeschränkt mit denen des Vorjahreszeitraums vergleichbar.

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2009 / 2010 verzeichnete die HumanOptics-Gruppe eine erfreuliche Konzernentwicklung. Auf bereinigter Basis konnten die Umsätze deutlich gesteigert und der operative Break-Even erneut bestätigt werden. Auch das Konzernergebnis zeigte sich mit einem positiven Betrag, wobei sich das zweite Halbjahr der HumanOptics-Gruppe (Monate Januar bis Juni) traditionell stärker entwickelt als das erste. Insgesamt befindet sich die Gesellschaft damit auf einem guten Weg, ihre für das Gesamtjahr gesteckten Ziele zu erreichen.

Im ersten Halbjahr 2009 / 2010 erzielte die HumanOptics-Gruppe Umsatzerlöse in Höhe von 3,23 Mio. €. Im Vorjahr hatte der Umsatz bei 3,51 Mio. € gelegen, wobei hierin noch für die ersten drei Monate die Umsätze der vormals konsolidierten HumanOptics Deutschland GmbH & Co. KG enthalten waren. Bei einem Vergleich auf Basis der aktuellen Konzernstruktur ergibt sich bei den rein operativen Umsätzen ein deutlicher Anstieg von 13,6% gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Zum Umsatzwachstum der Gruppe trug vor allem eine deutliche Absatzsteigerung bei den Intraokularlinsen bei, wobei insbesondere im Ausland sehr positive Entwicklungen zu verzeichnen waren. Erfreulich ist zudem der weiter wachsende Anteil hochpreisiger Produkte, für die HumanOptics über besondere Kompetenzen verfügt. Insbesondere die zuletzt im Markt eingeführten Produkte, wie die diffraktiven IOLs, Add-On IOLs sowie die künstliche Iris wiesen im Berichtszeitraum erneut sehr zufriedenstellende Steigerungsraten auf.



Im 6-Monats-Zeitraum betrug die Gesamtleistung rund 3,45 Mio. €. Diese berücksichtigt auch die Erhöhung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen in Höhe von 0,14 Mio. €. Gleichzeitig gingen die sonstigen betrieblichen Erträge auf 0,08 Mio. € zurück, was vor allem durch im Vorjahreszeitraum enthaltene Einmaleffekte im Zuge der Entkonsolidierung begründet ist. Die Materialaufwendungen betrugen 0,24 Mio. € gegenüber 0,35 Mio. € im Vorjahreszeitraum, was sich ebenfalls primär durch die Entkonsolidierung der früheren Tochtergesellschaft erklärt. Diese hatte einen relativ hohen Umsatzanteil mit Handelswaren erzielt, die mit entsprechend niedrigeren Margen gehandelt wurden.

Im Verhältnis zur Gesamtleistung befindet sich die Rohertragsmarge mit 93,1 % weiter auf hohem Niveau. Aufwendungen für Personal summierten sich auf 1,58 Mio. €. Die Abschreibungen lagen mit 0,26 Mio. € etwas unter dem Niveau des Vorjahres (0,32 Mio. €). Sie umfassten Abschreibungen auf Hochpräzisionsmaschinen, weitere Sachanlagen sowie planmäßige Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände. Sonstige betriebliche Aufwendungen beliefen sich auf 1,04 Mio. €. Darin enthalten waren Marketing- und Vertriebsaufwendungen sowie Kosten für Forschung & Entwicklung, Studien, Beratungsleistungen als auch Leasingaufwendungen für Anlagegüter. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass sich mit der Entkonsolidierung der HumanOptics Deutschland GmbH & Co. KG der Vertriebsaufwand reduziert hat. Zudem wurden Kosteneinsparpotenziale effizient genutzt.

Somit konnte die HumanOptics-Gruppe im Berichtszeitraum ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) von 58 T€ aufweisen. Das Finanzergebnis lag im Berichtszeitraum bei - 42 T€ (Vorjahreszeitraum: - 123 T€). Zu der erneut verbesserten Entwicklung trugen erfolgte Tilgungen von Verbindlichkeiten und ein deutlich gesunkenes Zinsniveau bei. Darin enthalten sind unter anderem auch Finanzierungskosten für Hochpräzisionsmaschinen, die der Konzern teilweise über Mietkauf finanziert.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) summierte sich somit auf 16 T€. Insgesamt verzeichnete die HumanOptics-Gruppe für das erste Halbjahr 2009/2010 einen Konzernüberschuss von 13 T€.

g. Vermögenslage

Zum Stichtag 31. Dezember 2009 erhöhte sich die Bilanzsumme auf 7,36 Mio. € nach 6,96 Mio. € am 30. Juni 2009, wobei sich gleichzeitig die Bilanzrelationen erneut verbesserten.



Das Eigenkapital betrug zum 31. Dezember 2009 rund 4,18 Mio. € gegenüber 3,21 Mio. € zum Ende des Geschäftsjahrs 2008/2009. Hintergrund dieses Anstiegs war die erfolgreiche Kapitalerhöhung im Oktober 2009, bei der die Gesellschaft 480.000 neue, auf den Inhaber lautende Stückaktien aus genehmigtem Kapital ausgegeben hatte. In diesem Zusammenhang stieg das gezeichnete Kapital auf 5,35 Mio. €. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich zum Stichtag 31. Dezember 2009 auf 56,9% (30. Juni 2009: 46,2%).

Die HumanOptics-Gruppe konnte ihre Verbindlichkeiten von 3,05 Mio. € auf nun 2,73 Mio. € senken. Dabei gingen die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten infolge von Tilgungszahlungen von 2,45 Mio. € auf 2,22 Mio. € zurück.

Die Nettoverschuldung konnte deutlich verbessert werden und betrug zum 31. Dezember 1,44 Mio. € (per 30. Juni 2009 2,20 Mio. €).

Auf der Aktivseite erhöhte sich das Anlagevermögen leicht von 3,85 Mio. € auf 3,87 Mio. €. Immaterielle Vermögensgegenstände reduzierten sich aufgrund planmäßiger Abschreibungen von 2,03 Mio. € auf 1,89 Mio. €. Hingegen stiegen die Sachanlagen im Zuge von Investitionen zur Kapazitätsausweitung und Automatisierung der Produktion von 1,82 Mio. € auf 1,98 Mio. €.

Im Umlaufvermögen gingen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 1,64 Mio. € auf 1,32 Mio. € zurück. Gleichzeitig erhöhten sich die Vorräte von 1,10 Mio. € per Stichtag 30. Juni 2009 auf nun 1,25 Mio. €. Unter Berücksichtigung der Liquiditätsposition in Höhe von 0,78 Mio. € belief sich das Working Capital (Umlaufvermögen abzgl. liquide Mittel) auf 2,57 Mio. €.



Ereignisse nach dem 31. Dezember 2009

Nach dem Ende des Berichtszeitraums sind keine Ereignisse eingetreten, die sich maßgeblich auf die Ertrags- oder Vermögenslage der HumanOptics-Gruppe ausgewirkt haben.

Ausblick

Die Umsatzentwicklung in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2009 / 2010 war für die HumanOptics Gruppe sehr erfolgreich. Wir halten daher an unserer am 4. September 2009 abgegebenen Prognose für das Gesamtjahr fest, und sind zuversichtlich, in diesem Zeitraum auf vergleichbarer Basis Umsatz und Ergebnis weiter steigern zu können. Aufgrund der relativen Unabhängigkeit des Gesundheitsmarktes von der konjunkturellen Entwicklung blicken wir auch weiterhin sehr zuversichtlich in die Zukunft. Bislang hatte die weltweite Wirtschaftskrise keine spürbaren Auswirkungen auf unsere Geschäftsentwicklung. Auch dank der nach wie vor sehr positiven Resonanz auf unsere innovativen Produkte und die steigenden Absatz- und Umsatzzahlen sehen wir den kommenden Monaten sehr optimistisch entgegen.

Unterstützt wird diese Erwartung auch von der strategischen Neuausrichtung des Vertriebs, die sich in den vergangenen Monaten bereits als sehr positiv für unsere Geschäftsentwicklung erwiesen hat. Ziel ist es, unsere Marktdurchdringung vor allem im Heimatmarkt künftig noch stärker voranzutreiben und uns damit noch wettbewerbsfähiger für zukünftige Herausforderungen aufzustellen.

Als wichtige Basis unseres geplanten weiteren Wachstums sehen wir weiter steigende Absatzzahlen vor allem bei den hochwertigen Standardprodukten. Aber auch unsere innovativen Produkte, darunter die diffraktiven Linsen oder das Add-On-Produktportfolio, dürften zukünftig noch stärker zum Unternehmenserfolg beitragen.

Die laufenden Investitionen in zusätzliche Produktionskapazitäten sollen gewährleisten, dass wir auch in Zukunft eine gleichbleibend hohe Qualität unserer Produkte sicherstellen und die steigende Nachfrage bedienen können.

Erlangen, den 2. März 2010

Der Vorstand



Ungeprüfter Halbjahresabschluss

a. Konzernbilanz der HumanOptics AG, Erlangen, zum 31. Dezember 2009

AKTIVA	Stand am 31.12.2009 (T€)	Stand am 30.6.2009 (T€)
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	119,1	118,3
2. Geschäfts- oder Firmenwert	1.747,2	1.892,9
3. Geleistete Anzahlungen	21,5	21,5
	1.887,9	2.032,7
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	727,8	730,2
2. Technische Anlagen und Maschinen	901,5	837,0
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	259,8	218,4
4. Geleistete Anzahlungen	88,0	32,0
	1.977,1	1.817,6
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
1. Unfertige Erzeugnisse	78,2	78,2
2. Fertige Erzeugnisse und Waren	1.166,9	1.026,6
	1.245,1	1.104,8
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.220,5	1.581,7
2. Sonstige Vermögensgegenstände	101,1	58,1
	1.321,6	1.639,7
III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	778,8	256,0
C. Rechnungsabgrenzungsposten	145,0	104,4
	7.355,6	6.955,2



PASSIVA		Stand am 31.12.2009 (T€)	Stand am 30.6.2009 (T€)
A. Eigenkapital			
I.	Gezeichnetes Kapital Bedingtes Kapital: 185.000,00 € (i. V. 185 T€)	5.350,0	4.870,0
II.	Kapitalrücklage	17.410,4	16.930,4
III.	Konzernbilanzverlust	-18.576,3	-18.589,6
		4.184,1	3.210,7
B. Rückstellungen			
	Sonstige Rückstellungen	440,0	692,3
		440,0	692,3
C. Verbindlichkeiten			
1.	Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	2.219,9	2.453,0
2.	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	142,2	118,9
3.	Verbindlichkeiten aus Mietkauf	302,9	378,1
4.	Sonstige Verbindlichkeiten	66,6	102,1
		2.731,5	3.052,2
		7.355,6	6.955,2

Anmerkung: Der in Euro aufgestellte Abschluss ist zum Zweck der Übersichtlichkeit in Tausend Euro ausgewiesen.



b. Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der HumanOptics AG, Erlangen,
für die Zeit vom 1. Juli 2009 bis zum 31. Dezember 2009

	2009 / 2010 (T€) 1. Halbjahr	2008 / 2009 (T€) 1. Halbjahr*
1. Umsatzerlöse	3.233,7	3.509,6
2. Erhöhung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	140,3	60,6
3. Sonstige betriebliche Erträge	76,2	545,8
	3.450,2	4.116,0
4. Materialaufwand Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	237,6	353,4
5. Personalaufwand a) Löhne und Gehälter	1.577,0	1.762,1
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	270,1	273,6
	1.847,1	2.035,7
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	263,3	324,0
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.044,2	1.299,7
	58,0	103,2
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	9,9	14,8
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	51,8	138,2
	-41,9	-123,4
10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	16,1	-20,2
11. Steuern von Einkommen und Ertrag	0,0	11,4
12. Sonstige Steuern	2,7	7,4
	2,7	18,8
13. Halbjahresüberschuss (i.V. Halbjahresfehlbetrag)	13,4	-39,0
14. Anteile anderer Gesellschafter	0,0	-64,2
15. Konzernüberschuss	13,4	25,2

Anmerkung: Der in Euro aufgestellte Abschluss ist zum Zweck der Übersichtlichkeit in Tausend Euro ausgewiesen.

* Geschäftszahlen sind aufgrund der Entkonsolidierung der HumanOptics Deutschland GmbH & Co. KG zum 1. Oktober 2008 nur eingeschränkt mit den Werten des 1. Halbjahres 2009 / 2010 vergleichbar.



Impressum

HumanOptics AG
Spardorfer Str. 150
91054 Erlangen
Germany

Tel: +49 (9131)-5 06 65-0
Fax: +49 (9131)-5 06 65-90

E-Mail: mail@humanoptics.com
Web: www.humanoptics.de

Vertretungsberechtigter Vorstand: Karl Klamann, Dr. Arthur Meßner, Rainer Stötzel
Registergericht: Fürth
Registernummer: HRB 7714

Stand: 2. März 2010

Bildquellen:

Fotolia Deutschland (Cover)
HumanOptics AG

Design:

cometis AG
Unter den Eichen 7
65195 Wiesbaden

Dieser Halbjahresbericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, denen Risiken und Unsicherheiten unterliegen. Sie sind Einschätzungen des Vorstands der HumanOptics AG und spiegeln dessen gegenwärtige Ansichten hinsichtlich zukünftiger Ereignisse wider. An Begriffen wie „erwarten“, „schätzen“, „beabsichtigen“, „kann“, „wird“ und ähnlichen Ausdrücken mit Bezug auf das Unternehmen können solche vorausschauenden Aussagen erkannt werden.

Kontakt

HumanOptics AG

Spardorfer Str. 150 | 91054 Erlangen

Telefon: +49 (9131)-50 665-0 | Fax: +49 (9131)-50665-90

E-Mail: mail@humanoptics.com | Web: www.humanoptics.de