

## NanoFocus mit „See more“, 3D-Oberflächen-Messtechnik, auf der Überholspur; brillante Präsentation bei Salutaris' „Round Table“

Das bestens eingespielte NanoFocus-Trio – CEO Dr. Hans Schreier, PR-Leiter Joachim Sorg und Vertriebsmitarbeiter Rouven Lenz – stellte als Novum bei Präsentationen für Finanzfachleute sein neues Standardgerät „*usurf explorer*“ vor. Der Inhaber und Vorstand der Münchner SALUTARIS CAPITAL MANAGEMENT AG, Michael Kollenda, sowie die Inhaberin und Leiterin Vermögensanlage, Frau Dr. Barbara Kollenda, hatten am 19. September einen kleinen Kreis führender Finanzexperten und Fondsmanager in ihrem Haus zu einer NanoFocus-Präsentation unter dem Motto „Round Table“ eingeladen. Das SALUTARIS-Management versprach nicht zu viel. Das NanoFocus-Trio sorgte für ein wahres Feuerwerk an Spannung, Inspiration und Anschauung. Es war eine erlebnisreiche Präsentation zum Anfassen, stellten doch die Referenten erstmals bei einer Road Show ihr neues 3D-Standardgerät „*usurf explorer*“ vor und setzten es bei ihrer Vorführung praktisch ein.

**Die folgenden Finanzexperten waren zu „See more“ – Präsentation der NanoFocus AG – geladen:** Horn Wolfgang, Geschäftsführer Aquarius Analytis GmbH; Kimmig Christian, Prokurist LENA Beteiligungs AG; Reitelshöfer Michael, Inhaber Roland Reitelshöfer Vermögensberatungs- und -verwaltungs-GmbH; Sander Beate, Buchautorin, Wirtschafts- und Börsenjournalistin; Schmid Heinz, Inhaber Schmid Partners; Sundermann Christian, Aufsichtsratsvorsitzender CFO AG; Vogl Ludwig, Direktor, Privatkundengeschäft, Bankhaus Reuschel & Co.

Böse Zungen unterstellen der Nanotechnologie bisweilen, dass bei Produkten mit zwergenhaften, für das menschliche Auge unsichtbaren Mikrostrukturen nicht immer drin sei, was draufsteht. Aber solche Besorgnis besteht bei den NanoFocus-Produkten nicht. Das neue dreidimensionale Standardgerät ist kein Hokusfokus, sondern in diesem wichtigen Zukunftsmarkt eher eine Kampfansage an das Raster-Elektronenmikroskop. Vertriebsmitarbeiter Rouven Lenz demonstrierte eindrucksvoll am mitgebrachten Objekt, was dieses Wind und Wetter, starken Erschütterungen und Temperaturschwankungen trotzende robuste und leistungsfähige Gerät alles kann, wenn es darum geht, bei hoher Auflösung unterschiedlichste Oberflächenstrukturen präzise und industrietauglich zu messen. Seien es z. B. Motorkomponenten Dichtungen, künstliche Gelenke, Bleche und spezielle Karosserieteile.

Was diese abendliche Round-Table-Präsentation so spannend und angenehm machte, waren die zwanglose Atmosphäre und die spontane, wechselseitige Gesprächsführung der drei Referenten, die allesamt mit freien Reden begeisterten.

Es war jederzeit möglich, Fragen zu stellen, die sofort fachkundig beantwortet wurden. So war der Ablauf der Präsentation nicht festgelegt, sondern angepasst auf die Wünsche, Bedürfnisse und eine kaum erlahmende Wissbegier von Gästen und Gastgeber. Selbst die physikalisch weniger kompetenten Finanzexperten konnten sich ein gutes Bild vom Geschäftsmodell machen und gewannen einen unvergesslichen Einblick in Mikrostrukturen, in die geheimnisvolle Welt der NanoFocus-3D-Oberflächentechnologie. Mit ihrer Hilfe lassen sich Oberflächenstrukturen aus unterschiedlichen Branchen, z. B. der Auto-, Druck- und Solarzellenindustrie (Photovoltaiktechnologie), Medizintechnik, Biotechnologie dreidimensional, Schnitt für Schnitt, exakt messen. Interessante Anwendungsfelder bieten zudem die Forensik (Identifizierung von Tatwaffen) und Kunstmarkt (Original oder Fälschung?).

Ein modernes zweidimensionales Raster-Elektronen-Mikroskop kostet heute ungefähr 200.000 bis 1.000.000 Euro. Deren Bedienung und Nutzung erfordert hohe physikalische Fachkompetenz, Vorbereitung der Proben, Vakuum und lange Messzeiten. – NanoFocus' erstes dreidimensionales Standardgerät „*usurf explorer*“, ausgestattet mit erstklassiger Software in der gewünschten Sprache, ist auch von Mitarbeitern ohne physikalisches Grundwissen leicht bedienbar und kostet lediglich 65.000 Euro. Es erlaubt bei hoher Auflösung exakte Messungen auch unter schwierigsten äußeren Bedingungen, z. B. in der Papierherstellungs- und Druckindustrie, wo schwere Walzen starke Schwingungen erzeugen. Das Vorführgerät hat bereits Tausende von Autobahnkilometern schadlos überstanden. Kann ein Härtetest überzeugender sein?

2008 kommt ein mobiles und leichtes Standardgerät auf den Markt, überall problemlos einsetzbar, wo etwas produziert wird und Messprozesse anstehen, beispielsweise bezüglich Rauheit oder Ebenheit. Läuft der Prozess aus dem Ruder oder ordnungsgemäß ab? Mit der NanoFocus-3D-Mikroskopie lässt sich eine Oberfläche wie ein Gebirge darstellen und die Strukturen Schnitt für Schnitt präzise messen.

Auf den Punkt gebracht, erklärt der Vorstandsvorsitzende und Firmengründer Dr. Hans Schreier das Geschäftsmodell von NanoFocus in etwa wie folgt: *„Wir liefern die Schaufeln, damit andere das Gold graben können. Wir entwickeln und produzieren leistungsfähige, robuste, einfach zu bedienende Werkzeuge, um 3D-Oberflächenstrukturen zu messen und zu überprüfen. Der Markt für unsere Produkte ist da. Der Trend in der Industrie läuft klar in Richtung Miniaturisierung. Wir machen unsere Hausaufgaben und wollen uns als Pionier ein ordentliches Stück von diesem Zukunftsmarktkuchen abschneiden. Unser qualifiziertes Mitarbeiter- team, die richtige Mannschaft für Produktion und Vertrieb, hat die Kompetenz, um diese Ziele zu verwirklichen. Die NanoFocus-Vertriebsstrategie fußt auf drei Säulen: Eigenvertrieb, Key-Account und Partnersales. Dabei gewährleisten wir Ultra-Präzision und Industrietauglichkeit.“*

## Wie sieht der Ausblick 2007/2008 aus?

Als Innovationsführer im Bereich der berührungslosen 3D-Optik setzt sich NanoFocus folgende Ziele:

- Margen verbessern, Marktanteile gewinnen, zweistellig wachsen
- Die Kernkompetenzen erweitern
- Die Kapitalstruktur weiter verbessern
- Neue Ertragsquellen erschließen
- Den Eigenvertrieb stärken
- Weltweite Vertriebsorganisationen für das neue Standardprodukt „*usurf explorer*“ gewinnen
- Das ungefähr 85.000 Euro kostende mobile Standardgerät auf den Markt bringen und Vertriebsstrukturen aufbauen
- Branchenorientierte Partnermodelle für Nischenmärkte entwickeln und vertraglich abschließen (Automotive für Japan, Druckindustrie, Qualitätssicherung in der Solarbranche und in der Leiterplattenindustrie)
- Die Bilanzierung von HGB auf IFRS umstellen und damit die Voraussetzungen für den geplanten Wechsel der Aktie vom Entry Standard in den General bzw. Prime Standard erfüllen

## Welche Visionen und Missionen verfolgt NanoFocus?

Hier sind insbesondere vier Zielsetzungen im Gespräch:

- Industriestandards setzen und mit dem Trend der Miniaturisierung wachsen
- Für die Anwender der NanoFocus-Technologien Erkenntnisgewinn erzeugen
- Erfolgreiche Einzellösungen global skalieren
- Die vorhandenen Grenzen der Licht-Technologien ausweiten

## Eindruck

Die perfekte Präsentation wurde begeistert aufgenommen – unterstützt von den anschaulichen, reich bebilderten Unterlagen. Für gute Stimmung vor und nach dem offiziellen Teil sorgten auch die ausgezeichnete Bewirtung seitens der Gastgeber, Frau Dr. Barbara und Herr Michael Kollenda, sowie die zwanglose, gemütliche Atmosphäre. Ein großes Lob für SALUTARIS – „ROUND TABLE“!

---

## Die SALUTARIS CAPITAL MANAGEMENT AG stellt sich kurz vor

Der Vorstandschef Michael Kollenda, Dipl.-Bankbetriebswirt (BA), arbeitet seit über 27 Jahren im Bereich Vermögensanlage für private und institutionelle Kunden und verfügt über den unerlässlichen Erfahrungsschatz.

Die Ziele und Risikoneigung der Kunden bilden die Basis für eine maßgeschneiderte, persönliche Anlagestrategie. Die Geschäftsfelder sind die Finanzportfolioverwaltung sowie die Anlage- und die Abschlussvermittlung.

**Die SALUTARIS CAPITAL MANAGEMENT AG vertraut auf die Dynamik des Mittelstands.** Der Fokus liegt auf börsennotierten deutschen Aktiengesellschaften mit einer Marktkapitalisierung unter 100 Millionen Euro. Ein besonderes Augenmerk gilt Unternehmen mit einer zukunftssträchtigen Wachstumsstory und günstigen Bewertung. SALUTARIS entwickelt eine eigene Note, indem es das Management interessanter Unternehmen persönlich kennen lernt. Die Führungsspitze muss auch menschlich überzeugen. Auf der Suche nach attraktiven, niedrig bewerteten Unternehmen werden eigentümerdominierte, familiengeführte Firmen bevorzugt.

**Zu den bemerkenswerten Alleinstellungsmerkmalen zählt, dass SALUTARIS fortlaufend Gespräche zwischen Investoren und Unternehmensvorständen in kleiner Runde und zwangloser Atmosphäre veranstaltet.** Im Geschäftsjahr 2007 haben folgende Unternehmen an diesen abendlichen Round-Table-Veranstaltungen ihr Geschäftsmodell präsentiert: LINTEC Information Technologies AG: „Informationstechnologie – hat der Standort Deutschland Zukunft?“ – Klassik Radio AG: „Bleiben Sie entspannt!“ – Schaltbau Holding AG: „Zurück auf die Erfolgsspur!“ – Activa Resources AG: „Öl und Gas“ – Silicon Sensor AG: „Sensoren für unsere Zukunft!“ – NanoFocus AG: „See more“.

---

Sofern Sie Kontakt mit der Autorin wünschen: [Beate.Sander@gmx.de](mailto:Beate.Sander@gmx.de) oder [Beate.S.Sander@t-online.de](mailto:Beate.S.Sander@t-online.de)

---