

Pressekonferenz Banner Batterien Leonding, 20. Mai 2010

- **Banner stärkt seine Marktposition im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009/10**
- **Ausbau der Produktionskapazitäten im Werk Leonding**
- **Gut gerüstet für die Zukunft**
- **Beitrag der Blei-Säure Batterie für Hybrid-Fahrzeuge**

Für Rückfragen:

- >> Mag. Günther Lemmerer
- >> Marketing und Öffentlichkeitsarbeit
- >> Banner GmbH; Banner Straße 1; A-4021 Linz
- >> Tel: +43/(0)732/3888-21550; Fax: +43/(0)732/3888-61550
- >> Mobil: +43/(0)676/87381550
- >> e-mail: guenther.lemmerer@bannerbatterien.com

Übersicht

Geschäftsentwicklung	Seite 3
<ul style="list-style-type: none">• Banner stärkt seine Marktposition im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009/10	
Erfolge	Seite 5
<ul style="list-style-type: none">• Wachstum in der Erstausrüstung	
Investitionen	Seite 6
<ul style="list-style-type: none">• Erweiterung der Produktionskapazitäten in Leonding	
Ziele	Seite 7
<ul style="list-style-type: none">• Gut gerüstet für die Zukunft	
Batterietechnologie	Seite 8
<ul style="list-style-type: none">• Beitrag der Blei-Säure Batterie für Hybridfahrzeuge	
Auf einen Blick	Seite 10
<ul style="list-style-type: none">• Banner: „The Power Company“	
Daten	Seite 12
<ul style="list-style-type: none">• Unternehmenssteckbrief	
Im Bild	Seite 12
<ul style="list-style-type: none">• Pressefotos	

Geschäftsentwicklung

Banner stärkt seine Marktposition im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009/10

Absatzsteigerung. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009/10 (01.04.2009 bis 31.03.2010) konnte Banner nach einem Jahr der krisenbedingten Stagnation den Absatz auf 3,8 Mio. Stück Starterbatterien steigern, das entspricht einem Plus von 200.000 Stück im Vergleich zum Vorjahr. Sehr positiv haben sich die Geschäfte mit Automobilherstellern entwickelt, so konnte Banner bei seinen zwei größten Kunden – der VW Gruppe und BMW Zusatzaufträge an Land ziehen. Mit diesem Mengenwachstum im Geschäftsfeld Erstausrüstung beträgt der Anteil am Gesamtumsatz Starterbatterien insgesamt nun knapp 30%.

Stabile Ersatzbatterien. Den wesentlichen Beitrag zum Absatz leistet also die Ersatzbatterie. Nach einem eher verhaltenen Geschäftsverlauf im Frühjahr/Sommer angesichts der Wirtschaftskrise und teilweise dramatischen Marktrückgängen im Nutzfahrzeug- und Freizeitbereich konnte Banner vom langen und kalten Winter in ganz Europa profitieren. Angesichts eines geschrumpften Marktvolumen von geschätzten 10% oder 8 Mio. Starterbatterien in Europa konnte Banner seine Marktposition als N° 4 dank der Absatzsteigerung sogar ausbauen.

Erfolgreich bei Automobilclubs. Sehr erfreulich entwickelten sich die Geschäfte mit europäischen Touringclubs, die Produkt- und Lieferqualität als zentrale Anforderung an Ihre Batterielieferanten stellen. Genau da kann Banner seine Stärken voll ausspielen. Neben Touring-Clubs in Deutschland (AvD), Österreich (ARBÖ) und der Schweiz (TCS) vertrauen auch Automobilclubs aus den Niederlanden (ANWB), Luxemburg (ACL), Frankreich (ACTA) sowie Belgien (Touring) auf das Banner Markenprodukt.

Konjunkturelle Auswirkungen. Negative Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung hatten teilweise massive Abwertungen von osteuropäischen Währungen zum Euro. Der Geschäftsbereich Antriebs- und Stationärbatterien war im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einem Minus von 10% deutlich rückläufig. Die Investitionskonjunktur in Europa, vor allem im Traktionsbereich (Stapler, Hebebühnen, etc.) ist im Herbst 2008 massiv eingebrochen und erholt sich erst seit einigen Monaten wieder langsam. Mit einem qualitativ hochwertigen Reifenauswuchtgewicht aus Zink hat Banner angesichts eines preisg-

gressiven Mitbewerbsumfeld Terrain am Markt eingebüßt. Der Absatz schrumpfte um 4 Mio. auf 24. Mio. Stück Reifenauswuchtgewichten.

Wiederum mehr als 200 Mio. € Umsatz. Der Gesamtumsatz über alle Geschäftsbereiche betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009/10 202 Mio. €. Damit konnte Banner das Ergebnis aus dem Vorjahr (201 Mio. €) praktisch halten. Umsatzfördernd wirkte sich der Produktmix dank deutlicher Absatzsteigerungen bei hochwertigen Starterbatterien, allen voran AGM-Batterien, aus. Vergünstigungen beim Einkauf des Rohstoffs Blei im Vergleich zum Vorjahr konnten hingegen in Form von reduzierten Verkaufspreisen an die Kunden weitergegeben werden. Die EBIT Marge der Banner Gruppe betrug im letzten Wirtschaftsjahr 6% vom konsolidierten Umsatz.

Zusätzliche Mitarbeiter. Mit Stichtag 31.03.2010 beschäftigt Banner gruppenweit 710 Mitarbeiter (plus 20 Personen gegenüber dem Vorjahr), davon 460 Personen am Produktionssitz Leonding. Die zusätzlichen Mitarbeiter konnten dank eines erweiterten Schichtmodells sowie der Inbetriebnahme eines neuen Verfahrens für die Elektroden-Fertigung angestellt werden.

KNEWLEDGE 2009. Als Anerkennung für sein vorbildliches, innerbetriebliches Personalentwicklungsprogramm hat der Wirtschaftsminister am 27.01.2010 Banner mit dem Staatspreis KNEWLEDGE 2009 ausgezeichnet.

Zusammenfassung. „Ich bin mit unseren Leistungen im abgelaufenen Wirtschaftsjahr 2009/10 sehr zufrieden. Wir haben das Jahr angesichts der Krise und der schwierigen Rahmenbedingungen am europäischen Markt konservativ geplant. Wir konnten dann dank unserer flexiblen Produktion Chancen in der Erstausrüstung wahrnehmen und gleichzeitig unsere Kunden in der Nachrüstung über den strengen und langen Winter hindurch punkto Verlässlichkeit und Lieferfähigkeit voll zufrieden stellen. Hut ab vor unseren fachlich sowie menschlich tollen Mitarbeitern“, resümiert Andreas Bawart.

Erfolge

Wachstum in der Erstausrüstung

Bedeutung. Die Qualität des Batterieherstellers Banner lässt sich auch daran erkennen, dass renommierte Automarken auf seine Produkte in der Erstausrüstung setzen. Technische Kompetenz, eine starke Marke, Produktqualität, Flexibilität, Liefertreue und Produktionsstabilität sind die wesentlichen Erfolgsfaktoren für erfolgreiche Partnerschaften.

Referenzen. Banner kann heute auf namhafte Produzenten wie BMW, VW, Skoda Chrysler, Mitsubishi, Volvo, Liebherr, MAN, Scania, Kässbohrer, Dethleffs und Jungheinrich verweisen. Wesentlich dabei ist die Tatsache, dass nicht nur PKW-Hersteller, sondern auch LKW- und Sondermaschinenhersteller beliefert werden. Damit können die unterschiedlichen Anforderungen optimal in die diversen Produkte eingearbeitet werden.

Die Nachrüstung profitiert. Banner fertigt die Erstausrüster- und die Nachrüstprodukte auf den gleichen Montagebändern und wendet dadurch die strengsten Qualitätssicherungsmaßnahmen an. Technische Entwicklungen werden in den Partnerschaften mit Fahrzeugherstellern realisiert und kommen fast zeitgleich auch bei den Nachrüstprodukten zum Einsatz.

AGM-Batterie. AGM steht für „Absorbent Glass Mat“ und die Verwendung von Glasvliesmatten in der Batteriekonstruktion. Banner beliefert BMW mit AGM-Batterien für den Einbau in den Serien BMW 1er, 3er und 5er. Der Einsatz dieser neuen Technologie bei BMW wurde durch die Projektreihe „Efficient Dynamics“ notwendig. Unter diesem Begriff führte BMW eine Reihe von Einsparmöglichkeiten beim Kraftstoffverbrauch und damit beim CO₂-Ausstoß in der Serie ein. Dabei setzt BMW ein sanftes Hybridkonzept (Micro-Hybrid) ein und konnte so den CO₂-Flottenausstoß über alle produzierten Fahrzeugen von 2007 auf 2008 um -10,5% senken.

Hohe Anforderungen an die Batterie. Die Rückgewinnung von Bremsenergie lädt die Batterie im Schiebetrieb. Beim Beschleunigen wird daraufhin das Bordnetz ausschließlich von der Batterie versorgt, um den Generator zu entlasten. Zudem kommt eine Start-Stopp-Automatik zum Einsatz: sobald sich das Fahrzeug im Stillstand befindet, schaltet sich der Motor aus und springt automatisch wieder an, wenn die Kupplung zum Gangein-

legen betätigt wird. Eine hohe Zyklfestigkeit der Starterbatterie ist für diesen flexiblen Energieeinsatz Voraussetzung.

Neukunde Volvo. Seit dem Herbst 2009 beliefert Banner das Volvo-Werk in Gent/Belgien mit einer 9Ah AGM-Batterie. Dabei handelt es sich um eine Zusatzbatterie zu einer AGM-Starterbatterie, um die Versorgung des Bordnetzes angesichts der Motor Start-Stopp Funktion sicherzustellen.

Investition

Ausbau der Produktionskapazitäten

Hintergrund. Banner produziert im einzigen Werk Leonding fast immer an der Kapazitätsobergrenze. Gleichzeitig hat sich das Familienunternehmen einer kontinuierlichen Wachstumsstrategie verschrieben. Eine Erweiterung der Produktionskapazitäten sind daraus eine logische Konsequenz.

15 Mio. €Volumen. Im Kalenderjahr 2010 werden alleine 15. Mio. € in zusätzliche Anlagen und Lagermöglichkeiten investiert. Bereits fast abgeschlossen ist die Erweiterung des Fertigwarenlagers um weitere knapp 3.500 Palettenplätze, wo bis zu 200.000 zusätzliche Batterien gelagert werden können. Im Sommer wird dann eine zusätzliche Batteriemontagelinie installiert. Parallel dazu wird die Kapazität der bestehenden Finish-Anlage für AGM-Batterien erweitert und eine komplette neue Finish-Anlage installiert.

Bis zu 20% mehr Kapazität. Dank dieser Investitionen sollten dann im Kalenderjahr 2011 bis zu 20% mehr Kapazität zur Verfügung stellen. Diese wird vor allem für die AGM-Batterie benötigt, die Produktion 2010 ist bereits so gut wie ausverkauft. „Wir werden heuer rund 300.000 AGM-Batterie absetzen und rechnen uns für 2011 gute Chancen aus, diese Produktlinie im Verkauf zu verdoppeln“, zeigt sich Andreas Bawart zuversichtlich. Die neuen Anlagen sind jedoch flexibel ausgerichtet, es können also auch jederzeit konventionelle Calcium/Calcium-Batterien gefertigt werden.

Elektrodenfertigung. Bereits im Spätherbst 2009 wurde die Kapazität in der Vorfertigung dank der Inbetriebnahme einer neuen, hoch automatisierten Anlage zur Plattenproduktion geschaffen. Das angewandte Verfahren „ConCast“ ist bereits beim Joint-Venture Partner East Penn/USA erfolgreich im Serieneinsatz und erlaubt die Herstellung von ne-

gativen Elektroden mit minimaler Fehlertoleranz und hoher Produktivität. Diese Platten werden heute bereits in PKW-Batterien verbaut und sollen künftig auch bei AGM-Batterien zum Einsatz kommen. Weitere Investitionen in die Pastierung und Oxyd-Produktion folgen im Laufe des aktuellen Geschäftsjahres.

Bekanntnis zum Standort OÖ. „Wir sind sehr froh darüber, dass wir diesen Erweiterungsschritt im Werk Leonding machen können. Wir finden hier die optimalen Produktionsbedingungen vor und verfügen über bestens qualifizierte Mitarbeiter. Wir können hier auch immer auf die Unterstützung der lokalen Behörden und unserer Anrainer zählen“, so Thomas Bawart. 25 bis 30 zusätzliche Mitarbeiter werden bei Banner bis 2011 dadurch eine Anstellung finden.

Ziele

Gut gerüstet in die Zukunft

Wachstum in Europa. Der Markt von Banner ist Kontinentaleuropa, hier werden über 95% des Gruppen-Umsatzes erwirtschaftet. In zwei großen Märkten, der Ukraine und der Türkei ist Banner heute noch nicht durch eigene Vertriebspartner vertreten, diese Lücke gilt es heuer zu schließen. Die bereits erfolgreiche Strategie, eigene Vertriebsfirmen in Perspektivmärkten zu gründen, wird demnächst fortgesetzt. Entsprechende Machbarkeitsstudien zu Firmengründungen befinden sich zur Zeit in Ausarbeitung. Die Gründung von neuen Vertriebsfirmen ist heuer jedoch nicht geplant.

Sensibles Marktumfeld. „Wir schätzen den europäischen Markt für Starterbatterien nach den massiven Rückgängen von 2008 auf 2009 heuer stabil auf niedrigem Niveau ein. Die ausgeschütteten Verschrottungsprämien für Gebrauchtwagen in vielen europäischen Ländern haben viele alte Fahrzeuge aus dem Verkehr gezogen, den Fahrzeugbestand verjüngt und damit das Potenzial für die Ersatzbatterie reduziert. Zudem steigt die durchschnittliche Lebensdauer einer Starterbatterie in den Fahrzeugen von geschätzten 5 Jahren zur Zeit in Richtung 6 Jahren an. Die Nachfrage nach LKW-Batterien dürfte jedoch heuer wieder leicht steigen. Hier werden zur Zeit wieder temporär stillgelegte Fahrzeuge in vielen Fällen verbunden mit einem Batterietausch reaktiviert“, zeigt sich Andreas Bawart zurückhaltend.

Absatzziele. „Unser Ziel muss heuer das Durchbrechen der 4 Mio. Schallmauer für Starterbatterien sein. Wir sind optimistisch, dass wir die dafür notwendigen Mehrverkäufe trotz des nach wie vor angespannten Marktumfeldes schaffen können“, prognostiziert Andreas Bawart. „Die aktuellen Investitionen am Produktionssitz schaffen die Kapazitäten, um diesem Ziel quantitativ erreichen zu können“.

Produktinnovation. Banner entwickelt zur Zeit für führende Nutzfahrzeughersteller eine neue Starterbatterie mit deutlich mehr Kundennutzen im Bereich der Wartungsintensität und der Betriebssicherheit. Anlässlich der europäischen Leitmesse für Automobil-Zulieferer, der Automechanika Frankfurt im September 2010 wird dieses Produkt der Öffentlichkeit präsentiert und dann im Frühjahr 2011 in den Verkauf gelangen.

Kooperation Moura. Zusätzlich zum Joint Venture mit dem Batteriehersteller East Penn/USA ist Banner 2009 eine technische Kooperation mit dem Marktführer Starterbatterien in Südamerika – der Fa. Acumuladores Moura S.A./Brasilien, auch ein Familienunternehmen eingegangen. Neben der gemeinsamen Lösung von technischen Fragestellungen stärkt diese Kooperation auch die Partnerschaft von Banner mit europäischen Fahrzeugherstellern, die in Südamerika Produktionsstätten betreiben. Ab dem Sommer 2010 übernimmt Banner in Großbritannien zudem den Vertrieb von Moura Starterbatterien.

Batterietechnologie

Beitrag der Blei-Säure Technologie für Hybrid-Fahrzeuge

Umfeld. Der PKW-Verkehr zeichnet in Europa für ca. 25% des gesamten CO₂-Ausstoß verantwortlich. Die europäische Politik hat angesichts der globalen Verantwortung zur Bekämpfung der Klimaerwärmung und der zu erwartenden Verknappung der fossilen Rohstoffe Vorschriften für den Schadstoff-Ausstoß von Neufahrzeugen erlassen, die für die Produzenten bindend sind: Hybrid-Konzepte, Leichtbauweise und Elektro-Fahrzeuge gelten heute als zentrale Maßnahmen, um diese Ziele zu erreichen.

Hybridformen. Im Fahrzeugbau versteht man unter „hybrid“ die Kombination von mindestens zwei unabhängigen Antriebsquellen und unterscheidet dabei drei Hybridformen: Full-, Mild und Micro-Hybrid. Beim Full-Hybrid übernimmt ein Elektromotor für kurze Stre-

cken autonom die Antriebsfunktion des Verbrennungsmotors. Ein Vertreter dieser Kategorie ist der Toyota Prius. Bei Mild-Hybrid-Anwendungen unterstützt der Elektromotor den Verbrennungsmotor beim Beschleunigen, ein rein elektrisches Fahren ist hier aber nicht möglich, z.B. Honda Insight. Im so genannten Micro-Hybrid-Bereich schließlich geht es u.a. um Start-Stopp-Systeme, reduzierte Leerlaufdrehzahlen und die Rückgewinnung von Bremsenergie (z.B. BMW Efficient Dynamics oder VW BlueMotion).

Batterietechnologien. Zur Energieversorgung hybrider Anwendungen stehen grundsätzlich folgende Batterietechnologien zur Verfügung, die für eine Serienreife aus heutiger Sicht der Technik geeignet sind: Blei-Säure, Nickel-Metallhydrid und Lithium-Ionen. Die Stärken der Blei-Säure-Technologie im automobilen Einsatz liegen im Kostenbereich, der Zuverlässigkeit/Sicherheit, Umwelt/Recycling und der industriellen Fertigung. Die Lithium-Ionen-Technologie punktet hingegen in der Leistungs- und Energiedichte, ist aber heute wirtschaftlich in der Großserie noch nicht zu produzieren.

Eignungen Batterietechnologie. Die Blei-Säure-Technologie mit der Weiterentwicklung AGM ist aus Sicht der Banner Entwickler die attraktivste Lösung für Micro-Hybrid-Konzepte. Bei Full-Hybrid-Fahrzeugen dominiert derzeit die Nickel-Metallhydrid-Batterie. Die Banner Experten räumen jedoch hier der Lithium-Ionen-Technologie das größte Zukunftspotenzial ein. „Nach unserer Einschätzung sind Full-Hybrid Systeme eine Übergangslösung zum reinen Elektrofahrzeug. Dieses wird für bestimmte Mobilitätsanforderungen bald eine sinnvolle Alternative sein, jedoch den Verbrennungsmotor in den nächsten Dekaden nicht verdrängen“, so Thomas Bawart.

Zukunft der AGM-Technologie. Die europäische Fahrzeugindustrie setzt heute bereits massiv auf Micro-Hybrid-Antriebe mit Start-Stopp-Systemen. Im Jahr 2009 wurden bereits ca. 2.5 Mio. Fahrzeugen so gebaut, der Großteil davon ist mit einer AGM-Batterie ausgestattet. Nach BMW liefern u.a. auch Volkswagen und Mercedes immer mehr Fahrzeuge als Micro-Hybrid aus, weitere europäische Hersteller werden folgen. Banner schätzt, dass 2015 ca. 50-70% aller Neufahrzeuge mit einer AGM-Batterie ausgestattet sein könnten. „Die AGM-Technologie ist heute für die europäische Fahrzeugindustrie die wirtschaftlich attraktivste Energielösung, um CO₂-Emissionen zu senken. Ein VW Polo BlueMotion TDI 55kW hat heute mit 87g/km einen geringeren Ausstoß wie der Full-Hybrid Toyota Prius mit 89g/km“, resümiert Thomas Bawart.

Banner Entwicklungen. Aktuell laufen bei Banner mehrere Entwicklungsprojekte zur weiteren Optimierung der AGM-Batterie. Ziel ist es mit optimierten Zellendesign, Addi-

ven zur Aktivmasse und diversen konstruktiven Maßnahmen die Leistungsaufnahme und –abgabe zu verbessern. Mit einem solchen Produkt können Kunden einerseits noch mehr Bremsenergie zurückgewinnen, aber auch die Batterie zur Drehmomentsunterstützung, also sogenannten Mild-Hybrid Anwendungen einsetzen. Banner hat heute kein eigenes Entwicklungsprojekt im Bereich der Lithium-Ionen Technologie, beteiligt sich aber über sein weltweites „network of competence“ am Wissenstransfer zu alternativen Batteriesystemen.

Auf einen Blick

Banner: „The Power Company“

Banner ist in drei Geschäftsfeldern aktiv:

1. Starterbatterien für Fahrzeuge aller Art
2. Antriebs- und Stationärbatterien (z.B. für Stapler, Arbeitsbühnen oder Notstromversorgung)
3. Reifenauswuchtgewichte

• **4 in Europa.** Nach den Absatzzahlen ist Banner europaweit die Nummer Vier der Branche Starterbatterien. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden im Werk Linz-Leonding 3,8 Millionen Batterien und 24 Millionen Reifenauswuchtgewichte hergestellt und verkauft. Der Gesamtumsatz von Banner betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009/10 202 Mio. €.

Banner zählt zu den besten Batteriemarken. Die renommierte deutsche Zeitschrift „Auto, Motor und Sport“ hat in der Ausgabe 07/2009 seinen Lesern die Frage gestellt, welche Batterieprodukte am meisten überzeugen. Banner hat dabei wie im Vorjahr den dritten Platz errungen und wird damit von den deutschen Autofahrern als eine der bekanntesten und renommiertesten Batteriemarken genannt.

Markenstrategie. Die jüngsten Unternehmenserfolge unterstreichen die Richtigkeit der Vertriebsstrategie, den Premiumbereich des Marktes konsequent auszubauen und Banner als Qualitätsmarke mit Spitzenprodukten und Spitzenservice zu positionieren. Dazu der Banner Geschäftsführer Andreas Bawart: „Wir hören intensiv auf die Wünsche unserer Kunden, wir bieten kompetenten Volls-service und anerkannte Qualität. Damit haben

wir Banner als Premiummarke etabliert, und die Ergebnisse unterstreichen unsere Strategie des qualitativen Wachstums.“

Familienbesitz. Die Gründung von Banner erfolgte durch Artur Bawart vor mehr als 70 Jahren 1937 in Rankweil in Vorarlberg. Seit dem Jahr 1953 wird in Linz produziert. Banner ist seit 2004 der einzige österreichische Hersteller von Starterbatterien. Das Unternehmen steht im Eigentum der Familie Bawart und wird von Andreas Bawart (Kaufmännischer Geschäftsführer) und Mag. Thomas Bawart (Technischer Geschäftsführer) geleitet. 2009 feierte der Produktionsstandort Linz-Leonding sein 50-jähriges Bestandsjubiläum.

Recycling. Eine Starterbatterie auf Blei-Säure-Basis funktioniert in einem geschlossenen Kreislauf und ist zu 99% recyclingfähig. Nicht mehr funktionstüchtige Batterien werden von Banner selber oder durch beauftragte Drittunternehmen systematisch eingesammelt und der Wiedergewinnung zugeführt. Rund 70% des jährlichen Bleibedarfs bei Banner werden bereits mit Sekundärblei aus dem Recycling-Verfahren abgedeckt.

Umweltfreundliche Produktion. Banner hat den Standort Linz-Leonding zu einer der modernsten Produktionsstätten von Starterbatterien in Europa ausgebaut. Die Stadtrandlage und die unmittelbare Nähe zu Wasserschutz- und Wohngebieten bedingen, dass Umweltschutz im Unternehmensleitbild seit jeher stark verankert ist. Banner erfüllt die strengsten österreichischen Umweltauflagen für metallverarbeitende Betriebe. Alle Umweltschutzanlagen am Standort wurden über die letzten Jahrzehnte über das Maximum hinaus erweitert.

Kooperation. Banner unterhält eine Partnerschaft mit Gerlinde Kaltenbrunner, der Profiextrembergsteigerin aus Spital am Pyhrn/Ö. Sie hat bereits zwölf der insgesamt vierzehn Achttausender im alpinen Stil und ohne künstlichem Sauerstoff bestiegen. Gerlinde Kaltenbrunner gilt damit international als eine der führenden, weiblichen Alpinisten. Als nächstes Ziel hat sich Kaltenbrunner den Mount Everest gesetzt, den höchsten Berg der Erde möchte sie noch im Mai besteigen.

Daten

Unternehmenssteckbrief

Gründung:	1937 in Rankweil/Österreich(A)
Marktposition:	Österreichs einziger Hersteller für Starterbatterien
Referenzen:	BMW, VW, Skoda, Mitsubishi, Volvo, Chrysler, MAN, Scania, Liebherr, Detheffs, Kässbohrer, Jungheinrich
Anzahl der Beschäftigten:	710 Mitarbeiter (inkl. der Auslandsunternehmen)
Jahresabsatz:	3,8 Millionen Starterbatterien 24 Millionen Auswuchtgewichte
Exportanteil:	über 90 Prozent
Vertriebsfirmen:	Österreich, Deutschland, Schweiz, Frankreich, Großbri- tannien, Niederlande, Dänemark, Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Russland, Rumänien, Bulgarien
Kooperationen:	Joint Venture mit dem Batteriehersteller East Penn/USA Technische Kooperation mit Moura Accumuladores/BR
Umsatz GJ 2009/2010:	202 Millionen Euro
Homepage:	www.bannerbatterien.com

Im Bild

Pressefotos

Beiliegend finden Sie die **Pressefotos im Format jpg, 300dpi, rgb**. Alle Fotos: Banner GmbH, Abdruck honorarfrei. Belegexemplar erbeten.

Bildunterschriften:

- 1) Banner ist Vollsortimenter für Blei-Säure Batterien
- 2) Die AGM-Batterie als ideale Lösung für sanfte Hybridkonzepte als Schnittmodell
- 3) Produktion der AGM-Batterie auf high-tech Fertigungsanlagen
- 4) Die Kapazitäten im Werk Leonding werden bis 2011 um bis zu 20% erweitert
- 5) Das Familienunternehmen wird von Andreas Bawart – kaufmännischer Geschäftsführer (rechts) und Thomas Bawart – technischer Geschäftsführer (links) geleitet
- 6) Mehr als 70 Jahre Erfahrung im Batteriebau
- 7) Der Standort Linz-Leonding(A) zählt zu den modernsten Batteriewerken in Europa