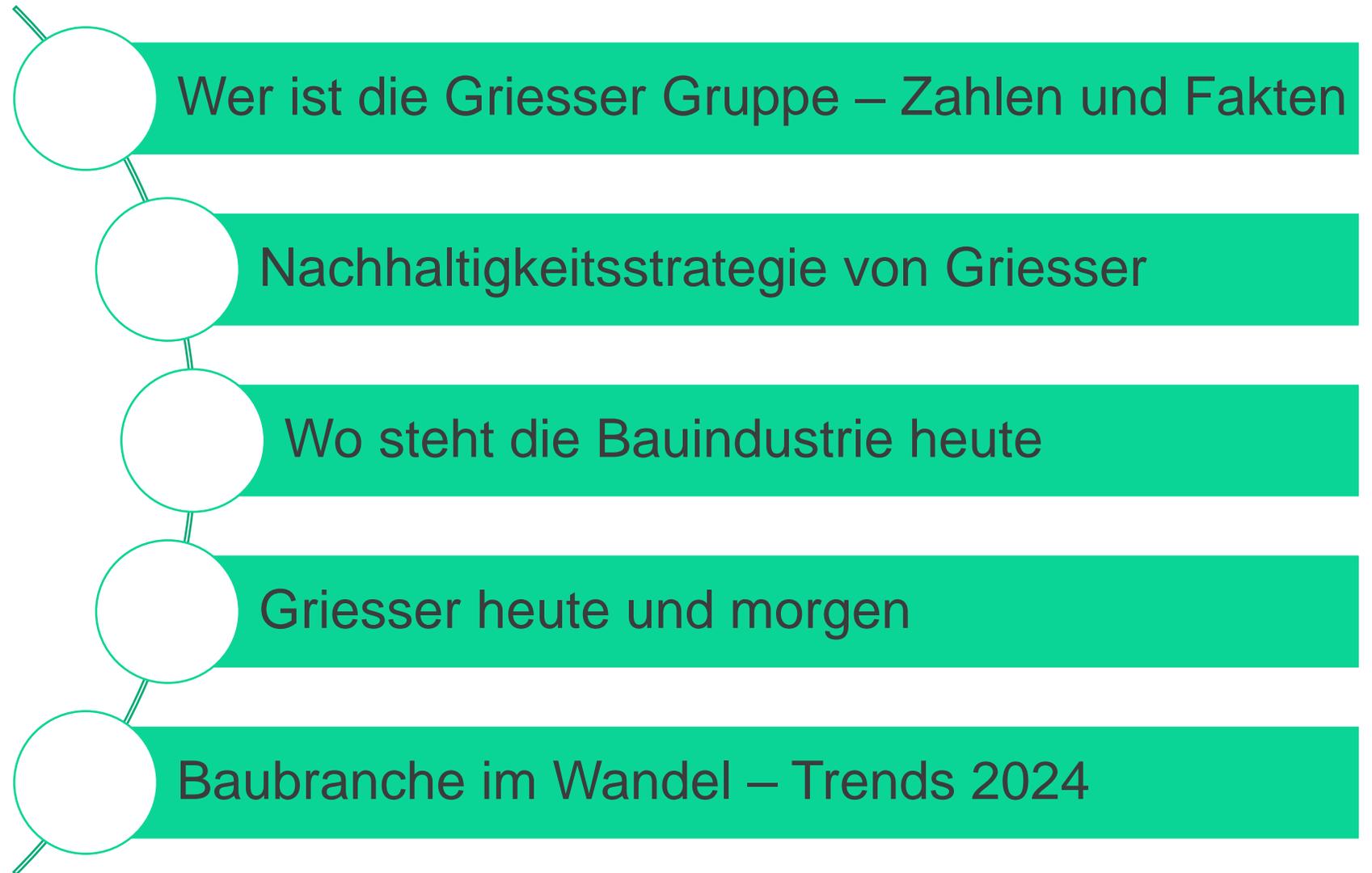


# Griesser Gruppe

Referat Branchentalk Industrie / Urs Neuhauser  
18. Juni 2024



# Themen- übersicht



Inspired by  
the Sun.

140  
YEARS

Inspired  
by the  
Sun.

Pioneering since 1882.



# Zahlen & Fakten **Griesser Gruppe.**



Grösste Produktvielfalt für **Sonnen- und Wetterschutzlösungen**



**1'600**

Mitarbeitende

**324.5**

Mio. CHF Umsatz (2023)



**30**

Länder



**7'000**

Fachpartner

**1**



Unternehmen

**2**

Marken



Diverse  
Auszeichnungen

**6**

Produktionsstandorte

# Produktionsstandorte **Griesser Gruppe.**



**Griesser Aadorf, CH**  
Lamellenstoren und Steuerungen



**Griesser Carros, FR**  
Fassadenmarkisen



**Griesser Nenzing, AT**  
Fensterläden



**Griesser Wolschwiller, FR**  
Rollläden



**weinor Köln, DE**  
Terrassen- und Balkonmarkisen,  
Terrassendächer



**weinor Möckern, DE**  
Markisen



# Smarter Leben: Wohlfühlen und Energiesparen **mit Komfort.**



**Bis zu 40% weniger Energieverbrauch**  
dank automatisiertem Sonnenschutz im  
Sommer.

**Heizenergie sparen im Winter** mit intelli-  
gener, flexibler Tageslichtsteuerung.

# Eine **perfekte Lösung** für jeden Anspruch.

**Fassadenmarkisen.**  
Robustes Leichtgewicht.  
Windbeständigkeit  
bis 92km/h.



**Fensterläden.**  
Grösste Modellvielfalt.  
Langlebig und  
pflegeleicht.



**Rollladen.**  
Hoher Einbruchschutz.  
Komplette Verdunkelung.



**Smart Home.**  
Beste Kompatibilität.

**Smart Building.**  
Intelligente  
Steuerungssysteme.



**Markise G2000.**  
Hohe Stabilität.  
Witterungsbeständigkeit.



**Lamellenstoren.**  
Flexible Sonnen-  
lichtsteuerung.  
Einzigartige Licht-  
akzente mit Bi-Color.



# Social Responsibility.



Verhaltenskodex für Good Corporate Governance



GPTW: Mitarbeiterzufriedenheit mit Weiterentwicklung



Mehr als 40 Lernende



Weiterbildungen für Führungskräfte mit der Universität St.Gallen (HSG)



Arbeitnehmervertretung



Transparente interne Kommunikation



Wiedereingliederungsmaßnahmen



Griesser Stiftung für finanzielle Unterstützung von Mitarbeitenden

# Nachhaltigkeit bei Griesser.



# Unsere Klimaziele.

**Handprint**  
Das beste Produkt seiner Klasse bis 2030

**Emissionsfreie Flotte** bis 2030

**Klimaneutrale Produktionsstandorte** bis 2035

**Anerkennung**  
Verantwortungsbewusste Organisation bis 2025

**Netto-Null CO<sub>2</sub>** bis 2050



# Was wir bisher erreicht haben

- Unsere Produkte

- Stoffmarkisenkollektion – Markisentuch mit 85 % recycelten PET-Anteil
- Solar-Kollektion – Fassadenmarkisen und Rollladen mit Solarantrieb, 100 % stromunabhängige Nutzung
- Verwendetes Aluminium besteht bis zu 30 % aus Rezyklat
- Grösste EPD-zertifizierte Produktpalette der Branche
- Klimaneutrale Entsorgung von Markisen seit rund 20 Jahren
- Upcycling-Projekte mit Stoffresten der Markisen

- Unsere Standorte

- Reduktion der Gebäudeenergie von bis zu 40 % mit automatisch gesteuerten Griesser-Produkten
- 120 t CO<sub>2</sub>-Reduktion jährlich
- 180 MWh Energieeinsparungen pro Jahr
- 45'000 l Treibstoffeinsparungen jährlich
- 30 % weniger mit Verbrennungsmotoren gefahrene Kilometer pro Jahr

# modern basics blue®

## 390 PET-Flaschen werden zu 25 m<sup>2</sup> Tuch.



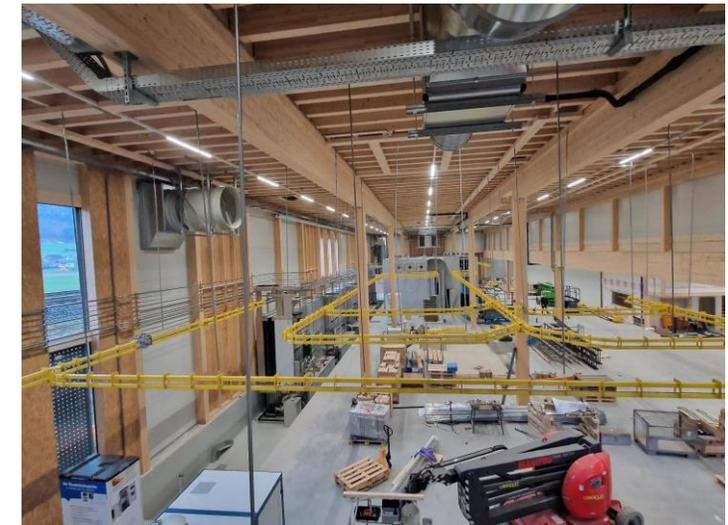
- Griesser als erster Anbieter in Europa.
- Lange Lebensdauer, hohe Qualität.
- Hergestellt mit **85% Recycling-PET**, geprüft und zertifiziert nach Global Recycled Standard.
- Preisneutral in der Einführungsphase.

Mehrfach ausgezeichnet:



# Klimaneutrale Produktionsstandorte bis 2035

- Produktionsstandort Nenzing (AT) – Investition in die Zukunft
  - Europaweit modernste Pulverbeschichtungsanlage – Betrieb mit selbstproduzierter Energie
  - Nachhaltigkeit im Fokus: Photovoltaik-Anlage, Wärmepumpe, Hallenkonstruktion besteht mehrheitlich aus Holz (aus Region), moderne Abwasseraufbereitungsanlage
  - Fertigstellung Anfang Herbst 2024



# Finanzielle Entwicklung der Griesser Gruppe

- Pandemie als Umsatzbeschleuniger – besonders starkes Wachstum in Deutschland
- Seit 2023 Umsatz auf Vor-Covid-Niveau – bedingt durch wichtige Investitionen und abschwächendes wirtschaftliches Umfeld
- Solide finanziert mit konstant hoher Eigenkapitalquote

| Kennzahlen          | 2023   | 2022   | 2021   | 2020   | 2019   |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Eigenkapital (Mio.) | 128.3  | 136.6  | 132.7  | 126.4  | 116.4  |
| Eigenkapitalquote   | 70.0 % | 71.0 % | 68.2 % | 68.9 % | 65.5 % |
| Umsatz (Mio.)       | 325.5  | 372.0  | 370.1  | 333.2  | 326.2  |
| EBITDA (Mio.)       | 11.5   | 29.0   | 35.5   | 33.6   | 27.3   |
| Dividende/Aktie     | 20.0   | 25.0   | 25.0   | 25.0   | 15.0   |

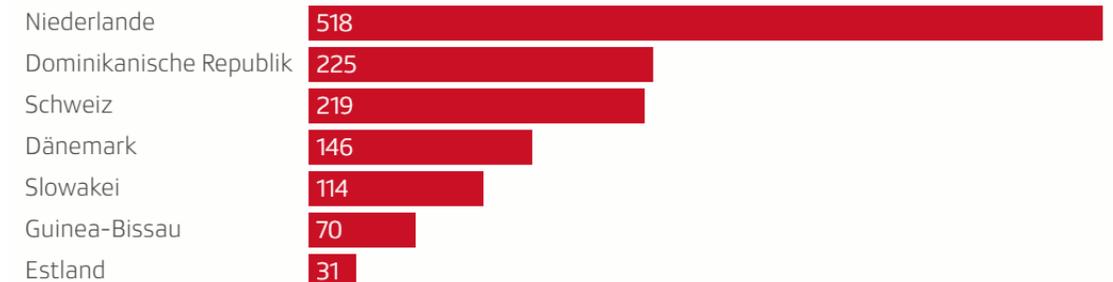
# Bauindustrie Status quo

- Wirtschaftliche Lage im Industrieumfeld Bau
  - Knapper werdendes Bauland
  - Leicht rückläufige Bautätigkeit
  - Teilweise hohe Inflation
  - Europaweit punktuell ändernde gesetzliche Rahmenbedingungen
- Industrieweit Unsicherheiten spürbar  
→ auch Erholungsanzeichen
- Annahme wirtschaftlicher Aufschwung gegen Ende 2024 in Schweiz und ab 2025 in Europa



46 Prozent aller Bauzonen in der Schweiz sind Wohnzonen. (Gr

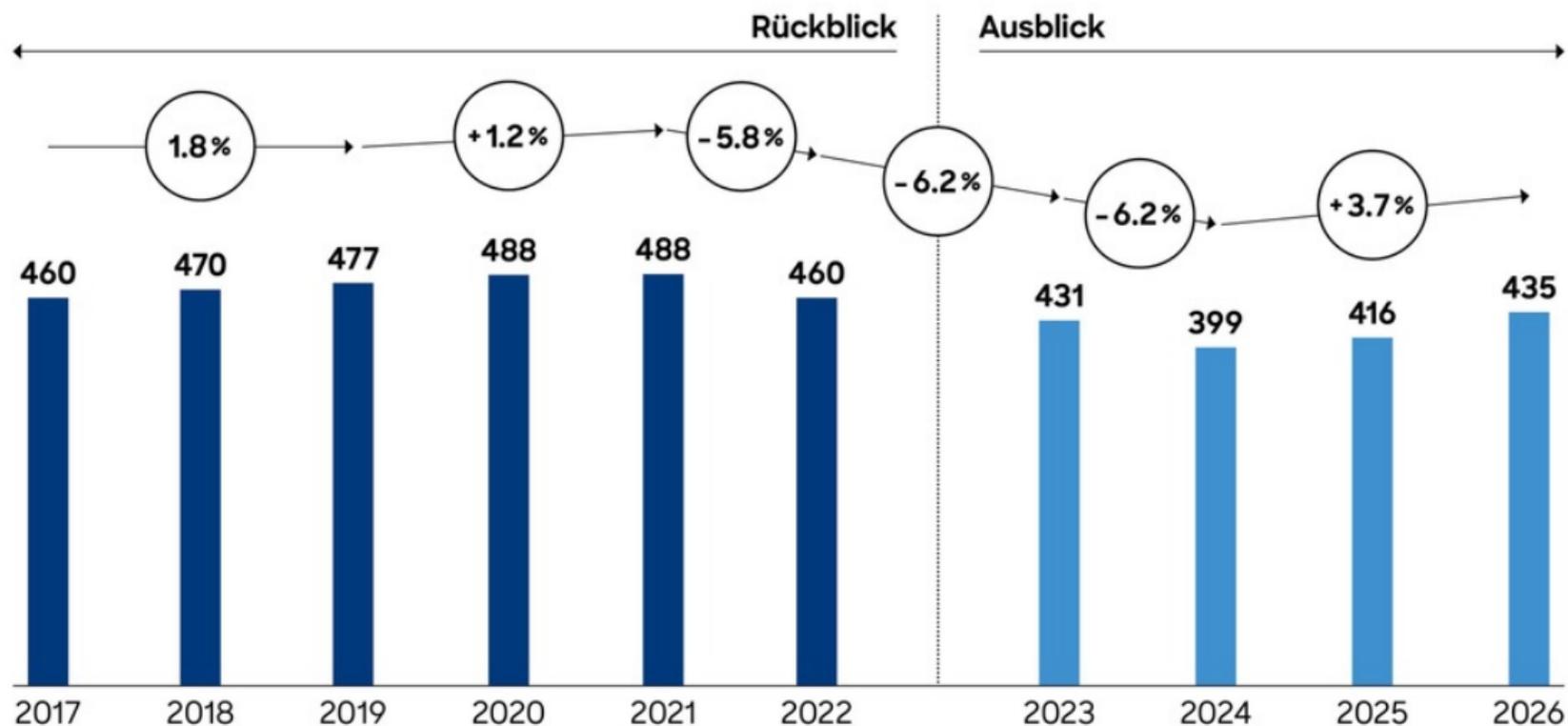
Einwohner pro Quadratkilometer



# Bauindustrie Europas erholt sich – aber langsam

## Bauindustrie in Deutschland: Marktentwicklung 2017-2026

[EUR in MRD]



Quelle Euroconstruct, Construction Trend Radar, Roland Berger

# Zukunftsgerichtet

- Griesser ist gut und wachstumsfähig für kommenden Aufschwung aufgestellt
  - Nachhaltige Investitionstätigkeit → Digitalisierungsprojekt, Produkte, Standorte
  - Stetig strategische Optimierungen → auf Marken- und Gruppen-Ebene
- Mehrwert für Kunden und Partner schaffen
  - Innovativ: Entwicklung und Weiterentwicklung Produktportfolio – angepasst an ändernde Bedürfnisse der Zielgruppen
  - Branchenvorreiter: Pioneering-Spirit seit 1882 – Markt- und Zielgruppenbedürfnisse früh erkennen – neue Wege gehen
  - Nachhaltigkeit: Vor mehreren Jahren Dekarbonisierung-Roadmap definiert → schrittweise CO<sub>2</sub>-Reduktion mit finalem Ziel bis 2050 CO<sub>2</sub>-Neutral zu sein.
  - Tradition: Als Familienunternehmen – bereits in 5. Generation – stehen Langfristziele über kurzfristigem finanziellem Erfolg

# Baubranche im Wandel – Trends 2024

- Digitalisierung als Wettbewerbsvorteil –  
*Frühe Investitionen in Digital-Grossprojekte*
- Zuspitzung Fachkräftemangel –  
*Durch gezielte Massnahmen zu nachhaltigem Erfolg*
- Megatrend Nachhaltigkeit –  
*Führende branchenweite Positionierung*
- Wachsende Bevölkerung vs. knapper werdender Boden

Thank you.