

132,7 MIO. EURO REKORDUMSATZ FÜR JOSKO: SMART MIX ALS WEITBLICK-ERFOLGSKONZEPT

JAHR 1 IST FÜR JEDEN CEO EINE HERAUSFORDERUNG: 2016 ÜBERNAHM JOHANN SCHEURINGER VORSITZ UND MEHRHEIT IM FAMILIENEIGENEN UNTERNEHMEN JOSKO – BEI SCHWIERIGER MARKTLAGE UND ANHALTENDEM PREISDRUCK. JETZT LIEGT SEINE ERSTE BILANZ VOR: 132,7 MILLIONEN EURO UMSATZ, DER HÖCHSTE IN 57 JAHREN FIRMENGESCHICHTE. JOSKO IST MARKTFÜHRER IN ÖSTERREICH IM WICHTIGEN FENSTERSEGEMENT HOLZ/ALU UND DANK INTELLIGENTER SMART-MIX-PHILOSOPHIE INNOVATIONSFÜHRER IN DER BRANCHE UND PIONIER IN EUROPA. MIT VOR ALLEM IM AUSLAND STARK WACHSENDE NACHFRAGE. DER INNVIERTLER FENSTER- & TÜREN-PRODUZENT SETZT KOMPROMISSLOS AUF QUALITÄT – EIN ERFOLGSKONZEPT MIT WEITBLICK.

In dem einen Jahr, seit dem Johann Scheuringer Mehrheitsanteile und CEO-Posten im Familienunternehmen übernommen hat, ist viel passiert. „Wir haben den Wechsel an der Spitze als Familie und Unternehmen gut gemanagt. Und wir haben den Schwung genützt, um Dinge im Unternehmen anzupacken und für die Zukunft auszurichten, ohne bei den Josko-Grundqualitäten bei Produkten oder Dienstleistungen Kompromisse zu machen“, sagt Johann Scheuringer junior bilanzierend nach seinem vollen ersten, höchst erfolgreichen Jahr an der Unternehmensspitze.

STÄRKEN STÄRKEN: HOCHWERTIGE QUALITÄT LOHNT SICH

Vom Start weg hatte er für Josko die Guideline „Stärken stärken“ ausgegeben. Dies scheint souverän gelungen: Scheuringer priorisierte das Thema Finanzmanagement, bestellte Thomas Litzlbauer zum CFO und brachte gemeinsam mit seinem Management viel auf den Weg, was der innerbetrieblichen Fitness bei Prozessen und Strukturen nützte. Parallel erklärte CEO Scheuringer den Vertrieb zur Chefsache und stellte das Führungsteam mit seinem Neffen Stefan Wagner als Leiter und wichtige Schlüsselposition für die Josko Vertriebspartner sowie Franz Braid als Leiter Vertriebsservice neu auf. Last, but not least stärkte Josko auch jene Stärke, die das Innviertler Unternehmen seit jeher ausmacht: Smart Mix, als Inbegriff an Qualität. Das erste Multiple Choice Prinzip überhaupt, das Bauherrn erlaubt, verschiedenste Materialien, Produktlinien und Farben harmonisch so aufeinander abzustimmen, dass ein bisher nicht gekanntes Maß an Individualität bei der Verwirklichung von Wohn(t)räumen möglich wird.

SMART MIX-PHILOSOPHIE INTERNATIONAL EINZIGARTIG

Die vielen individuellen, hochwertigen Produktlösungen mit großen Ganzglassystemen und Hebeschiebetüren, verschiedenstem Eichenholz aus nachhaltiger Forstwirtschaft bei Fenstern, Haus- und Innentüren sowie passendem Sonnenschutz und Zubehör unterscheiden Josko grundsätzlich am Markt als jenen Hersteller, der Klasse programmatisch über billige Masse stellt. Johann Scheuringer: „Wir bei Josko haben uns mit der Smart Mix-Philosophie auch zu einem Paradigmenwechsel entschlossen: Weg vom branchenüblichen Mengen-Denken, hin zu integrativem Mehrwert-Denken über die gesamte Josko-Produktpalette. Das unterscheidet uns grundlegend von anderen Anbietern. Wir orientieren unsere Innovationen am Kundenbedürfnis! Das bedeutet, dass wir Gebäude nicht als Hülle betrachten, sondern Kunden konzentrisch, also von innen nach außen, bei der Realisierung ihrer Wohnträume begleiten und beraten. Unser Josko Smart Mix bietet hier nicht nur eine Vielzahl an Möglichkeiten, was Stil und Ästhetik bei Bauvorhaben angeht. Die Kombinationen ermöglichen auch eine erstklassige Budgetflexibilität, weil Kunststoff/Alu- und Holz/Alu-Systeme kombiniert werden können. Dieses Angebot können wir Häuslbauern, Renovierern, Wohnungsbesitzern, aber auch Architekten von Premiumhäusern machen.“ Effekt der Marktstrategie mit Weitblick: Vor allem im Ausland wird der Smart Mix zum neuen, einzigartigen Erlebnis bei qualitätsaffinen Kunden.

132,7 MIO REKORDUMSATZ UND STARKES AUSLANDS-WACHSTUM

Die 132,7 Mio. EUR Rekordumsatz (plus 3,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) sind teilweise auf Erfolge im umkämpften Heimmarkt zurückzuführen: Josko steigerte den Umsatz in Österreich um 2 Prozent, also in etwa analog zum Gesamtmarkt, der um 2,6 Prozent wuchs. Erfreulich auch im Geschäftsjahr 2016 wieder die Josko-Exportleistung: Am potenzialträchtigen deutschen Markt legte Josko um 5 Prozent zu, im Rest des internationalen Marktes gar um 22 Prozent. 2016 erreichte der Josko-Exportanteil erstmals die 20-Prozent-Marke.

SEIT 16 JAHREN MARKTFÜHRER BEI HOLZ/ALU-FENSTER

In Österreich hat Josko die Führungsposition im wertigen Holz/Alu-Fenstersegment inne: Mit 16,1 Prozent Marktanteil ist Josko hier seit dem Jahr 2000 unangefochten an der Spitze. Dank der Erfolgsstrategie einer klaren Qualitätsorientierung mit Weitblick liegt Josko im österreichischen Fenster-Gesamtmarkt an zweiter Stelle (10,7 Prozent Marktanteil), ebenso bei Kunststofffenstern (11,4 %) und bei Haustüren (11,9 %). In der wichtigen Kategorie Hebeschiebetüren und Ganzglas-Elemente gilt Josko seit jeher als Innovationsimpulsgeber der Branche: Kein anderer Hersteller weist annähernd ein so vielseitiges Produktsortiment auf.

ERFOLG IST AUFTRAG: INVESTITION IN DAS „UNTERNEHMEN MENSCH“

Unter Stärken stärken fällt bei Josko in der Ära Johann Scheuringer junior auf jeden Fall auch eines: Dranbleiben! „Unser Aufwärtstrend 2016 ist unser Auftrag für 2017: Es herrscht Aufbruch, und um unser gutes Marktniveau zu halten, müssen wir noch mehr dafür tun. Anderes lässt der Markt nicht zu, schon gar nicht in Österreich. Dem inflationären Preiskampf der Branche halten wir weiter Qualität, Eigenständigkeit und Kreativität unserer Lösungen entgegen. Unser Ziel für die Zukunft bleibt, dass Josko weiterhin organisch und aus eigener Kraft wachsen wird“, präzisiert Scheuringer seinen ganz persönlichen Aus- und Weitblick.

Neben den aktuellen Bilanzzahlen ist vor allem die finanzielle Stabilität von Josko beeindruckend: Im Jahr nach dem Management- und Eigentümerwechsel stieg die Eigenkapitalquote von 33 auf 40 Prozent. Positiv auch, dass Josko in den Jahren 2009 bis 2012 viel in Infrastruktur und Gebäude investiert hat, was jetzt eine Planung des Investitionsvolumens auf moderatem Niveau zulässt. Thomas Litzlbauer: „Wir konzentrieren unsere Investitionen auf unseren wichtigsten Geschäftsbereich: auf das Unternehmen Mensch. Sowohl was die Lehrlingsausbildung, als auch die Mitarbeiter- und Führungskräfteentwicklung und die Ausbildung unserer Vertriebspartner anlangt. Natürlich gehört auch ein weiterer Ausbau unseres Vertriebs- und B2B-Netzwerks dazu. Unternehmerischer Erfolg braucht als Fundament eine entsprechende menschliche Umgangskultur.“

Die Belegschaft – konstant und trotz saisonaler Schwankungen rund 780 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den beiden Produktionsstandorten des Innviertler Leitbetriebes in Kopfing und Andorf – seit jeher die wichtigste Ressource bei Josko.

Aktuell werden bei Josko 34 Lehrlinge in acht unterschiedlichen Berufen ausgebildet: Tischlereitechnik-Planung, Tischlereitechnik-Produktion, Tischlerei, Lackierer/in, Informationstechnologie-Techniker/in, Speditionskaufmann/frau, Lagerlogistiker/in und Produktionstechniker/in. Bei Josko finden sich viele Möglichkeiten, Talente unter einen Hut zu bringen und einen Einblick in zahlreiche Bereiche des Unternehmens zu gewinnen. Zur fundierten Berufsausbildung bietet Josko den Lehrlingen mit dem „Lehre mit Matura“-Programm auch die Aussicht auf eine Top-Karriere im Unternehmen. Eine firmeneigene Akademie stellt sicher, dass Lernen bei Josko ein begleitender Prozess zum beruflichen Alltag bleibt.

INNOVATIONSFÜHRER JOSKO: NEUHEITEN 2017 SORGEN FÜR FURORE AM BAU

Man sieht und spürt den Weitblick in jedem Detail. Die Neuheiten 2017 bestechen durch Qualität, Funktionalität und Ästhetik. Bei Fenster- und Haustüren setzen die natürliche Urkraft des Holzes in der Platin Plus Serie und Design-Raffinesse im Avantgarde/Modern Programm Trends. Die neuen Nevos-Haustüren sind ein Eingangsstatement mit dem Smartphone als Türöffner. Dank der Smart Mix-Philosophie wird Wohnen mit Josko-Weitblick 2017 noch harmonischer.

FENSTER-INNOVATIONEN 2017: STARKES HOLZ UND SCHLANKER STIL FÜR JEDEN WOHN(T)RAUM.

Bauen oder umbauen – und dabei auf echte Qualität schauen: Bei den Holz/Alu-Fenstern von Josko ist die Hochwertigkeit der Standard. Die neue PLATIN PLUS Serie besticht durch echtes Holz durch und durch – Natürlichkeit und ein neuer Meilenstein bei Klima, Umwelt-, Wärmeschutz und Sicherheit. So stark, so schön: 2017 liefert Josko garantierte Einzigartigkeit. Die Holzart Wildeiche macht das Top-Segment bei Fenstern der Serie Platin 82, Platin Plus, Platin Passiv, Platin Blue zum einzigartigen Blickfang – die Unverfälschtheit mit Ästen und Rissen macht jedes Element zu einem Unikat der Natürlichkeit.

MODERNES FAMILIENDOMIZIL ODER COOLES STADTLOFT? CLASSIC MEETS MODERNE.

Je individueller der Lebens(t)raum, desto größer die Gestaltungsvielfalt. Josko hat seine erfolgreiche Designfensterfamilie Platin, Safir und Topas um neue Ästhetik-Features erweitert: Ausführung Classic mit innen und außen 25 mm schmalen Fenstersprossen machen den Unterschied, der einen Unterschied macht.

NOCH GRÖßERE ELEMENTDIMENSIONEN BEI HEBESCHIEBETÜREN UND GANZGLASSYSTEMEN.

Für 2017 hat Josko die begehrte Schema E-Hebeschiebetür aus der PLATIN BLUE Serie in die Serienproduktion gebracht: Schema E bedeutet, dass zwei Schiebeelemente vor ein Fixelement geschoben werden können. Weitblick hat Größe: Der transparente Übergang zwischen innen und außen wird in Elementdimensionen von bis zu 6 mal 3 Metern hergestellt.

NEUE NEVOS HAUSTÜREN! TOP-DESIGN MIT 7 MODELLEN UND 4 NEUEN EICHEN-SORTIERUNGEN

Formvollendet schön in jeder Interpretation: Nevos Haustüren sind im besten Sinne ein Eingangstatuement! Und weil das so ist, bringt Josko 2017 gleich sieben neue Design-Kreationen des Ästhetik-Klassikers. Die Namen, die Optik, ein Signal der Josko-Perfektionisten an Wohnstil-Individualisten: So.Long, De.Niro, New.Deal, San.Fran, Midway, Blockbuster variieren durch unterschiedliche Glasausschnitte, bündig und auf Wunsch LED- beleuchtete Hintergriffe und zeitlose Ästhetik in Design und Farbgebung, höchster Qualitätsstandard beim Einbruchsschutz inklusive. An den Innenseiten verströmen Nevos-Eingangstüren auf Wunsch pure Behaglichkeit in den vier neuen Holzsortierungen Eiche Venedig (Furnier aus den Originalstämmen der Lagune um Venedig), Wildeiche (urwüchsig mit vielen Rissen und gekitteten Ästen, aber auch in Stammform) sowie Eiche alt (mit wild-wüchsiger Patina).

SMART MIX HARMONIELEHRE: JETZT AUCH ZUBEHÖR FÜR DEN SCHÖNSTEN TON-IN-TON LOOK

Ihre ganze wohltuende Wirkkraft auf alle Sinne entfalten Josko-Produkte erst im freien Zusammenspiel ihrer stimmigen Kombination. Und diese eröffnen fast unbegrenzte Möglichkeiten: Innovationsführer Josko hat das erste Multiple-Choice-Prinzip für gesunde Wohnharmonie auf den Markt gebracht, das harmonische Abstimmung unterschiedlichster Systeme, Materialien und Farben bei Fenstern, Haus- und Innentüren, Ganzglas-Systemen und den exklusiven Kollektionen an Naturholzböden ermöglicht.

So integriert die Smart Mix-Philosophie nicht nur wildromantische Individualität bei Haus- und Innentüren, die sich über die Naturholzböden fortsetzt. 2017 ist auch Zubehör integraler Hingucker: gefräste Streifen an Haustüren, Griffbügel, Drücker, Sockel und den Hightech-Türöffner Integra Fingerprint, all das ist jetzt zusätzlich zu den satinierten Edelstahl-Ausführungen erstmals auch in den Trendfarben Effekt 3 und RAL 9005 schwarz matt) im Josko-Sortiment.

Auch für die Spezialbehandlung handverlesenen Holzes stehen heuer weitere Josko-Farbtöne im Sinne gesunder Wohnharmonie bereit: Neu ist der vornehme Black Pearl-Effekt bei Eiche N16 - Smart Mix-Status haben Moohreiche natur (bisher nur als Boden), Eiche N16 und Fichte N160 (hier komplettieren Naturholzböden das Sortiment). Und auch bei den Josko Innentüren gibt es Neuigkeiten: Die Tür Largo gibt es nun auch in schalldämmender 56-Millimeter-Stärke, und die Türen des MET-Programmes haben bündige Glasoberlichten in drei Variationen.

MY VIEW – DER JOSKO WEITBLICK GANZ PERSÖNLICH

Um die Welt von Josko neu und noch unmittelbarer emotional erlebbar zu machen, gehören auch die klassisch-technischen Produktkataloge der Vergangenheit an: Das neue Josko-Wohn(t)raummagazin MY VIEW ist Inspirationsquelle und persönlicher Guide für alle, die Entscheidungen beim Bauen und Umbauen mit Weitblick treffen wollen. Das Magazin vernetzt Offline- und Online-Welt und bringt mit lesenswerten Reportagen einen ansprechenden Mix aus Emotion und Information, natürlich zielgruppengerecht gewählt für Bauherren, Architekten oder Baumeister.

Josko ist Branchenleader im digitalen Marketing. Das lässt sich sehr schnell mit verschiedenen Kennzahlen untermauern, ist aber nicht auf das größte Budget zurückzuführen. Tatsächlich hat Josko in der Altersgruppe der unter 30-Jährigen die größte Markenbekanntheit in Österreich. In den vergangenen drei Jahren konnten neben den Zugriffen auf der Josko Webseite auch die Anfragen der Besucher deutlich gesteigert werden. 2016 hat eine Jury aus internationalen Experten den neuen Internetauftritt mit dem „Annual Multimedia Award“ in Silber ausgezeichnet. Damit steht Josko erneut in einer Reihe mit bekannten Marken wie Audi, BMW, Samsung, Nike und Adidas.

Sehr erfolgreich ist Josko auch in den sozialen Medien wie Facebook und Instagram beheimatet: in Österreich mit Abstand die höchste Fananzahl und Interaktionsrate und europaweit führend. Die Begeisterung über die Produkte und die Marke Josko ist auch in den sozialen Netzwerken spürbar.

Noch mehr Info zum Josko Smart Mix und den Produktinnovationen 2017 jetzt auf www.josko.at

BILDMATERIAL Abdruck honorarfrei (Bildrechte: Josko)



JOHANN SCHEURINGER, CEO
Mehrheitseigentümer und
Geschäftsführung Marketing,
Vertrieb, Produktion und
Produktentwicklung



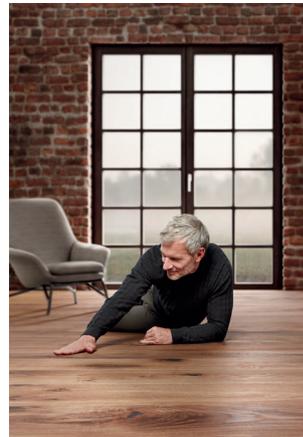
THOMAS LITZLBAUER, CFO
Geschäftsführung
Finanzen, IT, Einkauf und Personal



JOHANN SCHEURINGER, CEO und THOMAS LITZLBAUER, CFO



Josko Smart Mix



Josko Naturholzböden



Haustür Eiche pearl grey

JOSKO: DATEN & FAKTEN MIT WEIBLICK

Josko Fenster und Türen GmbH

www.josko.at

STANDORTE:

Kopfung (Zentrale, Werk Holz) und Andorf (Werk Kunststoff)

MITARBEITER:

ca. 780, davon werden 34 Lehrlinge ausgebildet, insgesamt mit vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten in 8 Lehrberufen und dem Angebot „Lehre mit Matura“

MANAGEMENT:

Johann Scheuringer, CEO, Mehrheitseigentümer und Geschäftsführung Marketing, Vertrieb, Produktion und Produktentwicklung

Thomas Litzlbauer, CFO, Geschäftsführung Finanzen, IT, Einkauf und Personal

VERTRIEB:

Monomarken-Vertrieb über das Josko-Partnernetzwerk (ca. 150 Josko-Vertriebspartner)

Kernmärkte: Österreich, Süddeutschland

Entwicklungs- und Exportmärkte: Deutschland, Tschechien, Großbritannien, Schweiz, Slowakei, Ungarn, Irland, Luxemburg, Niederlande, USA, Kanada

FINANZEN:

Gesamtumsatz 2016: 132,7 Mio. EUR

davon Umsatz Fenster und Glasfassaden 74 %

davon Umsatz Haustüren 12 %

davon Umsatz Innentüren 8 %

Sonstige 6 %

Exportanteil: 20 % (2015: 19 %, 2014: 17 %, 2013: 15 %, 2012: 13 %)

Josko hat einen Marktanteil von 10,7 Prozent am österreichischen Gesamtmarkt für Fenster und Türen und ist Marktführer bei Holz/Alu- Fenstern mit 16,1 Prozent.

Quelle: Branchenradar, KREUTZER FISCHER & PARTNER 2016

Presseanfragen richten Sie bitte an:

mensch & marke Kommunikationsmanagement,

Michael Holzer, MSc, +43 664 2469081, office@menschundmarke.at

Marketingleitung Josko Fenster und Türen,

Mag. (FH) Jürgen Jungmair, +43 664 9654670, juergen.jungmair@josko.at