

JOSKO AUF ZIELKURS MIT NEUERLICHEM UMSATZREKORD UND WACHSTUM IN DER SCHEURINGER GRUPPE DURCH STRATEGISCHEN ZUKAUF

DIE OBERÖSTERREICHISCHE JOSKO FENSTER & TÜREN GMBH HAT IM ABGELAUFENEN GESCHÄFTSJAHR MIT 138 MILLIONEN EURO NEUERLICH EINEN REKORDUMSATZ ERWIRTSCHAFTET. MIT EINEM PLUS VON VIER PROZENT LIEGT JOSKO IM TREND DES BRANCHENWACHSTUMS UND KONNTE DIE SPITZENPOSITION IM WICHTIGEN SEGMENT HOLZ/ALU-FENSTER DURCH EINE ERHÖHUNG DES MARKTANTEILS AUF 16,5 PROZENT STEIGERN – 18 JAHRE LANG IST JOSKO IN DIESEM BEREICH BEREITS MARKTFÜHRER.

Zurückzuführen ist der Erfolg auf die allgemeine Konjunkturbelebung am Bau in Österreich, Vertriebs-erfolge in Süddeutschland (+ 7 %) sowie die Alleinstellung durch die Josko Smart Mix Philosophie. Als Komplettanbieter verfügt das Traditionsunternehmen über reichhaltige Produktprogramme aus qualitativ hochwertigen Fenstern, Haus- und Innentüren, Ganzglas-Systemen, Naturholzböden und Sonnenschutz-lösungen, die individuell und vielfältig kombiniert werden können. Ein wichtiger Meilenstein in der Unter-nehmungsgeschichte ist die vollständige Integration des langjährigen Sonnenschutzpartners Eurosun in die neue Scheuringer Gruppe von CEO Johann Scheuringer mit den beiden Unternehmen JOSKO Fenster & Türen GmbH und Eurosun a. s. erzielte die Scheuringer Gruppe 2017 mit 900 Mitarbeitern einen konsoli-dierten Umsatz von 150 Millionen Euro.

Die strategische Leitlinie, die Johann Scheuringer dem Traditionsunternehmen 2016, als er CEO-Funktion und Mehrheitsanteile übernahm, vorgegeben hat, entpuppt sich als richtungsweisend für nachhaltigen Er-folg. Hatte die JOSKO Fenster & Türen GmbH mit ihren Werken in Kopfing und Andorf bereits in der ersten Bilanz seiner Ära vor einem Jahr einen Rekordumsatz von 133 Millionen Euro ausgewiesen, waren es im abgelaufenen Geschäftsjahr 2017 noch einmal um fünf Millionen mehr – insgesamt 138 Millionen! Mit den Bilanzzahlen beeindruckt die wirtschaftliche Stabilität von JOSKO: Die Eigenkapitalquote stieg von 40 auf über 45 Prozent.

MARKTFÜHRERSCHAFT IN ÖSTERREICH BEI HOLZ/ALU-FENSTER AUSGEBAUT

Bemerkenswert: JOSKO reüssiert im wohl am härtesten umkämpften Markt bei Fenstern & Türen in Europa überhaupt – nämlich auf dem Heimmarkt in Österreich – und steigert hier den Umsatz auch um vier Prozent. Umso beachtlicher, als JOSKO seit Jahren unangefochtener Marktführer bei Holz/Alu-Fenstern ist. Mit 16,5 Prozent Marktanteil hat JOSKO neuerlich dazugewonnen und den Abstand gegenüber den stärksten Mitbewerbern weiter ausgebaut. Im österreichischen Fenster-Gesamtmarkt ist JOSKO seit Jahren eine Fixgröße und liegt mit stabilen 10,6 Prozent Marktanteil an zweiter Stelle – ebenso bei Kunststofffenstern (11,1 Prozent) und bei Haustüren (11,6 Prozent). Dank der Smart Mix Erfolgsstrategie konnte JOSKO als einziger Komplettanbieter, der eigene Innentüren fertigt, deutliche Zugewinne in diesem Segment verzeichnen und zählt zu den Top Drei Innentürherstellern. Europaweit hat JOSKO eine Führungsposition in der wichtigen Kategorie Hebeschiebetüren und Ganzglas-Systeme inne: Hier gilt JOSKO mit einem vielseitigen Produktsortiment seit jeher als Innovations- und Impulsgeber der Branche. „Insgesamt eine erfreuliche Entwicklung für uns bei JOSKO, die überwiegend dem privaten Wohnbau zu verdanken ist“, freut sich Scheuringer nach seinem zweiten vollen Jahr als CEO über das organische Wachstum.

Die aktuelle Auftragslage im neuen Jahr ist erfreulich, auf den großen Bau- und Wohnmessen verzeichnet JOSKO steigendes Interesse. CEO Johann Scheuringer zur Ausrichtung für das Geschäftsjahr 2018: „JOSKO setzt weiterhin auf ein gesundes Wachstum in den Kernmärkten Österreich und Deutschland. Viel Augenmerk liegt auf dem weiteren Ausbau des hochwertigen Smart Mix Produktsortiments und der Entwicklung neuer Produktinnovationen, um so die Innovationsführerschaft auszubauen und international neue Märkte zu erschließen.“

JOSKO EXPORTQUOTE LIEGT BEI KONSTANTEN 20 PROZENT

Die Exportquote beträgt aktuell stabile 20 Prozent. Vor allem in Deutschland, dort wiederum in Bayern, erzielte JOSKO ein Umsatzplus von sieben Prozent. In den Gebieten Baden-Württemberg und Hessen fiel das Wachstum sogar zweistellig aus. Auf den übrigen internationalen Märkten liegt der Export etwas unter 2016 – Grund dafür sind zeitliche Verschiebungen im Projektgeschäft.

SONNENSCHUTZ-KOMPETENZ MACHT JOSKO NOCH KOMPLETTER

Einen wertvollen Beitrag zum strategischen Komplettangebot und Wachstum der Scheuringer Gruppe stellt die vollzogene Integration des Sonnenschutz-Herstellers Eurosun mit insgesamt 120 Mitarbeitern dar. „Der Modellfall einer über fünf Jahre gewachsenen, gelungenen Partnerschaft: Wir haben einander über Jahre kennen- und die Kompromisslosigkeit bei Qualität und Innovation wechselseitig schätzen gelernt. An Eurosun beteiligt waren wir schon seit mehreren Jahren, da war die Gesamtintegration in eine neue Unternehmensgruppe 2017 nur noch ein logischer Schritt. Und natürlich macht das die JOSKO Angebote noch einmal stimmiger, wenn auch die Entwicklungsabteilungen noch besser synchronisiert sind, um gemeinsam an integrierten Entwicklungen und Lösungen für Bauherren zu arbeiten.“ Wie JOSKO hat sich auch Eurosun über die Jahre dank hoher Kundenorientierung eine erstklassige Marktposition in Europa geschaffen. Den Großteil des Umsatzes erwirtschaftet Eurosun am deutschen Markt.

SMART MIX: INDIVIDUELLE QUALITÄTSPRODUKTE STATT AUSTAUSCHBARER MASSENWARE

Ein Stück Tradition, die konsequente, eigenständige Produktstrategie von JOSKO, erobert seit einigen Jahren als ganzheitliche Philosophie fürs Bauen, Wohnen und Renovieren den Markt – der JOSKO Smart Mix. Wer je gebaut oder renoviert hat, weiß nur zu gut: Je mehr man sich mit dem Thema beschäftigt, umso komplexer wird es aufgrund der unübersehbaren Masse an Herstellern, Produkten und Möglichkeiten. Menschen haben heute höhere Ansprüche, was ihren persönlichen Wohnstil, das Ambiente ihrer unmittelbaren Lebensumgebung, angeht.

Die Bedeutung von Customizing, der Anpassung von Produkten für den eigenen Individualitätsausdruck, ist in fast allen Branchen zu verzeichnen. Es geht um Ganzheitlichkeit und Harmonie. Sie erschafft erst die Behaglichkeit und Geborgenheit in den eigenen vier Wänden, nach der sich Menschen sehnen. Der JOSKO Smart Mix bringt durch seine intelligente Produktlogik Einfachheit und Flexibilität in die enorme Vielfalt: Kunden haben bei JOSKO nur einen Ansprechpartner, trotzdem können sie bei ihrer passenden Konfiguration aus Produkten, Elementen, Werkstoffen, Oberflächen und Farben aus einem reichhaltigen Reservoir an Gestaltungsmöglichkeiten auswählen – je nach Objekt, Stilrichtung und Budget. Dabei begleiten die Spezialisten von JOSKO die Bauherrenfamilien und Architekten von Beginn an, bereits bei der technischen Planung.

CEO Johann Scheuringer mit einem Praxisbeispiel zur Veranschaulichung: „In wichtigen Hauptwohnräumen wie Küche, Ess- und Wohnzimmer können hochwertige Holz/Alu-Fenster und Hebeschiebetüren, etwa in Eiche geölt, eingesetzt werden. In anderen Räumen, die weniger im Fokus stehen, verwendet man dazu passende, preiswertere Kunststoff/Alu-Fenster. Beide Fenstertypen sehen außen völlig ident aus. Von der Formgebung übrigens auch innen, bis auf den anderen Grundwerkstoff und wenige Details. Dieses Prinzip gilt auch für alle Holzoberflächen, Werkstoffe und Zubehör bei Fenstern, Haustüren, Innentüren, Naturholzböden und entsprechend kombinierbaren Sonnenschutz-Systemen. Bei JOSKO ist das möglich, weil wir eines der ganz wenigen Unternehmen der Branche sind, das seit Jahrzehnten eigene Systeme produkt- und werkstoffübergreifend entwickelt und selbst fertigt. Anders als bei der 90-Prozent-Mehrheit der Branche, wo lediglich vorgefertigte Massenprofile großer Systemhersteller zusammengebaut werden.“

INDIVIDUALITÄT BRAUCHT BESTE SOFT SKILLS

Österreich gilt als das Land der Fensterbauer! Die Branche ist weltweit führend und das nicht nur aufgrund der hohen Anzahl an Fensterherstellern, gemessen an der Größe des Landes. Als internationale Benchmark gilt auch das hohe Qualitätsniveau der Produkte mit herausragendem Wärmeschutz, innovativen Technologien, zeitgemäßem Design und besonderer Langlebigkeit. Johann Scheuringer: „Die Herausforderung ist, individuelle Kundenwünsche bei hohem industriellen Standard zu erfüllen. Das hat schon lange nichts mehr mit einer klassischen Tischlerei zu tun. Wir bewegen uns im Zeitalter der digitalen Transformation. Gleichzeitig ist es für uns wichtig, auch handwerkliche Präzision zu halten – nur so können wir die JOSKO Qualität sicherstellen.“

„Jeden Tag ein bisschen besser werden, indem wir unsere Stärken stärken.“ Heuer startet JOSKO in die bisher größte Initiative in der Führungskräfte- und Mitarbeiterentwicklung. CFO Thomas Litzlbauer, ebenso für Organisation und Personal bei JOSKO verantwortlich: „Wir wollen im Rahmen eines umfangreichen Organisationsentwicklungsprojekts nicht nur für unsere Mitarbeiter Entwicklungsmöglichkeiten im Job erweitern, wir wollen in der Region und darüber hinaus kommunizieren, was JOSKO als Arbeitgeber attraktiv macht. Denn Oberösterreich hat nicht nur Metallbauer und Maschinenbauer als Vorzeigeunternehmen zu bieten.“

Das Unternehmen verfügt über eine eigene Akademie, deren Angebot für das gesamte Team 2018 ausgeweitet wird. Für sein Lehrlingsausbildungsprogramm ist JOSKO bereits in der Vergangenheit mehrfach ausgezeichnet worden: „JOSKO bietet neben obligatorischen Ausbildungsmöglichkeiten, wie Tischlerei, Tischlerei-technik-Produktion, Holztechnik, Prozesstechnik, Elektrobetriebstechnik, Maschinenbautechnik, IT-Technik, Lackiererei, Bürokaufmann/-frau, interessante Doppellehre Tischlerei/Bürokaufmann/-frau, und ein duales Ausbildungsprogramm mit Lehre mit Matura. Unsere Lehrlinge erhalten auch interessante Angebote für ihre Persönlichkeitsentwicklung. JOSKO bietet neben einer handwerklichen Ausbildung spannende Entwicklungsmöglichkeiten in den Bereichen: Vertrieb, Produktentwicklung, Produktmanagement, Qualitätsmanagement, Informationstechnologie, Einkauf und viele mehr“, so Litzlbauer.

JOSKO BRANCHENLEADER IN DER DIGITALEN KOMMUNIKATION

Der oberösterreichische Qualitätshersteller ist Branchenführer auf allen digitalen Kanälen. In der Altersgruppe der unter 30-Jährigen hat JOSKO die größte Markenbekanntheit in Österreich. Beeindruckende Steigerungsraten im Online-Bereich untermauern die Stärke im digitalen Marketing: Von 2008 bis 2018 hat sich die Zahl der Zugriffe auf der Webseite josko.at mehr als vervierfacht – von rund 200.000 auf rund 850.000. Im Vergleich zum Vorjahr gab es ein Plus von 13 Prozent. Auf Facebook und Instagram ist JOSKO europaweit die Nummer 1 innerhalb der Branche mit der höchsten Fananzahl und Interaktionsrate.

MIT JOSKO BAUEN – PRODUKTNEUHEITEN 2018

ERFOLGREICHE CLASSIC DESIGN FENSTERFAMILIE

Die im vergangenen Jahr eingeführten Classic-Varianten bei den Design-Fensterfamilien Platin, Safir und Topas erfreuen sich hoher Nachfrage. Eine Kombination aus bündigem Design und nur 25 mm schlanken Sprossen, die das Fenster ideal für aktuelle Wohntrends mit moderner Behaglichkeit macht. Das Fenster strahlt nicht nur einen Hauch Urbanität aus, sondern verbindet gekonnt den Industrie-Charme mit ländlicher Bodenständigkeit. Passend ist der Look ebenso im Fabrik-Loft, genauso wie in einer Altbauwohnung oder einem Fertighaus.

JOSKO ALS QUERDENKER FÜR WEITBLICK UND SAUBERKEIT

Sie schauen super aus und geben mit ihrer außergewöhnlichen Optik jedem Zuhause den gewissen Pepp – quer liegende Fenster formen den Charakter jedes individuellen Wohn(t)raums. Als erster Anbieter am Fenster- und Türenmarkt hat JOSKO ein leidiges Problem gelöst: Für Querfenster gab es bislang nur Beschläge mit Kippfunktion anstatt einer praktischen Dreh-/Kippfunktion. Mit dem beträchtlichen Nachteil, dass die Reinigung der Fenster ein ziemlicher Aufwand ist. Gewesen ist, dank der JOSKO Innovation: Denn mit dem neuen Sicherheitsfenstergriff TiltFirst lässt sich der Kippfensterflügel bei normaler Griffbetätigung wie gewohnt zum Lüften kippen. Und zusätzlich mit einem Schlüssel entsperren. So kann auch die Außenseite des Flügels bequem und sicher gereinigt werden. Danach wird der Flügel kinderleicht wieder in die senkrechte Position zurückgebracht und verriegelt.

UNGLAUBLICH NET! JETZT NEU: DER NEBENEINGANG MIT DEM GEWISSEN ALLES

Die NET-Serie im JOSKO Haustürenprogramm hatte immer schon das gewisse Etwas – und legt in Sachen Qualität noch zu! Beste Wärmedämmung, größte Sicherheit, absolute Design-Vielfalt: Die Technik-Innovation und das Herzstück der neuen NET-Generation ist das neue 3-fach Automatikschloss. Dazu kommt die gediegene Top-Ausstattung (etwa die neuen Türdrücker EVO NET und HOME NET und drei neue Griffbügelmodelle, erhältlich in Edelstahl satiniert oder passenden Design-Farben).

ALLES VOLL IM GRIFF! JOSKO MACHT NEUEN STANDARD AN ÄSTHETIK GREIFBAR

Perfekte Form, optimale Funktion, minimalistisch aufs Wesentliche reduziert – wenn Liebe zum Detail den entscheidenden Unterschied macht. Die neue Fenstergriff-Kollektion von JOSKO setzt Design-Akzente und bietet außergewöhnliche, individuelle Gestaltungsmöglichkeiten für alle Fenstersysteme. Mit unterschiedlichen Rosetten oder – einzigartig am Markt – rosettenlos und in vielen trendigen Farbausführungen.

BODENSCHWELLE ISOSTEP ALS STILELEMENT

Wohnen mit Weitblick verbindet Stil mit Sinn. JOSKO Bodenschwellen aus der Isostep-Linie für Terrassen- und Hebeschiebetüren sind jetzt auch auf Wunsch in einer großen Auswahl an individuellen, edlen Lackoberflächen erhältlich – in allen RAL-Farben passend zu den Türen verfügbar. So wird Funktionalität zum Hingucker.

Noch mehr Info zum JOSKO Smart Mix und den Produktinnovationen 2018 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



STEFAN WAGNER MSc,
Bereichsleitung Vertrieb



JOHANN SCHEURINGER, CEO und THOMAS LITZLBAUER, CFO



Josko Smart Mix



Classic Linie

BILDMATERIAL JOSKO PRODUKTE



NET Midway Topas - innen



NET Midway Topas - außen



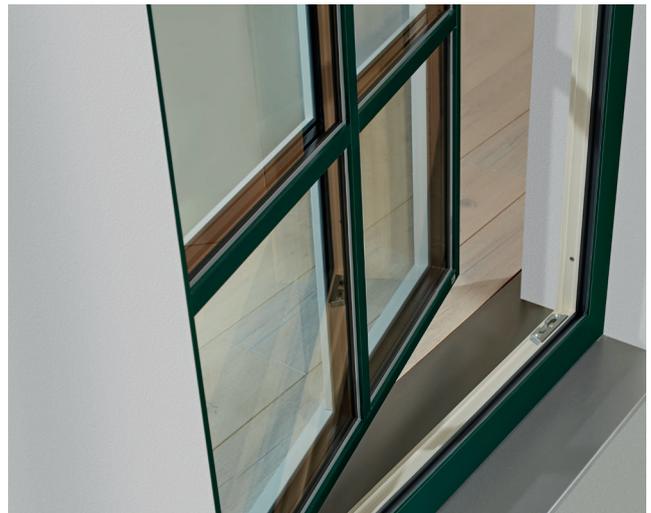
NET Slot Platin - innen



NET Slot Platin - außen



PLATIN CLASSIC Linie - Terrassentür



Kippfenster mit Komfortreinigung

Mehr Bildmaterial zu unseren Produkten finden Sie auf Ihrem Datenträger. Abdruck honorarfrei (Bildrechte: Josko)

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 35 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 2017: 138 Mio. EUR

davon Umsatz Fenster und Glasfassaden 75 %

davon Umsatz Haustüren 12 %

davon Umsatz Innentüren 9 %

Sonstige 4 %

Exportanteil: 20 % (2016: 20 %, 2015 19%, 2014: 17 %, 2013: 15 %, 2012: 13 %)

JOSKO hat einen Marktanteil von 10,6 Prozent am österreichischen Gesamtmarkt für Fenster und Türen und ist Marktführer bei Holz/Alu-Fenstern mit 16,5 Prozent.

EUROSUN A. S.

www.eurosun.cz



STANDORTE:

Deggendorf (D/Zentrale, Vertrieb, Service, Technik) und Kostelec (CZ/Werk)

MITARBEITER:

ca. 120

MANAGEMENT:

Jiří Svoboda, Petr Hotovec und Martin Schäfer

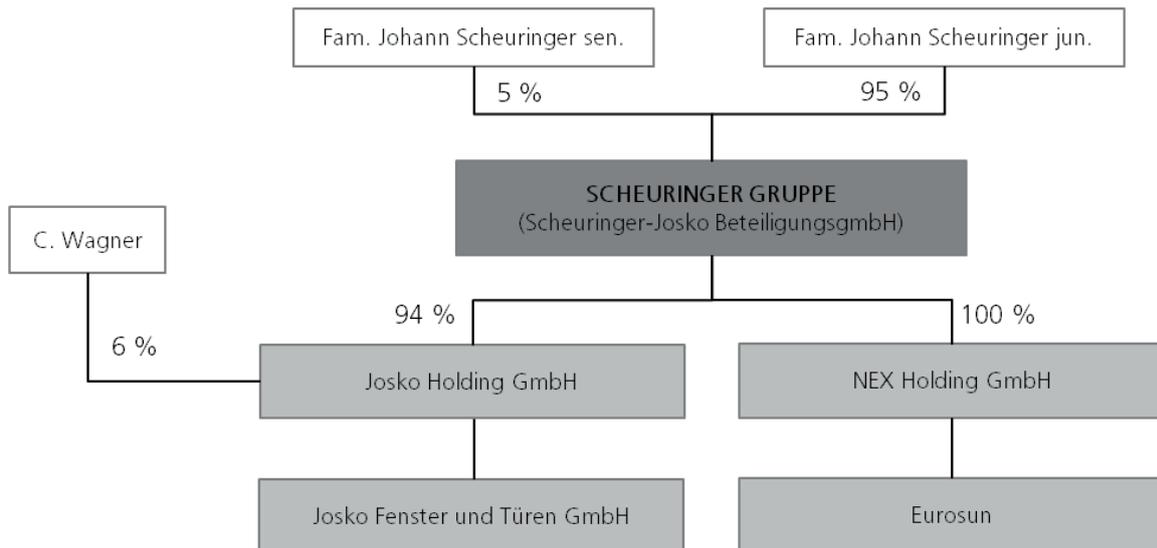
VERTRIEB:

Vertrieb über deutschen und österreichischen Fachhandel sowie durch Josko
Kernmärkte: Deutschland und Österreich

FINANZEN:

Gesamtumsatz 2017: 23 Mio. EUR

SCHEURINGER GRUPPE



STANDORTE:

JOSKO Fenster und Türen GmbH Kopfig (AT/Zentrale, Werk Holz) und Andorf (AT/Werk Kunststoff)
Eurosun a. s. Deggendorf (D/Zentrale, Vertrieb, Service, Technik) und Kostelec (CZ/Werk)

MITARBEITER:

900

MANAGEMENT:

JOSKO Fenster und Türen GmbH Johann Scheuringer und Thomas Litzlbauer
Eurosun a. s. Jiří Svoboda, Petr Hotovec und Martin Schäfer

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