

Das Wesentliche

2019



Das Wort des Geschäftsführers



2018: SOLIDE LEISTUNGEN

In einem Umfeld, das sich schwieriger gestaltete als erwartet, konnte die Groupe SEB 2018 gute Leistungen erzielen. Das organische Wachstum lag bei fast 8%, das Betriebsergebnis stieg um 2,5% - trotz negativer Rohstoff- und Währungseffekte in Höhe von über 100 M€. Das Nettoergebnis lag zum ersten Mal über 400 M€. Der weitere Schuldenabbau führte Ende Dezember zu einem Verhältnis von Nettoverschuldung zu bereinigtem EBITDA von unter 2 und entsprach damit unserer Zielvorgabe.

„ In einem insgesamt angespannten Umfeld müssen wir effizient handeln, unser Vorgehen noch gezielter planen und alle Treiber für rentables Wachstum nutzen. „

Unsere wichtigsten Wachstumstreiber wurden erfolgreich genutzt: natürlich China, wo Supor auf einem florierenden Markt die Konkurrenz weiterhin übertrifft, Japan, Korea, Mitteleuropa, die Ukraine sowie Russland. Eine robuste Dynamik zeigte sich in den Geschäftsbereichen Bodenpflege, elektrische Kochgeräte, Speisenzubereitung und professionelle Kaffeemaschinen. Der E-Commerce hat auch zu solidem Wachstum beigetragen und macht heute fast 25% des Konzernumsatzes aus.

LANGFRISTIGE STRATEGIE

Unsere rentable Wachstumsstrategie, die auf der Stärke unseres Markenportfolios, einer soliden Produktdynamik und unserer weltweiten Präsenz auf allen Vertriebskanälen basiert, verschafft uns einen großen Wettbewerbsvorteil. Sie wird tagtäglich von unseren engagierten Teams umgesetzt, die immer bereit sind, sich neuen Herausforderungen zu stellen, und denen ich hier für ihren unermüdlichen Einsatz und ihre professionelle Arbeit danken möchte.

Diese Strategie ist Teil eines langfristig angelegten verantwortungsbewussten Ansatzes in den Bereichen Umweltschutz sowie soziale und gesellschaftliche Verantwortung, der allgemein anerkannt ist und für uns alle Mehrwert schafft.

STRATEGISCHE AKQUISITIONEN

2018 war auch von strategischen Akquisitionen für den Konzern geprägt. Im internationalen Kontext haben wir mit der Familie Zahran, unserem langjährigen Partner in Ägypten, eine Vereinbarung zur Zusammenlegung der Geschäftsbereiche Haushaltskleingeräte und Küchenartikel unterzeichnet, um unseren lokalen Produktionsstandort im Markt zu stärken.

Die kürzliche Übernahme von Wilbur Curtis, dem zweitgrößten amerikanischen Hersteller professioneller Filterkaffeemaschinen, bestätigt unser Bestreben seit der Übernahme von WMF im Jahr 2016, die Führung im professionellen Kaffeemaschinengeschäft in den USA zu übernehmen. Des Weiteren verstärkte die Gruppe ihre digitale Kompetenz durch den Erwerb von „750g International“, einem Herausgeber von Websites und Dienstleistungen rund ums Kochen. Diese Akquisitionen, die die Übernahmen der letzten Jahre ergänzen, werden es uns ermöglichen, unsere dynamischen Vertriebsaktivitäten fortzusetzen, unsere Kompetenz zu erweitern und uns neue internationale Möglichkeiten eröffnen.

PERSPEKTIVEN FÜR 2019

2019 hat in einem weiterhin ungewissen Umfeld begonnen. Der Konzern erwartet eine anhaltende Belastung durch Rohstoffe und Devisen, allerdings in geringerem Maße als im Jahr 2018. Die Gruppe ist jedoch gut gerüstet und hat sich für 2019 zum Ziel gesetzt, ein neues organisches Umsatzwachstum sowie eine Steigerung des Betriebsergebnisses anzustreben.

Thierry de La Tour d'Artaise
Vorstandsvorsitzender

Unsere **Mission**

DEN ALLTAG DER
VERBRAUCHER WELTWEIT
**ERLEICHTERN UND
VERSCHÖNERN**

Unsere **Werte**

Die von den Gründern übermittelten Werte stellen den Menschen in den Mittelpunkt der Strategie. Die Unternehmensphilosophie der Gruppe gründet sich auf **Modernität, Verantwortungsbewusstsein, Solidarität und Engagement.**



UNTERNEHMERTUM



INNOVATIONSLEIDENSCHAFT



PROFESSIONALITÄT



RESPEKT FÜR
DEN MENSCHEN



TEAMGEIST



HAUSHALTSKLEINGERÄTE

Groupe SEB begleitet die Verbraucher im Alltag im ganzen Haus. In der Küche mit **elektrischen Küchengeräten** zum Kochen sowie Zubereiten von Getränken: Fritteusen, Reiskocher, elektrische Schnellkocher, Tischgrills, Elektrogrills, Toaster, Multikocher, Filterkaffeemaschinen oder Kaffeekapselautomaten, Espressokocher, Wasserkocher, Zapfanlagen, Sojamilchmaschinen, Zerkleinerer, Standmixer, Teigmaschinen, Stabmixer, Handmixer... In den übrigen Räumen mit unseren Produkten zur **Wäsche-, Haus- und Personenpflege**: Bügeleisen und Dampfbugelstation, Steamer, Bodenstaubsauger mit oder ohne Beutel, Dampfreiniger und kabellose Staubsauger, Saugroboter, Dampfreiniger, Ventilatoren, Heizgeräte, Luftreiniger, Stylinggeräte, Haarentferner, Personenwaagen...

3

Produktwelten

KÜCHENARTIKEL

Ob aus Aluminium, Edelstahl, Kupfer oder Gusseisen, beschichtet oder unbeschichtet, aus Glas oder Plastik, Küchenartikel von Groupe SEB entsprechen allen Erwartungen der Verbraucher **für ihre Küche**

oder unterwegs: Bratpfannen, Töpfe, Schmortöpfe, Schnellkochtöpfe, Backformen aus Metall oder Silikon, Frischhaltedosen, Isothermbecher, Karaffen, Trinkflaschen, Küchenhelfer, Besteck...



PROFESSIONELLE KAFFEEMASCHINEN

Mit dem Erwerb von WMF im Jahr 2016 und Wilbur Curtis Anfang 2019 positioniert sich die Groupe SEB als wichtiger Akteur im **professionellen Kaffeemaschinenmarkt** und bestätigt ihre Bestrebungen, in dieser Branche mit vernetzten Kaffeefullautomaten, Filter- oder Hybridkaffeemaschinen, zu expandieren.



Das professionelle Segment wird noch vervollständigt durch ein reichhaltiges und vielseitiges **Premium-Angebot für das Hotel- und Gaststättengewerbe.**



BESSERE ANTIZIPATION der Bedürfnisse unserer Kunden bedeutet, neue Trends entdecken, Gewohnheiten analysieren und so die Haushaltskleingeräte der Zukunft identifizieren.

BESSER EINGEHEN auf die Wünsche und Bedürfnisse unserer Verbraucher weltweit, das bedeutet maßgeschneiderte nützliche Produkte und Dienstleistungen von Qualität anbieten, unsere Vertriebskanäle anpassen, damit wir ein Vertrauensverhältnis mit unseren Vertriebskunden aufbauen können.

BESSER INNOVIEREN, das heißt an der Spitze unserer Branche stehen, indem wir unsere wissenschaftlichen, technischen und gesellschaftlichen Kenntnisse ständig verbessern, unermüdlich unsere Arbeitsmethoden überdenken und uns mit anerkannten Partnern zusammenschließen.

BESSER PRODUZIEREN setzt voraus, mehr Wettbewerbsfähigkeit und Effizienz zu schaffen, indem wir unsere Anlagen sowie die gesamte Produktionskette aufs Genaueste steuern. Wir müssen auch ständig innovieren, um ausgezeichnete Leistungen zu erreichen und gleichzeitig unsere Verpflichtungen zu erfüllen.



BESSERE UNTERSTÜTZUNG für unsere Mitarbeiter bedeutet, den Wert von Fachwissen und Vielfalt zu erkennen, um eine gemeinsame Kultur aufzubauen. Das heißt auch, bürgerschaftliches Engagement für sinntragende Projekte anzuregen.



Besser leben



SICH BESSER ENGAGIEREN heißt, die Grenzen der Gruppe zu ihrem Ökosystem zu öffnen und nachhaltige Unterstützung bei der Bewältigung der großen Probleme unserer Gesellschaft zu leisten. Die nachhaltige Entwicklung steht auch im Mittelpunkt der Konzernstrategie. Groupe SEB konzentriert sich verstärkt auf die Entwicklung in den Bereichen Ethik und Menschenrechte, verantwortungsvolle Sozialpolitik, Solidarität, nachhaltige Innovation und Umwelt und hat 2018 einen entscheidenden Schritt getan, indem sie sich proaktiv den Herausforderungen in Zusammenhang mit ihrer Geschäftstätigkeit in diesen Bereichen gestellt hat.

GRUPE SEB FÖRDMT DAS ENGAGEMENT DER MITARBEITER FÜR NACHHALTIGE PROJEKTE.

Oben: In Kolumbien unterstützt Imusa die ambulanten Kaffeeverkäufer Los Tinteros.

Rechts: In Ägypten regen wir zur Altpapieraufbereitung an.



Hongkong: Zubereitung von Mahlzeiten für Food Angel.

In China unterstützt Supor die Entwicklung der Bildung in benachteiligten ländlichen Gebieten.



Eine **Wachstumsgeschichte**

Die Entwicklung von Groupe SEB beruht auf einer starken organischen Wachstumsstrategie, getragen von dynamischer Produktinnovation, einer internationalen Expansion, einem unvergleichlichen Markenportfolio sowie einem Multikanalansatz. Sie stützt sich auch auf die ständige Suche nach Wettbewerbsfähigkeit, die durch in der Branche einzigartige betriebsinterne Produktionsstandorte erreicht wird. Das externe Wachstum vervollständigt die Wachstumsstrategie seit den Anfängen.



SEIT 1857



**ÜBER 20 STRATEGISCHE
ÜBERNAHMEN**



**IN ÜBER 25 LÄNDERN
AN ERSTER STELLE**

**DIE KONSOLIDIERUNG DER GRUPPE WURDE
DIESES JAHR DURCH WICHTIGE AKTIONEN
FORTGESETZT:**



Übernahme von Wilbur Curtis,
zweitgrößter amerikanischer
Hersteller von professionellen
Filterkaffeemaschinen,
anfang 2019



Verstärkung der digitalen
Kompetenz durch die
Übernahme von
750g International



Joint Venture in Ägypten
mit unserem langjährigen
Partner **Zahran**





Umsatz **6 812 M€** Operatives Ergebnis **695 M€** Nettogewinn **419 M€**

2018 in Zahlen



+1 300

Firmeneigene Filialen



247 M€

Investitionen in Innovation



34 000

Mitarbeiter



6 200

Zugelassene Reparaturzentren



30

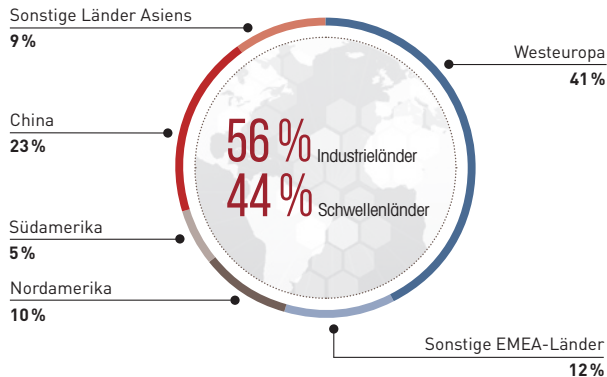
Marken weltweit



41

Industriestätten

GEOGRAFISCHE UMSATZVERTEILUNG



Campus SEB - 112, chemin du Moulin Carron
69130 Écully - FRANCE - +33 (0)4 72 18 18 18

www.groupeseb.com



UNSERE MARKEN

Verbrauchermarken

Internationale Marken

KRUPS

Moulinex
ROWENTA

Tefal

Lokale Marken

ARNO

ASIA

calor

clock

emsa

esteras

IMUSA

ORIGINAL
KAISER

MAHARAJA
WHITELINE

MIRRO

OBH
RODOP

PANEX

Rochedo

samurai

SEB

SUPOR

T-fal

WMC

WearEver

Premiummarken

All-Clad

Lagostina

Silit

Wf

Fachhandelsmarken

Curtia

Wf

schaerer

Wf