



Wohlbefinden - Erfahrung - Sinn



Unsere Mission

DEN ALLTAG DER VERBRAUCHER WELTWEIT ERLEICHTERN UND VERSCHÖNERN UND ZU IHREM WOHLBEFINDEN BEITRAGEN

- indem wir neue Produkte und Serviceleistungen kreieren, die Ihr Leben zuhause angenehmer, harmonischer und erfüllender gestalten,
- indem wir Ihnen Lösungen anbieten, die Ihre jetzigen Anforderungen erfüllen und Ihren zukünftigen Ansprüchen und persönlichen Wünschen vorgeifen.

Unsere Werte

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

- **UNTERNEHMENSWILLEN**
- **PASSION FÜR INNOVATION**
- **PROFESSIONALITÄT**
- **ACHTUNG DER PERSON**
- **GRUPPENGEST**





Unsere Marken

CONSUMER MARKEN

Tefal Rowenta
Moulinex KRUPS
ARNO ASIA  calor clock
 esteras  IMUSA
  MIRRO
 PANEX Rochedo
samurai  SUPOR
T-fal UMCO WearEver

PREMIUMMARKEN

WMF Lagostina 
Silit Krampouz

PROFESSIONAL MARKEN

WMF schaeerer 
Curtis Krampouz

Gespräch

MIT THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE,
Chairman und CEO der Groupe SEB

Wie sehen Sie die Groupe SEB heute?

T.T.A. : Die Groupe SEB steht in erster Linie für Familie, Innovation und Weiterentwicklung. Es ist eine außergewöhnliche Geschichte über Männer und Frauen, die eine gemeinsame Hingabe für die Entwicklung unserer Produkte und für ein besseres Leben teilen. Seit ihren Anfängen hat sich die Gruppe zum Ziel gesetzt, innovative Qualitätsprodukte anzubieten, um den Alltag in der Küche oder zuhause zu erleichtern, sowie die dazugehörigen Serviceleistungen und Tipps, um die Verbraucher bestmöglich in ihrem Leben zu unterstützen. Das ist die DNA unserer Gruppe, unsere DNA. Über den Innovationsgeist hinaus stützt sich die Gruppe auf ein Portfolio leistungsfähiger und sich ergänzender Marken sowie auf ein klares und nach Vertriebskanälen segmentiertes Geschäftsmodell. Das sind die Säulen unseres internationalen Wachstums sowohl in den Industrieländern als auch in den Schwellenländern. Das alles ist nur dank unserer einmaligen und vielseitigen Produktionsstandorte in der ganzen Welt möglich, die uns einen erheblichen Wettbewerbsvorteil in dieser Branche verleihen. Doch die Geschichte der Gruppe geht noch weiter. Mit ihrem jüngsten Einstieg in das Professional Business insbesondere dem der Kaffeemaschinen, bleibt die Gruppe ihrer langfristigen Vision treu, erobert neue Märkte und schafft weitere Grundlagen für die Fortsetzung ihrer Entwicklung.



„Die Groupe SEB steht in erster Linie für Familie, Innovation und Weiterentwicklung. Es ist eine außergewöhnliche Geschichte über Männer und Frauen, die eine gemeinsame Hingabe für die Entwicklung unserer Produkte und für ein besseres Leben teilen.“

Die Groupe SEB engagiert sich ebenfalls sehr für eine nachhaltige Entwicklung...

T.T.A. : Richtig, die Stärke unserer Strategie basiert auf einem eindeutig auf Verantwortungsbewusstsein und Wertschöpfung für alle ausgerichteten Ansatz. Wir bauen auf einem konstruktiven Engagement auf, das alle Geschäftsbereiche und MitarbeiterInnen der Gruppe umfasst, die sich einem nachhaltigeren Alltag verschrieben haben.

Wie sieht Ihre Bilanz des Geschäftsjahres 2019 aus?

T.T.A. : 2019 war für die Groupe SEB ein weiteres gutes Jahr auf einem historisch hohen Niveau. Der Umsatz belief sich auf 7 354 Mio. € und das organische Wachstum betrug im sechsten Jahr in Folge über 5 %, und das in allen geografischen Gebieten und Produktkategorien. Diese Dynamik hatte eine gute finanzielle Performance mit einem um 6,5 % gestiegenen operativen Ergebnis aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zur Folge. Auch hier war die Verteilung weltweit sehr ausgewogen. Das Jahr 2019 war darüber hinaus von mehreren Akquisitionen geprägt, darunter die Übernahme von Wilbur Curtis, dem amerikanischen Hersteller von professionellen Filterkaffeemaschinen, sowie die des Unternehmens Krampouz in Frankreich, das Crêpes-Maker, Waffeleisen, Planchas und Grills für Fach- und Privatkunden entwickelt und verkauft. Ich möchte allen danken, die zu diesen guten Ergebnissen unserer Gruppe beigetragen haben und vor allem unseren MitarbeiterInnen, den alten und den neuen weltweit.

Wie sind Sie das Jahr 2020 angegangen?

T.T.A. : Das Jahr 2020 hat vor dem Hintergrund einer unvergleichlichen Wirtschafts- und Gesundheitskrise mit massiven Folgen begonnen. Unser vorrangiges Ziel ist und bleibt, die Gesundheit und Sicherheit unserer MitarbeiterInnen zu schützen. Unsere zweite Priorität ist, unsere Kunden und Partner durch einen Service ohne Unterbrechungen bestmöglich zufriedenzustellen. Unsere MitarbeiterInnen haben in diesen Zeiten ein außergewöhnliches Engagement an den Tag gelegt und ich möchte ihnen meinen Stolz und meine Dankbarkeit ausdrücken. Unsere Teams haben ihre gesamte Energie und ihr Know-how zur Bekämpfung dieser Pandemie eingesetzt. Sie haben sich an zahlreichen solidarischen Initiativen weltweit beteiligt.

Die Krise hat zunächst China getroffen, unseren wichtigsten Markt, und sich dann auf die ganze Welt ausgedehnt. Unsere Geschäftstätigkeit hat daher im 1. Quartal einen erheblichen und noch nie dagewesenen Rückgang verzeichnet. Seit Mitte Mai hat sich die Pandemie abgeschwächt und die Lockdown-Maßnahmen sind schrittweise aufgehoben worden. So konnten wir alle unsere Werke wieder eröffnen und unsere Vertriebstätigkeit wieder aufnehmen. Eine bedeutende Unsicherheit bezüglich des Endes dieser Krise und der Entwicklung des Konsumverhaltens bleibt jedoch weiterhin bestehen. Zu diesem Zeitpunkt ist es also noch nicht möglich, die Auswirkungen der Corona-Krise auf das gesamte Geschäftsjahr 2020 zu messen. Ich vertraue aber auf die Stärke unseres Geschäftsmodells und auf das Engagement und das agile Handeln unserer Teams, um diese Zeit bestmöglich zu überstehen und die Entwicklung der Gruppe unter den günstigsten Voraussetzungen für alle fortzusetzen.

Wohlbefinden



*Für einen gesünderen
und freien Lebensstil*

3

Produktwelten

24 Mrd. €

Markt der Küchenartikel

47 Mrd. €

Markt der
Haushaltskleingeräte

9 Mrd. €

Markt der professionellen
Kaffeemaschinen

Erfahrung



*Für ein besser
Leben*

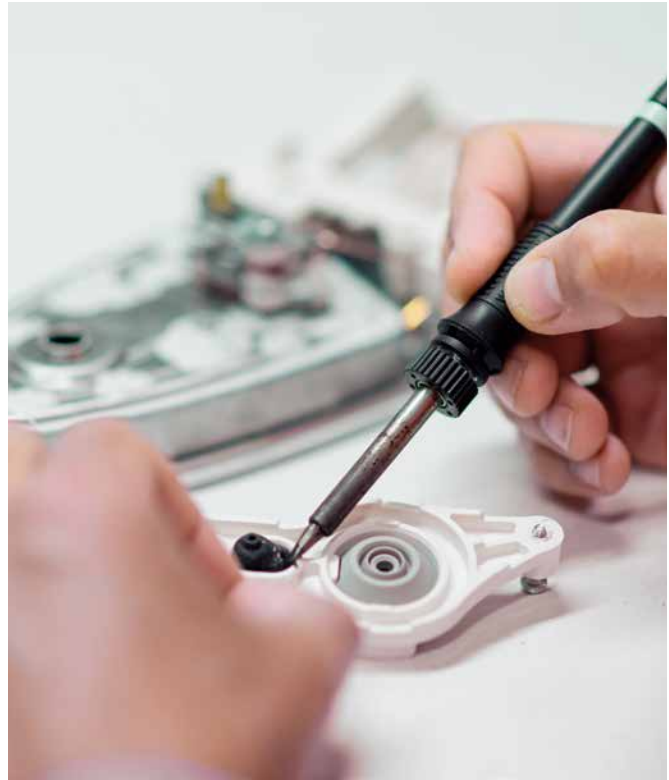
42

Produktionsstandorte

Fast
250 Millionen
hergestellte Produkte
pro Jahr



Sinn



vernetztes

Mehr als
1 345
Geschäfte weltweit

In mehr als
150 Ländern
vertreten

*Für ein nachhaltigeres Leben
mit mehr Engagement*

34 000
MitarbeiterInnen

100 %
der Werke nach ISO 14001 zertifiziert

Mehr als
500
vom Fonds Groupe SEB in zehn
Jahren unterstützte Projekte

94 %
der Produkte mit dem Label „10 Jahre
lang reparierbares Produkt“*

* Für die Marken Moulinex, Rowenta, Tefal, Seb,
Calor, Krups, WMF.

Wohlbefinden

Für einen gesünderen und freien Lebensstil

Lecker, gut und gesund kochen

Heute lernen wir wieder neu, gesund, lecker und verantwortungsbewusst zu kochen und zu essen. Und da sich die Lebensweisen ändern, setzt die Groupe SEB auf kontinuierliche Innovationstätigkeit, um immer wieder neue Produkte und Serviceleistungen für den Alltag anbieten zu können.



„French Touch“ des Kochens

Anfang 2020 hat Moulinex mit Unterstützung des Chefkochs **Cyril Lignac** **Cookeo Touch** und **i-Companion Touch XL** eingeführt. Ihre Vorteile: die WLAN-Fähigkeit und der große Touchscreen, dem weder Wasserspritzer noch schmutzige Finger etwas anhaben können! „Schritt-für-Schritt“-Rezepte und -Videos können direkt vom Gerät aus aufgerufen werden. Damit es den Hobbyköchen nie an Inspiration mangelt!

Fast
1 500
Personen
arbeiten in
der Innovation

Weniger Belastungen, mehr Zeit für sich!

Um etwas mehr Zeit für sich selbst oder seine Familie zu haben, muss man sich erst einmal von den Haushaltspflichten befreien! Groupe SEB erleichtert den täglichen Hausputz sowie die Wäsche und bereichert ihr Angebot ständig um neue Pflegeprodukte ... damit sich unsere Kunden einfach wohl fühlen.

Der leistungsfähige Akku-Staubsauger

Der Rowenta Air Force Flex 560 ist ein Allroundtalent. Dieser wendige, kabellose Staubsauger ist ultraeffizient und saugt auch in schwer zugänglichen Bereichen. 100 AirWatt Saugleistung für eine mühelose Reinigung. Und 2020 wird die Reihe um den Air Force Flex 760 erweitert.





Ein neues Kapitel unserer Geschichte mit REWRITE

Im Rahmen unseres Bestrebens, unsere Tätigkeit im sehr dynamischen Segment der Instrumentalkosmetik auszubauen und den Verbraucher in den Mittelpunkt unserer Vertriebsstrategie zu stellen, hat die Gruppe in diesem Jahr ihr allererstes DNVB* eingeführt. Dieser disruptive Ansatz kombiniert ein Gerät und eine Creme und zeichnet sich durch eine innovative, auf der Iontophorese basierenden Technologie aus, die eine fünf Mal höhere Resorption der Wirkstoffe durch die Haut ermöglicht und aus der Partnerschaft mit Feeligreen hervorgegangen ist. Zur Zielgruppe gehören Verbraucherinnen, die stark in der digitalen Kultur verankert sind ... Das sind die Merkmale von REWRITE, der neuen Beauty-Marke der Groupe SEB, die ausschließlich online verkauft wird!

* Digitally Native Vertical Brand.

IXEO Power, der neue Partner für den Alltag

Trendstudien haben ergeben, dass 75 % der VerbraucherInnen ihre Kleidung in letzter Minute bügeln. Mit IXEO bietet die Gruppe eine einzigartige und elegante All-in-One-Lösung, die aus einem integriertem Bügelbrett mit Bügel- und Dampfglättfunktion besteht. 2019 wurde das Angebot um IXEO Power erweitert, eine noch leistungsfähigere Dampf bügelstation.



Professional Kunden: gemeinsame Ansprüche

Die Groupe SEB begleitet Fachkunden mit Qualitätsprodukten, die sich durch Zuverlässigkeit, Leistungsfähigkeit und Effizienz auszeichnen. Dieses Know-how macht die Gruppe zu einem unumgänglichen Akteur auf dem Markt der Kaffeemaschinen und Küchenartikel für das Hotel- und Gaststättengewerbe.

+ 12,1 %

Organisches Wachstum des Umsatzes
bei Professional Kunden 2019



CoffeeConnect, eine beliebte Innovation

2019 hat die von WMF/Schaerer entwickelte digitale Plattform CoffeeConnect in Deutschland gleich zwei Auszeichnungen erhalten: den Confare IDEAward sowie den Internorga Future Award. Mit diesen Preisen wird das Engagement der Marke zugunsten des IoT* ausgezeichnet: Die gesammelten Daten bieten die Möglichkeit, professionelle Kaffeemaschinen effizient und umfassend zentral zu managen. WMF und Schaerer haben darüber hinaus das „IoT Protected Privacy“-Zertifikat des TÜV Rheinland erhalten.

* Internet of Things/Internet der Dinge.

Erfahrung

Für ein besser vernetztes Leben

45 %
Anteil der digitalen
Technologien an den
Medieninvestitionen
2019

Lebenswerte Erfahrungen über das Produkt hinaus

Die digitale Technologie ist überall präsent und vor allem bei uns zuhause! Von der Küche bis zum Badezimmer bietet die Groupe SEB vernetzte Produkte an, die mit der Zeit gehen. Die Innovation ist digital, bietet immer mehr Services und Personalisierungsmöglichkeiten.

Cake Factory: „so sociable“

Social Media und Community stehen im Mittelpunkt der Entwicklungsstrategie der **Cake Factory**. Bei der Produkteinführung wurde eine Facebook-Gruppe gestartet, die schon 2019 allein in Frankreich mehr als 54 000 Follower zählte! Eine bewährte Technik zur Absatzsteigerung. Über die sozialen Netzwerke hinaus bieten die Apps und Websites der Gruppe den VerbraucherInnen die Möglichkeit, neue Erfahrungen mit den Serviceleistungen und den nach Profil personalisierten Angeboten zu machen.



Ein Multikanalansatz im Vertrieb

Um ihre Produkte zu verkaufen, setzt die Groupe SEB auf eine gezielte und an den jeweiligen Markt angepasste Multikanalstrategie. Der 360° Grad-Ansatz kombiniert E-Commerce mit bestehenden Vertriebskanälen, um die unterschiedlichen Erwartungen der VerbraucherInnen zu erfüllen.

E-Commerce:
ca.
25 %
des Umsatzes
der Gruppe
2019



Direkter Kontakt zu den VerbraucherInnen

Der E-Commerce entwickelt sich kontinuierlich weiter und mit ihm ein neuer Trend: „Direct to consumer“, der Direktverkauf ohne Zwischenhändler. Im Rahmen ihrer globalen Multikanal-Strategie hat die Gruppe ihre ersten Online-Verkaufsinitiativen auf einigen ihrer Marken-Websites gestartet. Dieser Ansatz, der auf agileres und reaktionsschnelleres Handeln ausgerichtet ist, kombiniert ein personalisiertes Angebot mit einer gesteigerten Verbrauchererfahrung, einem verbesserten Bekanntheitsgrad der Marken und einer Optimierung der Supportfunktionen.



Wettbewerbsfähigkeit: eine neue Vision für die Industrie

Unser fester Glaube an unsere eigenen Produktionsstätten ermöglicht uns die Entwicklung hochwertiger Produkte. Unsere Werke müssen innovativ, leistungsstark und zuverlässig sein, um Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit zu garantieren. Groupe SEB blickt immer in die Zukunft, um dem Wettbewerb voraus zu sein und die digitale Transformation umzusetzen.

2/3
der Produkte
werden intern
hergestellt

266 Mio.€
Industrieinvestitionen

„Industrie du futur“: ein vorausschauendes Programm

Das Programm „Industrie du futur“ wurde 2016 von der Gruppe eingeführt, um ihre Industrieanlagen mit Hilfe der digitalen Technologien zu modernisieren (Automatisierung, Robotisierung, Information in Echtzeit und Datenanalyse, künstliche Intelligenz, Simulation...). Im Rahmen ihrer digitalen Strategie geht es darum, die *supply chain* vom Lieferanten bis zum Kunden zu optimieren, die Produktivität und die Arbeitsbedingungen zu verbessern und gleichzeitig sparsam mit den Ressourcen unseres Planeten umzugehen.

Das in die Gesamtstrategie der Gruppe integrierte Programm hat in seiner ersten Phase die Festlegung von zehn vorrangigen Projekten ermöglicht (technologische Bausteine), die von der Digitalisierung über die nachhaltige Entwicklung bis zum Personalmanagement reichen.

2019 wurde das Programm im Hinblick auf eine globale *supply chain* vom Lieferanten bis zum Kunden über die Werke hinaus ausgedehnt und umfasst vier große Phasen: Beschaffung, Produktion, Vertrieb und Planung. Ziel ist, die Sichtbarkeit der Leistungen zugunsten der Kunden und Teams zu fördern und gleichzeitig sparsam mit den Ressourcen unseres Planeten umzugehen.

Sinn

Für ein nachhaltigeres Leben mit mehr Engagement

Innovation für einen nachhaltigeren Verbrauch

Die Groupe SEB stellt die Innovation in den Mittelpunkt ihrer Strategie. Eine nachhaltige Innovation für einen verantwortungsbewussteren Konsum.

Inklusives Design: Innovation für alle

2019 haben die Design-Teams der Groupe SEB in Zusammenarbeit mit Verbänden, die Menschen mit dauerhaften oder temporären Behinderungen unterstützen, eine inklusive Design-Strategie eingerichtet. Ziel: die Produkte so zu überarbeiten, dass sie von möglichst vielen Menschen benutzt werden können.



Die Groupe SEB verschreibt sich der Kreislaufwirtschaft!

Die Strategie der Gruppe beruht auf mehreren Aspekten: längere Lebensdauer und Wiederverwendung der Produkte, mehr Recycling und verstärkter Einsatz von Recycling-Materialien, sowie dem Einsatz gemeinschaftlich genutzter Geräte.

Eco-Packaging für umweltfreundliche Verpackungen

Damit die Verpackungen weiterhin ihre grundlegenden Funktionen erfüllen, aber auch möglichst geringe Umweltauswirkungen haben, hat sich die Gruppe für 2023 drei Ziele gesetzt:

- Null zusätzliche Kunststoffverpackung;
- Null Polystyrol-Schaumstoff (PSE);
- 90 % Recycling-Fasern in Kartons.



Die Zukunft erfinden

Um den neuen Konsumtrends Rechnung zu tragen, die der Umweltverantwortung einen immer größeren Platz einräumen, insbesondere unter den „Millenials“, hat die Gruppe zwei strategische Innovationsprojekte in den Bereichen Küchen- und Haushaltsgeräte ins Leben gerufen: *Cook For the Planet* und *Home for the Planet*. Ziel: das Produkt- und Serviceangebot von morgen erfinden und folgende Aspekte kombinieren:

- Analyse der neuen Konsumanforderungen;
- gruppenweit übergreifender Ansatz unter Einbeziehung verschiedener Teams, um neue Konzepte zu entwickeln (Kreations-Marathon);
- agile und iterative Methoden, um die generierten Konzepte schnell zu testen.

Engagement für den Schutz unseres Planeten

Schon bei der Konzeption ihrer Projekte achtet die Groupe SEB in jeder Phase darauf, ihren ökologischen Fußabdruck zu begrenzen und zum Kampf gegen die Erderwärmung beizutragen. Ein anspruchsvolles Engagement angesichts der Bedeutung dieser Herausforderungen.

Tefal Eco Respect: 100 % recyceltes Aluminium

Tefal bietet in der Reihe Eco Respect Pfannen, Kochtöpfe, Woks und Schmorpfannen aus 100 % recyceltem Aluminium an. Die Produktion von recyceltem Aluminium erfordert 20 Mal weniger Energie als Rohaluminium, bei gleichen Verschleiß- und Beständigkeitseigenschaften.



Kampf gegen Verschwendung von Lebensmitteln

Die Groupe SEB engagiert sich im Kampf gegen die Verschwendung von Lebensmitteln und fördert selbst gekochte Gerichte. Die Verbraucher erhalten Tipps und Rezepte, damit sie Obst und Gemüse im Mixer oder Entsafter optimal verwerten können. Mehrere Tochtergesellschaften haben bereits Sensibilisierungskampagnen gestartet: Groupe SEB Brasilien organisiert zum Beispiel Kochkurse, in denen gezeigt wird, wie Obst und Gemüse vollständig verwertet werden können, einschließlich der Schale.

Unsere MitarbeiterInnen, die treibende Kraft unseres Unternehmens

Die Groupe SEB verfolgt eine weltweit einheitliche Personalpolitik, die auf Achtung der Menschenrechte, Ausbau der Kompetenzen, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, sozialen Dialog, Diversität und Gleichheit basiert.

Zielsetzung für 2023

100 %

der MitarbeiterInnen weltweit profitieren vom Sozialprogramm WeCare@SEB



Charity Week: alle engagiert

An der von der Stiftung Fonds Groupe SEB organisierten Charity Week zum Thema „Gemeinsam gegen die Exklusion“ haben 2019 63 Werke in 35 Ländern teilgenommen. Vor diesem Hintergrund wurden zahlreiche Aktionen umgesetzt, darunter Lebensmittelspenden oder Unterstützung von Vereinen, die sich um benachteiligte Kinder oder Behinderte kümmern.

Die Ethik, ein gemeinsamer Wert

Der ethische Ansatz der Groupe SEB beruht auf einem von allen MitarbeiterInnen geteilten Kodex. Er umfasst 18 Themen, darunter Aspekte wie Verbot von Kinderarbeit, Bekämpfung von Korruption und, Diskriminierung, Umweltschutz und Vorbeugung von Interessenskonflikten. Die Groupe SEB vertritt darüber hinaus eine anspruchsvolle und verantwortungsbewusste Einkaufspolitik, die auf einer eigenen Charta beruht.

2019 in Zahlen

UMSATZ

7 354 Mio. €

Organisches Wachstum + 5,8 %

DARUNTER

6 555 Mio. €

Consumer Kunden

799 Mio. €

Professional Kunden

OPERATIVES ERGEBNIS

740 Mio. €

NETTOGEWINN

380 Mio. €

NETTOVERSCHULDUNG

1 997 Mio. €

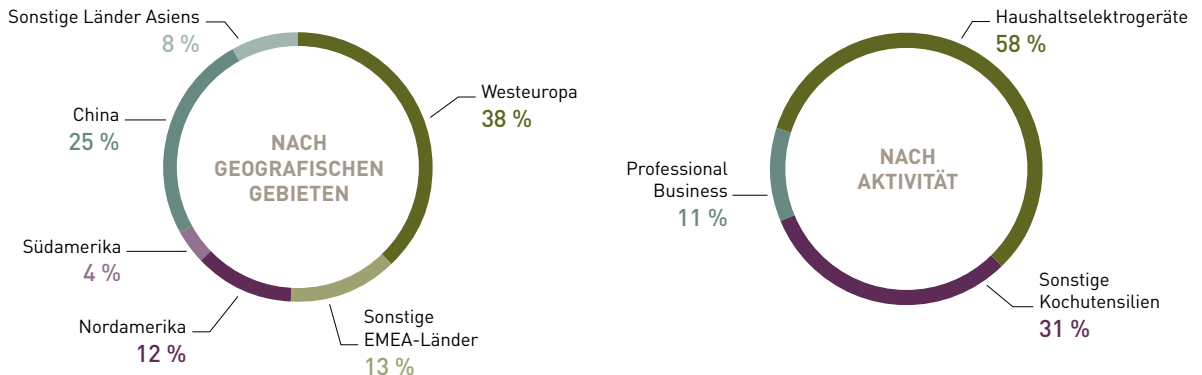
Freier Cashflow: 367 Mio. €

DIVIDENDE

1,43 €

unter Berücksichtigung
der Auswirkungen der
Corona-Krise

Geografische Umsatzverteilung



383

angemeldete Patente

31

Marken weltweit

42

Produktionsstandorte

Marktführende Positionen
in mehr als

25 Ländern

34 000

MitarbeiterInnen

38 %

Frauen in Führungspositionen

35 %

recycelte Materialien

3,05 Mio. €

für philanthropische Zwecke

2 neue Akquisitionen

Professionelle Kaffeemaschinen: Wilbur Curtis - herzlich Willkommen!

Die Groupe SEB hat Anfang 2019 100 % der Anteile von Wilbur Curtis übernommen, der Nummer 2 in Amerika für professionelle Filterkaffeemaschinen. Diese Akquisition, die mit dem Preis Large Cap der CFNews Auvergne-Rhône Alpes ausgezeichnet wurde, ermöglicht der Gruppe eine strategische Ergänzung ihres Produktangebots und Kundenportfolios. Das Familienunternehmen Wilbur Curtis wurde 1941 gegründet und beschäftigt in seinem Werk in Montebello (Kalifornien) 300 Personen. Die Marke ist für den Fachhandel (Kaffeeröster, Coffee-Shop-Marken, kundennahe Geschäfte, Fast-Food-Ketten, Hotels und Restaurants) gleichbedeutend mit Qualität, High Tech und Kundendienst: Die Geräte zur Zubereitung von heißen und kalten Getränken – im Wesentlichen Filterkaffee- und Cappuccino-Maschinen – sind überaus innovativ und zuverlässig.



Krampouz: Premium-Qualität Made in Bretagne

Im Oktober 2019 hat die Groupe SEB die Akquisition von Krampouz abgeschlossen, einem auf die Konzeption, Fabrikation und Verkauf von Crêpes-Makern, Waffeleisen, Planchas und Grills spezialisierten Unternehmen. Krampouz beschäftigt 90 MitarbeiterInnen in seinem Werk in Pluguffan und hat im letzten Jahr sein 70-jähriges Bestehen gefeiert. Krampouz ist eine legendäre bretonische Marke, denn sie hat die „Billig“ erfunden, den traditionellen Crêpes-Maker. Das Unternehmen erzielt einen jährlichen Umsatz von ca. 20 Mio. €. Seine Produkte werden in Frankreich hergestellt und auf allen fünf Kontinenten über ein umfassendes Vertriebsnetz sowie Heimwerker- und Gartenmärkte vertrieben. Mit dieser Übernahme kann die Groupe SEB sowohl ihr Angebot für den Fachhandel als auch für den Premium-Markt ergänzen.

Groupe SEB

Campus SEB – 112, chemin du Moulin-Carron

69130 Ecully – Frankreich

Tel.: +33 (0)4 72 18 18 18

2019
WWW.GROUPESEB.COM

