

Neue Freiheit

New level of freedom

INHALT CONTENTS

Interview mit Nico Nusmeier und Florian Schörghuber Interview with Nico Nusmeier and Florian Schörghuber	2
Die neue strategische Finanzholding The new strategic financial holding	8
Früchte des Wandels Fruits of change	10
Kennzahlen Holding Key figures Holding	14



BAUEN & IMMOBILIEN CONSTRUCTION & REAL ESTATE	16
Leinen los! Full steam ahead!	18
Neue Nachbarschaft New neighborhood	20
Fünf Sterne de luxe Five-star deluxe	28
2022 auf einen Blick 2022 at a glance	30
Kennzahlen Bauen & Immobilien Key figures Construction & Real Estate	32



GETRÄNKE BEVERAGES	34
Interview mit Andreas Steinfatt Interview with Andreas Steinfatt	36
Ein Standort mit Zukunft A site with a future	40
Grüner brauen Brewing greener beer	44
2022 auf einen Blick 2022 at a glance	46
Kennzahlen Getränke Key figures Beverages	48



SEAFOOD SEAFOOD	50
Wachsen mit Verantwortung Responsible growth	52
Erfolg durch Bildung Success through education	58
2022 auf einen Blick 2022 at a glance	60
Kennzahlen Seafood Key figures Seafood	62



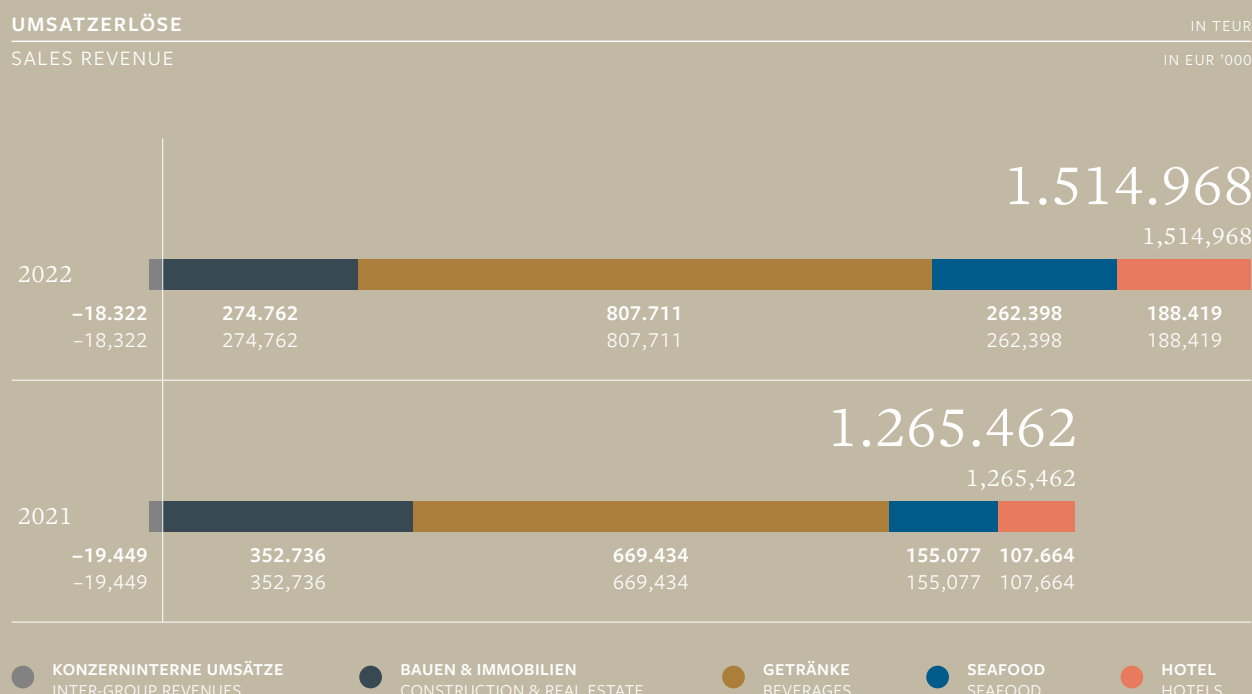
HOTEL HOTELS	64
Interview mit Karl-Heinz Pawlizki Interview with Karl-Heinz Pawlizki	66
Unbezahlbare Erlebnisse Priceless experiences	70
Alles neu! All brand new!	74
2022 auf einen Blick 2022 at a glance	76
Kennzahlen Hotel Key figures Hotels	78

Auf einen Blick

At a glance

Seit mehr als 65 Jahren ist die Schörghuber Unternehmensgruppe national und international erfolgreich tätig. 1954 als reine Bauträgerfirma in München gegründet, etabliert sich das familiengeführte Unternehmen rasch im Bau- und Immobiliengeschäft. In den Folgejahren engagiert sich die Unternehmensgruppe in den drei weiteren Bereichen Getränke, Hotel und Seafood – sie beschäftigt heute insgesamt rund 5.500 Mitarbeiter*innen. Die zugehörigen Gesellschaften bilden einen starken Verbund, der sich seiner Wurzeln und seiner gesellschaftlichen Verantwortung bewusst ist.

The Schörghuber Corporate Group has enjoyed success in both the national and international markets for over 65 years. Founded in 1954 in Munich purely as a property development company, the family-run company quickly established itself in the construction and real estate business. In the years that followed, the group became involved in three other areas of business – beverages, hotels and seafood – which today provide employment to approximately 5,500 people. The companies in the group form a strong network that recognizes its roots and its social responsibility.



Gemäß IFRS 11 wird die Paulaner Brauerei Gruppe mit einem Anteil von 70 Prozent at equity konsolidiert. Bei der hier gezeigten Darstellung handelt es sich um einen Pro-forma-Ausweis ihrer Umsatzerlöse sowie der zugehörigen Intercompany-Eliminierungen. In accordance with IFRS 11, Paulaner Brewery Group is consolidated at 70 percent of equity. The presentation shown here is a pro forma statement of its revenues and the related intercompany eliminations.

DER VORSTAND THE EXECUTIVE BOARD



STEFAN FISCHBACH
CFO & Member of the
Executive Board

FLORIAN SCHÖRGHUBER
Co-CEO & Member of the
Executive Board

ALEXANDRA SCHÖRGHUBER
Member of the
Executive Board

NICO NUSMEIER
CEO & Member of the
Executive Board

SCHÖRGHUBER STIFTUNG & CO. HOLDING KG
SCHÖRGHUBER STIFTUNG & CO. HOLDING KG

BAUEN & IMMOBILIEN
CONSTRUCTION &
REAL ESTATE

GETRÄNKE
BEVERAGES

HOTEL
HOTELS

SEAFOOD
SEAFOOD

Neue Freiheit

New level of freedom

Nicht der Stärkste überlebt, auch nicht der Klügste – sondern der, der sich am besten anpasst. Darwins Evolutionstheorie lässt sich auf die Wirtschaft übertragen: Wer in Zeiten großer Veränderungen als Unternehmen stark bleiben will, muss schnell reagieren und bereit sein, sich weiterzuentwickeln. Um die Zeitenwende zu überdauern und mit der Evolution der Weltwirtschaft Schritt zu halten, ihr vielleicht sogar voraus zu sein, hat sich die Schörghuber Gruppe eine neue, dezentralere Struktur gegeben. Die vier Unternehmensbereiche – Bauen & Immobilien, Getränke, Hotel, Seafood – haben in Zukunft größeren Spielraum, höhere Eigenständigkeit, mehr Verantwortung, kurz: neue Freiheit. Diese Freiheit beruht auf dem Vertrauen in unsere Mitarbeiter*innen: Sie, die ihr Habitat und das Wesen ihres Geschäftes am besten kennen, wissen, wie sie sich den veränderten Bedingungen am besten anpassen.

It is not the strongest who survives, nor the most intelligent – but the one who is best able to adapt. Darwin's theory of evolution can also be applied to business. If you want to remain strong as a company in times of great change, you have to respond quickly and be prepared to continue to evolve. The Schörghuber Group has established a new, more decentralized structure with the aim of withstanding the dawn of a new age and keeping pace with the evolution of the global economy – or perhaps even stay one step ahead. The four business divisions, Construction & Real Estate, Beverages, Hotels and Seafood, will in the future have more room to maneuver, greater autonomy, more responsibility – in other words a new level of freedom. This freedom is based on the trust we place in our employees. It is they who know their territory and the nature of their business best, and who know best how to adapt to changing conditions.

„Wir können es nur gemeinsam schaffen.“

“We can only do this together.”

Mit der Transformation hin zu einer deutlich dezentraleren Struktur hat sich vieles geändert bei der Schörghuber Gruppe, auch räumlich: In der Villa Bischoff, dem neuen Sitz der Holding, sprechen die Vorstände Nico Nusmeier und Florian Schörghuber über eigenständig werdende Kinder, Zusammenhalt in der Krise und den Glauben an die menschliche Kreativität.

Transformation into a much more decentralized structure means that many things have changed at the Schörghuber Group, also in terms of location. In Villa Bischoff, the holding company's new headquarters, executive board members Nico Nusmeier and Florian Schörghuber talk about children becoming independent, solidarity in times of crisis and faith in human creativity.

Sie sind nun seit fast einem Jahr gemeinsam im Vorstand, als CEO und Co-CEO. Wie läuft die Zusammenarbeit?

Nico Nusmeier: Dadurch, dass mit Alexandra und Florian jetzt zwei Generationen Schörghuber im Vorstand sitzen, ist der Dialog zwischen der Familie und den Nichtfamilienmitgliedern im Management noch intensiver und lebendiger geworden. Wir alle schätzen das sehr.

Florian Schörghuber: Wir ergänzen uns sehr gut, allein schon durch die Sichtweisen von zwei unterschiedlichen Generationen, die wir einbringen. Darüber hinaus haben wir eine klar definierte Aufgabenteilung, sind aber trotzdem ständig im Austausch.

Seit Mai arbeiten Sie Tür an Tür in der Villa Bischoff, dem neuen Sitz der Holding der Schörghuber Gruppe. Warum der Umzug?

Nusmeier: Das ist ein Teil unserer Transformation. Die Holding erbringt keine Serviceleistungen mehr für die operativen Gesellschaften, sondern fokussiert sich auf die strategische Steuerung des Portfolios. Insofern ist die Aufgabe des bisherigen gemeinsamen Standortes der Holding und zweier Unternehmensbereiche auch eine logische Konsequenz der Dezentralisierung.

Schörghuber: Dazu kommt: Viele frühere Holding-Mitarbeiter sind mit ihren Aufgaben in

You've been on the board together, as CEO and co-CEO, for almost a year now. What is it like working together?

Nico Nusmeier: The fact that there are now two generations of the Schörghuber family on the executive board, Alexandra and Florian, has made the dialog between the family and non-family members even more comprehensive and animated. We all value that highly.

Florian Schörghuber: We complement each other very well, if only because we bring the perspectives of two generations to the table. We also have clearly defined areas of responsibility but remain in close contact.

You've been working in offices next to each other in Villa Bischoff, the holding company's new headquarters since May. Why the move?

Nusmeier: It's part of our transformation. The holding company no longer provides services to the operating companies and instead focuses on strategic management of the portfolio. In this respect, leaving the premises that were once home to both the holding company and two of the business divisions is a logical consequence of decentralization.

Schörghuber: Many of the holding company's former employees moved to the respective business divisions together with their tasks, which meant that we only needed a new home for 25

»
**Wir ergänzen uns sehr
gut, allein schon durch
die Sichtweisen von
zwei unterschiedlichen
Generationen,
die wir einbringen.**

«
FLORIAN SCHÖRGHUBER

*Neues Zuhause für die Holding: Florian Schörghuber (links) und Nico Nusmeier (rechts) in der Villa Bischoff.
New home for the holding company: Florian Schörghuber (left) and Nico Nusmeier (right) in Villa Bischoff.*



die Unternehmensbereiche gewechselt – also brauchten wir ein neues Zuhause für nur noch 25 statt 150 Mitarbeiter. Ich bin froh, dass wir diese neue Heimat in Bogenhausen gefunden haben – unweit von unserem Firmensitz in den sechziger Jahren in der Prinzregentenstraße. Ums Eck befindet sich auch der Bogenhauser Hof, eine unserer ältesten Bestandsimmobilien und Hacker-Pschorr-Gastronomien. Und auch das Lagot, eine unserer gelungensten Projektentwicklungen der letzten Jahre. Da schließt sich ein Kreis.

Auch bei der Bayerischen Hausbau und der Arabella Hospitality gibt es räumliche Veränderungen.

Nusmeier: Die Bayerische Hausbau hatte seit 2016 zwei Standorte. Der Development-Bereich saß in München, der Bestands-Bereich in Unterhaching. Das hat die Kommunikation erschwert. Daher ziehen die beiden Bereiche zum 1. Oktober 2023 wieder zusammen – nach Pullach, in die Garden Offices am Isarhochufer. Die Bayerische Hausbau wird dort eine neue Bürokultur einführen, mit einem offenen, flexiblen Raumkonzept und allen Vorteilen moderner Arbeitswelten.

Schörghuber: Die Arabella Hospitality zieht in der Denninger Straße nur vier Hausnummern weiter und wird Mieterin der Bayerischen Hausbau. Die räumliche Entflechtung von Holding, Bayerischer Hausbau und Arabella Hospitality verfolgt keinen Selbstzweck. Sie hat einen psychologischen Effekt und verdeutlicht die Kernidee unserer Dezentralisierung: mehr Freiheit und Eigenständigkeit für die Unternehmensbereiche.

”

Die Bayerische Hausbau wird dort eine neue Bürokultur einführen, mit einem offenen, flexiblen Raumkonzept und allen Vorteilen moderner Arbeitswelten.

“

NICO NUSMEIER

rather than 150 employees. I'm glad we found this new home in Bogenhausen – not far from the company's headquarters in the sixties on Prinzregentenstraße. Bogenhauser Hof, one of the oldest properties in our portfolio and a Hacker-Pschorr-affiliated restaurant, is also just around the corner. And also Lagot, one of our most successful project developments in recent years. We've come full circle.

Bayerische Hausbau and Arabella Hospitality have also moved to new locations.

Nusmeier: Bayerische Hausbau has maintained two locations since 2016, with the Development division located in Munich and the Real Estate division in Unterhaching. This has made communication more difficult – which is why the two divisions are moving back together again, in Pullach, in the Garden Offices on the Isarhochufer, from 1 October 2023.

Schörghuber: Arabella Hospitality will be moving to Denninger Straße, just four house numbers away, and will become a tenant of Bayerische Hausbau. Separate locations for the holding company, Bayerische Hausbau and Arabella Hospitality is not an end in itself. It has a psychological effect and exemplifies the core idea of our decentralization: greater freedom and autonomy for the business divisions.

The transformation also brought about a lot of personnel-related changes. Does decentralization ultimately mean rationalization?

Schörghuber: No. Redefining the responsibilities of the holding company meant that some positions were eliminated. However, the resulting slight decline in the number of employees last





Mit der Transformation hat sich auch personell viel verändert. Ist die Dezentralisierung letztlich eine Rationalisierung?

Schörghuber: Nein. Durch die Aufgabenschärfung für die Holding sind zwar einige Positionen entfallen. Der dadurch bedingte leichte Rückgang der Mitarbeiterzahl im vergangenen Jahr war aber zu keiner Zeit Motivation oder Ziel der Umstrukturierung. Und: Etliche neue, hochattraktive Arbeitsplätze sind im Rahmen der Transformation und unseres damit verbundenen Aufbruchs zu mehr Wachstum bereits entstanden.

Bleibt es in der neuen Struktur bei der engen Zusammenarbeit zwischen der Holding und den vier Geschäftsbereichen?

Nusmeier: Wir leisten keine internen Dienste mehr für die Unternehmensbereiche – das heißt aber nicht, dass wir weniger eng zusammenarbeiten. Bei grundsätzlichen Themen wie der Steuerung, der Zielsetzung und der Strategie ist der Austausch intensiver geworden.

Schörghuber: Vielleicht kann man es so sagen: Wir sind als Unternehmen eine Familie mit vier Kindern, mit der Holding als Eltern. Nun ist es an der Zeit, die Kinder in die Eigenständigkeit zu entlassen. Wir geben eine Richtung vor, definieren gemeinsam Ziele – aber wie sie dort hinkommen, dafür werden die Unternehmensbereiche eigene, oft bessere Lösungen finden. Weil sie ihr Terrain selbst am besten kennen.

»
Die Holding gibt eine Richtung vor. Wir definieren gemeinsam Ziele – aber wie die Unternehmensbereiche dort hinkommen, dafür werden sie eigene, oft bessere Lösungen finden.
«

FLORIAN SCHÖRGHUBER

year was never the reason for nor the objective of the restructuring. And a number of new, highly attractive jobs have already been created in the context of our transformation and the related move toward greater growth.

Will close collaboration between the holding company and the four business divisions continue within the new structure?

Nusmeier: Even though we no longer provide internal services for the business divisions, that doesn't mean we work any less closely together. When it comes to fundamental issues such as management, setting objectives and strategy, the exchange has become more intensive.

Schörghuber: You could perhaps put it this way: Our company is like a family with four children, with the holding company as the parents. And the time has now come for the children to become independent. We point the way and define common objectives – but when it comes to achieving these objectives, the business divisions will find their own, often better, solutions. Because they are the ones that know their territory best.

What objectives have you set?

Nusmeier: At Bayerische Hausbau, the Development department will continue to focus on our core market Munich, where a number of major projects are in the pipeline. We also intend to

Welche Ziele haben Sie denn definiert?

Nusmeier: Bei der Bayerischen Hausbau setzen wir im Development weiterhin auf unseren Kernmarkt München, wo einige Großprojekte in Planung sind. Darüber hinaus wollen wir unsere Aktivitäten in Hamburg ausbauen – und Berlin als dritten Standort entwickeln. Im Bestand werden wir unser Portfolio, das sich bislang auf München konzentriert, durch Objekte im Ausland erweitern. Mit Paulaner wollen wir in die Top 10 der europäischen Brauereigruppen aufsteigen, unser Weißbier soll die weltweit führende Marke werden. Bei der Arabella Hospitality werden wir die Zahl der Hotels deutlich erhöhen, insbesondere mit unseren Partnern Marriott und Rosewood. Und bei Ventisqueros möchten wir einerseits das Volumen steigern und andererseits unseren nachhaltig produzierten Lachs zu einer Marke machen.

Ambitionierte Pläne – in unsicheren Zeiten. Die Krisen scheinen kein Ende zu nehmen, manche rechnen mit einer neuen Weltwirtschaftskrise. Wie kann ein Unternehmen in solchen Zeiten stabil bleiben?

Schörghuber: Jede Krise zeigt uns aufs Neue, dass wir mit unserer breiten Aufstellung als Konglomerat verschiedener Geschäftsbereiche auf dem richtigen Weg sind. Während der Pandemie hat das stabile Immobiliengeschäft die Verluste in der Gastronomie und Hotellerie aufgefangen – im vergangenen Jahr war es umgekehrt. Wir finden innerhalb des Verbunds immer eine Kompensation. Der Zusammenhalt, die Geborgenheit in der Gruppe – das hat uns wieder vor Augen geführt, was das Besondere an einer Unternehmensfamilie wie der unseren ist.

Die Holding kümmert sich um ihre Kinder, wenn sie in Schwierigkeiten geraten.

Nusmeier: Das Schöne an Familienunternehmen ist doch: Man denkt nicht nur an den kurzfristigen wirtschaftlichen Erfolg, sondern viel langfristiger, in Generationen. Wir steuern daher nicht nur finanziell und strategisch, sondern auch nach den Familienwerten Nachhaltigkeit, Innovation und Qualität. Diese Werte haben wir explizit mit in die Unternehmenssteuerung aufgenommen und tragen sie tief in die Organisation hinein.

Können Sie ein Beispiel für dieses langfristige Denken geben?

Schörghuber: Nehmen wir die Quartiersentwicklungen hier in München. Da geht es nie nur ums Geldverdienen. Wir spüren eine tiefe Verbundenheit mit der Stadt und wollen Entwicklungen anstoßen, die das Stadtbild prägen. Orte schaffen, die uns als Gesellschaft voranbringen. Mit unseren Gastro-Immobilien am Marienplatz, dem Donisl und dem Spöckmeier, hätten wir auch etwas ganz anderes, Profitableres machen können – gleich gegenüber ist beispielsweise ein Apple

”

Das Schöne an Familienunternehmen ist doch: Man denkt nicht nur an den kurzfristigen wirtschaftlichen Erfolg, sondern viel langfristiger, in Generationen.

“

NICO NUSMEIER

expand our activities in Hamburg – and develop Berlin as a third key location. The Real Estate department will expand our portfolio, which previously focused on Munich, to include properties outside of Germany. With Paulaner, we want to become one of the top 10 brewery groups in Europe and our wheat beer to become the world's leading brand. At Arabella Hospitality, we want to significantly increase the number of hotels, especially with our partners Marriott and Rosewood. And at Ventisqueros, we not only want to increase volume but also want to make our sustainably-produced salmon a brand of its own.

Ambitious plans – in uncertain times. The crises seem never-ending, and some people think we're on the verge of a new global economic crisis. How can a company remain stable in times such as these?

Schörghuber: Every crisis has demonstrated that we are on the right track with the wide range of activities we pursue as a conglomerate of different business divisions. During the pandemic, the stable real estate business absorbed the losses incurred in the food and beverage service and hotel industries – now, with the energy crisis, it's the other way round. We always find a way to compensate within the group of companies. The feeling of solidarity and security within the group has once again made us aware of what makes a corporate family like ours special.

The holding company takes care of its children when they get into trouble.

Nusmeier: The great thing about family-owned and operated companies is that everything is not just all about achieving short-term economic success; the thinking is much more long-term and spans multiple generations. Which is why our management style not only involves managing finances and strategy but also ensuring that the way in which we manage everything is in line with the family values sustainability, innovation and quality. We have explicitly incorporated these values into the way we manage the group, and we have instilled them deeply in the organization.

Can you give an example?

Schörghuber: Let's take the urban development projects here in Munich for example. It's never just about making money. We have a deep bond with the city and want to encourage development that shapes the cityscape. We want to create places that move us forward as a society. We could have done something completely different and more lucrative with our restaurants that are situated on Marienplatz, Donisl and Spöckmeier – there's an Apple Store right across the way. But it was important to us that we preserve tradition. We are looking far into the future. Also out of self-interest.



Store. Aber für uns war es wichtig, die Tradition zu bewahren. Wir schauen weit in die Zukunft. Auch aus Eigeninteresse: Wenn München lebenswert und lebendig bleibt, werden wir hier in unseren verschiedenen Geschäftsbereichen erfolgreich wirtschaften.

Eine lebenswerte Zukunft – dafür kämpfen auch die jungen Klimaaktivisten, die freitags protestieren oder sich auf Autobahnauffahrten kleben. Lässt sich der Klimawandel überhaupt noch stoppen?

Nusmeier: Ich glaube an die menschliche Kreativität. Wenn ich sehe, was wir im Laufe der Jahrhunderte geschaffen haben, bin ich mir sicher, dass wir auch das meistern werden. Wir werden neue, technologische, hocheffiziente Lösungen finden – wenn wir uns mit vereinten Kräften dafür einsetzen. Für Deutschland als Land der Bastler und Tüftler sehe ich darin eine große Chance: Vielleicht werden grüne Technologien eines Tages das Auto als Exportschlager ablösen.

Schörghuber: Veränderung geschieht nicht über Nacht. Wir können nicht von heute auf morgen CO₂-Ausstoß und Ressourcenverbrauch auf null reduzieren. Aber ich finde, dass sich in den letzten Jahren schon einiges bewegt hat. Natürlich ist das erst der Anfang, es gibt noch viel zu tun, zu lernen – auch für uns. Wir können nicht alles sofort lösen, aber wir werden unser Bestes geben, um unseren Beitrag zu leisten und als Vorbild voranzugehen. Politik und Wirtschaft stehen vor großen Herausforderungen – und ich würde mir wünschen, dass wir als Gesellschaft Ruhe bewahren, wieder zusammenfinden und mehr miteinander reden, in einem in beide Richtungen offenen Dialog. Am Ende können wir es nur gemeinsam schaffen. ●

If Munich remains a vibrant place that is worth living in, all our business divisions will enjoy economic success.

A worthwhile future – that is also what the young climate activists who protest on Fridays or glue themselves to slip roads are fighting for. Is stopping climate change even possible?

Nusmeier: I believe in human creativity. When I see everything that we've created over the centuries, I'm sure that we will also be able to master this challenge. We will find new, highly efficient technological solutions – if we join forces with this aim in mind. I see this as a great opportunity for Germany, a country of do-it-yourselfers and innovators. Perhaps green technologies will one day replace cars as Germany's number one export.

Schörghuber: Change doesn't happen overnight. We can't reduce CO₂ emissions and resource consumption to zero from one day to the next. But I think that a lot of things have changed in the last few years. This is, of course only the beginning. There is still a lot to do and learn – for us, too. We can't find a solution to every problem right away, but we will do our best to do our part and lead by example. The world of politics and business are facing major challenges – and I would like us as a society to remain calm, come together again and talk to each other more in an open dialog that is conducted in both directions. Ultimately, we can only do this together. ●

»
**Ich würde mir
wünschen, dass wir
als Gesellschaft
Ruhe bewahren, wieder
zusammenfinden
und mehr miteinander
reden, in einem
offenen Dialog.**
«

FLORIAN SCHÖRGHUBER

Die neue strategische Finanzholding

The new strategic financial holding

Die Schörghuber Gruppe bleibt in ihrer neuen, deutlich dezentraleren Struktur das, was sie immer war: ein Familienunternehmen. Mit unternehmerischer Ambition und nachhaltig profitabilem Wachstum in seiner DNA.

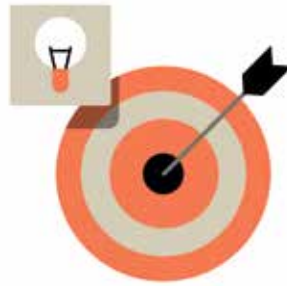
Even with its new, significantly more decentralized structure, the Schörghuber Group remains what it has always been, a family business. With business ambitions and long-term profitable growth in its DNA.

Der enorme Gestaltungsdrang der Gruppe in ihren vier Geschäftsfeldern trifft mehr denn je auf herausfordernde Märkte und schnelle Kundenbedürfnisse sowie obendrein auf eine unsichere Weltlage, die sich massiv auf die Finanz- und Absatzmärkte auswirkt und die Logistik vor neue Herausforderungen stellt. Familienunternehmen zu sein heißt für die Schörghuber Gruppe im Jahr 2023 daher auch: Geschwindigkeit aufnehmen und Resilienz stärken, um in ihren Märkten eine Vorreiterrolle einnehmen zu können. Für mehr Wachstum. Und damit für mehr Lebensqualität für ihre Kund*innen.

Geschäft wurde daher das Zusammenspiel zwischen Holding und operativen Gesellschaften der Gruppe. Diesen ermöglicht die neue Struktur eine deutlich akzentuierte Eigenständigkeit, während die Holding die bislang gruppenübergreifend erbrachten Serviceleistungen aufgegeben hat und sich auf ihre Hauptaufgabe fokussiert: die strategische Steuerung des Unternehmens.

Herzstück dieser Steuerung ist das neue Investment Management, das an den Co-CEO der Gruppe, Florian Schörghuber, berichtet. Es ist federführend verantwortlich für die enge Steuerung der Gruppe durch Dialoge der Holding mit den operativen Gesellschaften zu Performance, Strategie und Werten.

- Die **Familie** definiert Prioritäten, aus denen die strategische Vision abgeleitet wird, und trifft Grundsatzentscheidungen auf Basis vorbereiteter Beschlüsse.
- Der **Holdingvorstand** konkretisiert die Gesamtstrategie und steuert die Unternehmensbereiche durch von ihm gesetzte Leitplanken.
- Das **Investment Management** fungiert als Bindeglied zwischen dem Holdingvorstand und den Unternehmensbereichen, insbesondere in strategischen Fragen, beurteilt das Ergebnis-Reporting



Familienunternehmen zu sein heißt für die Schörghuber Gruppe im Jahr 2023 auch: Geschwindigkeit aufnehmen und Resilienz stärken, um in ihren Märkten eine Vorreiterrolle einnehmen zu können.

More than ever, the enormous creative drive the group demonstrates in its four areas of business is encountering challenging markets and ever-changing customer needs, as well as an uncertain global situation that is having an enormous impact on the financial and sales markets and posing new logistical challenges. As a family business, the year 2023 therefore also means that the Schörghuber Group needs to pick up speed and increase resilience if it is to play a pioneering role in its markets. With greater growth in mind. And thus a better quality of life for its customers.

Interplay between the holding company and the group's operating companies was therefore enhanced. The new structure gives the operating companies much greater autonomy, while the holding company has put an end to the services it previously provided across the group and is now focusing on its primary task: strategic management of the company.

At the heart of this management strategy lies the new Investment Management department, which reports to the group's co-CEO, Florian Schörghuber. It is primarily responsible for carefully managing the group by means of dialogs between the holding company and the operating companies on performance, strategy and values.

- The **family** defines the priorities from which the strategic vision is derived and makes fundamental decisions on the basis of carefully prepared resolutions.
- The **executive board of the holding company** defines the overall strategy in greater detail and manages the business divisions by means of guidelines it establishes.
- **Investment Management** acts as a link between the holding company's executive board and the business divisions, especially in the context of strategy-related questions, evaluates the divisions'

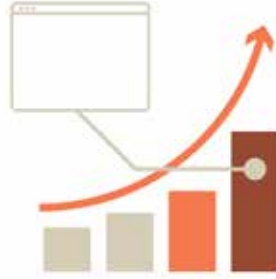
der Geschäftsbereiche und berichtet entsprechend an den Holdingvorstand.

- Die **Unternehmensbereiche** setzen strategische Vorgaben eigenverantwortlich um – im Rahmen der Leitplanken, die die Holding ihnen gesetzt hat. Sie berichten dem Investment Management und schlagen ihm Maßnahmen zur Optimierung vor.

Es gibt eine klare, kombinierte Steuerungslogik:

- Die **Familienwerte** Nachhaltigkeit, Innovation und Qualität bilden eine übergeordnete Dimension.
- Zur **strategischen Entwicklung** gibt es einen systematischen Dialog mit hoher Eigenverantwortung der Unternehmensbereiche für individuelle Ziele und Initiativen.
- Die **finanzielle Performance** wird gesteuert durch eine transparente Steuerungs- und Informationskaskade mit Fokus auf Umsatz, Rentabilität und Dividendenfähigkeit/Risiko.

Um den Charakter des Familienunternehmens zu bewahren und auszubauen, gibt es in der Holding neben dem Investment Management sowie Finance und Security mit Human Resources und Corporate Identity, Public Affairs & Communications zwei Bereiche, die eine Klammerfunktion für die Gruppe bilden: mit der Entwicklung des Top-Managements hier und einem Fokus auf die interne Kommunikation und die Orchestrierung des Austausches dort.



Zur strategischen Entwicklung gibt es einen systematischen Dialog mit hoher Eigenverantwortung der Unternehmensbereiche für individuelle Ziele und Initiativen.

earnings reporting and reports accordingly to the holding company's executive board.

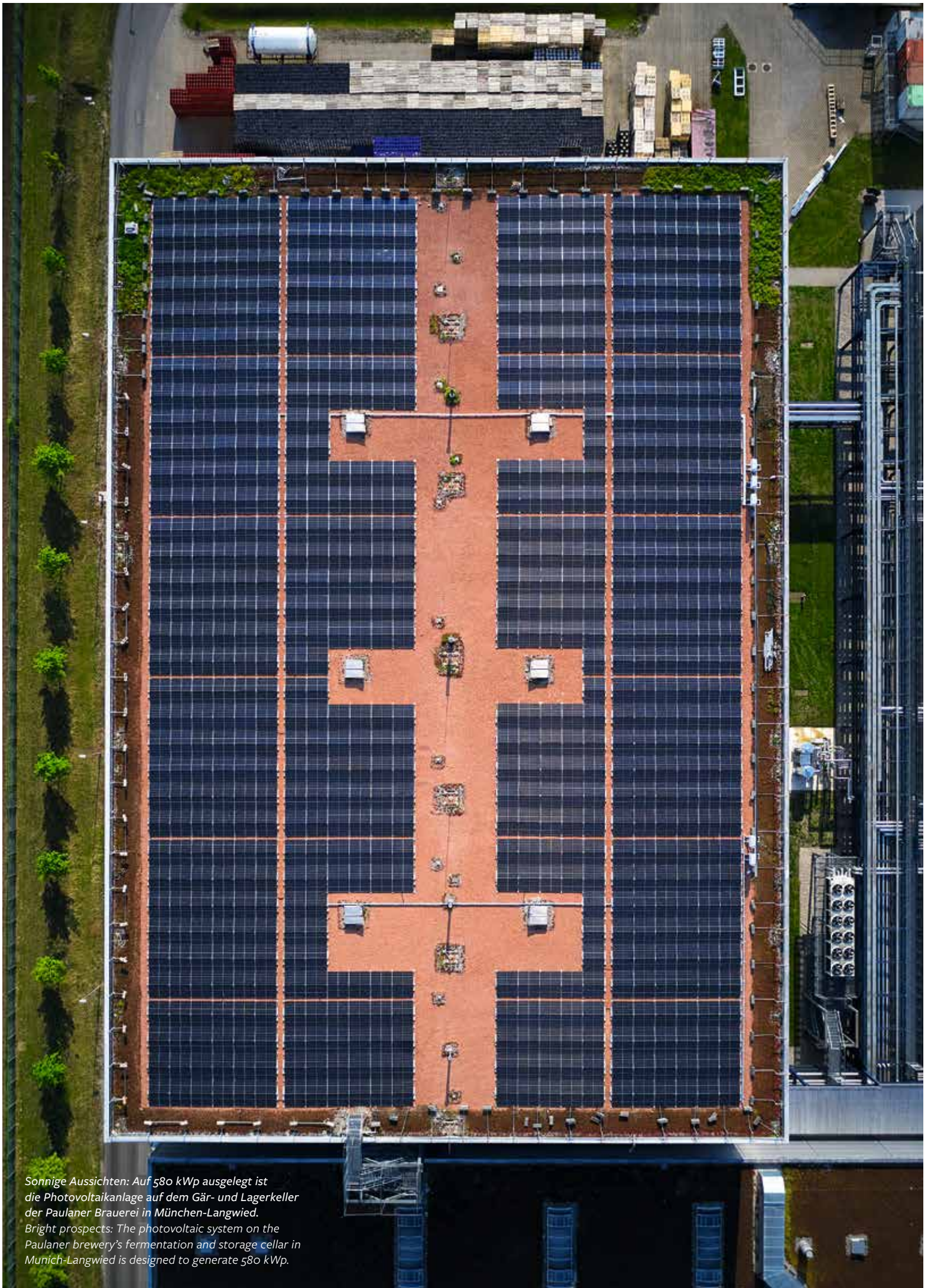
- The **business divisions** assume responsibility for implementing strategic targets within the framework of the guidelines established by the holding company. They report to Investment Management and suggest measures for optimization.

There is a clear blend of logic behind the management practices:

- The **family values** sustainability, innovation and quality create an overarching dimension.
- A systematic dialog on **strategic development** is conducted, with the business divisions assuming a high level of responsibility in terms of individual objectives and initiatives.
- **Financial performance** is managed via the transparent cascading of management and information with focus placed on revenues, profitability and dividend paying capability/risk.

To preserve and enhance the character of the family business, the holding has two other departments besides Investment Management and Finance and Security. Human Resources and Corporate Identity and Public Affairs & Communications provide an umbrella function for the group, covering not only the development of top management but also placing focus on internal communications and orchestrating the exchange of information and ideas.





*Sonnige Aussichten: Auf 580 kWp ausgelegt ist die Photovoltaikanlage auf dem Gär- und Lagerkeller der Paulaner Brauerei in München-Langwied.
Bright prospects: The photovoltaic system on the Paulaner brewery's fermentation and storage cellar in Munich-Langwied is designed to generate 580 kWp.*

Früchte des Wandels

Fruits of change

Das Ziel ist gesteckt: CO₂-Neutralität bis 2050. Mit dem Green Deal von Paris wurde die Nachhaltigkeit zur Geschäftsgrundlage unseres Jahrhunderts – und zu einer kollektiven Charaktersache, wie Nico Nusmeier sie nennt. Die Gesellschaften der Schörghuber Gruppe setzen beim grünen Wandel auf Innovation, Qualität und einen langfristigen Return on Investment.

The objective has been defined: carbon neutrality by 2050. The “green deal” hammered out in Paris made sustainability the business foundation of our century – and a collective character trait, as Nico Nusmeier calls it. The companies in the Schörghuber Group focus on innovation, quality and a long-term return on investment in the context of the green transformation.

Im Jahr 1954, als Josef Schörghuber die Bayerische Hausbau gründete und damit den Grundstein zur Schörghuber Gruppe legte, hatte das ewige Eis in den deutschen Alpen schon zu schmelzen begonnen. Heute, 69 Jahre später, ist von den bayerischen Gletschern kaum noch etwas übrig. Der Nördliche Schneeferner trägt, verglichen mit dem Jahr unserer Gründung, nur noch ein Viertel seiner Eismasse, der Blau-eisgletscher nur noch 15 Prozent. Dem Südlichen Schneeferner wurde im September 2022 nach einem heißen Sommer der Status als Gletscher aberkannt.

Das Eis wird dünner. Nicht nur sprichwörtlich oder zukünftig oder weit weg in der Arktis – sondern jetzt und hier, bei uns. Die möglichen Folgen des Klimawandels sind so bekannt wie dramatisch: Dürren, Hungersnöte, Flüchtlingskatastrophen, Bürgerkriege – und ein Zusammenbruch der Wirtschaft. „Ohne Klimaschutz kollabiert das Wachstum“, sagt Clemens Fuest, Präsident des ifo-Instituts. Die Gleichung ist einfach: Mit der Erderwärmung ruinieren wir unser größtes Kapital – die Natur des Planeten, auf dem wir leben und aus dem wir, die Menschheit, hervorgegangen sind.

Klimaschutzmaßnahmen sind oft teuer; Zaudern und Zögern ist noch viel teurer. Selbst wenn es uns gelingt, die Erderwärmung auf zwei Grad Celsius zu begrenzen, wird der Klimawandel bis zum Jahr 2070 globale Kosten von 1,6 Billionen Euro verursachen, bei einem

195

Staaten unterzeichneten das Abkommen von Paris – für ein gemeinsames großes Ziel.

195 countries signed the Paris Agreement – with an important common objective in mind.

In 1954, when Josef Schörghuber founded Bayerische Hausbau and thus laid the foundation stone for the Schörghuber Group, the perennial ice in the German Alps had already begun to melt. Today, 69 years later, there is hardly anything left of the glaciers in Bavaria. Compared to the year of our founding, the Northern Schneeferner now has only a quarter of its previous ice mass and the Blau-eisgletscher only fifteen percent. Following a hot summer, the Southern Schneeferner’s classification as a glacier was revoked in September 2022.

The ice is getting thinner. Not just proverbially or in the future or far away in the Arctic – but now and here, where we are. The potential consequences of climate change are as well-known as they are dramatic: droughts, famines, refugee crises, civil wars – and economic melt-



Ressourcenschonend: Zur Fütterung der Lachse kommt bei Ventisqueros künstliche Intelligenz zum Einsatz – was eine Menge Fischfutter einspart.

Conserving resources: Ventisqueros utilizes artificial intelligence when it comes to feeding the salmon – and saves a great deal of fish feed.



*Grünes Zusatzgeschäft: Oliven-
ernte auf Golf Son Muntaner,
einem der Golfplätze der Arabella
Hospitality auf Mallorca.
Green supplementary business:
olive harvest at Golf Son Muntaner,
one of Arabella Hospitality's golf
courses on Mallorca.*

„Weiter-so“ sogar fast fünf Billionen Euro. Wir können es uns also gar nicht leisten, nicht nachhaltig zu wirtschaften.

Der Klimaschutz ist die Geschäftsgrundlage unseres Jahrhunderts. Mit dem Green Deal von Paris ist das Ziel gesetzt: Klimaneutralität bis 2050. Bis dahin ist es ein langer Weg aus vielen kleinen Schritten. Tag für Tag muss sich jeder Einzelne fragen: Was kann ich tun? Die Schörg-huber Gruppe hat, um diese Frage zu beantworten, drei Familienwerte definiert: Nachhaltigkeit, Innovation und Qualität. Drei Werte, die sich zu einem übergeordneten Leitbild fügen.

Die Bayerische Hausbau sitzt an einer der Schaltstellen des Wandels: Der Bausektor ist für fast ein Drittel der CO₂-Emissionen in Deutschland verantwortlich. Zwar produziert das Unternehmen schon seit über einem Jahrzehnt grüne Energie – mit Photovoltaik, Wasserkraft, Wärmeschaukeln –, doch ohne weitere Innovation und Transformation wird es keine echte Nachhaltigkeit im Bau- und Immobilienwesen geben. Wir brauchen Energieverbrauchstransparenz, neue Energiekonzepte und innovatives Energiemanagement mit KI; wir brauchen alternative, recycelbare Baustoffe und Bauweisen, die den klimaschädlichen Zement ablösen. Um das Potenzial von Kreislaufwirtschaft und Urban Mining nutzen zu können, kooperieren wir mit Partnern wie dem Umweltberatungsinstitut EPEA und der Gebäudedatenbank Madaster – zum Beispiel bei einer nachhaltigen Case Study zur Teilsanierung des Huthmacher-Hauses in Berlin. Die bestehenden Bauteile und eingesetzten Baustoffe werden analysiert, bewertet und der Projektentwicklung über die Datenbank zugänglich gemacht.

BAUEN & IMMOBILIEN CONSTRUCTION REAL ESTATE

1957

ist das Baujahr des Huthmacher-Hauses, das aktuell eine Verlängerung seines Lebenszyklus erfährt.

1957 is the year that the Huthmacher-Haus, whose lifecycle is currently being extended, was built.

GETRÄNKE BEVERAGES

25%

der benötigten Wärme produziert die Paulaner Brauerei am Standort Langwied selbst: über Biogas aus der eigenen Kläranlage.

25% of the heat that the Paulaner Brewery requires is generated on-site in Langwied using biogas from its own wastewater treatment plant.

down. “Growth will collapse without climate protection,” says Clemens Fuest, president of the Ifo Institute. The equation is simple: Global warming means that we are destroying our greatest asset – the natural environment of the planet we live on and from which we, the human race, emerged. Climate protection measures are often expensive, but the cost of procrastination and indecision would be much greater. Even if we succeed in limiting global warming to two degrees Celsius, climate change will give rise to global costs amounting to 1.6 trillion euros by 2070, or in the region of five trillion euros if we continue on our current path. So we cannot afford to operate in a manner that is not sustainable.

Climate protection is the business foundation of our century. The green deal made in Paris has set the target: carbon neutrality by 2050. Until then, there is a long path, comprising numerous small steps, to be traveled. Day after day, every individual must ask themselves: What can I do? In answer to this question, the Schörg-huber Group has defined three family values: sustainability, innovation and quality. Three values that combine to create one overarching mission statement.

When it comes to change, Bayerische Hausbau can make a major contribution. The construction sector is responsible for almost a third of CO₂ emissions in Germany. Although the company has been generating green energy for over a decade – with photovoltaics, hydropower, heat exchangers – there will be no true sustainability in the construction and real estate industries without further innovation and transformation. We need energy consumption transparency,

Bei Ventisqueros, dem Nachhaltigkeitspionier der chilenischen Lachszucht, zeigt sich, wie digitale Innovationen Ressourcen schonen: Seit die Fütterung von einer KI gesteuert wird, verfehlen von 625 Tonnen Futter, die wir während eines Lebenszyklus an 100.000 Lachse verfüttern, nur noch 20 Kilogramm die Fischmäuler. Das sind 0,003 Prozent – eine schier übermenschliche Präzision.

Auch die Paulaner Brauerei Gruppe, deren Geschäft von Natur aus energie- und ressourcenintensiv ist, hat sich längst auf den Weg in eine grüne Zukunft gemacht: Mehr als die Hälfte des Strombedarfs deckt die Gruppe aus eigenen Photovoltaikanlagen; am neuen Standort Langwied wird über eine eigene Kläranlage ein Viertel der benötigten Wärme von der Brauerei selbst aus Biogas produziert.

Die Arabella Hospitality gehört seit 2022 der weltweiten Sustainable Hospitality Alliance an. Und die Golfplätze auf Mallorca sind mit ihrem Programm „Green Evolution“ seit Jahren Vorreiter in Sachen Umweltschutz: 100 Prozent grüne Energie, wiederaufbereitetes Abwasser, hunderte gepflanzte Olivenbäume, aus denen eigenes Olivenöl gewonnen wird.

Viele kleine Schritte – auf dem Weg zum großen Ziel. Wir sollten diesen Weg nicht angstvoll gehen, nicht zögernd und zerstritten, sondern kraftvoll, mutig und visionär. Klimaschutz ist eine kollektive Charaktersache – und für die Wirtschaft nicht nur eine Bürde, sondern auch eine Chance. Nachhaltigkeit kann zur Quelle von Innovation, Qualität und Wachstum werden. Es mag sein, dass sich die gewohnten Return-on-Investment-Zyklen verschieben – aber wenn die Früchte der grünen Transformation gereift sind, werden sie umso süßer schmecken.

Vielleicht werden wir eines Tages, in 69 Jahren, zurückblicken auf das Jahr 2023, auf eine Zeit, in der es noch Gletscher gab in Bayern, aber man mit inzwischen längst überwundenen Problemen zu kämpfen hatte, deren Lösung, wie so oft in der Geschichte der Menschheit, niemand für möglich gehalten hatte. ●

SEAFOOD
SEAFOOD

0,5 kg

Futterfisch pro Kilogramm Zuchtlachs: Die Ventisqueros-Edelmarke Silverside steht bei der Feed Conversion Ratio (FCR) weltweit auf Platz 1.

0.5 kg of forage fish per kilogram of farmed salmon: Ventisqueros' premium brand Silverside is number one worldwide when it comes to the Feed Conversion Ratio (FCR).

HOTEL
HOTELS

0%

Kohlendioxid-Emissionen aus fossilen Brennstoffen verzeichnet das Sheraton Mallorca Arabella Golf Hotel.

0% is the amount of carbon dioxide from fossil fuels that the Sheraton Mallorca Arabella Golf Hotel emits.

new energy concepts and innovative energy management that incorporates AI. We need alternative, recyclable building materials and construction methods that do not use climate-damaging cement. We collaborate with partners like the environmental consultancy EPEA and the Madaster database with the aim of exploiting the potential offered by the circular economy and urban mining – for example, in a sustainability case study involving the partial renovation of the Huthmacher-Haus in Berlin. The existing components and the building materials used are analyzed, evaluated and made available to project development via the database.

Ventisqueros, a sustainability pioneer in Chile's salmon farming industry, demonstrates how digital innovations conserve resources. Ever since we started controlling the feeding process using AI, only 20 kilograms of the 625 tons of fish feed that we feed to 100,000 salmon during a single lifecycle miss the fish's mouths. That is 0.003 percent – an almost superhuman level of precision.

The Paulaner Brewery Group, whose business is by nature energy and resource intensive, has also long since set out on the path to a green future. Over half of the brewery group's electricity requirements are met by its own photovoltaic systems. At the new production site in Langwied, the brewery generates a quarter of the heat it needs using biogas from its own wastewater treatment plant.

Arabella Hospitality hotels joined the global Sustainable Hospitality Alliance in 2022. And the golf courses on Mallorca established themselves as pioneers in environmental protection years ago with their Green Evolution program: 100 percent green energy, recycled wastewater, hundreds of planted olive trees from which olive oil is produced.

Numerous small steps – on the path to the main objective. We should not walk this path timidly, hesitantly and divided, but powerfully, courageously and inspired instead. Climate protection is a collective character trait – and is not merely a burden for the economy but also an opportunity. Sustainability can become the source of innovation, quality and growth.

It may well be that the usual return-on-investment cycles will shift – but once the fruits of the green transformation have ripened, they will taste all the more sweet. Perhaps one day, 69 years from now, we will look back on the year 2023, to a time when Bavaria still had glaciers but people were struggling with that have long since been solved and whose solution no one had back then thought possible – as is so often the case in the history of mankind. ●



Urban Mining: Bei der Teilsanierung des Berliner Huthmacher-Hauses werden die bestehenden Bauteile mit Blick auf eine mögliche Wiederverwertung katalogisiert. Urban mining: During partial renovation of the Huthmacher-Haus in Berlin, existing building components are cataloged with a view to possible recycling.

Kennzahlen Holding*

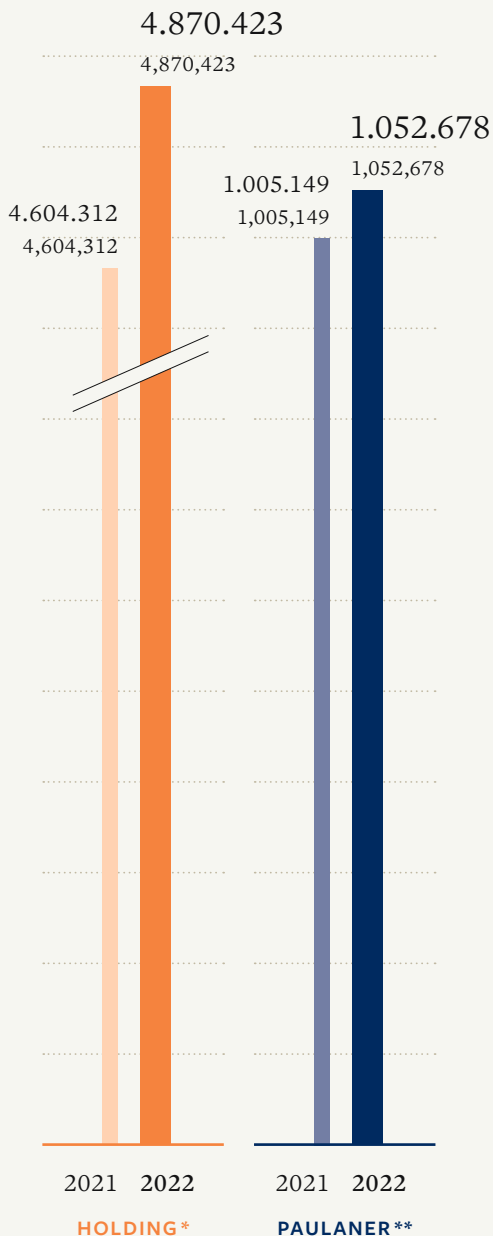
Key figures Holding*

BILANZSUMME

IN TEUR

BALANCE SHEET TOTAL

IN EUR '000

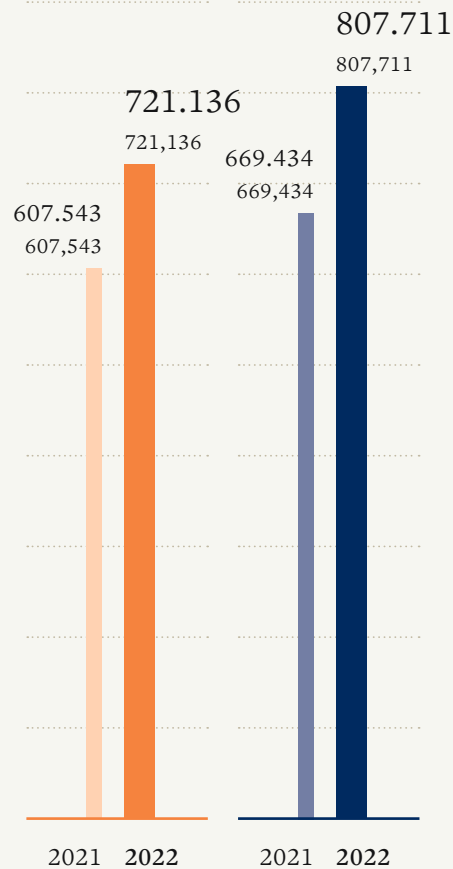


UMSATZ

IN TEUR

REVENUES

IN EUR '000

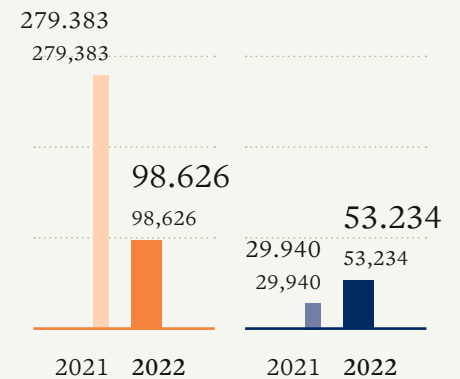


EBIT

IN TEUR

EBIT

IN EUR '000



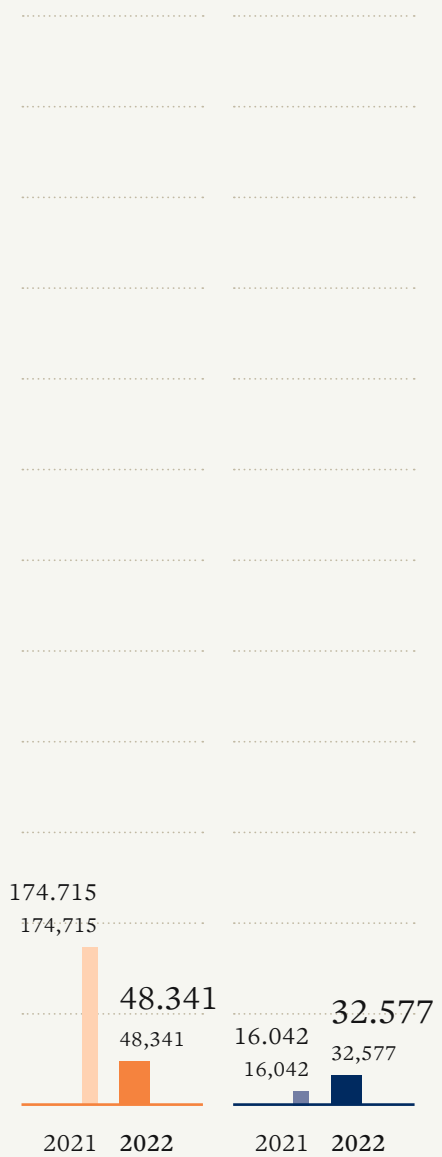
* Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG.

** Paulaner Brauerei Gruppe GmbH & Co. KGaA.

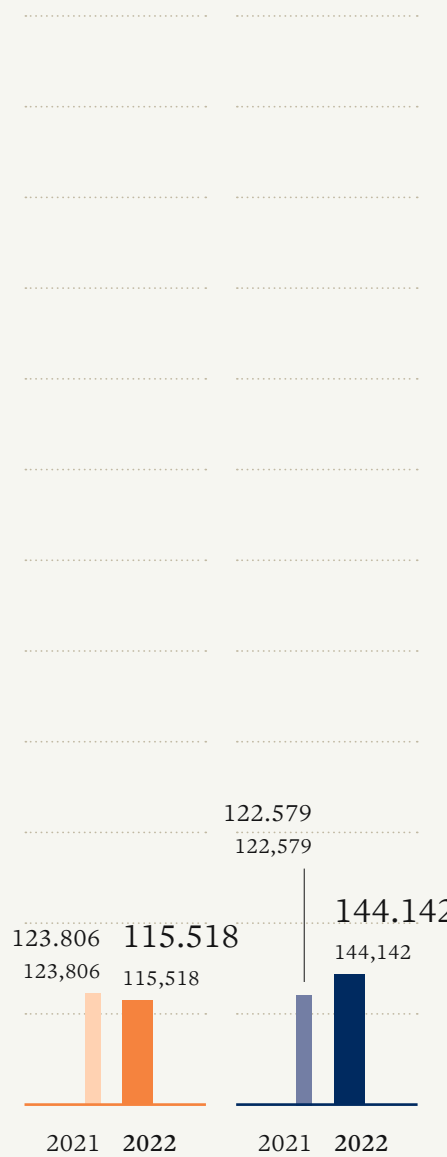
Im Geschäftsjahr 2022 profitierte die Schörghuber Gruppe erneut von ihrer strukturellen Diversität: Das Immobilien- und Baugeschäft, im vergangenen Jahrzehnt die große Konstante, geriet durch das Abflauen der Hochkonjunktur unter Druck – und wurde durch den Erfolg der Geschäftsfelder Getränke, Hotels und Seafood aufgefangen. Ihr Umsatzziel konnte die Gruppe übertreffen, auch das operative Ergebnis lag im Plan. Das EBIT hingegen fiel niedriger aus als erwartet – Folge vor allem des nur geringfügig gestiegenen Marktwerts des Immobilienbestandes.

In the 2022 business year, the Schörghuber Group once again benefited from its structural diversity. The real estate and construction business, the great constant in the past decade, came under pressure as the economic boom cooled – but the impact was cushioned by the success of the Beverages, Hotels and Seafood divisions. The group was able to exceed its revenue target and the operating result was also as planned. EBIT, on the other hand, was lower than expected – primarily as a result of the only slight increase in the market value of the real estate portfolio.

ERGEBNIS IN TEUR
RESULT IN EUR '000



EBITDA IN TEUR
EBITDA IN EUR '000



EIGENKAPITALQUOTE IN %
EQUITY RATIO IN %

45,9
45.9
(2021: 46,8)
(2021: 46.8)

29,1
29.1
(2021: 28,8)
(2021: 28.8)

MITARBEITER*INNEN ABSOLUT NACH HGB
EMPLOYEES ABSOLUTE ACCORDING TO HGB

3.153
3,153
(2021: 2.748)
(2021: 2,748)

2.386
2,386
(2021: 2.439)
(2021: 2,439)

Gemäß IFRS 11 wird die Paulaner Brauerei Gruppe mit einem Anteil von 70 Prozent bei der Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG at equity konsolidiert. In accordance with IFRS 11, the Paulaner Brewery Group is consolidated in Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG at 70 percent of equity.



WERTERHALT

Früher lebten in der Braumeistervilla, wie der Name sagt, die Braumeister. Seit der Umsiedlung der Paulaner Brauerei entsteht auf dem Areal am Nockherberg ein Wohnquartier für 3.500 Menschen. In der sanierten und erweiterten Villa eröffnet Ende 2023 eine Kindertagesstätte. Auf dem Spielplatz erinnert eine Pferdekutsche mit Holzfässern an die Tradition des Ortes.

Preserving value – As the name indicates, the brewmasters once lived in the Braumeistervilla. Following the relocation of the Paulaner brewery, a residential development for 3,500 people has been under construction on the Nockherberg site. A daycare center will open in the renovated and expanded villa at the end of 2023. In the playground, a horse-drawn carriage, complete with wooden barrels, will serve as a reminder of the site's history.

Bauen & Immobilien

Construction & Real Estate

Mit einem Immobilienportfolio im Wert von rund 3,6 Milliarden Euro ist die Bayerische Hausbau eines der großen integrierten Immobilienunternehmen in Deutschland. Die Aktivitäten umfassen das Asset Management und das Property Management für eigene Immobilien sowie klassische Bauträgeraktivitäten und Baurechtschaffung. Ab voraussichtlich 1. September 2023 gliedert sich das Unternehmen in zwei Tochtergesellschaften (Seite 18), Bestand und Development, die ab 1. Oktober 2023 an einem gemeinsamen Standort in Pullach sitzen. Im Jahr 2022 fand der Immobilienboom mit dem Ausbruch des Kriegs in der Ukraine und angesichts der Energiekrise ein vorläufiges Ende – die Branche steht seither vor großen Aufgaben. Die Bayerische Hausbau, auf dem stabilen Fundament der Schörghuber Gruppe, nimmt die Herausforderungen an: In München treibt das Unternehmen die Entwicklung weiterer Großprojekte voran (Seite 20). Im Luxushotel Rosewood Munich steht der Innenausbau des Baudenkmals kurz vor der Vollendung (Seite 28). Und in Hamburg wurde der Spatenstich für den zukunftsweisenden New Work Campus FLOW gesetzt (Seite 30).

With a real estate portfolio valued in the region of 3.6 billion euros, Bayerische Hausbau is one of the largest integrated real estate companies in Germany. Its activities comprise asset management and property management for the company's own portfolio as well as classic property development activities and the procurement of planning permission. It is planned that as of 1 September 2023 the company be divided into two subsidiaries (page 18), Real Estate and Development, both which will be headquartered in Pullach from 1 October 2023. In 2022, the outbreak of the war in Ukraine and the energy crisis brought the real estate boom to a temporary end – the industry has been facing major challenges ever since. Resting on the solid foundation of the Schörghuber Group, Bayerische Hausbau is accepting these challenges. In Munich, the company is driving the development of further large-scale projects forward (page 20). At the luxury Rosewood Munich hotel, work on the interior of the historic building is nearing completion (page 28). And in Hamburg, ground was broken for the innovative New Work Campus FLOW (page 30).

Leinen los!

Full steam ahead!

Voraussichtlich zum 1. September 2023 sticht die neue Freiheit der Schörghuber Gruppe innerhalb der Bayerischen Hausbau besonders deutlich hervor: Das Immobilienunternehmen entflechtet seine Geschäftsbereiche und teilt sich in zwei Schwestergesellschaften – Bestand und Development. Beide Organisationen werden dadurch anpassungsfähiger, kundenorientierter und transparenter. Drei führende Köpfe der Bayerischen Hausbau über Beweggründe, Folgen und Vorteile der Transformation.

It is expected that as of 1 September 2023 the new level of freedom within the Schörghuber Group's real estate company Bayerische Hausbau will be obvious: The company is unbundling its two business segments, creating two sister companies: Real Estate and Development. This will make both organizations more flexible, more customer-focused and more transparent. Three key executives from Bayerische Hausbau talk about the reasons for the transformation, its ramifications and the benefits it will bring.



»

Durch die Entflechtung werden wir unbürokratischer und anpassungsfähiger und können uns voll auf die Bedürfnisse der Kunden fokussieren.

«

MARCEL WNENDT

Mehr Kundenfokus

Unsere Entflechtung ist der logische nächste Schritt auf dem Weg zu mehr Freiheit und Eigenständigkeit der Geschäftsbereiche. Auf dem Immobilienmarkt stehen große Veränderungen an: Nachhaltigkeit erfordert ein grundlegendes Umdenken, sowohl beim Bau als auch beim Betrieb von Gebäuden. Vorangetrieben wird der Wandel durch Innovationen und die Digitalisierung. Zudem geht gerade ein Zyklus zu Ende: Das Dauerhoch nach der letzten Finanzkrise mit stetig steigenden Immobilienpreisen fand mit dem Krieg in der Ukraine, steigenden Energiekosten und einer Vervielfachung des Zinsniveaus ein jähes Ende. Um auf diese und kommende Umbrüche reagieren zu können, brauchen wir Organisationen mit hoher Anpassungsfähigkeit, die schlanker und unbürokratischer sind als bisher und sich in Zeiten hoher Dynamik immer wieder neu auf den Kunden und seine Bedürfnisse fokussieren können.

MARCEL WNENDT, CEO und CFO Bayerische Hausbau Immobilien

Greater customer focus – This unbundling is the logical next step towards greater freedom and independence for the business segments. Major changes are on the horizon for the real estate market. Sustainability requires a fundamental rethinking, both in the construction of buildings and in their operation. The transformation is being driven by innovation and digitalization. A cycle is now also coming to an end: The sustained high following the last financial crisis, with steadily rising real estate prices, came to an abrupt end with the war in Ukraine, rising energy costs and a dramatic increase in interest rates. If we want to be able to respond to these radical changes and the changes yet to come, we need highly flexible organizations that are leaner and less bureaucratic than they were in the past and, in highly dynamic times, are able to focus time and again on the customer and their needs.

MARCEL WNENDT, CEO und CFO Bayerische Hausbau Immobilien

Klarere Wahrnehmung

Durch die Schärfung unserer Geschäftsfelder können sich beide Bereiche noch besser auf ihre eigenen Themen konzentrieren, ohne Rücksicht auf die Belange des jeweils anderen nehmen zu müssen. Das vermeidet unnötige Kompromisse in Bezug auf Strategien und Standorte, da der Fokus in den verschiedenen Bereichen oft unterschiedlich ist. Außerdem unterstützt es die Wahrnehmung am Markt: Unsere Geschäftspartner und Kunden haben ja ganz verschiedene Interessen – Investoren, Kapitalanleger und Grundstückseigner suchen etwas anderes als Makler oder Mieter. In der bisherigen Konstellation war da manches etwas verwässert, wie bei zwei Aquarellfarben, die in der Mitte ineinanderlaufen. Durch die klare Abgrenzung der Geschäftsfelder werden die beiden Farben nun viel klarer voneinander abgegrenzt.

THOMAS BARTL, Mitglied des Executive Management Teams

Clearer perception – Fine-tuning the focus of our business activities will make it possible for both business segments to concentrate more closely on their own topics without regard for the concerns of the other. This avoids unnecessary compromises in terms of strategies and locations as the focus is often different in the different segments. It also improves how we are perceived on the market: Our business partners and customers have very different interests – investors and property owners are looking for something very different to what real estate brokers and tenants are looking for. The previous constellation meant that some things were a bit watered down, much like two watercolors running into each other. Creating a clear demarcation between the business segments means that the two colors become clearer.

THOMAS BARTL, Member of the Executive Management Team



Höhere Transparenz

Kaufmännisch haben wir die beiden Bereiche schon länger getrennt betrachtet und separate Gewinn-und-Verlust-Rechnungen erstellt. Nun trennen wir auch die Bilanzen – das nimmt unnötige Komplexität und schafft einen klareren Blick auf den jeweiligen Kapitalbedarf und die Kapitalausstattung. Von dieser Transparenz profitieren auch die Banken, die nun noch genauer wissen, mit welchem Geschäftsmodell sie es zu tun haben, wie ihr Geld investiert wird und welche Chancen und Risiken damit verbunden sind. Unsere Kolleg*innen gewinnen durch die Entflechtung einen schärferen Blick auf das jeweilige Geschäft und unsere Kunden. Daraus ergeben sich viele Möglichkeiten zu lernen, zu expandieren, neue Produkte voranzutreiben – und sich damit auch selbst weiterzuentwickeln.

ENNO BRAUNE, Mitglied des Executive Management Teams

Greater transparency – In financial terms, we have for some time now viewed the two business segments as separate entities and prepared separate income statements. Now we will also separate the balance sheets – this will eliminate unnecessary complexity and create a clearer view of the respective capital requirements and capital resources. This transparency will also benefit the banks, which will know even more precisely what business model they are dealing with, how their money is being invested and what opportunities and risks are involved. The unbundling will give our colleagues greater insight into the respective business and our customers. This will provide numerous opportunities to learn, to expand, to drive new products forward – and thus also continue to develop.

ENNO BRAUNE, Member of the Executive Management Team





*Unten das dörfliche Kirchtrudering, oben die dicht besiedelte Messestadt Riem – dazwischen die Projektfläche des 5. Bauabschnitts.
Below, village-like Kirchtrudering; above, densely populated Messestadt Riem – in between, the site for the 5th construction phase.*

Neue Nachbarschaft

New neighborhood

München boomt, die Stadt wächst. Gegen viele Neubauprojekte regt sich Widerstand – dabei bergen sie oft mehr Chancen als Nachteile. Eine Betrachtung der Stadtentwicklung anhand zweier Großprojekte, an denen die Bayerische Hausbau beteiligt ist: des Areals am Dreilingsweg und des 5. Bauabschnitts der Messestadt Riem.

Munich is booming, the city is growing. Opposition to many new construction projects is increasing – although the opportunities they offer often outweigh their disadvantages. Taking a look at urban development based on two large-scale projects in which Bayerische Hausbau is involved: the site at Dreilingsweg and the fifth construction phase of Messestadt Riem.



Der Mensch, die Erkenntnis ist so alt wie wahr, fürchtet die Veränderung. Und wenn die Veränderung vor der eigenen Haustür stattfindet, wenn Bagger und Betonmischer anrollen, um auf dem Feld vor dem Fenster ein neues Wohngebiet zu errichten, ist die Angst naturgemäß besonders groß. Und doch erweist sie sich oft als unbegründet, denn was da entsteht, ist meist weniger bedrohlich als einladend und bedeutet weniger Einschränkung, als es Möglichkeiten bietet.

„Die Stadt ist das wertvollste Artefakt, das wir als Gesellschaft haben“, sagt Dietrich Fink, Gründer des Architekturbüros Fink+Jocher und Professor für Städtische Architektur an der TU München. In der Stadt, sagt er, werde Fortschritt gemacht, Wissenschaft und Kultur vorangetrieben, gesellschaftliche Hemmnisse überwunden. Kein Wunder, dass



1,845

Millionen Menschen werden
2040 voraussichtlich
in München wohnen – rund
250.000 mehr als heute.

1.845 million people are
expected to be living in Munich
by 2040 – around 250,000
more than today.

Humans fear change. This observation is as old as it is true. And when the change takes place on your doorstep, when excavators and concrete mixers roll up to build a new residential area on the field in front of your window, the fear is of course particularly great. And yet this fear often turns out to be unfounded, because what is created is usually more inviting than threatening and offers more opportunities than constraints.

“The city is the most valuable artifact we as a society have,” says Dietrich Fink, founder of the architecture firm Fink + Jocher and professor of urban architecture at Munich’s technical university. He says the city is where progress is made, science advances, culture thrives, and social barriers are overcome. No wonder everyone wants to move to the city. According to population forecasts, Munich will grow from under 1.6 million today



Sieger des Wettbewerbs zum 5. Bauabschnitt der Messestadt Riem: zwei klar abgegrenzte Baufelder mit deutlichen Quartierszentren entlang der neuen, von der Stadt vorgegebenen Entlastungsstraße. Entwurf: Architekturbüro o3 Arch. und Studio Vulkan. Stand: Sommer 2022.

Winner of the competition for the fifth construction phase for Messestadt Riem: two clearly demarcated building sites with clearly defined centers situated along the new bypass road required by the city. Design: architecture firm o3 Arch. and Studio Vulkan. Latest update: summer 2022.

Städtebau als Symbiose dichter Bebauung und offener Grünflächen. Entwurf: Architekturbüro De Zwarte Hond (2. Preis 5. Bauabschnitt Messestadt Riem, Stand: Sommer 2022). Urban development as the symbiosis between a dense concentration of buildings and open green spaces. Design: architecture firm De Zwarte Hond (2nd prize, fifth construction phase Messestadt Riem, latest update: summer 2022).



alle in die Stadt wollen: München wird bis 2040, so die Bevölkerungsprognose, von heute unter 1,6 Millionen auf über 1,845 Millionen Einwohner*innen anwachsen. 250.000 neue Münchner*innen, die Wohnungen brauchen.

Bis zu 2.500 davon sollen ab 2025 im Osten der Stadt entstehen, im 5. und letzten Bauabschnitt der Messestadt Riem auf dem Gelände des ehemaligen Flughafens, eines der größten Stadtentwicklungsprojekte der letzten Jahrzehnte. Für Architekturprofessor Dietrich Fink, Vorsitzender der Jury des im Juli 2022 abgeschlossenen städtebaulichen und landschaftsplanerischen Wettbewerbs, ist das rund 24 Hektar große Areal „das letzte Kapitel einer Erfolgsgeschichte“: „Wo früher Jumbojets über die Startbahnen dröhnten, leben heute 16.000 Menschen, weitere 10.000 arbeiten in der Messestadt. „Dichte wird oft verpönt“, sagt Fink. „Aber Dichte ist letztlich das, was Stadt ausmacht.“

Im westlich angrenzenden Kirchtrudering bangen viele Bewohner*innen um die Ruhe ihrer bisherigen Randlage. Das neue Wohngebiet, befürchteten sie, bedeute mehr Menschen, mehr Verkehr, weniger

»
**Dichte wird oft verpönt.
Aber Dichte ist
letztlich das, was Stadt
ausmacht.**

«
**DIETRICH FINK
ARCHITEKT**



to over 1.845 million by 2040. In other words, 250,000 new Munich residents in need of housing.

From 2025, plans call for the construction of up to 2,500 apartments in the eastern part of the city, in the fifth and final construction phase of Messestadt Riem on the site of the former airport, one of the largest urban development projects in recent decades. In the words of architecture professor Dietrich Fink, president of the jury for the urban development and landscape design competition that ended in July 2022, the roughly 24-hectare site is “the final chapter of a success story”. Where jumbo jets once roared over the runways, 16,000 people now live and another 10,000 work in Messestadt Riem. “Density is often frowned upon,” says Fink. “But it is density that ultimately defines a city.”

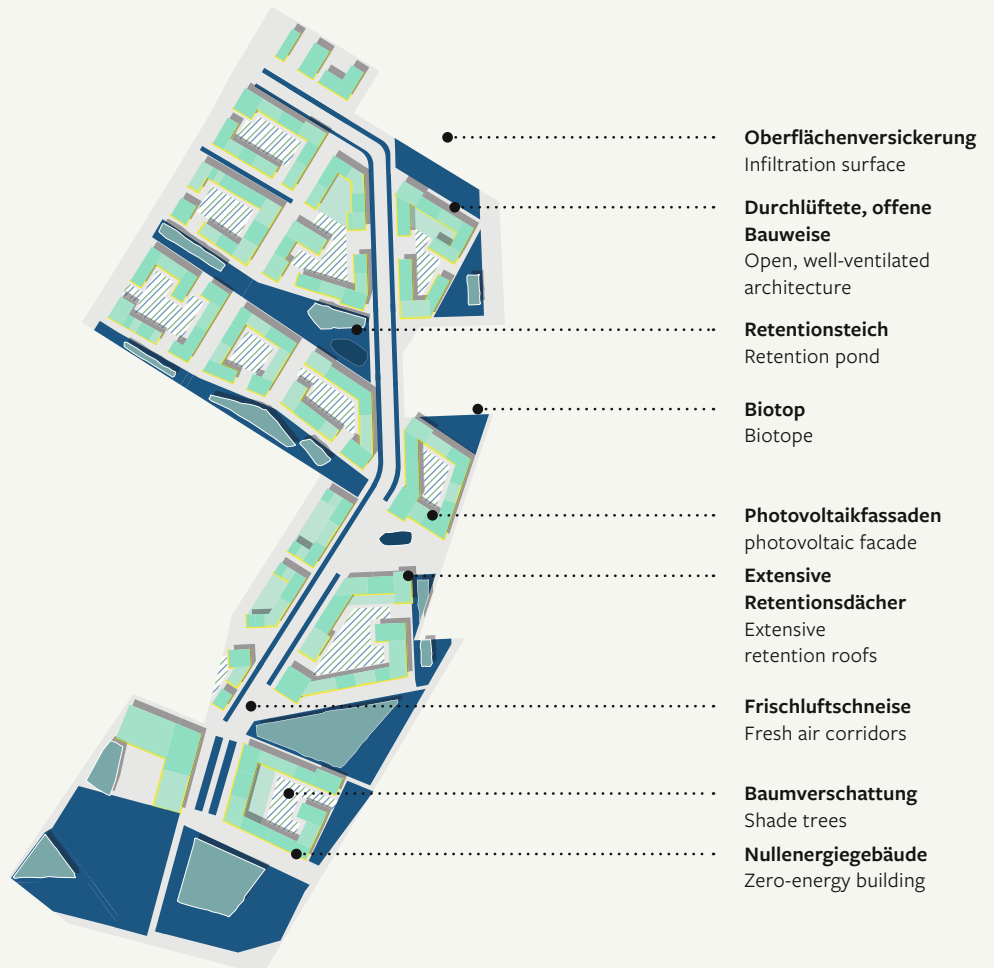
In Kirchtrudering, which borders the site to the west, many residents are worried that the tranquility they previously enjoyed will be disturbed. They fear that the new residential area will mean more people, more traffic and less space. Concerns that need to be taken seriously.



KLIMARESILIENZ ALS ELEMENTARER BESTANDTEIL DER PLANUNG
 CLIMATE RESILIENCE AS AN ELEMENTARY ASPECT OF PLANNING

Die Folgen des Klimawandels – Hitze und Trockenheit – werden bei der Stadtentwicklung von Anfang an berücksichtigt. Der Entwurf von Studio Wessendorf mit Atelier Loidl für den 5. Bauabschnitt der Messestadt Riem (oben und rechts, 2. Preis, Stand: Sommer 2022) sieht neben Frischluftschneisen und schattenspendenden Bäumen weitläufige, entsiegelte Freiflächen sowie Retentionsdächer vor: Nach dem Prinzip der Schwammstadt wird hier versickertes bzw. aufgefangenes Regenwasser gespeichert – und in Hitzeperioden wieder abgegeben. Der Effekt: eine nachhaltige und natürliche Kühlung.

Urban development takes account of the effects of climate change – heat and drought – from the very start. The design for the fifth construction phase of Messestadt Riem created by Studio Wessendorf with Atelier Loidl (above and right, 2nd prize, latest update: summer 2022) not only provides for fresh air corridors and shady trees but also large, open spaces and retention roofs, which – in line with the principle of a sponge city – is where rainwater that has been absorbed or captured is stored and utilized later during hot spells. The result is a sustainable and natural method of cooling.



Platz. Sorgen, die man ernst nehmen muss.

„Bei jedem neuen Projekt müssen wir zuerst einmal Rücksicht auf die nehmen, die schon da sind“, sagt Peter Müller, Leiter Projektentwicklung bei der Bayerischen Hausbau. Das Neue muss einen Anschluss an das Bestehende finden – auch wenn die Unterschiede so groß sind wie beim 5. Bauabschnitt, gelegen zwischen der dicht bebauten Messestadt im Osten und der kleinteiligen, fast dörflichen Struktur Kirchtruderings. Um den Einfamilienhäusern keine achtstöckigen Häuser vor die Nase zu setzen, wird man mit einer gestaffelten Höhenentwicklung arbeiten; die dichte Bebauung im Herzen des Projekts aber ist sinnvoll und zwingend notwendig: „Städtischer Boden ist ein wertvolles Gut“, sagt Müller. „Wir müssen ihn nutzen – und wir haben nur einmal die Chance, das zu planen.“

Dass neue Wohngebiete auch für Entlastung bestehender Strukturen sorgen können, zeigt eine Besonderheit des 5. Bauabschnitts: Mitten durch das Gebiet ist eine Entlastungsstraße geplant, wodurch Kirchtrudering im Westen und der Riemer Park im Osten schalltechnisch abgeschirmt werden. Sie soll die aktuell übermäßige Verkehrsbelastung aus dem bestehenden Wohngebiet ableiten – und mit

»

Städtischer Boden ist ein wertvolles Gut. Wir müssen ihn nutzen – und wir haben nur einmal die Chance, das zu planen.

«

**PETER MÜLLER
PROJEKTLEITUNG**



“As with any new project, the first thing we do is give due consideration to those who are already there,” says Peter Müller, head of project development at Bayerische Hausbau. The gap between the new and the old has to be bridged – even if the differences are as great as in the fifth construction phase, situated between the heavily built-up Messestadt in the east and the small-scale, almost village-like, quality of Kirchtrudering. The transition between building heights will be gradual to avoid eight-story buildings being erected on the doorstep of single-family homes. The dense concentration of buildings at the heart of the project makes sense and is absolutely necessary: “Urban land is a valuable asset,” says Müller. “We have to make good use of it – and we only have one chance to plan this.”

The fact that new residential areas can also reduce the burden placed on existing structures is demonstrated by a unique feature of the fifth construction phase: A planned bypass road that runs through the center of the site, providing noise protection for Kirchtrudering in the west and Riemer Park in the east. It is intended to divert the currently excessive amount of traffic away from the exist-

Am Stadtrand, auf dem Baufeld am Dreilingsweg, entstehen 950 Wohnungen und ein Gymnasium.

On the outskirts of the city, on the Dreilingsweg site, 950 apartments and a secondary school are being built.



Wo Menschen sich begegnen, entsteht Neues. Entwurf: Studio Wessendorf mit Studio RW (2. Preis Dreilingsweg).
Where people meet, something new is created. Design: Studio Wessendorf together with Studio RW (2nd prize Dreilingsweg).



»
Was Städtebau
ausmacht, sind nicht
die Häuser, sondern
der Raum dazwischen.

«
RITA AHLERS
ARCHITEKTIN



Architektonische Geste: Die U- und L-förmigen Blöcke öffnen sich zum Bestand im Süden. In der Mitte (orange), am Übergang zum Gymnasium, wird ein unbebauter Platz zum Treffpunkt. Entwurf: MLA+ mit Lohregel Landschaft (1. Preis Dreilingsweg).

Architectural gesture: The U- and L-shaped blocks of buildings open up in the direction of the existing buildings in the south. An undeveloped space in the center (orange), at the entrance to the school, will become a place to meet. Design: MLA+ with Lohregel Landscape (1st prize Dreilingsweg).

Läden, Freiflächen und viel Grün eine hohe Aufenthaltsqualität schaffen.

Wohnraum oder Natur, Straße oder Radweg, Häuserblock oder ein Kaltluftkorridor: „Flächennutzung ist immer Konkurrenz“, sagt Sabine Steger, Leitende Baudirektorin bei der Landeshauptstadt München. Ihr Referat für Stadtplanung und Bauordnung muss zwischen den verschiedenen Interessen vermitteln und entscheiden, was wo und wie viel wovon gebraucht wird.

Oft ist es dabei so, dass durch ein neues Wohngebiet etwas entsteht, was in der alten Nachbarschaft schon lange benötigt wird: „Wir brauchen im Münchner Westen dringend ein neues Gymnasium“, sagt Steger. Ein geeigneter Standort war schnell gefunden: auf einem rund 14 Hektar großen Areal am Dreilingsweg im Stadtwesten, das zu 51 Prozent der Stadt München und zu 49 Prozent der Bayerischen Hausbau gehört. Das Wohngebiet, das dort bis 2027 entstehen soll, wird buchstäblich um ein sechszüliges Gymnasium herumgebaut.

„Das ist eine Herausforderung“, sagt Rita Ahlers, Partnerin bei Hilmer Sattler Architekten und Vorsitzende der Jury des im Oktober 2022 abgeschlossenen städtebaulichen und landschaftsplanerischen Wettbewerbs. Die Lage der Schule, sagt sie, teile das Baufeld in zwei Flächen, die nur durch einen schmalen Grundstücksstreifen zusammengehalten werden. Eine Not, die der Siegerentwurf zur Tugend macht: An der Engstelle trifft das Wohngebiet von beiden Seiten auf den Schulintritt und öffnet sich, nach Süden hin, zum Altbestand. Hier, an der Schnittstelle zwischen Alt und Neu, ist eine offene Fläche als lebendiger Ort des Austauschs geplant.

Eine Idee, die den Grundgedanken guter Stadtentwicklung widerspiegelt: Neue Mobilitätskonzepte, klimafreundliche Energiekonzepte, nachhaltige Baustoffe, all das wird mit jedem neuen Projekt vorangetrieben – aber nichts ist so entscheidend wie die Begegnung zwischen Menschen. „Was Städtebau ausmacht, sind nicht die Häuser“, sagt Ahlers, „sondern der Raum dazwischen.“

Wie es gelingen kann, diesen Raum zu gestalten, zeigt sie noch einmal anhand des Siegerentwurfs für den Dreilingsweg: Die U- und L-förmigen Häuserblöcke im Zentrum öffnen sich zum Bestand im Süden. Statt den Bewohner*innen Blocks vor die Tür zu setzen, die Schatten über ihre Gärten und Gemüter werfen, wird ihnen ein Angebot gemacht – und das nicht nur architektonisch: Gymnasium, zwei Kitas, Supermarkt, Wiesen, Parks, Spielplätze – „das ist ja nicht nur für die neuen Bewohner, sagt Ahlers. Der Entwurf, sagt sie, sei wie eine Geste: Kommt, scheinen die offenen Höfe zu sagen, kommt her und seht euch um. Ihr braucht keine Angst zu haben. ●

”

**Wohnraum oder Natur,
Straße oder Radweg,
Häuserblock oder ein Kalt-
luftkorridor: Flächennut-
zung ist immer Konkurrenz.**

“

**SABINE STEGER
LEITENDE BAUDIREKTORIN**



ZAHLEN & FAKTEN
FACTS & FIGURES

DREILINGSWEG

Grundstücksfläche *Size of plot*
12,7 Hektar 12.7 hectares
Wohneinheiten *Residential units*
950
Bewohner*innen (Zielgröße)
Residents (target number)
2.300 2,300
Voraussichtlicher Baubeginn
Expected start of construction
2026

5. BA MESSESTADT RIEM

Grundstücksfläche *Size of plot*
Ca. 24 Hektar Approx. 24 hectares
Wohneinheiten *Residential units*
2.500 2,500
Bewohner*innen (Zielgröße)
Residents (target number)
6.000 6,000
Voraussichtlicher Baubeginn
Expected start of construction
2025

ing residential area and create a place with stores, open spaces and lush greenery where people will enjoy spending time.

Housing or nature, street or bike path, block of houses or a fresh air corridor? “Everything is a competition when it comes how land is used,” says Sabine Steger, chief building director for Munich. The Department of Urban Planning and Building Regulations where she works acts as an intermediary between different interests and decides how much of what is needed where.

It is often the case that a new residential area creates something that has long been needed in the older area: “We urgently need a new secondary school in the western part of Munich,” says Steger. A suitable location was quickly found on an approximately 14-hectare site on Dreilingsweg in the west, 51 percent of which is owned by the city of Munich and 49 percent by Bayerische Hausbau. The residential area that is to be created there by 2027 will literally be erected around a secondary school with six grades.

“It’s a challenge,” says Rita Ahlers, a partner in the architecture firm Hilmer Sattler Architekten and president of the jury for the urban planning and landscape design competition that ended in October 2022. As she says, the location of the school divides the building site into two distinct spaces bound together by only a narrow strip of land. The winning design makes a virtue of this necessity: the residential area converges on both sides with the entrance to the school at the narrowest point and opens up to the existing buildings in the south. It is here, at the interface between old and new, that an open space where people can meet is planned.

An idea that reflects the basic principle of good urban development: new mobility concepts, climate-friendly energy concepts, sustainable building materials – progress is made here with every new project – but nothing is as important as encounters between people. “The key element of urban design is not the buildings,” Ahlers says, “but the spaces in between.”

The winning design for Dreilingsweg demonstrates once again how this space can be put to good use. The U- and L-shaped blocks of buildings in the center open up in the direction of the existing buildings in the south. Instead of putting blocks of buildings on the residents’ doorsteps, where they would cast shadows over their gardens and moods, they are being offered something: a secondary school, two daycare centers, a supermarket, meadows, parks and playgrounds – “they are not just for the new residents,” says Ahlers. The design, she says, is like a gesture: the open spaces extend an enticing invitation to come in and take a look around. There is no need to be afraid. ●

Fünf Sterne de luxe

Five-star deluxe

Nach über vier Jahren Bauzeit steht das Rosewood Munich im Kreuzviertel kurz vor der Fertigstellung: Zahlen und Fakten zu einem der spannendsten Bauprojekte Deutschlands.

Following over four years of construction, Rosewood Munich in the Kreuzviertel district is nearing completion. Facts and figures on one of Germany's most exciting construction projects.



1893/94

wurde das Haus an der Ecke Kardinal-Faulhaber-Straße/Prannerstraße als Sitz der Königlich Bayerischen Bank, der späteren Bayerischen Staatsbank, errichtet, 1907/08 wurde es erweitert. 2012 erwarb die Bayerische Hausbau das Gebäudeensemble, seit 2019 läuft der Komplettumbau zum Rosewood Munich.

1893/1894 is when the building on the corner of Kardinal-Faulhaber-Straße and Prannerstraße was built as the headquarters of the Königlich Bayerische Bank, later the Bayerische Staatsbank; it was extended in 1907/08. Bayerische Hausbau acquired the buildings ensemble in 2012; its top-to-bottom transformation into Rosewood Munich has been underway since 2019.



4

Designbüros gestalten unter der Koordination und Federführung von Hilmer Sattler Architekten die Inneneinrichtung des Hauses: Tara Bernerd & Partners aus London (Hotelflächen), Dippold aus München (Bar und Restaurant), Studio Lux Berlin (Licht) und Double Decker aus London (Art & Signage).

4 design firms are creating the interior design, which is being coordinated and managed by Hilmer Sattler Architekten: Tara Bernerd & Partners from London (hotel space), Dippold from Munich (bar and restaurant), Studio Lux Berlin (lighting) and Double Decker from London (art and signage).



250

Bauarbeiter*innen waren in der Hochphase des Innenausbaus am Werk – und arbeiteten zeitgleich an ganz unterschiedlichen Bauabschnitten: Während das Spa zum Beispiel schon möbliert wurde, liefen im zweiten Obergeschoss noch Trockenbauarbeiten.

250 construction workers labored during the peak phase of the work on the interior – working simultaneously on completely different parts of the building. For example, while the spa had already been furnished, drywall work was still underway on the second floor.



132

Zimmer in sieben Kategorien wird das Hotel haben, davon 47 Suiten, wobei kein Raum dem anderen gleicht. Die Ultra-Luxury-Marke Rosewood setzt auf individuellen Luxus bis ins kleinste Detail.

132 is the number of rooms that the hotel will have. There will be seven categories of rooms, 47 of which will be suites, and no two rooms will be alike. The ultra-luxury Rosewood brand focuses on individualized luxury down to the smallest detail.



1.065 t

Fliesen und Naturstein zieren Wände und Böden: Marmor aus Italien, Kalkstein aus dem Iran, Quarzit aus Brasilien, Granit aus Südafrika. Dem Gast liegt sozusagen die Welt zu Füßen.

1,065 t of tiles and natural stone adorn the walls and floors: marble from Italy, limestone from Iran, quartzite from Brazil and granite from South Africa. The guests have the world at their feet, so to speak.



350 km

Installations- und Datenkabel wurden verlegt – das entspricht der Luftlinie von München nach Mailand. Außerdem: 20 Kilometer Trinkwasserleitungen, zwölf Kilometer Heizungsrohre und, gut sichtbar, fünf Kilometer Stuckprofile.

350 km of installation and data cables were laid – the distance between Munich and Milan as the crow flies. In addition, 20 kilometers of drinking water pipes, 12 kilometers of heating pipes and, for all eyes to see, five kilometers of stucco molding.



5.000

Jahre alt ist die Technik, mit der die Blattgoldarbeiten im Preysingsaal restauriert wurden: Bei der sogenannten Polimentvergoldung wird das Gold mit trockener, mehrere Tage alter Schwarzbrotkruste gereinigt. Danach erfolgte die Neuvergoldung: 1.500 Blätter 23-karätiges Blattgold, 8 x 8 Zentimeter groß, ein Achttausendstel Millimeter dick – aufgetragen mit einem Marderhaarpinsel.

5,000 years is the age of the technique used to restore the gold leaf in the Preysingsaal. Known as “poliment gilding”, it involves first cleaning the gold using the dried crust of black bread that is several days old. New gold leaf is then applied: 1,500 sheets of 23-carat gold leaf, 8 x 8 centimeters in size, one eight-thousandth of a millimeter thick – applied using a sable brush.



884

Holztüren wurden verbaut, jede 120 Kilogramm schwer, dazu 260 Ganzlastüren in den Bädern. Am Haupteingang zum historischen Vestibül befindet sich eine Glastür mit großen, in Bronze gegossenen Griffen – geöffnet ab Herbst 2023.

884 wooden doors were installed, each weighing 120 kilograms, as well as 260 full-glass doors in the bathrooms. A glass door with large bronze handles graces the main entrance to the historic vestibule – and will open in the fall of 2023.

2022 auf einen Blick

2022 at a glance

GUTES TUN BEIM SOCIAL DAY DOING GOOD ON SOCIAL DAY

Beim BHG Social Day am 11. Oktober, ausgerichtet in Zusammenarbeit mit der Stiftung Gute-Tat, gingen mehr als 40 Mitarbeiter*innen der Bayerischen Hausbau statt ins Büro oder auf die Baustelle in gemeinnützige Einrichtungen. Ihre helfenden Hände wurden dringend gebraucht: Im Jugendtreff Au und im AWO-Begegnungszentrum Reinmarplatz haben die Kolleg*innen Wände gestrichen und Terrasse und Gärten auf Vordermann gebracht. In der Community Kitchen in Neuperlach halfen sie bei der Lebensmittelverteilung und bei Gärtner- und Handwerksarbeiten. Und im Bergermoor bekämpften sie bei einem Naturschutzprojekt den Faulbaum, der dem Moor lebenswichtiges Wasser entzieht. Gutes tun kann anstrengend sein – macht aber glücklich!

On BHG's Social Day held 11 October and organized in cooperation with the foundation Stiftung Gute-Tat, more than 40 of Bayerische Hausbau's employees went to non-profit organizations instead of to the office or construction site. Their helping hands were urgently needed: At the Jugendtreff Au youth center and AWO community center at Reinmarplatz, walls were painted and terrace and gardens whipped into shape. At the Community Kitchen in Neuperlach, they helped serve food and lent a hand with gardening and repairs. And at the Berger moor, they battled against the alder buckthorn, which deprives the bog of vital water, as part of a nature conservation project. Doing good can be exhausting – but it makes you happy!



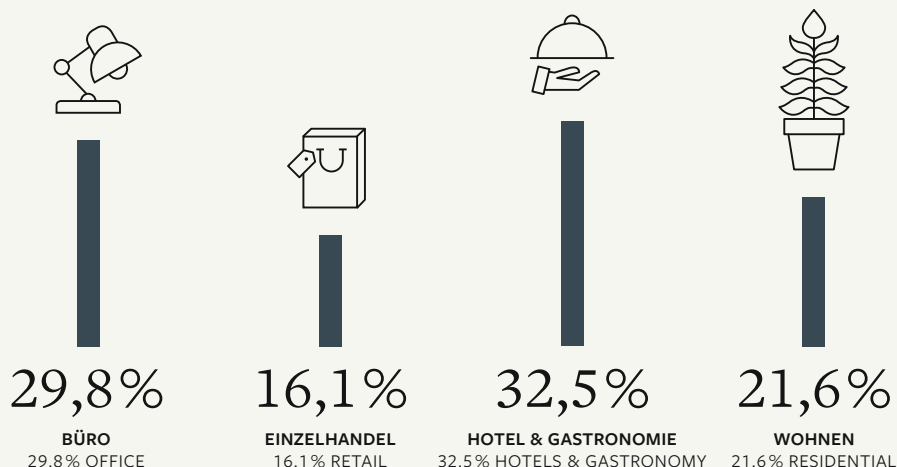
SPATENSTICH FÜR DEN NEW WORK CAMPUS FLOW IN HAMBURG BREAKING GROUND FOR THE NEW WORK CAMPUS FLOW IN HAMBURG



Am 9. Juni 2022 haben die MATRIX Gruppe und die Bayerische Hausbau gemeinsam mit Ankermieter Sysmex Europe und Hamburgs Zweiter Bürgermeisterin Katharina Fegebank den Spatenstich für den New Work Campus FLOW gesetzt. Der Büroneubau an der Alster setzt Maßstäbe in Sachen Zukunft des Arbeitens: ein Smart Building mit flexiblen Flächen, grünem Campushof und nachhaltigem Mobilitätskonzept. Geplante Fertigstellung: Ende 2024.

On 9 June 2022, MATRIX Group and Bayerische Hausbau broke ground for the New Work Campus FLOW together with anchor tenant Sysmex Europe and Hamburg's deputy mayor, Katharina Fegebank. The new office building is setting new standards: smart building, flexible spaces, landscaped courtyard and a sustainable mobility concept. Completion: end of 2024.

IMMOBILIENPORTFOLIO (MIETFLÄCHEN NACH NUTZUNGSART) REAL ESTATE PORTFOLIO (RENTAL SPACE BY SECTOR)



ANZEIGENKAMPAGNE: AZUBIS WERBEN AZUBIS
AD CAMPAIGN: APPRENTICES RECRUIT APPRENTICES

Wer könnte authentischer für eine Ausbildung bei der Bayerischen Hausbau werben als die Auszubildenden selbst? Unter der Leitung von Ausbildungsbetreuerin Verena Erni und in Zusammenarbeit mit einer Medien- und Digitalagentur konzipierten die Auszubildenden eine Kampagne für die Anwerbung neuer Immobilienkaufleute und Kaufleute für Büromanagement. Die Anzeigenkampagne lief drei Monate lang auf den Social-Media-Plattformen Facebook und Instagram, eines der Motive hing als Plakat in der U-Bahn-Station in der Nähe der Firmenzentrale des Unternehmens. Die jungen Mitarbeiter*innen zeigten sich während der wochenlangen Arbeit überaus kreativ: Sie brachten viele gute Ideen ein, gestalteten Texte mit und standen selbst Modell.

Who could advertise training at Bayerische Hausbau better and more accurately than the trainees themselves? Under the leadership of training supervisor Verena Erni and in collaboration with a media and digital agency, the trainees designed a campaign that was aimed at recruiting new real estate agents and office managers. The ad campaign ran for three months on the social media platforms Facebook and Instagram, and one of the designs hung as a poster at the underground station near the company's headquarters. Over the course of the many weeks of work, the young employees proved to be extremely creative. They contributed numerous good ideas, helped to create text and even posed as models.



HOCHKARÄTIGES FACHGESPRÄCH
HIGH-CALIBER PANEL DISCUSSION

Wie wirkt sich die veränderte Einstellung der Gesellschaft gegenüber Eigentum auf die Immobilienbranche aus? Wie lässt sich in Quartieren trotz reduziertem Raumangebot ein Mehrwert für die Bewohner*innen schaffen? Werden Gebäude durch Sharing Economy ökologisch nachhaltiger? Namhafte Vertreter*innen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Architektur diskutierten im Juni in München und im November in Hamburg. Titel: „Mi casa es tu casa – Sharing Economy als Zukunftsmodell für Leben und Wohnen?“

What impact is society's changing attitude toward ownership having on the real estate industry? How can added value be created for residents in urban quarters despite a reduced amount space? Does the sharing economy make buildings more environmentally sustainable? Well-known representatives from the worlds of business, science and architecture discussed these questions in Munich in June and in Hamburg in November. Title: "Mi casa es tu casa – is the sharing economy a future model for the way we live?"

BIKINI BERLIN: VISIONÄRES GESCHÄFTSMODELL AUCH IN DER ZUKUNFT
BIKINI BERLIN: VISIONARY BUSINESS MODEL – ALSO FOR THE FUTURE

Das Bikini Berlin, Designikone aus den 1950er-Jahren, rüstet sich für eine grüne Zukunft: Die Concept Shopping Mall schärft ihren Fokus noch mehr auf Nachhaltigkeit, Well-being und Lokalität. Das neue Konzept setzt auf bewussten Konsum und einen klimafreundlichen und umweltschonenden Betrieb, zum Beispiel mit Regenwassertoiletten. Von der German Green Building Association (GGBA) gab es dafür die höchste Bewertung: das LEED-Gold-Zertifikat.

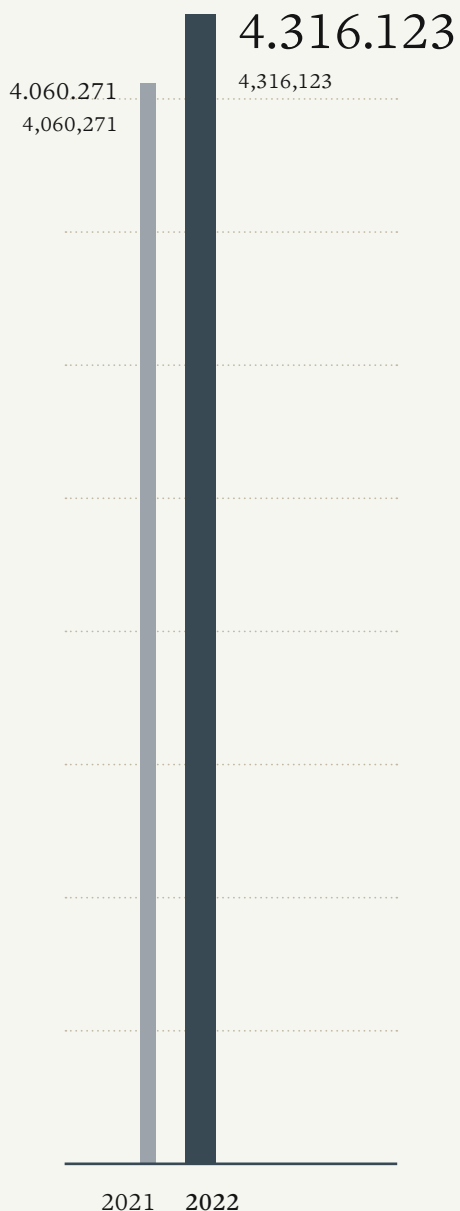
Bikini Berlin, a design icon from the 1950s, is gearing up for a green future. The concept shopping mall is increasing its focus on sustainability, well-being and locality. The new concept focuses on conscious consumerism and climate and environmentally friendly operation, including for example rainwater toilets, and was awarded the German Green Building Association's (GGBA) highest rating: LEED Gold certification.



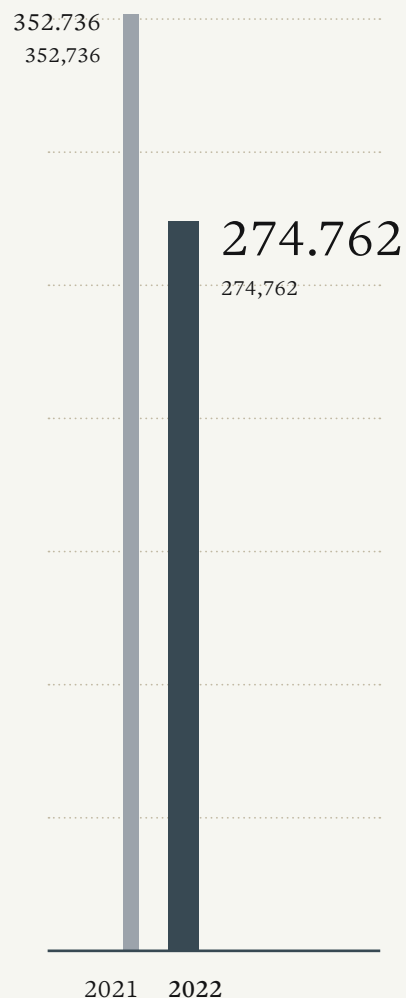
Kennzahlen Bauen & Immobilien*

*Key figures Construction & Real Estate**

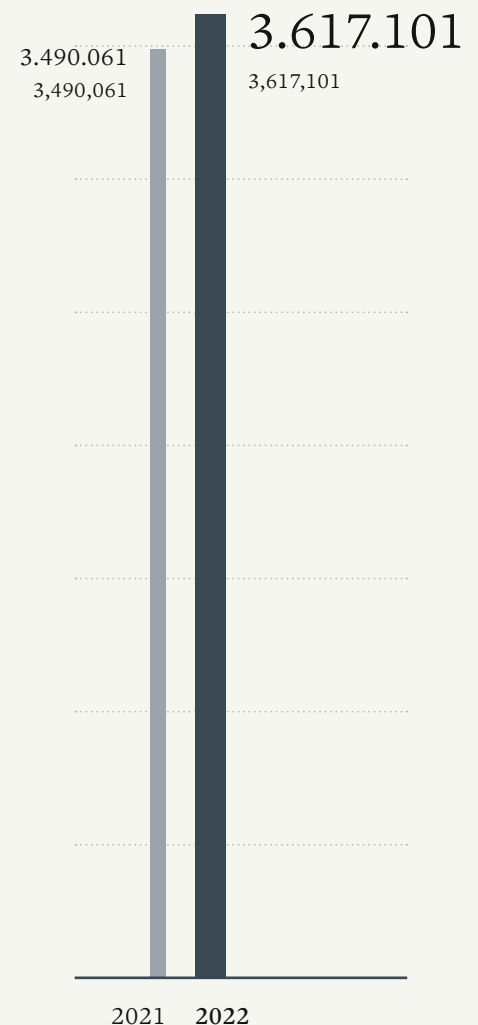
BILANZSUMME IN TEUR
BALANCE SHEET TOTAL IN EUR '000



UMSATZ IN TEUR
REVENUES IN EUR '000



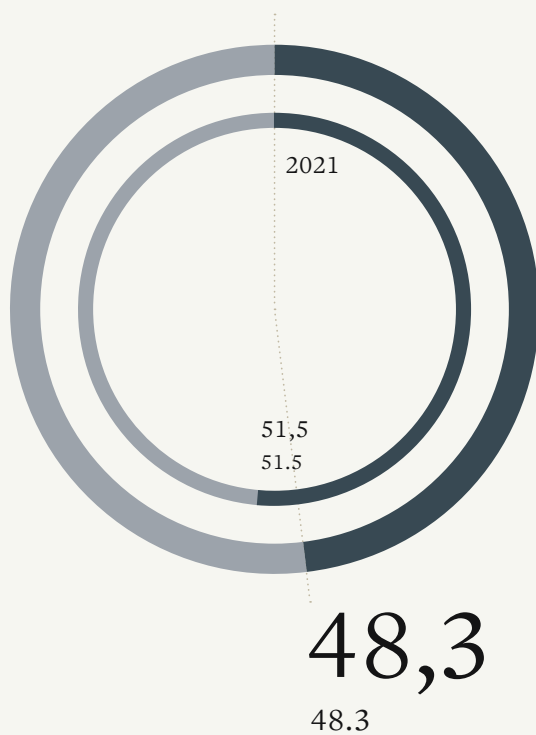
PORTFOLIOWERT IN TEUR
PORTFOLIO VALUE IN EUR '000



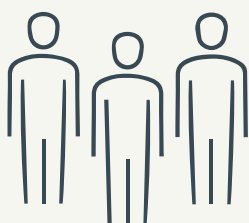
Durch signifikante Investitionen in ihre Bestandsentwicklungen und ins Development sind die Bilanzsumme der Bayerischen Hausbau und der Wert ihres Portfolios gestiegen. Der Umsatzrückgang war nach dem Abschluss der großen Teilprojekte am Nockherberg im Vorjahr zu erwarten. Ab Mitte 2022 haben Zinserhöhungen zudem die Vertriebsgeschwindigkeit auf dem Immobilienmarkt verlangsamt. Trotzdem liegt der Gesamtumsatz im Plan.

The significant investments that Bayerische Hausbau made in its properties and development activities led to an increase in the balance sheet total and the value of its portfolio. The decline in revenues was to be expected following the completion of the major sub-projects on the Nockherberg site in the previous year. A rise in interest rates from the middle of 2022 onward also slowed the pace of sales in the real estate market. Total sales are nevertheless on target.

EIGENKAPITALQUOTE IN %
EQUITY RATIO IN %

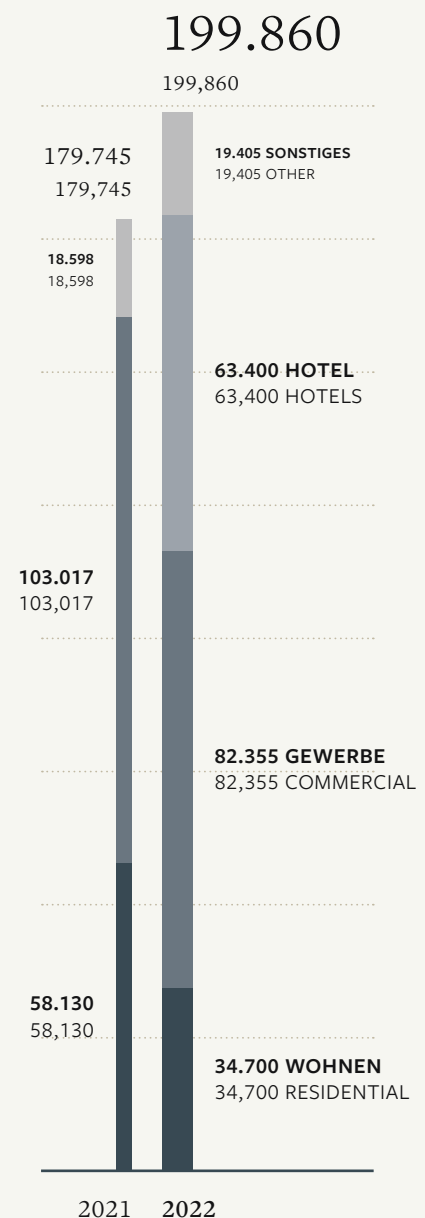


MITARBEITER*INNEN ABSOLUT NACH HGB
EMPLOYEES ABSOLUTE ACCORDING TO HGB



224
(2021: 205)

GESCHOSSFLÄCHE IM BAU IN M²
FLOOR SPACE UNDER CONSTRUCTION IN M²





DURST NACH LEBEN

Das Münchner Oktoberfest ist nicht nur ein fester Termin im Kalender der Paulaner Brauerei, sondern eine echte Herzensangelegenheit. Dass die Wiesn 2022 endlich wieder stattfinden konnte, war ein Grund zum Feiern. Die Paulaner Brauerei Gruppe war dort mit drei großen Zelten vertreten: dem Paulaner-Festzelt, dem Hacker-Festzelt und der Pschorr Bräurosl.

Thirst for life – Munich's Oktoberfest is not only a permanent fixture on the Paulaner brewery's calendar but also an event dear to its heart. The fact that in 2022 it was finally possible to once again hold Oktoberfest (or 'Wiens' as it's called in Bavaria) was a cause for celebration. The Paulaner Brewery Group erects three large tents there: the Paulaner tent, the Hacker tent and the Pschorr "Bräurosl" tent.

Getränke

Beverages

Als Gemeinschaftsunternehmen der Schörghuber Gruppe und des niederländischen Braukonzerns Heineken bildet die Paulaner Brauerei Gruppe das Dach für attraktive Biermarken. Wie attraktiv diese Marken sind, zeigt auch das gelungene Comeback der Gastronomie im vergangenen Jahr. Andreas Steinfatt, Geschäftsführer der Brauerei Gruppe, zeigt sich überaus zuversichtlich, was die Entwicklung dieses Geschäftsfelds angeht (Seite 36). Damit die Brauereigruppe auch in Zukunft weiterwachsen kann, hat sie den Brauereistandort in Gotha übernommen (Seite 40). Apropos Zukunft: Auch im Brauwesen ist Klimaschutz das Gebot der Stunde, wie die verschiedenen Initiativen eindrucksvoll belegen (Seite 44). Beeindruckend ist übrigens auch die rekordverdächtige Leistung der neuen Abfüllanlage für Bügelverschlussflaschen in Kulmbach (Seite 46).

The Paulaner Brewery Group, a joint venture between the Schörghuber Group and the Dutch brewery group Heineken, bundles a number of attractive beer brands under its roof. The successful comeback of the food and beverage service industry last year also served to demonstrate just how attractive these brands are. Andreas Steinfatt, managing director of the brewery group, is extremely confident about the development of this industry (page 36). The brewery group has taken over a brewery in Gotha with the aim of ensuring the group's future growth (page 40). And speaking of the future, climate protection is also the order of the day in the brewing industry, as a number of different initiatives impressively demonstrate (page 44). The record-breaking capabilities of the new filling line for swing-top bottles in Kulmbach are equally as impressive (page 46).

„Erstaunlich widerstandsfähig.“

“Astonishingly resilient.”

Die vergangenen Jahre haben die Gastronomie vor noch nie dagewesene Herausforderungen gestellt. Andreas Steinfatt, Geschäftsführer der Paulaner Brauerei Gruppe und Sprecher des Vereins der Münchner Brauer, über das gelungene Comeback des wichtigen Geschäftszweigs im Jahr 2022.

The past few years have presented the food and beverage service industry with challenges the like of which have never been seen before. Andreas Steinfatt, managing director of the Paulaner Brewery Group and chairman of the Munich Brewers' Association, talks about this important business sector's successful comeback in 2022.



Unter dem „Himmel der Bayern“
wurde 2022 so ausgelassen gefeiert,
als wäre nie Pandemie gewesen.
Celebrations under the “Bavarian
heavens” in 2022 were as exuberant
as before the pandemic.



Erinnern Sie sich noch, was Sie gefühlt haben, als der Münchner Oberbürgermeister Dieter Reiter im Mai 2022 bekannt gab, dass die Wiesn nach zwei Jahren Pause wieder stattfinden kann? Das waren ganz große Glücksgefühle. Für uns Münchner Brauereien ist das Oktoberfest Teil unserer DNA. Die Ankündigung hat aber auch schon im Vorfeld der Wiesn eine große Dynamik ausgelöst. Das Frühlingsfest wurde so ausgelassen gefeiert wie selten zuvor. Die Menschen, das haben wir deutlich gemerkt, hatten einen wahnsinnigen Nachholbedarf an Geselligkeit. Als ich am ersten Wiesntag vom Brauereibalkon hinuntergeschaut habe, ging es im vollbesetzten Zelt zu, als wäre nichts gewesen. Wie immer eben.

Aber bis dahin ging es wahrscheinlich ziemlich hoch her. Was waren die großen Herausforderungen bei diesem Kaltstart? Es war schon alles knapp und wir haben wirklich hart auf den Termin hingearbeitet. Denn natürlich haben die zwei Jahre Pause Spuren hinterlassen. Viele Mitarbeiter waren abgewandert, einige Subunterneh-

”
Die Menschen, das haben wir deutlich gemerkt, hatten einen wahnsinnigen Nachholbedarf an Geselligkeit.
 “

ANDREAS STEINFATT

Do you remember how you felt when Munich’s mayor, Dieter Reiter, announced in May 2022 that Munich’s Oktoberfest could once again be held following a two-year hiatus?

There was a tremendous feeling of happiness. For us Munich breweries, Oktoberfest is an integral part of our DNA. The announcement also provided tremendous impetus in the run-up to Oktoberfest. Rarely before had Munich’s springtime festival been as enthusiastically celebrated. It was obvious that people had an enormous amount of catching up to do when it came to socializing. When I looked down from the tent’s balcony on the first day of Oktoberfest, the crowded tent was abuzz as if nothing had happened. Everything was the same as always.

But up to that point, things had probably been very busy. What were the major challenges that this “baptism by fire” posed? Everything was in short supply, and we worked really hard to meet the deadline. The two-year hiatus had, of course, left its mark. Many employees had moved on to other jobs, some subcontractors and service providers were no longer around, and we also had to erect the new Hacker-Pschorr tent, the Bräurolsl. Which meant that not everything ran smoothly. It was a task of Herculean proportions, but we did it.

Leaving folk fairs aside, to what extent did bars and restaurants have to reinvent themselves in 2022?

A lot has happened in this industry. The lockdowns took a heavy toll on many restaurateurs, both psychologically and financially.

2022 wurde das neue Bräurolsl-Zelt zum ersten Mal aufgebaut. Im Bild: die Bräurolsl hoch zu Ross. In 2022, the new Bräurolsl tent was erected for the first time. Photo: Bräurolsl on horseback.



*Aufbau unter erschwerten Bedingungen:
Dienstleister und Subunternehmer waren
nicht leicht zu finden.*

*Construction under difficult conditions:
Service providers and subcontractors were
not easy to find.*

mer und Dienstleister waren nicht mehr da und dann mussten wir ja auch noch das neue Hacker-Pschorr-Zelt aufbauen, die Bräurosl. Da sitzt dann auch nicht gleich jeder Handgriff. Das war eine Herkulesaufgabe, aber wir haben es geschafft.

Mal abgesehen von den Volksfesten: Inwiefern mussten sich Wirtschaften, Kneipen und Steh-ausschänke 2022 neu aufstellen?

In diesem Bereich ist viel passiert. Die Lock-downs haben viele Gastronomen psychisch und finanziell stark belastet. Aber einige haben die Zeit auch gut genutzt, um mal alles in Ruhe durchzurechnen, Strukturen zu durchleuchten und Abläufe zu verbessern. Die Pandemie hat die Professionalisierung in der Branche enorm beschleunigt. Für uns ist das auf der einen Seite eine sehr willkommene Entwicklung. Aber es gibt auch die andere Seite. Durch gestiegene Lieferkosten und den Mangel an Mitarbeitern gibt es oft mehr Ruhetage und abgespeckte Öffnungszeiten. Dadurch verkaufen wir weniger Bier. Aber trotz dieser Einschränkungen erholen wir uns, was den Absatz angeht.

Die Volatilität in diesem Geschäftszweig ist besonders hoch. Mussten Sie Ihre Unternehmensstrategie anpassen?

Nein, das war nicht notwendig. Grundsätzlich ist das Risiko in der Gastronomie immer größer, dafür erzielen wir hier aber auch höhere Erträge als im Einzelhandel. Deshalb ist die Gastronomie nach wie vor ein sehr deckungsstarker Geschäftsbereich, in den wir auch weiter investieren. Aber auch wir haben die Zeit genutzt und uns neu aufgestellt. Wir haben unsere Vertriebsmannschaft unter dem Titel „Team Deutschland“ zentraler organisiert. Bereichsleiter für die Gastronomie deutschlandweit ist Georg Schwende, Geschäftsführer der Fürstenberg Brauerei und ein Urgestein. Diese Zentralisierung macht uns jetzt schon schneller und schlagkräftiger. Das hilft uns, weiterzuwachsen.

Im Hinblick auf das Wachstum des Gesamtgeschäfts: Wie wichtig ist die Gastronomie für das Image der Brauereien?

Die Gastronomie ist unser Absatzmittler. Sie ist unser Gesicht zum Kunden. Wenn das Bier und die Brotzeit schmecken, die Gesellschaft nett ist und die Leute mit einem guten Gefühl nach Hause gehen, dann nehmen sie beim nächsten Großeinkauf im Supermarkt vielleicht auch noch



»

Viele Gastronomen haben die Zeit gut genutzt, um mal alles in Ruhe durchzurechnen, Strukturen zu durchleuchten und Abläufe zu verbessern. Die Pandemie hat die Professionalisierung in der Branche enorm beschleunigt.

«

ANDREAS STEINFATT

But some of them made good use of the time to calculate benefits and drawbacks in peace and quiet, take a closer look at structures and improve processes. The pandemic has speeded up professionalization of the industry enormously. Although this is a very welcome development as far as we are concerned, there is also a downside. Increased delivery costs and a shortage of employees often translate into more days on which bars and restaurants are closed and shorter opening hours. This means that we sell less beer. But sales are nevertheless recovering, despite these constraints.

The level of volatility in this industry is particularly high. Did you have to adapt your business strategy?

No, that wasn't necessary. The food and beverage service industry always involves a higher level of risk, but we also generate a higher level of revenues than in retail. This is why the food and beverage service industry remains a high-coverage area of business in which we will continue to invest. But we also took advantage of the time and reorganized ourselves. We've given our sales team, referred to as Team Germany, a more centralized organizational structure. Georg Schwende, managing director of the Fürstenberg brewery and an old hand, is division head for the food and beverage service industry throughout Germany. This centralization is already making us faster and more efficient. And helps us continue to grow.

In terms of overall business growth, how important is the food and beverage service industry for the image of breweries?

The food and beverage service industry is our sales representative. It is the "face" our customers see. If the beer and food taste good, the company is friendly and people go home feeling good, they might well pick up a crate of Paulaner beer to take home with them the next time they go shop-

einen Kasten Paulaner mit. Das Erlebnis im Wirtshaus oder im Festzelt muss stimmen. Aber die Gastronomie ist auch unsere Markenbühne. Im Gastro-Marketing erarbeiten wir Strategien und Ideen, wie wir den Gastronomen sowohl in der täglichen Arbeit als auch mit innovativen Ideen unterstützen können. Das ist Teil unseres Marketing-Mixes. So stellen wir eine stringente Markendarstellung sicher.

Die Zeiten sind weiterhin sehr bewegt. Können Sie in der momentanen Situation eine Zukunftsprognose wagen?

Wir waren überrascht, wie schnell sich die Gastronomie erholt hat. Die Branche hat sich als durchaus widerstandsfähig erwiesen. Das liegt im Kern an der Sehnsucht der Menschen nach Geselligkeit. Daran wird sich auch nichts ändern. Trotzdem wollen wir bei allem Traditionsbewusstsein nicht in die Vergangenheit zurück, sondern uns weiterentwickeln und lernen. Wir haben noch viel vor.

»
**Die Gastronomie
ist unser Absatzmittler.
Sie ist unser
Gesicht zum Kunden.**

«
ANDREAS STEINFATT

ping at the supermarket. The experience in a bar, restaurant or tent has to be pleasurable. But the food and beverage service industry is also where we showcase our brand. Gastro marketing means that we develop strategies and ideas for providing restaurateurs with support in their everyday work and with innovative ideas. It is part of our marketing mix. This ensures consistent brand presentation.

These continue to be turbulent times. As things currently stand, is it possible for you to venture a prediction as to what the future holds? We were surprised at how quickly the food and beverage service industry recovered. It has proven to be quite resilient. When you come right down to it, the reason for this is that people want to socialize. That is not going to change. Nevertheless, no matter how much we value tradition, we have no desire to return to the past. We want to move forward and continue to learn. There are still a lot of things we want to do.



Die Gastronomie zeigt sich im Fall des neuen „Herr'schaftszeiten“ im Tal ziemlich jung und gut gelaunt. The food and beverage service industry shows its younger, more upbeat side at the new restaurant “Herr'schaftszeiten” in Munich.

Neuzugang: Blick über die Gär- und Lagertanks des neu erworbenen Brauereistandorts der Paulaner Brauerei Gruppe im thüringischen Gotha.
New addition: View of the fermentation and storage tanks at the Paulaner Brewery Group's newly acquired brewery in Gotha, Thuringia.



Ein Standort mit Zukunft

A site with a future

Der Erwerb eines neuen Brauereistandorts in Gotha ist ein strategisch bedeutender Schritt für die Paulaner Brauerei Gruppe, um nachhaltig weiterzuwachsen.

The acquisition of a new brewery in Gotha is a strategically important step for the Paulaner Brewery Group and aims to ensure continued, sustainable growth.

Gotha ist eine Stadt mit einer reichen Historie und einem imposanten frühbarocken Schloss. Doch die fünftgrößte Stadt Thüringens, circa jeweils 300 Kilometer Luftlinie von München und Hamburg entfernt, hat noch einen weiteren entscheidenden Vorteil: ihre zentrale Lage. Für ein Unternehmen auf Wachstumskurs wie die Paulaner Brauerei Gruppe ist ein Standort in der Mitte Deutschlands strategisch wichtig, um das Geschäft auch im Norden und Osten der Republik weiter auszubauen.

Die Paulaner Brauerei Gruppe war bereits auf der Suche nach einem weiteren Brau- und Logistikstandort, als die Oettinger Brauerei im Sommer 2022 ankündigte, ihren bisherigen Brauereistandort in Gotha aufgeben zu wollen. Die Münchner nahmen sofort Verhandlungen auf und konnten bereits Mitte Oktober den Kaufvertrag unterzeichnen. „Wir haben verschiedene Optionen geprüft, aber die Brauerei war perfekt für uns. Tolle Mitarbeiter, eine Produktionsanlage auf dem neuesten Stand und natürlich die logistischen Vorteile durch die zentrale Lage“, so erläutert Dr. Jörg Lehmann, CEO der Paulaner Brauerei Gruppe, die Überlegungen im Vorfeld der Akquisition.

Hintergrund dieser Überlegungen war vor allem der wachsende Erfolg der Paulaner Brauerei Gruppe. Die steigende Nachfrage nach Paulaner-Produkten lässt die Brauerei in München-Langwied immer häufiger an ihre Grenzen stoßen. Neue Brau- und Lagerkapazitäten sind also nötig. Außerdem müssen Handelspartner

373 hl

Paulaner-Festbier wurden während des Gothardusfestes 2022 ausgeschenkt.

373 hl of specially brewed Paulaner beer were served during the 2022 Gothardus festival.

Gotha is a city with a rich history and an impressive early Baroque castle. But Thuringia's fifth-largest city, approximately 300 kilometers as the crow flies from both Munich and Hamburg, has another decisive advantage: its central location. For a company on a growth trajectory like the Paulaner Brewery Group, another site, situated in the center of Germany, is of strategic importance in the context of also further expanding business in the northern and eastern parts of Germany.

The Paulaner Brewery Group had already launched its search for another brewery and logistics center when the Oettinger Brewery Group announced in the summer of 2022 that it intend-

*Als Zeichen der Verbundenheit braute Paulaner anlässlich des Gothardusfestes eigens ein Festbier im Fass, das dann auf dem Festgelände ausgeschenkt wurde.
On the occasion of the Gothardus festival, Paulaner brewed a special draft beer, which was then served on the festival grounds, as a sign of solidarity.*



aus dem Norden und der Mitte Deutschlands durch den neuen Standort nicht mehr so lange Wege in Kauf nehmen, um ihre Waren abzuholen. Umgekehrt profitiert davon natürlich auch die Brauerei, die Getränkegroßhändler in anderen Teilen Deutschlands direkt von Gotha aus beliefern kann.

Doch zunächst galt es, noch einige interne Herausforderungen zu bewältigen: Vom ersten Tag der Übernahme des neuen Brauereistandorts in Gotha an wurde mit Hochdruck daran gearbeitet, den neuen Standort so schnell wie möglich in das Netzwerk der Gruppe aufzunehmen. Dazu wurde eigens für den neuen Standort die Paulaner-Produktion und Logistik Gesellschaft, abgekürzt PPLG, gegründet, die seit Anfang 2023 offizielles Mitglied der Brauereigruppe ist. Die PPLG ist mittlerweile voll in die Organisationsprozesse und Abläufe der Paulaner Brauerei Gruppe integriert – sei es im IT-Bereich, in der Logistik oder im Personalwesen. Apropos Personal: Alle 170 am Standort beschäftigten Mitarbeiter*innen hat Paulaner übernommen und bei einer Mitarbeiterveranstaltung offiziell willkommen geheißen.

Schon in den ersten Monaten nach dem Kauf zeigte sich nicht nur das große Potenzial, sondern auch schon der konkrete Nutzen des neuen Standorts. Vor allem in den Sommermonaten, in denen die Nachfrage nach den beliebten

170

Mitarbeiter*innen haben nach der Übernahme ihre Arbeitsplätze behalten – die komplette Belegschaft.

170 employees retained their jobs after the takeover – the entire workforce.

Auf dem neuesten Stand: Die technisch hochmoderne Produktionsanlage war neben der zentralen Lage ein Grund für den Kauf des Brauereistandorts.

State of the art: The ultra-modern production facility was one reason for purchasing the brewery; another was its central location.

ed to close its brewery in Gotha. Paulaner immediately entered into negotiations and signed the purchase agreement in the middle of October. “We examined a number of different options, but the brewery was perfect for us. Great employees, a state-of-the-art production facility and, of course, the logistical advantages of its central location,” says Dr. Jörg Lehmann, CEO of the Paulaner Brewery Group, commenting on deliberations prior to the acquisition.

The reason for these deliberations was first and foremost the burgeoning success of the Paulaner Brewery Group. The growing demand for Paulaner’s products means that the brewery in Munich-Langwied is increasingly being stretched to its limits. New brewing and storage capacities are therefore needed. The new site also means that business partners from northern and central Germany no longer have to travel such long distances in order to pick up their goods. By the same token, the brewery also benefits as it can supply beverage wholesalers in other parts of Germany directly from Gotha.

But first of all there were still some internal challenges to be surmounted: From day one following the takeover, work on integrating the new brewery into the Paulaner Brewery Group’s network as quickly as possible was launched and proceeded at full speed. This involved the founding of Paulaner Produktion und Logistik





Paulaner-Erfrischungsgetränken wie Spezi erfahrungsgemäß sprunghaft ansteigt. „Wir haben in Gotha nun einen zweiten Produktionsort für Paulaner-Spezi und können so auch diese Spitzen bedienen“, erklärt Sebastian Strobl, CFO der Paulaner Brauerei Gruppe. Die PPLG entzerrt nicht nur die Produktions- und Logistiksituation in München, sie soll die Brauereigruppe zukünftig auch auf anderen Produktionsebenen unterstützen. Der Spielraum ist in Gotha jedenfalls groß. „Wir können so besser, einfacher und vor allem flexibler wachsen“, ist Strobl überzeugt.

Doch über dem erklärten Ziel, deutschlandweit weiterzuwachsen, will die Paulaner Brauerei Gruppe die Wurzeln ihrer Brauereien in der Region nicht vergessen. Strobl gibt deshalb ein klares Bekenntnis zum neuen Standort in Gotha ab: „Wir sind nun Teil der Stadt und der Region und das wollen wir auch leben.“ Diesen Worten sind auch schon Taten gefolgt: Zum traditionellen Gothaer Gothardusfest im Mai wurde eigens ein Festbier gebraut und ausgeschenkt, das bei den Festbesucher*innen regen Anklang fand. ●

Wachstumstreiber: In Gotha wird bereits jetzt Spezi hergestellt, um die hohe Nachfrage nach dem Erfrischungsgetränk bedienen zu können.

Growth driver: Spezi, a mix of cola and orange soda, is already being produced in Gotha to meet the strong demand for this soft drink.

4,8 ha

umfasst das Brauereigelände in Gotha, verteilt auf zwei Flächen.

4.8 ha is the size of the brewery premises in Gotha, which are divided into two sites.



Gesellschaft, which is abbreviated as PPLG, specifically for the new site. It officially became part of the brewery group at the beginning of 2023. PPLG has now been fully integrated into the Paulaner Brewery Group's organizational processes and workflows – be it in the context of IT, logistics or human resources. And speaking of human resources: Paulaner retained all of the 170 employees who worked at the brewery prior to the takeover and officially welcomed them at an employee event.

The first months following the acquisition not only revealed the great potential that the new site offers but also its concrete benefits. Particularly in the summer months, which, as experience has shown, is when the demand for Paulaner soft drinks like Spezi, a mix of cola and orange soda, skyrockets. “We now have a second production site for Paulaner Spezi in Gotha and can therefore also handle these peaks in demand,” explains Sebastian Strobl, CFO of the Paulaner Brewery Group. Not only will PPLG create a more evenly balanced production and logistics situation in Munich, it will in the future also provide the brewery group with support on other production levels. Gotha offers plenty of scope come what may. Strobl believes that “this will enable us to grow more effectively, more easily and above all more flexibly”.

But its stated aim of further growth throughout Germany does not mean that the Paulaner Brewery Group will forget its breweries' regional roots. Which is why Strobl makes a clear statement of commitment to the new site in Gotha. “We're now part of the city and the region, and we also want to demonstrate that.” These words have already been followed by deeds. At Gotha's traditional Gothardus festival in May, the company served a beer that it had brewed specifically for the festival and which proved very popular with festival goers. ●

Grüner brauen

Brewing greener beer

Das Brauwesen ist naturgemäß eine sehr energieintensive Branche. Deshalb ist die Paulaner Brauerei Gruppe schon seit vielen Jahren dabei, Ressourcen umweltschonend zu nutzen und Energie zu sparen. Das langfristige Ziel ist es, alle Brauereien der Gruppe klimaneutral zu bewirtschaften.

The brewing industry is inherently extremely energy intensive. That is why the Paulaner Brewery Group has for many years been making an effort to conserve energy and use resources in a way that is environmentally friendly. The long-term aim is for all the breweries in the group to become climate neutral.



25

Jahre ist es her, dass Auerbräu sich dem europäischen Umweltmanagement „Eco-Management and Audit Scheme“ (EMAS) verpflichtet hat. Demnach muss das Unternehmen nachweislich Ressourcen intelligent einsparen. Damals war die Rosenheimer Brauerei die erste bundesweit, die ökologische und soziale Standards zur Grundlage ihres Wirtschaftens machte.

Seit 2019 sind alle Standorte der Brauereigruppe EMAS-zertifiziert. Das Umweltmanagementsystem gilt heute als Basis für alle nachhaltigen Projekte und Initiativen der Brauereigruppe.

25 years ago Auerbräu registered with the European Eco-Management and Audit Scheme (EMAS), which means that the company has to demonstrate that it is conserving resources in an intelligent manner. Back then, the brewery in Rosenheim was the first brewery nationwide to use ecological and social standards as the basis for its business operations. By 2019, all the breweries in the brewery group had been EMAS-certified. Today, the environmental management system provides the basis for all the brewery group's sustainability-related projects and initiatives.



2022

war das Auftaktjahr für die Wende in Sachen Ökostrom. Sowohl Auerbräu aus Rosenheim als auch die Privat-Brauerei Schmucker im Odenwald sind – passend auch zu ihrem Sortiment an Biobieren – komplett auf Strom umgestiegen, der mittels regenerativer Energiequellen wie Wind, Wasser und Sonne erzeugt wurde. Im kommenden Jahr sollen alle anderen Brauereien ebenfalls Ökostrom beziehen. Insgesamt kann die Brauereigruppe so 11.500 Tonnen CO₂ im Jahr einsparen.

2022 was the year in which the shift toward green energy began. Both the Auerbräu brewery in Rosenheim and the Privat-Brauerei Schmucker in Odenwald have – in keeping with their range of organic beers – switched to using only electricity generated from renewable sources of energy such as wind, water and sun. It is intended that all the other breweries also change to green electricity in the coming year. This will allow the brewery group to save a total of 11,500 tons of CO₂ per year.



3,2 hl

Wasser pro Hektoliter Bier benötigt die Paulaner Brauerei an ihrem neuen und nach modernen Standards funktionierenden Standort in Langwied über den gesamten Produktionsprozess hinweg. Das ist ein Hektoliter weniger als noch am alten Standort und bedeutet eine beträchtliche Einsparung. Gerade Wasser ist ein wichtiger und zunehmend knapper werdender Rohstoff bei der Bierproduktion. Deshalb werden in Langwied auch Abwässer in einer eigenen Kläranlage wiederaufbereitet. Sie sollen absehbar auch wiederverwendet werden.

3.2 hl of water per hectoliter of beer are required at the Paulaner brewery's new brewery in Langwied, which operates in compliance with the latest standards throughout the production process. This is one hectoliter less than at the old brewery and represents a considerable savings. Water in particular is an important and increasingly scarce raw material needed for brewing beer. Which is why wastewater is being recycled at Langwied's very own wastewater treatment plant. It is intended that this water be reused in the foreseeable future.



54%

ihres Strombedarfs kann die Brauerei-gruppe künftig durch regenerative Energie gewinnen. Wesentlich dafür ist unter anderem die Installation von Photovoltaikanlagen auf Dachflächen an allen Standorten selbst decken. Die Investition in die dezentrale Gewinnung von Energie aus Sonnenlicht ist seit 2022 beschlossene Sache. Die Vorhut bilden die Paulaner Brauerei in Langwied, Schmucker im Odenwald, Auerbräu in Rosenheim und Hopf in Miesbach.

54% of the electricity required by the brewery group will in the future be generated using renewable energies. A key element is the installation of photovoltaic systems on the roofs of all the breweries. The decision to invest in the decentralized production of solar energy was made in 2022. The Paulaner brewery in Langwied, Schmucker in Odenwald, Auerbräu in Rosenheim and Hopf in Miesbach are leading the way.



100%

Natürlichkeit und die Konzentration auf Mehrwegflaschen sind nur zwei Gründe, warum Mönchshof Brau-Spezialitäten und Bad Brambacher das Green-Brand-Label verliehen bekommen haben. Die Validierung findet alle zwei Jahre statt und betrifft den gesamten Produktionsprozess – von der Verwendung regional erzeugter Rohstoffe bis hin zum sparsamen Umgang mit natürlichen Ressourcen wie Wasser beispielsweise. Die beiden Marken der Kulmbacher Brauerei tragen das Siegel für ökologisch nachhaltig erzeugte Produkte bereits seit 2015.

100% natural ingredients and focus on returnable packaging are just two reasons why Mönchshof specialty beers and Bad Brambacher have been awarded the Green Brand label. The validation process is performed every two years and encompasses the entire production process – from the use of regionally produced raw materials to the economical use of natural resources, such as water for example. The two Kulmbacher brewery brands were first awarded this quality seal for ecologically sustainable products in 2015.

2022 auf einen Blick

2022 at a glance

SOMMERLICHE WEISSBIERVARIANTE SUMMER WHEAT BEER VARIANT



Das Paulaner-Weißbiersortiment bekam auch 2022 Zuwachs: Die Leichte Weiße schmeckt genauso frisch wie das Original und hat dabei nur 3,4 Prozent Alkohol. „Die 30 Prozent weniger Alkohol verleihen dem Bier Leichtigkeit im Trinkerlebnis – perfekt für die warme Jahreszeit“, erklärt Christian Dahncke, Erster Braumeister der Paulaner Brauerei. Die dezent hopfenbittere Note und der leicht erhöhte CO₂-Anteil machen die Leichte Weiße erfrischend spritzig. Das neue Bier ist vorwiegend in Süddeutschland erhältlich.

Paulaner's range of wheat beers was again expanded in 2022: Leichte Weiße tastes just as fresh as the original but has an alcohol content of only 3.4 percent. "The fact that it contains 30 percent less alcohol makes for a beautifully light drinking experience – perfect for the warm months of the year," says Christian Dahncke, Paulaner brewery's chief master brewer. The fine hop bitter note and the slightly higher volume of CO₂ make the light wheat beer refreshingly tangy. The new beer is primarily available in southern Germany.

LEGENDEN UNTER SICH LEGENDS AMONG LEGENDS

Schon länger ist Paulaner Partner der FC Bayern Legends. Zu der Mannschaft gehören Fußballlegenden wie Lothar Matthäus, Bixente Lizarazu oder Alexander Zickler. Seit 2022 ist die Brauerei offizieller Haupt- und Trikotsponsor. Im gleichen Jahr wurde auch Stefan Effenberg Teil dieser legendären Mannschaft.

Paulaner has been partner to the FC Bayern Legends for a number of years. The team includes soccer legends like Lothar Matthäus, Bixente Lizarazu and Alexander Zickler. The brewery has been official main sponsor and football shirt sponsor since 2022, the year Stefan Effenberg joined the team.



KULMBACHER BRAUEREI AUF REKORDKURS KULMBACHER BREWERY ON COURSE FOR A RECORD



Das Markenzeichen der Mönchshof-Biere ist der „Plopp“. Die Brauspezialitäten mit dem Bügelverschluss stehen deutschlandweit in diesem Segment an erster Stelle, der Marktanteil steigt ständig. Deshalb hat die Kulmbacher Brauerei 2022 in eine hochmoderne Abfüllanlage für Bügelverschluss-Flaschen investiert. Bis zu 52.000 Flaschen können hier pro Stunde abgefüllt werden – ein Weltrekord. Die neue Anlage ist aber nicht nur besonders leistungsstark, sie verfügt auch über technische Details, die bislang nur in der Kulmbacher Brauerei zum Einsatz kommen.

The trademark of the Mönchshof brewery's beers is the "plop" sound the swing-top bottles make when opened. The specialty brews rank first in this segment throughout Germany and their market share is increasing steadily. Which is why the Kulmbacher brewery invested in a state-of-the-art filling line for swing-top bottles in 2022. It is able to fill up to 52,000 bottles per hour – a world record. The new filling line is not only high powered, it also boasts technical features that have only been deployed at the Kulmbacher brewery to date.

GENUSS FÜR DEN GARTEN
PLEASURE FOR THE GARDEN

Genuss gern – aber bitte möglichst natürlich und hochwertig. Die Garten-Limonaden von Bad Brambacher sind speziell auf die Vorlieben der heutigen Konsumenten zugeschnitten. 2022 wurde das Sortiment um die Geschmacksrichtung „Schwarze Johannisbeere“ erweitert. Das Erfolgsrezept ist indes gleich geblieben: natürliches Mineralwasser, feiner Fruchtsaft, natürliche Süße und der Verzicht auf künstliche Zutaten.

Always a pleasure – with numerous high-quality, natural ingredients. Bad Brambacher's Garten-Limonade-brand soft drinks accommodate the preferences of today's consumers. A blackcurrant-flavored soft drink was added in 2022. The recipe for success, however, remains the same: natural mineral water, fruit juice, natural sweetness and no of artificial ingredients.



EIN TAG WIE KEIN ANDERER
A DAY LIKE NO OTHER

Der Brauertag Ende Juli 2022 war für 35 Münchner Jungbrauer*innen ein ganz besonderer Tag. Im festlichen Rahmen wurden sie gemäß jahrhundertalter Tradition vom Münchner Oberbürgermeister Dieter Reiter öffentlich „freigeschlagen“. Dabei leisteten sie einen Eid, in dem sie sich zur Einhaltung des Reinheitsgebots verpflichteten. Die Paulaner Brauerei war mit insgesamt fünf Jungbrauer*innen zugegen, die zwischen 2020 und 2022 die Ausbildung abgeschlossen haben. Der Festakt für das Braugewerbe findet alle zwei Jahre statt.

Brewers' Day (Brauertag) at the end of July 2022 was a special day for 35 freshly-minted Munich brewers. In accordance with tradition, the apprentice brewers were symbolically "set free" at the end of their training by Munich's mayor Dieter Reiter. They also pledge to adhere to the "Reinheitsgebot". Five young brewers from the Paulaner brewery who had completed their training between 2020 and 2022 were in attendance.



TOP BEI BIERMIXGETRÄNKEN
TOP BEER-BASED MIXED BEVERAGES

Paulaner ist eine „Top-Marke“. Das bestätigte abermals die Lebensmittel Zeitung, die die Brauerei 2022 in der Kategorie „Biermixgetränke“ für Paulaner Weißbier-Zitrone 0,0%, Paulaner Natur Radler und Natur Radler Alkoholfrei ausgezeichnet hat. Die renommierte Auszeichnung erhält, wer die meisten Marktanteile gewonnen hat, eine positive Umsatzentwicklung verzeichnen sowie gleichbleibend hohe Käuferzahlen aufweisen kann. Bewertet werden die potenziellen „Top-Marken“ anhand des GfK-Consumer-Scans, der die Einkäufe von 30.000 Haushalten in Deutschland erfasst und analysiert.

Paulaner is a "Top Brand". This was confirmed by Lebensmittel Zeitung, which bestowed this designation on Paulaner Weißbier-Zitrone 0.0%, Paulaner Natur Radler and Natur Radler Alkoholfrei in the category "Beer-based Mixed Beverages". This prestigious designation is awarded to companies that have gained the largest market share, recorded a growth in sales and boast a consistently high number of customers. Potential "Top Brands" are evaluated using a GfK Consumer Scan, which records and analyzes the purchases in 30,000 households in Germany.



Kennzahlen Getränke*

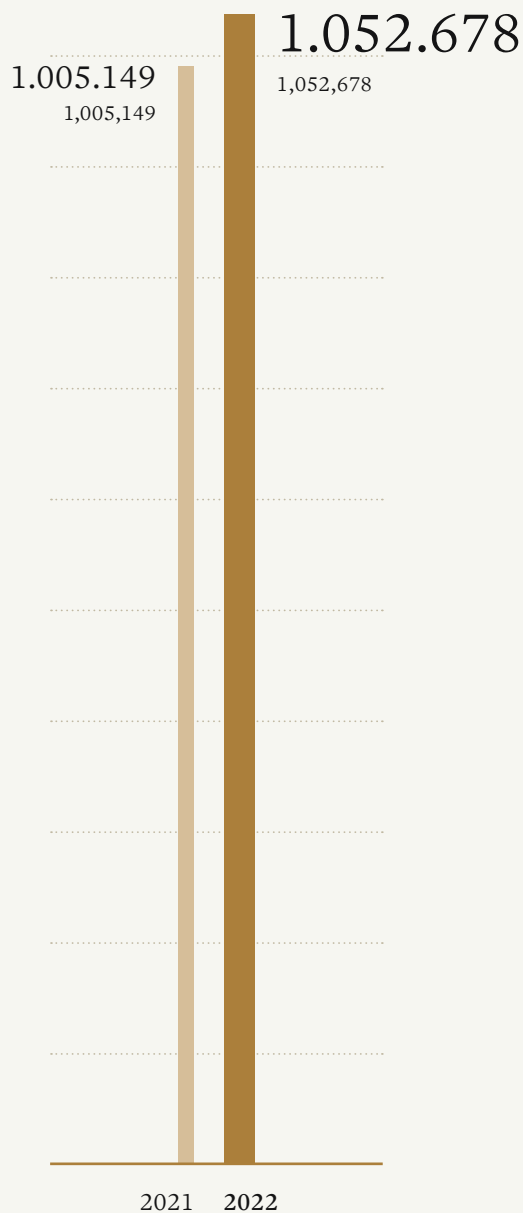
*Key figures Beverages**

BILANZSUMME

IN TEUR

BALANCE SHEET TOTAL

IN EUR '000

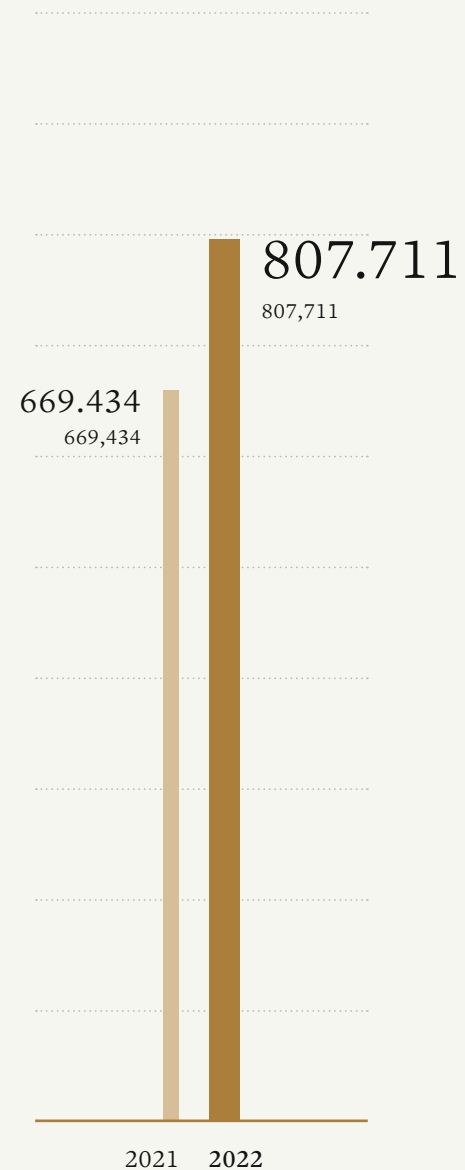


UMSATZ

IN TEUR

REVENUES

IN EUR '000



Es geht nach oben: Die Richtung zeichnete sich bereits 2021 ab – und hat sich 2022 weiter stabilisiert. Die Zahlen des vergangenen Jahres belegen, dass sich die Getränkesparte des Unternehmens eindeutig auf einem stabilen Wachstumskurs befindet. Dafür sprechen die beachtliche Bilanzsumme, der signifikant gestiegene Umsatz und ein abermaliges Plus beim Getränkeausstoß. Ein schöner Erfolg: Gegen den allgemein rückläufigen Markttrend für das Traditionsgetränk wurden 2022 auch insgesamt 413.000 Hektoliter mehr Bier gebraut als im Vorjahr.

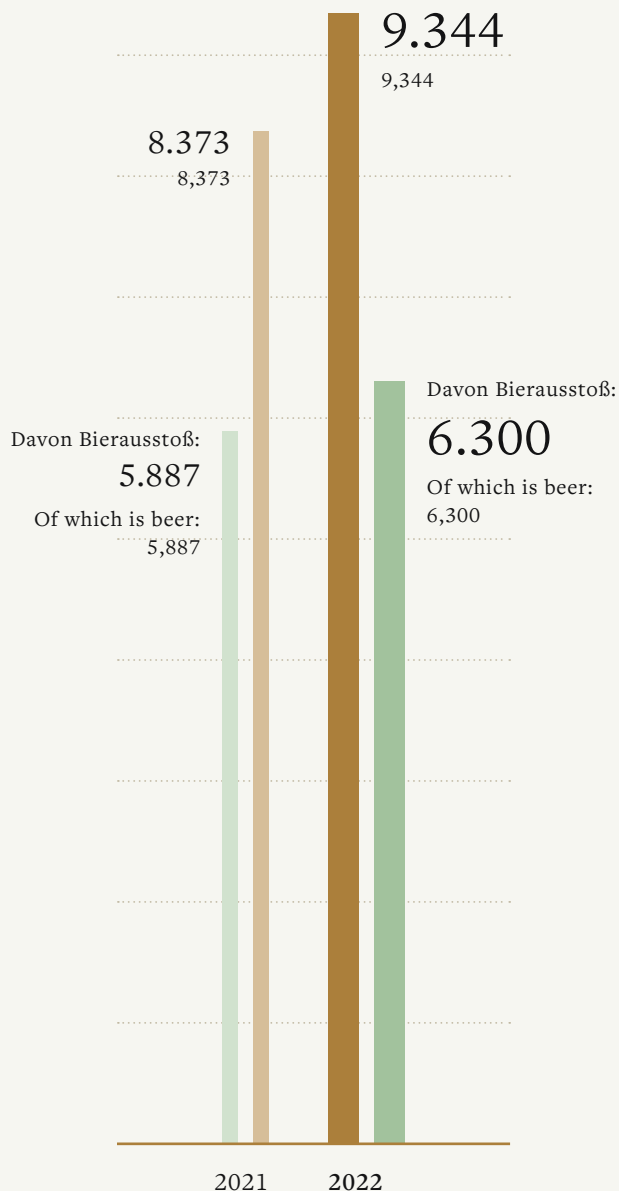
Growth trajectory: The direction was already apparent in 2021 – and stabilized further in 2022. The figures for the past year indicate that the Schörghuber Group's Beverages division is clearly enjoying steady growth. The sizeable balance sheet total, the significant increase in sales and a further rise in beverage production attest to this fact. A major success: Bucking the generally downward trend in the market for this traditional beverage, a total of 413,000 hectoliters more beer were brewed in 2022 than in the previous year.

GETRÄNKEAUSSTOSS

IN THL

BEVERAGE PRODUCTION

IN THL



MITARBEITER*INNEN

ABSOLUT NACH HGB

EMPLOYEES

ABSOLUTE ACCORDING TO HGB



2.386

2,386

(2021: 2.439)

(2021: 2,439)

PERSPEKTIVE ZUKUNFT

Ventisqueros trägt als Lachszuchtbetrieb eine besondere Verantwortung für Mensch und Natur. Deshalb ist der Innovationsdrive in dem Unternehmen besonders ausgeprägt: Digitalisierung, soziales Engagement in den umliegenden Gemeinden und nachhaltige und umweltschonende Produktionsprozesse werden bei Ventisqueros ständig optimiert – und manchmal sogar revolutioniert.

Perspective on the future – As a salmon farming company, Ventisqueros bears a special responsibility for people and nature. That is why the company's innovation drive is so strong. At Ventisqueros, digitalization, social commitment to the surrounding communities, and sustainable and environmentally friendly production processes are continually being optimized – and sometimes even revolutionized.



Seafood

Seafood

Unter den Spitzenreitern: Productos del Mar Ventisqueros zählt zu den zehn größten Unternehmen der chilenischen Lachszuchtindustrie. Das Unternehmen bildet innerhalb der Schörghuber Gruppe den Bereich Seafood ab. Ein Bereich, der sich aus guten Gründen auf ganzer Linie und mit Erfolg einem sozial-ökologischen Wachstumskurs verschrieben hat (Seite 52). Diese Unternehmenskultur wirkt nach außen und nach innen: So können sich alle Mitarbeiter*innen in der neu gegründeten Ventisqueros-Akademie weiterbilden (Seite 58). Dass die vielfältigen Bemühungen des Unternehmens Früchte tragen, zeigen nicht nur die positiven Geschäftsergebnisse, sondern auch die renommierten Auszeichnungen, die Ventisqueros im vergangenen Jahr zuteil wurden (Seite 61).

A market leader: Productos del Mar Ventisqueros is one of the ten largest companies in Chile's salmon farming industry. It is the operational arm of the Schörghuber Group's Seafood division. A division that for good reasons has committed itself in every respect and with success to socio-ecological growth (page 52). This corporate culture has an impact both externally and internally. For example, all the company's employees can further their education at the newly established Ventisqueros Academy (page 58). The fact that the company's numerous endeavors are bearing fruit is demonstrated not only by the positive business results but also by the prestigious awards that Ventisqueros received last year (page 61).



Wachsen mit Verantwortung

Responsible growth

Das chilenische Seafood-Unternehmen Ventisqueros sieht sein Geschäft im gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang und setzt deshalb auf eine ganzheitliche, sozial-ökologische und ethisch anspruchsvolle Wachstumsstrategie. Mit Erfolg.

The Chilean seafood company Ventisqueros views its business in the context of society as a whole and is therefore focused on implementing a holistic, socio-ecological and ethically ambitious growth strategy. And it is doing so with success.

In diesem frühen Stadium schwimmen die Lachse noch im Süßwasser. Erst ab circa 100 Gramm Körpergewicht sind sie groß genug für das Meer.

At this early stage, the salmon are still swimming in freshwater. When they reach a weight of approximately 100 grams, they are big enough for the ocean.

Ein Unternehmen, das ein Lebensmittel wie Lachs produziert, trägt eine besondere Verantwortung. Die Konsument*innen müssen sich darauf verlassen können, ein gesundes und hochwertiges Produkt zu essen, die Fische müssen artgerecht und umweltschonend aufgezogen und gehalten werden und die Mitarbeiter*innen müssen sich wertgeschätzt und sicher fühlen. Ein Unternehmen ist keine Insel, deshalb sind auch die kooperative Zusammenarbeit mit den Menschen in den umliegenden Gemeinden und der Schutz des sensiblen maritimen Ökosystems an der chilenischen Südküste so wichtig.

Bei Ventisqueros ist man sich dieser Verantwortung in allen Bereichen wohl bewusst. Sie prägt das Selbstverständnis des Unternehmens ebenso wie die Unternehmensstrategie. „Wachstum sollte ein Unternehmen in die Lage versetzen, ein ‚guter Bürger‘ zu sein und zum Gemeinwohl beizutragen“, sagt José Luis Vial, der seit 2016 bei Ventisqueros die Geschäfte führt. Dazu müsse das Unternehmen die Interessen aller Stakeholder*innen berücksichtigen, zu denen folglich nicht nur Aktio-

A company that produces a food-stuff like salmon bears a special responsibility. Consumers must be able to trust in the fact that they are eating a healthy and high-quality product, the fish have to be reared and kept in a manner that is not only appropriate to the species but also friendly to the environment, and the employees must feel valued and safe. A company is not an island, it is a part of a larger entity, which is why collaboration with the people in the surrounding communities and the protection of the sensitive maritime ecosystem on Chile’s southern coast are so important.

Ventisqueros is well aware of this responsibility in every aspect of its business. It not only shapes the company’s philosophy but also its corporate strategy. “Growth should make it possible for a company to be a ‘good citizen’ and contribute to the common good,” says José Luis Vial, who has been running the business at Ventisqueros since 2016. Companies must give due consideration to the interests of all the stakeholders, which means not only shareholders and customers but also suppliers and employees.

Die Digitalisierung macht es möglich: Die Aufzucht der Lachse wird rund um die Uhr per Kamera überwacht.
Digitalization makes it possible: The rearing of the salmon is monitored around the clock by camera.





Frauen an Bord

Das ist Jessica Ramirez. Als Center Assistant ist sie eine von insgesamt 45 Frauen, die auf den Pontons und damit direkt auf den Lachsfarmen auf See arbeiten. Für Ventisqueros ist Diversity auch in vermeintlichen Männerjobs nicht erst Thema, seit das Unternehmen 2022 die Vereinbarung für Gleichstellung, Integration und Geschlechtergerechtigkeit unterzeichnet hat. Vor neun Jahren heuerte die erste Frau auf den Pontons an. Die Teams auf den Schwimmplattformen selbst empfinden das Miteinander nach eigenen Aussagen als positiv und bereichernd.

Women on board – This is Jessica Ramirez. As a center assistant, she is one of a total of 45 women who work on the pontoons and thus directly on the salmon farms out at sea. At Ventisqueros, diversity, even in what are widely regarded as jobs for men, has not been an issue that has only addressed since the company signed an agreement regarding equal opportunities, integration and gender equity in 2022. The first woman to work on the pontoons was hired nine years ago. The teams on the floating platforms themselves all say that they find working together a positive and enriching experience.

Lachsleben

Die Zucht von Lachsen ist ein hochkomplexer Prozess. Jeder Schritt vom Ei bis zum fertigen Lachsprodukt auf dem Teller folgt seinen eigenen Regeln und Anforderungen. Ein Überblick.

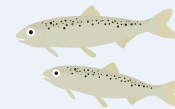
Salmon lifecycle – Farming salmon is a highly complex process. Each step from the egg to the finished salmon product served up on a plate has its own rules and requirements. An overview.



ERBRÜTEN DER EIER
INCUBATION OF THE EGGS

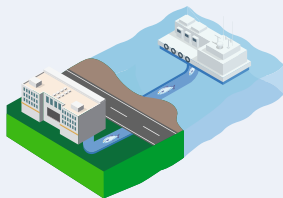


AUFZUCHT DER JUNGFISCHE
REARING OF THE FRY



SMOLTIFIKATION ZUM SALZWASSERFISCH
SMOLTIFICATION TO SEAWATER FISH

SÜSSWASSER FRESHWATER



TRANSPORT ZUR VERARBEITUNG
TRANSPORT TO PROCESSING



ERNTEN DER LACHSE
HARVEST OF THE SALMON

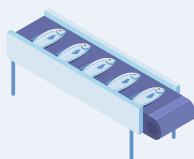


MAST IM ZUCHTBECKEN
GROW-OUT IN BREEDING TANK

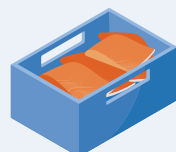


UMSIEDELUNG INS MEER
TRANSFER TO THE SEA

MEERWASSER SEAWATER



VERARBEITUNG DER FISCHE
PROCESSING OF THE FISH



VEREDELUNG DER PRODUKTE
REFINEMENT OF THE PRODUCTS



VERPACKUNG
PACKAGING



EXPORT UND TRANSPORT
EXPORT AND TRANSPORT



AUSLIEFERUNG AN DIE KUND*INNEN
DELIVERY TO THE CUSTOMERS

VERARBEITUNG PROCESSING

VERTRIEB SALES

när*innen und Kund*innen, sondern eben auch Lieferant*innen und Mitarbeiter*innen zählen.

Wachstum ist für Ventisqueros kein Selbstzweck, sondern eingebettet in eine ganzheitliche Unternehmensstrategie, die sich entlang von sechs verschiedenen strategischen Achsen als Basis für wirtschaftlichen Erfolg definiert. Diese Achsen sind das Geschäftsmodell selbst, die Umwelt, die Mitarbeiter*innen, die Gemeinschaft, Sicherheit und die hohen Produktionsstandards. In all diesen Bereichen will Ventisqueros kontinuierlich immer besser werden. „Jede Art von Wachstum, die nicht alle sechs Achsen berücksichtigt, ist für uns nur vorübergehend und damit nicht nachhaltig“, sagt Vial.

Damit Ventisqueros seinen hohen Ansprüchen entsprechend organisch wachsen kann, hat das Unternehmen in den vergangenen Jahren viel getan. Mehr als 100 Millionen US-Dollar wurden in diverse Projekte und Initiativen investiert. Davon profitierten die Verarbeitungsanlagen, in denen ein höherer Grad an Automatisierung erreicht wurde, und auch die Verwaltungsbüros wurden modernisiert. Der Löwenanteil wurde jedoch verwendet, um die Lachszucht selbst zu optimieren.

So hat Ventisqueros im vergangenen Jahr seine Pontonflotte modernisiert. Das Unternehmen verfügt nun über zehn hochmoderne Schwimmplattformen mit einer Kapazität von jeweils 500 Tonnen Futtermittel. Das macht Ventisqueros zum Vorreiter in maritimer Infrastruktur. Gleiches gilt für die Digitalisierung im Bereich der Lachsfütterung. Mittlerweile werden alle Atlantiklachs-farmen vom Firmensitz in Puerto Montt aus ferngesteuert mit Futter versorgt. Innovationen wie diese sind für Ventisqueros wichtige Wachstumstreiber und Garanten dafür, ganzheitlich wirtschaften zu können – in allen Phasen des Produktionsprozesses. Dazu gehört auch die Arbeit von Ventisqueros an pflanzenbasiertem und damit ökologisch verträglicherem Futtermittel für Lachse oder



»

**Jede Art von Wachstum,
die nicht alle sechs Achsen
berücksichtigt, ist für
uns nur vorübergehend und
damit nicht nachhaltig.**

«

JOSÉ LUIS VIAL

For Ventisqueros, growth is not an end in itself but an integral part of a holistic corporate strategy that is defined along six different strategic axes that provide the basis for economic success. These axes are the business model itself, the environment, the employees, the community, safety, and the high production standards. Ventisqueros intends to continually enhance its performance in all these areas. “As far as we’re concerned, any kind of growth that doesn’t give due consideration to all six axes is temporary and therefore unsustainable,” Vial says.

The company has done a lot in recent years to ensure that Ventisqueros is able to grow organically in line with the high standards it has set for itself. Over 100 million US dollars have been invested in a variety of different projects and initiatives. This benefited not only the processing plants, where a higher degree of automation was achieved, but also the administrative offices, which were modernized. The lion’s share, however, was used to optimize salmon farming itself.

Last year, for example, Ventisqueros modernized its fleet of pontoons. The company now has ten state-of-the-art floating platforms, each of which has a capacity for 500 tons of feed. This makes Ventisqueros a pioneer in maritime infrastructure. The same applies to digitalization in the context of feeding the salmon. All the farms where Atlantic salmon are raised are now supplied with feed remotely from the company’s headquarters in Puerto Montt. Innovations like these are important growth drivers for Ventisqueros and serve as a guarantee that they will be able to pursue a holistic approach – in all phases of the production process. This also includes the work that Ventisqueros is doing on plant-based, and thus more ecologically sustainable, feed for salmon and a new method of aerating the breeding facilities in Chaqueihua with oxygen (see interview).



Ventisqueros hat seine Pontonflotte modernisiert. Insgesamt wurden zehn neue Schwimmplattformen angeschafft.

Ventisqueros has modernized its fleet of pontoons. A total of ten new floating platforms have been purchased.

eine neue Methode zur Belüftung der Zuchtanlagen in Chaqueihua mit Sauerstoff (siehe Interview).

Doch der Erfolg eines Unternehmens basiert nicht nur auf dem Innenleben, sondern hängt auch von externen Faktoren ab. Und die sind im Bereich der Lachszucht oft nur schwer einzuschätzen. Das hat nicht zuletzt die Covid-19-Pandemie gezeigt, die zu einem Einbruch der weltweiten Nachfrage nach Lachs geführt hat. Außer mit Extremereignissen muss Ventisqueros auch mit den branchenüblichen Konjunkturschwankungen klarkommen. „Wir müssen die Volatilität der Märkte mit den Beschränkungen und Herausforderungen der Produktion in Einklang bringen“, erklärt Vial. Bei einem Produktionszyklus, der vom Ei bis zur Ernte der ausgewachsenen Lachse fast drei Jahre dauert, ist das nicht immer einfach.

Dabei hilft eine Mischung aus Flexibilität, einer großen Bandbreite an Optionen und einer gewissen Beharrlichkeit in der Entscheidungsfindung. Inzwischen ist Ventisqueros nachhaltig auf Erfolgskurs. Das Unternehmen wird absehbar 55.000 Bruttotonnen Lachs pro Jahr produzieren können – und damit das selbst gesteckte Ziel erreichen. Zum Vergleich: Als die Schörghuber Gruppe im Jahr 2011 Ventisqueros übernahm, waren es noch 22.231 Bruttotonnen. Auch was den Ertrag angeht, konnte das Unternehmen die Erwartungen erfüllen. So machte Ventisqueros in den vergangenen sechs Jahren 240 Millionen US-Dollar Gewinn vor Steuern und Zinsen – und hat somit auch eine neue Unternehmensgröße erreicht. Das Unternehmen tritt laut Vial jetzt in eine Phase der Konsolidierung ein. „Damit bleibt mehr Zeit und Raum, um noch effizienter zu arbeiten, neue Wege zu gehen und neue Produkte zu entwickeln“, sagt Vial. Will heißen: Ventisqueros wird nicht nachlassen, noch besser zu werden. ●

55.000

Bruttotonnen Lachs pro Jahr wird Ventisqueros absehbar produzieren können – und damit das selbst gesteckte Ziel erreichen.

55,000 gross tons of salmon per year will be produced by Ventisqueros in the foreseeable future – thus enabling it to achieve the target it has set for itself.

3

Jahre beträgt der Produktionszyklus vom Ei bis zur Ernte der ausgewachsenen Lachse.

3 years is the length of the production cycle from egg to the harvest of adult salmon.

The success of a company, however, is not only based on its inner workings but is also influenced by external factors. And these are often difficult to assess in the salmon farming industry. This was demonstrated to no small extent by the coronavirus pandemic, which led to a collapse in the global demand for salmon. In addition to extreme events, Ventisqueros also has to cope with the economic fluctuations that are common in the industry. “We have to achieve a balance between the volatility of the markets and the constraints and challenges of production,” says Vial. That is not always easy with a production cycle that takes almost three years from egg to the harvest of adult salmon.

What helps is a combination of flexibility, a wide range of options and a certain amount of tenacity when it comes to decision making. Ventisqueros is now on course for sustained success. It is expected that the company will be able to produce 55,000 gross tons of salmon per year – and thus achieve the target that it has set for itself.

By way of comparison, when the Schörghuber Group took over Ventisqueros in 2011, the figure was 22,231 gross tons. The company was also able to meet expectations in terms of earnings. In the past six years, Ventisqueros’ earnings before interest and taxes amounted to 240 million US dollars, thus enabling the company to soar to new heights in terms of size. As Vial sees it, the company is now entering a phase of consolidation. “There’s more time and energy to devote to working more efficiently, breaking new ground and developing new products,” says Vial. In other words, Ventisqueros will not cease in its effort to become even better. ●



Je volatil die Märkte für hochwertige Lachsprodukte sind, desto wichtiger ist eine klare Positionierung.

The more volatile the markets for high-quality salmon products are, the more important it is to take up a clear position.

Luft für Lachse

Air for salmon

Mit „O₂ Chaqueihua“ geht Ventisqueros bei der Belüftung von Lachsfarmen neue Wege. Das spart Geld, schont die Umwelt und hält die Fische gesund. Alexis Bolados, Betriebsleiter Farming, über die Vorteile des neuen Systems.

When it comes to the aeration of salmon farms, Ventisqueros is breaking new ground with “O₂ Chaqueihua”. It saves money, protects the environment and keeps the fish healthy. Alexis Bolados, farming operations manager, about the advantages of the new system.

Wozu wird in der Lachszucht Sauerstoff benötigt?

Die Konzentration von Sauerstoff im Wasser ist in der Lachszucht entscheidend. Nur wenn das Wasser einen ausreichend hohen Sauerstoffgehalt hat, bleiben die Fische gesund, können sich gut entwickeln und Futter besser aufnehmen. Um das sicherzustellen, führen wir allen unseren Becken und Gewässern ständig künstlich Sauerstoff zu.

Wie teuer ist diese Belüftung der Lachsfarmen mit Sauerstoff?

Auf jeden Fall ist der Sauerstoff ein nicht zu vernachlässigender Posten. Solange sich die Nachwuchslachse im Süßwasser bewegen, macht die Sauerstoffzufuhr bis zu zehn Prozent der Produktionskosten aus. Deshalb haben wir jetzt eine neue, sauerstoffsparende Anlage in den Smoltifizierungsfarmen in Betrieb genommen, wo sich die Lachse auf ein Leben im Meerwasser vorbereiten. Im kommenden Jahr wollen wir auch die übrigen Fischzuchtanlagen mit solchen Systemen ausstatten.

Wie genau funktionieren denn diese sauerstoffsparenden Anlagen?

Es handelt sich um kompakte Sauerstoffanlagen mit einer Gastrenntechnologie, wie sie beispielsweise auch im Bergbau oder in der Luftfahrt zum Einsatz kommen. Die Anlage gewinnt den für die Fischzucht benötigten Sauerstoff direkt aus der Atmosphäre. Dieser wird dann in der Anlage gespeichert und bei Bedarf dem Wasser in den Becken zugeführt. So sparen wir nicht nur Kosten, sondern sind auch bestens vorbereitet, sollte es zu Versorgungsengpässen kommen. Und wir können den Verkehr zu unseren Farmen reduzieren. Früher musste uns der Sauerstoff nämlich immer per Lkw geliefert werden.

»

Die Anlage gewinnt den für die Fischzucht benötigten Sauerstoff direkt aus der Atmosphäre.

«

ALEXIS BOLADOS



Why is oxygen needed for salmon farming?

The level of oxygen in the water is crucial when it comes to salmon farming. The fish can only remain healthy, develop well and maintain a good feed conversion ratio if the water has a sufficiently high level of oxygen. We constantly add oxygen to all our pools and pens to ensure that this is the case, thus protecting our stock against oxygen deficiencies during peak consumption and growth periods.

How expensive is this oxygen aeration of the salmon farms?

Oxygen is expensive and therefore definitely not an insignificant item of expenditure. As long as the young salmon are swimming in freshwater, the oxygen supply accounts for up to ten percent of the production costs. That is the reason why we have now put a new oxygen-saving aeration system into operation at the smoltification farms, i.e. the farms where the young salmon undergo a series of physiological changes in preparation for life in seawater. We intend to equip the remaining fish farms with this kind of system in the coming year.

How exactly does these oxygen-saving aeration work?

They are compact oxygen-supply systems that use gas separation technology, much like those used in the mining and aviation industries. The system extracts the oxygen needed for fish farming directly from the atmosphere. This is then stored in the system and added to the water in the pools as needed. This not only means that we can cut costs but also that we are well prepared should there be any supply bottlenecks. And we can reduce the volume of traffic to our farms. It used to be that oxygen always had to be delivered by truck.

Erfolg durch Bildung

Success through education

Ventisqueros hat Ende 2022 eine eigene Akademie ins Leben gerufen. Sie soll es allen Mitarbeiter*innen ermöglichen, sich ihren jeweiligen Bereichen entsprechend fortzubilden. Es gibt verpflichtende und freiwillige Angebote. An besonders verdiente Kolleg*innen vergibt die Akademie ausgesuchte Stipendien.

Ventisqueros launched its own academy at the end of 2022. It is intended to make it possible for all employees to receive appropriate training in their respective areas. There are mandatory and optional offerings. The academy also awards selected scholarships to particularly deserving colleagues.

„Stolz und dankbar“

Es war das schönste Gefühl seit langem, als ich meinen Eltern erzählen konnte, dass ich ein Stipendium bekommen habe. Ich werde nun „Physikalisches Asset- und Instandhaltungsmanagement“ an der Katholischen Universität von Chile studieren. Für mich als gelernten Maschinenbauer ist das die Gelegenheit, mich fachlich und auch persönlich weiterzuentwickeln. Ich bin kein gebürtiger Chilene. Durch das Vertrauen, das mir mein Arbeitgeber mit diesem Angebot entgegenbringt, ist auch mein Gefühl von Zugehörigkeit noch einmal gewachsen. Ich kann meinen Kollegen nur empfehlen, ihre Komfortzone zu verlassen, etwas zu wagen und sich ebenfalls zu bewerben. Ich jedenfalls bin stolz und dankbar.

ANDRÉS LEROY, 25, arbeitet seit mehr als zwei Jahren als Process Maintenance Planning Assistant bei Ventisqueros.

“Proud and grateful” – It was the best feeling that I had had in a long time when I was able to tell my parents that I had been awarded a scholarship that would allow me to do a course of study at a university. I'm now going to be studying Physical Asset and Maintenance Management at the Catholic University of Chile. As a trained mechanical engineer, this will provide me with an opportunity to develop both professionally and personally. I'm not a native Chilean. The trust that my employer has placed in me by offering me this opportunity has given me an even greater sense of belonging. I highly recommend that my colleagues leave their comfort zone, dare to be bold and apply as well. I, for one, am proud and grateful.

ANDRÉS LEROY, 25, has been working as a process maintenance planning assistant at Ventisqueros for over two years.



”

Es war das schönste Gefühl seit langem, als ich meinen Eltern erzählen konnte, dass ich ein Stipendium bekommen habe.

“

ANDRÉS LEROY



„Eine große Chance“

Ich wollte unbedingt studieren, war mir aber nicht sicher, welcher Studiengang der richtige für mich ist. Deshalb habe ich meine Chefin um Rat gefragt. Gemeinsam haben wir einen Studiengang gewählt, der sehr gut zu meiner Qualifikation als Lebensmittelingenieurin passt. Ich werde jetzt meinen Master in „Aquaculture Nutrition“ an der Universidad Austral in Chile machen. Ich hoffe, dass ich mein Wissen dann in einem strategisch wichtigen Forschungs- oder Innovationsprojekt bei Ventisqueros einbringen kann. Für mich ist das eine große Chance, zu zeigen, was in mir steckt. Aber ich muss auch zugeben: Wenn meine Chefin nicht so viel von mir erwartet hätte, wäre ich wahrscheinlich nicht so weit gekommen.

VIVIANA MACARENA ZÚÑIGA, 32, arbeitet seit fast drei Jahren als POS-Managerin bei Ventisqueros.

“A great opportunity” – I really wanted to go to university but I wasn't sure what course of study would be right for me. That's why I asked my boss for advice. Together we chose a course of study that is a good fit for my qualifications as a food engineer and will provide me with a new, or at least enhanced, set of skills. I'm now going to do my master's in Aquaculture Nutrition at the Universidad Austral in Chile. I hope that I can then apply what I learn in a strategically important research or innovation project at Ventisqueros. This is a great opportunity for me to show what I'm made of. But I also have to admit that if my boss hadn't had such high expectations of me, I probably wouldn't have gotten this far.

VIVIANA MACARENA ZÚÑIGA, 32, has been working as a POS manager at Ventisqueros for almost three years.

„An der Spitze der Veränderung“

Logistik und Lieferketten sind ein sehr dynamisches Geschäftsfeld. Wer in diesem Bereich tätig ist, muss den Entwicklungen am besten immer einen Schritt voraus sein und an der Spitze der Veränderung stehen. Nur so kann ein Unternehmen wie Ventisqueros nachhaltige und langfristige Prozesse entwickeln, um seine Ziele zu erreichen. Deshalb habe ich mich dafür entschieden, meinen Master in „Supply Chain Management and Logistics“ an der OBS Business School der Universität in Barcelona zu machen. Für mich ist Weiterbildung auch eine Frage der Wettbewerbsfähigkeit und eine Grundvoraussetzung für Erfolg. Das Studium gibt mir die Möglichkeit, die richtigen Entscheidungen im Hinblick auf Optimierung und Nachhaltigkeit zu treffen.

CRISTIAN EDUARDO JARA, 40, ist Wirtschaftsingenieur und arbeitet seit elf Jahren als Sourcing Advisor bei Ventisqueros.

“At the forefront of change” – Logistics and supply chains are a very dynamic area of business. The people who work in this field ideally need to stay one step ahead of developments and be at the forefront of change. It's the only way that a company like Ventisqueros can develop sustainable and long-term processes that will enable it to achieve its goals. That's why I decided to do my master's in Supply Chain Management and Logistics at the OBS Business School at the University of Barcelona. I believe that further education is also a question of competitiveness and a basic prerequisite for success. The course of study gives me the opportunity to make the right decisions with regard to optimization and sustainability.

CRISTIAN EDUARDO JARA, 40, is an industrial engineer and has been working as a sourcing advisor at Ventisqueros for eleven years.



2022 auf einen Blick

2022 at a glance

INVESTITION IN EINE STARKE FLOTTE INVESTMENT IN A STRONG FLEET

Mehr Kapazität, mehr Komfort und vor allem mehr Sicherheit: Ventisqueros hat 2022 die Erneuerung eines Großteils seiner Pontonflotte abgeschlossen. Insgesamt zehn dieser Schwimmplattformen aus Marinestahl hat das Unternehmen neu angeschafft. Die Pontons beherbergen nicht nur circa 20 Mitarbeiter*innen, sondern auch sensible Betriebsmittel – und müssen deshalb den neuesten Standards entsprechen, um Mensch und Natur nicht zu gefährden. Die neuen Pontons sind entsprechend sicher gebaut, komfortabler für die Mitarbeiter*innen und die Futtermittelkapazität hat sich um 400 Prozent erhöht.

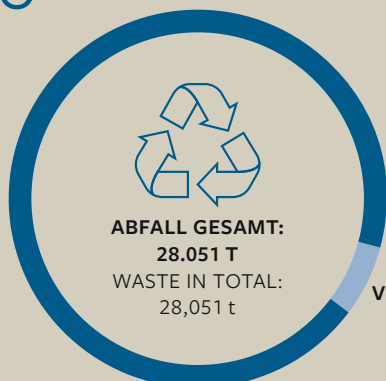
Greater capacity, greater comfort and – first and foremost – greater safety: Ventisqueros finished replacing a large part of its pontoon fleet in 2022. The company purchased a total of ten of these floating platforms, which are made of marine-grade steel. The pontoons not only accommodate around 20 employees but also sensitive equipment – and therefore have to comply with the latest standards to ensure that they do not pose a risk to either people or nature. The new pontoons are therefore very safe, offer employees greater comfort, and the feed capacity has increased by 400 percent.



KURS AUF KREISLAUFWIRTSCHAFT COURSE ON THE CIRCULAR ECONOMY

94%

WIEDER-
VERWERTETER
ABFALL
19.352 T
RECYCLED
WASTE
19,352 t



6%
NICHT
WIEDER-
VERWERTBARER
ABFALL
1.672 T
NON-RECYCLED
WASTE
1,672 t

Ventisqueros will bis 2026 keinen Müll mehr auf Deponien entsorgen. Auch im Jahr 2022 ist das Unternehmen diesem Ziel wieder einen Schritt näher gekommen. Es geht darum, nicht nur Müll zu vermeiden, sondern unvermeidbaren auch wiederzuverwerten. Insgesamt konnten 60 Tonnen Karton und Papier für die Produktion neuer Materialien bereitgestellt und 297 Tonnen Plastik recycelt werden. 620 Tonnen dehydrierte Abwässer konnten in einer speziellen Kompostieranlage wiederaufbereitet und 7.800 Liter Maschinenöl zu alternativen Kraftstoffen umgewandelt werden.

Ventisqueros wants to stop sending waste to landfills by 2026. In 2022, the company once again came one step closer to achieving this goal. The aim is to not only avoid creating waste but to also recycle it. A total of 60 tons of cardboard and paper were collected and made available for the production of new materials and 297 tons of plastic were recycled. 620 tons of dehydrated wastewater sludge were recycled in a special composting system, and 7,800 liters of machine oil were converted into alternative fuels.

DIGITALES LEUCHTTURMPROJEKT
DIGITAL SHOWCASE PROJECT

Die digitale Transformation ist in vollem Gange: Mit der schrittweisen Einführung des neuen Systems „VQ Ultimate“ will Ventisqueros seinen Anspruch, die Produktionskette transparent zu machen. Um die Rückverfolgbarkeit vom Ei bis zum Versand gewährleisten zu können, kommen speziell für die Branche konzipierte Aufzeichnungs- und Produktionskontrollsysteme zum Einsatz. Die so gesammelten Daten aller Produktionsschritte werden der zuständigen Behörde übermittelt. Auch bei Kundennachfragen kann das Unternehmen dann Auskunft erteilen.

The digital transformation is in full swing: Ventisqueros intends to realize its ambitious aim of creating a transparent production chain with the gradual introduction of the new “VQ Ultimate” system. Data collection and production control systems designed specifically for the salmon farming industry are used to ensure traceability from egg through to shipment of the end product. The data collected from all the steps in the production process are transferred to the relevant authority. It also means that the company can provide information in response to customer queries.

AUSGEZEICHNETES ENGAGEMENT
AWARD-WINNING COMMITMENT



„
**Die Auszeichnung hat unser
großes soziales Engagement
und unsere Bemühungen
im Bereich Nachhaltigkeit für
die ganze Branche sichtbar
gemacht.**

“
MIQUEL COLOMER
LEITER SOCIAL GOVERNANCE

Im November 2022 erhielt Ventisqueros beim Aqua Forum einen Award für sein gemeinschaftliches Engagement. Der Preis ist eine wichtige Anerkennung des sozialen Anspruchs des Unternehmens. Im Fokus stand für die Jury die Initiative „Fondo Emprrende Ventisqueros“. In dem Kooperationsprojekt arbeiten öffentliche, private und soziale Akteur*innen zusammen, um kleine und kleinste Unternehmen zu unterstützen. Dabei geht es nicht nur um Geld. Ventisqueros bietet auch Schulungen und technische Ausrüstung an. So soll sichergestellt werden, dass sich die Start-ups langfristig am Markt etablieren können.

In November 2022, Ventisqueros was honored with an award for its collective engagement at the Aqua Forum. The award is an important acknowledgment of the company’s social commitment. Of prime interest to the jury was the company’s “Fondo Emprrende Ventisqueros” initiative. In this cooperation project, public, private and social actors work together to support small and micro enterprises. It is not just about money. Ventisqueros also offers training and technical equipment. The aim is to ensure that start-ups can establish themselves on the market in the long term.

ETHIK UND BUSINESS: VENTISQUEROS WIRD DEN EIGENEN ANSPRÜCHEN GERECHT
ETHICS AND BUSINESS: VENTISQUEROS LIVES UP TO ITS OWN STANDARDS



Von links nach rechts (from left to right): Andreas Kotronakis, FGE Development Assistant Manager; Agustín Waidele, Ventisqueros Communications Director; Franz Scherter, Ventisqueros Controller und Compliance Officer; José Guzmán, FGE Director; Priscila Cabrera, FGE Development Manager.

Ventisqueros will mit gutem Beispiel vorangehen, wenn es um eine faire, respektvolle und integre Unternehmenskultur geht. Deshalb hat das Unternehmen ein umfassendes Compliance- und Integritätsprogramm eingeführt. Es gibt Schulungen, Meldesysteme und verschiedene Projekte, um die eigenen Werte auch im Unternehmen erfahrbar zu machen und zu leben. Dass dies immer besser gelingt, zeigt die Auszeichnung für organisatorische Integrität, die Ventisqueros 2022 von der „Fundación Generación Empresarial“ verliehen wurde. Für den Preis wird anhand eines „Wertebarmeters“ evaluiert, wie nah Worte und Taten beieinanderliegen.

Ventisqueros wants to lead by example in terms of a corporate culture that embodies the values fairness, respect and integrity. That is why the company has implemented a comprehensive compliance and integrity program. It comprises training courses, reporting systems and various projects that enable employees to also apply and share their own values within the company. Its increasing success is demonstrated by the award for organizational integrity that Ventisqueros received in 2022 from the “Fundación Generación Empresarial”. The award is based on a “values barometer” that is used to evaluate the gap between words and deeds.

Kennzahlen Seafood*

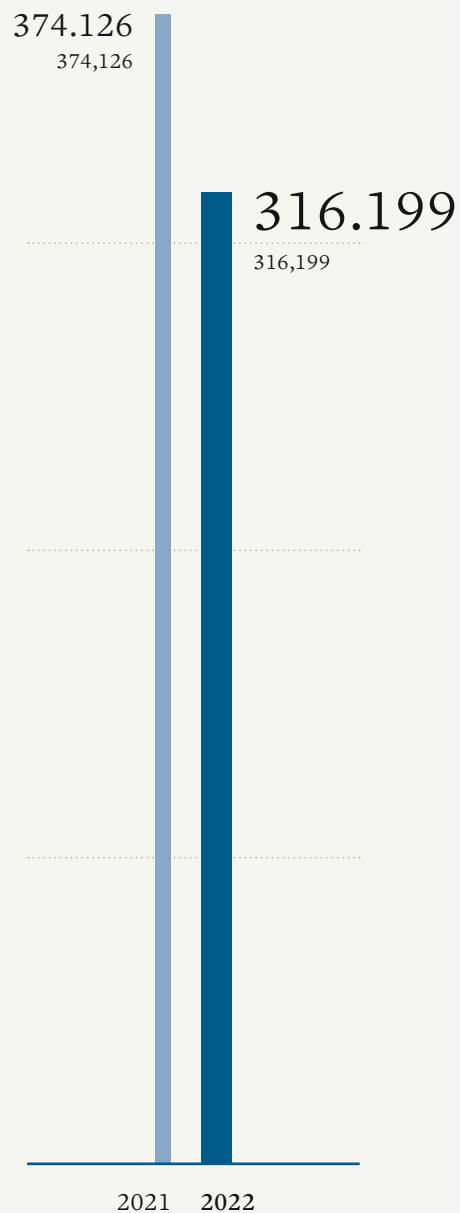
*Key figures Seafood**

BILANZSUMME

IN TUSD

BALANCE SHEET TOTAL

IN USD '000

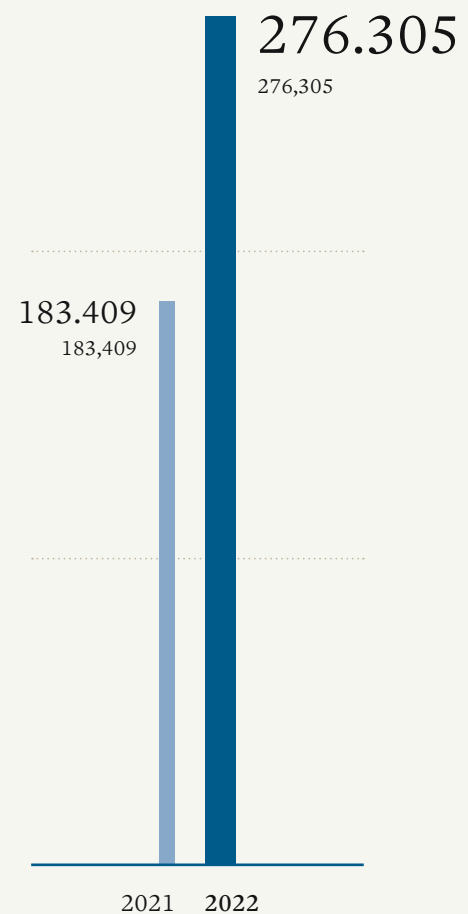


UMSATZ

IN TUSD

REVENUES

IN USD '000

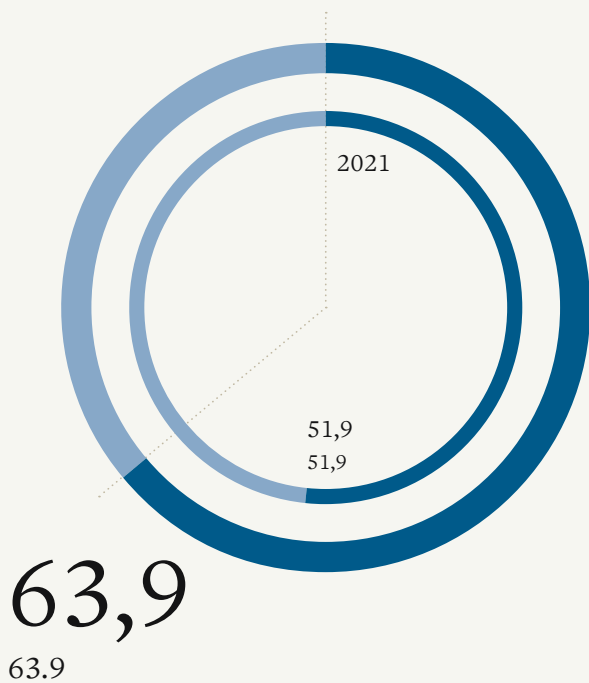


* *Productos del Mar Ventisqueros S.A.*

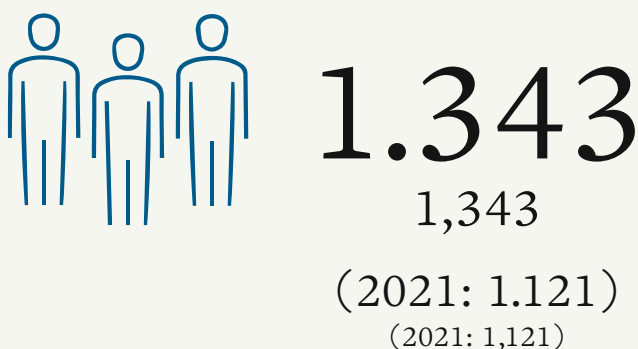
Seit die Schörghuber Gruppe Ventisqueros vor zwölf Jahren übernommen hat, ist Ventisqueros stetig und gesund gewachsen. Die Investitionen beginnen sich nun zu amortisieren, das Unternehmen tritt in die Phase der Konsolidierung ein. Das zeigt sich auch an den Umsätzen, die im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen sind. Auch die Eigenanteilsquote hat sich signifikant erhöht. Dadurch kann Ventisqueros seinen Bedarf an Vermögenswerten mit weniger Schulden finanzieren. Dass die Bilanzsumme rückläufig ist, lässt sich hauptsächlich auf die Rückzahlung von Schulden aufgrund der guten Ergebnisse im Jahr 2022 zurückführen.

Ventisqueros has enjoyed steady and healthy growth ever since the Schörghuber Group took over the company twelve years ago. The investments are now starting to pay off and the company is entering the consolidation phase. This is also reflected in the revenues, which have increased significantly compared to the previous year. There has also been a marked increase in the equity ratio. This makes it possible for Ventisqueros to finance its asset requirements with less debt. The fact that the balance sheet total decreased can be attributed primarily to the repayment of debt due to the good results achieved in 2022.

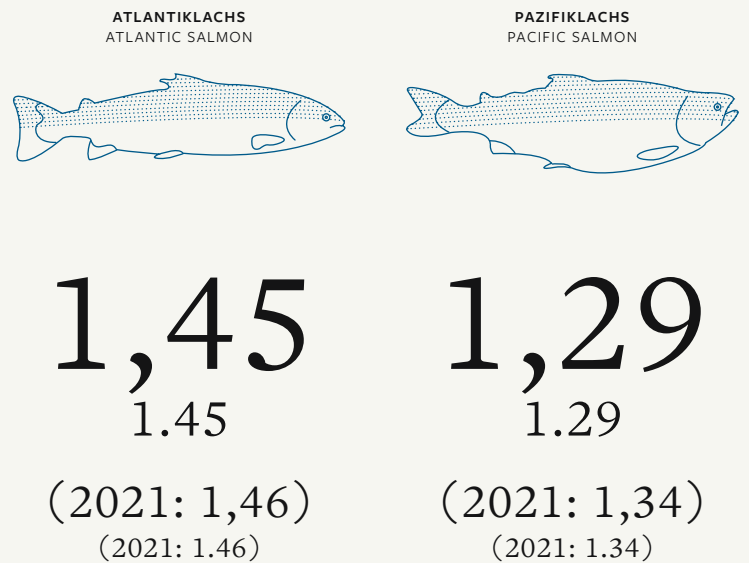
EIGENKAPITALQUOTE IN %
EQUITY RATIO IN %



MITARBEITER*INNEN ABSOLUT NACH HGB
EMPLOYEES ABSOLUTE ACCORDING TO HGB



FEED CONVERSION RATIO (FCR, BIOLOGISCH)
FEED CONVERSION RATIO (FCR, BIOLOGICAL)



FORAGE FISH DEPENDENCY RATIO (FFDR)
FORAGE FISH DEPENDENCY RATIO (FFDR)



HANDWERKSKUNST

Maßgeschreinerte Naturholzmöbel und handgewebte Stoffe, inspiriert von der lokalen Handwerkskunst: Die mallorquinische Tradition war das Leitmotiv bei der Neugestaltung von 100 Zimmern im Castillo Hotel Son Vida. Das Schlosshotel, dessen Historie bis ins 13. Jahrhundert zurückreicht, ist eines von drei Luxus-hotels der Arabella Hospitality auf der Baleareninsel.

CRAFTSMANSHIP – Custom-made natural wood furniture and hand-woven fabrics inspired by local craftsmanship: Mallorca's rich and flourishing tradition of craftsmanship was the principle guiding the redesign of 100 rooms at Castillo Hotel Son Vida. The castle hotel, which dates back to the 13th century, is one of Arabella Hospitality's three luxury hotels on the Balearic island.



Hotel

Hotels

Die Arabella Hospitality führt als Betreibergesellschaft 17 konzern-eigene oder angemietete Häuser in Deutschland, Österreich, der Schweiz und auf Mallorca sowie elf Golfplätze unter der Dachmarke Arabella Golf. Die Hotels werden unter den bekannten Marriott-Marken wie St. Regis, The Luxury Collection, Westin, Sheraton, Four Points by Sheraton, Aloft und Autograph Collection betrieben; dazu kommen zwei Häuser unter der Eigenmarke Arabella Resorts und, ab 2023 bzw. 2024, zwei Ultra-Luxury-Hotels der Edelmarke Rosewood (Seite 70). Im Jahr 2022, nach Ende der Pandemie und Aufhebung der Reisebeschränkungen, kehrten die Gäste vielerorts schneller zurück als erwartet – auch in Geschäftshotels wie das komplett sanierte Westin Grand Frankfurt (Seite 74). CEO Karl-Heinz Pawlizki zieht nach seinem ersten Jahr im Amt eine positive Bilanz – und stellt die drei Säulen der Wachstumsstrategie vor (Seite 66).

In its role as an operating company, Arabella Hospitality assumes responsibility for 17 group-owned or leased hotels in Germany, Austria, Switzerland and on Mallorca, as well as eight golf courses bundled under the umbrella brand Arabella Golf. The hotels are operated under the renowned Marriott brands St. Regis, The Luxury Collection, Westin, Sheraton, Four Points by Sheraton, Aloft and Autograph Collection. They are joined by two Arabella Resort-brand hotels and, from 2023 and 2024 respectively, two ultra-luxury hotels operated under the premium Rosewood brand (page 70). In 2022, once the coronavirus pandemic had come to an end and travel restrictions had been lifted, guests returned faster than expected in many places – including business hotels like the Westin Grand Frankfurt, which has been completely refurbished (page 74). CEO Karl-Heinz Pawlizki paints a positive picture following his first year in office – and presents the three pillars underpinning the growth strategy (page 66).



„Wir haben in der Branche nach der Krise mehr Qualität.“

“Quality in the industry improved following the crisis.”

Nach seinem ersten Jahr im Amt als CEO der Arabella Hospitality zieht Karl-Heinz Pawlizki Bilanz. Ein Gespräch über die Rückkehr der Gäste, die guten Seiten der Krise und die drei Säulen der neuen Wachstumsstrategie.

Karl-Heinz Pawlizki takes stock following his first year as CEO of Arabella Hospitality. A conversation about the return of guests, the upside of the crisis and the three pillars of the new growth strategy.

Sie sind seit 1. Januar 2022 an der Spitze der Arabella Hospitality. Wie war Ihr erstes Jahr?

Sicher nicht langweilig. Ich musste erstmal alles kennenlernen: unser Team, unsere Hotels und die Direktoren unseres großen Partners Marriott. Und natürlich unsere Schwesterunternehmen Bayerische Hausbau und Paulaner Brauerei Gruppe, mit denen wir eng zusammenarbeiten.

Wie sehr stand das Jahr noch unter dem Zeichen der Covid-19-Krise?

Das erste Quartal war noch schwach, aber Ostern brachte die Kehrtwende: Mit dem Ende vieler Maßnahmen kamen die Buchungen zurück. Bei Kurztrips und Städtereisen war die Nachfrage höher als je zuvor. Auch das Konferenzgeschäft in den Businesshotels lief wieder an, schneller als erwartet. Da hat man gemerkt, dass es den Menschen eben doch nicht genügt, sich nur auf dem Bildschirm zu sehen.

Die Gäste kamen zurück – das Personal auch?

Das war die vielleicht größte Herausforderung. In der Krise haben viele Mitarbeiter die Branche gewechselt. Aber seit Ende 2022 kommen die Angestellten und auch die Auszubildenden wieder zurück – jedenfalls zu Arbeitgebern mit guter

Luxuriös: The St. Regis Mardavall Mallorca Resort (links). Zuversichtlich: Karl-Heinz Pawlizki (unten), seit 1. Januar 2022 CEO der Arabella Hospitality SE.

Luxurious: The St. Regis Mardavall Mallorca Resort (left). Confident: Karl-Heinz Pawlizki (below), CEO of Arabella Hospitality SE since 1 January 2022.



»
Auch das Konferenzgeschäft in den Businesshotels lief wieder an, schneller als erwartet. Da hat man gemerkt, dass es den Menschen eben doch nicht genügt, sich nur auf dem Bildschirm zu sehen.

«
KARL-HEINZ PAWLIZKI

You have been at the helm of Arabella Hospitality since 1 January 2022. How was your first year?

It certainly wasn't boring. I first of all had to familiarize myself with everything: our team, our hotels and the directors of our big partner, Marriott. And of course our sister companies Bayerische Hausbau and Paulaner Brewery Group with which we collaborate closely.

To what extent was the year still impacted by the coronavirus crisis?

The first quarter remained weak, but at Easter things took a turn for the better. The lifting of numerous restrictions meant that bookings bounced back. The demand for short breaks and city trips was higher than ever before. Conferences at the business hotels also increased in number faster than expected. It became clear that people were tired of only seeing each other on a screen.

The guests returned, but did the staff return too?

That was perhaps the biggest challenge. During the crisis, a great many employees started working in other industries. But as from the end of 2022, not only employees but also trainees have been returning – at least to employers that have a good corporate culture and solid values and who treat their employees fairly.

Did the crisis also have an upside?

I think so. Prior to the pandemic, the market was totally overheated, and focus was often only placed on growth and returns. Hotels were full and the cost of leaseholds increased enormously. It was almost like the Gold Rush. The crisis has now brought us a bit closer to normality. We have fewer innovations in the industry today but a higher level of quality.

You celebrated two openings in 2022.

The Westin Grand Frankfurt reopened in June (see page 74) following top-to-bottom renovation by its owner, Bayerische Hausbau. It is now a flagship on the market. And we've been managing Jagdhof Resort am Fuschlsee, which was previously positioned on the market as a Sheraton hotel, under our own Arabella brand since November.

What are you planning for the future?

Last year, we worked hard on a strategy for the future – with the result that we want to at least double the number of our hotels, which currently stands at 15, by 2037. We want to grow in a meaningful and sustainable manner. Because one thing that we've learned in recent years is that it is those who position themselves well that come out on top.

Betriebskultur und echten Werten, die sich ihren Mitarbeitern gegenüber fair verhalten.

Hatte die Krise eigentlich auch ihre guten Seiten?

Ich denke schon. Vorher war der Markt total überhitzt, es ging oft nur noch um Wachstum und Renditen. Alle Hotels waren voll, die Pachten sind extrem gestiegen. Da herrschte eine Art Goldgräberstimmung. Durch die Krise sind wir jetzt wieder ein bisschen zur Normalität zurückgekehrt. Wir haben in der Branche heute weniger Neuentwicklungen, dafür mehr Qualität.

Sie haben 2022 zwei Eröffnungen gefeiert.

Im Juni hat das Westin Grand Frankfurt wiedereröffnet (siehe Seite 74), komplett renoviert durch die Eigentümerin Bayerische Hausbau. Das ist jetzt ein Flaggschiff am Markt. Und seit November führen wir das Jagdhof Resort am Fuschlsee unter unserer Eigenmarke Arabella, das zuvor als Sheraton-Hotel am Markt positioniert war.

Was planen Sie für die Zukunft?

Wir haben im zurückliegenden Jahr intensiv an einer Zukunftsstrategie gearbeitet – mit dem Ergebnis, dass wir die Zahl unserer Hotels, derzeit sind es 15, bis 2037 mindestens verdoppeln wollen. Wir wollen sinnvoll und nachhaltig wachsen. Denn eines haben wir in den vergangenen Jahren gelernt: Wer sich gut positioniert, steht auf der Gewinnerseite.

In welchen Bereichen ist Wachstum denn sinnvoll?

Unsere Strategie stützt sich auf drei Säulen: Da sind erstens die Ferienhotels, die großen Gewinner der Krise. In unseren Kernmärkten Deutschland, Österreich, Schweiz und Spanien inklusive der Balearen wollen wir neben den Hotels, die wir mit unserem Partner Marriott betreiben, auch vermehrt Häuser unter unserer Eigenmarke führen. Zweitens ist da die Extended-Stay-Hotellerie, ein für uns neuer Markt, der gut durch die Krise gekommen ist und weiterhin wächst. Im September eröffnen wir mit Marriott ein Residence Inn auf der Schwanthalerhöhe in München. Die dritte Säule ist die Kategorie der Ultra-Luxury-Hotels (mehr dazu auf Seite 70). In diesem Segment sind wir mit dem St. Regis Mardavall Mallorca Resort oder dem Neuen Schloss Privat Hotel Zürich aus der Autograph Collection schon sehr erfolgreich – und nun kommen zwei ganz besondere Häuser hinzu: im Herbst 2023 das Rosewood Munich und im Frühjahr 2024 das Rosewood Schloss Fuschl.

Und was ist, wenn durch Pandemien oder andere Krisen plötzlich wieder alles anders kommt?

All unsere Planungen entstanden unter dem Eindruck der vergangenen und aktuellen Krisen. Risikofaktoren zu erkennen und zu bewerten ist ein entscheidender Teil unserer Strategie. Wir

”

Wir haben im zurückliegenden Jahr intensiv an einer Zukunftsstrategie gearbeitet – mit dem Ergebnis, dass wir die Zahl unserer Hotels, derzeit sind es 17, bis 2037 mindestens verdoppeln wollen.

“

KARL-HEINZ PAWLIZKI

In what areas does growth make sense?

Our strategy rests on three pillars. First of all, there are the vacation hotels, the big winners of the crisis. In our core markets Germany, Austria, Switzerland and Spain, including the Balearic Islands, we want to operate more hotels under our own brand in addition to the hotels we operate together with our partner, Marriott. Secondly, there is the extended-stay hotel industry, which is becoming increasingly popular due to the advantages and the convenience that it offers. It is a new market for us and one that has weathered the crisis well and is continuing to grow. In September, we'll be opening a Residence Inn with Marriott in Munich's Schwanthalerhöhe district. The third pillar is the ultra-luxury hotel segment (more about this on page 70). We are already enjoying great success in this segment with the St. Regis Mardavall Mallorca Resort and Neues Schloss Privat Hotel Zürich from the Autograph Collection – and will now be adding two very special hotels: the Rosewood Munich in fall 2023 and Rosewood Schloss Fuschl in spring 2024.

And what if a new pandemic or other crisis suddenly turns everything on its head again?

All the planning that we have done has been influenced to a very great extent by past and

Aussichtreich: die Executive Club Lounge in der 23. Etage des Westin Grand München (unten). Komfortabel: die Junior Suite im Neues Schloss Privat Hotel Zürich (rechts). Panoramic view: the Executive Club Lounge on the 23rd floor of the Westin Grand Munich (below). Luxurious: the Junior Suite at Neues Schloss Privat Hotel Zürich (right).





wissen, dass wir uns und unsere Ziele permanent hinterfragen und immer wieder an der Realität messen müssen. Wenn sich die Dinge auf unvorhersehbare Weise ändern, können wir darauf reagieren. Auch wenn wir klare Leitplanken haben: Flexibilität ist Teil unserer Strategie.

Was wünschen Sie sich für dieses, Ihr zweites Jahr?

Ich möchte die Partnerschaft mit Marriott intensivieren und freue mich auf viele spannende neue Hotelprojekte! Wir wollen die Basis schaffen, um unsere beiden wichtigsten Ziele zu erreichen: zufriedene Gäste und zufriedene Mitarbeiter. Nur dann werden wir auch wirtschaftlichen Erfolg haben. Und natürlich freue ich mich sehr auf den Herbst...

... auf die Eröffnung des Rosewood Munich. Das wird das Highlight des Jahres: Wir bringen die Marke Rosewood erstmals nach Deutschland – in die komplett sanierte ehemalige Bayerische Staatsbank. Ich habe auf meinen bisherigen Stationen viel erlebt, aber so ein Haus, in dieser Kombination, mit der Bayerischen Hausbau als Eigentümerin, der Luxusmarke Rosewood und uns als Betreibern, das ist auch für mich etwas Neues. Das wird die Hotellandschaft hierzulande verändern: Unser Anspruch ist, dass das Rosewood Munich das beste Hotel Deutschlands wird. ●

»
Wir wollen die Basis schaffen, um unsere beiden wichtigsten Ziele zu erreichen: zufriedene Gäste und zufriedene Mitarbeiter. Nur dann werden wir auch wirtschaftlichen Erfolg haben.
 «

KARL-HEINZ PAWLIZKI ●

current crises. Identifying and assessing risk factors is an integral part of our strategy. We know that we need to constantly scrutinize our work and our objectives and see how they measure up against reality. Should things changes in ways that can't be foreseen, we'll be able to respond accordingly. Even though we have a well-defined framework, flexibility is part of our strategy.

What do you wish for this, your second, year? I'd like to take our partnership with Marriott to a new level, and I look forward to many exciting new hotel projects. We want to create a solid basis for achieving our two most important objectives: satisfied guests and satisfied employees. Only then will we also enjoy economic success. And of course I'm very much looking forward to fall...

...and the opening of Rosewood Munich. It will be the highlight of the year, as we'll be debuting the Rosewood brand in Germany – in the fully renovated former Bayerische Staatsbank. I've experienced a lot in the positions I previously held, but a hotel like this, with the combination of Bayerische Hausbau as owner, the luxury brand Rosewood and us as operators, is also something new for me. It will change the hotel landscape in this country: Our mission is make Rosewood Munich the best hotel in Germany. ●

Unbezahlbare Erlebnisse

Priceless experiences

Hotels der gehobenen Luxusklasse sind ein enormer Wachstumsmarkt. Die Arabella Hospitality kooperiert bei zwei neuen Häusern mit der Edelmarke Rosewood, deren Konzept perfekt zu den Bedürfnissen einer neuen Generation von Luxusreisenden passt.

Hotels in the upscale luxury segment are a huge growth market. Arabella Hospitality is collaborating on two new properties with the premium Rosewood brand, whose concept is perfect for meeting the needs of a new generation of luxury travelers.

Als Christian Hribar vor mehr als 30 Jahren in der Hotellerie anfang, begegneten ihm in Fünf-Sterne-Häusern vor allem ältere, gesetzte Herrschaften in dunklen Anzügen. Heute hat sich das Bild in den Lobbys, Bars und Restaurants von Luxus-hotels geändert: Die Gäste sind jünger geworden und tragen oft Jeans und T-Shirt.

„Das Publikum hat sich komplett gewandelt“, sagt Hribar, seit Januar 2023 Head of Development bei der Arabella Hospitality. Start-up-Gründer*innen, Internetunternehmer*innen, Influencer*innen: Die Gäste werden immer jünger – und potenziell immer mehr. Der World Wealth Report verzeichnet seit Jahren einen starken Anstieg bei der Zahl der Dollarmillionär*innen. Der Umsatz des globalen Luxushotelmarktes soll von etwa 110 Milliarden Euro im Jahr 2020 auf über 220 Milliarden Euro im Jahr 2028 wachsen.

„Die gehobene Luxushotellerie ist für uns ein enormer Wachstumsmarkt“, sagt Hribar. Das St. Regis Mardavall Mallorca Resort, das derzeit luxuriöseste Hotel im Portfolio, war auch während der Pandemie gut gebucht und verzeichnete zuletzt immer höhere Zimmerpreise. Mit der Eröffnung des Rosewood Munich im September 2023 setzt die Arabella Hospitality nun einen neuen Meilenstein: Es wird deutschlandweit das erste Haus der global stark expandierenden Ultra-Luxury-Lifestyle-Marke sein, die wie kein anderer Anbieter auf die Wünsche des neuen Publikums eingeht.



»
Die gehobene Luxushotellerie ist für uns ein enormer Wachstumsmarkt.
«

CHRISTIAN HRIBAR

When Christian Hribar started off in the hotel business more than 30 years ago, he encountered predominantly sedate, older gentlemen in dark suits in five-star hotels. Today, the lobbies, bars and restaurants of luxury hotels offer a very different picture: Guests are now younger and often sport jeans and T-shirts.

“The clientele has changed completely,” says Hribar, head of development at Arabella Hospitality since January 2023. Founders of start-ups, Internet entrepreneurs, influencers:

The guests are getting younger and younger – and their number is likely to increase. The World Wealth Report has been recording a sharp increase in the number of dollar millionaires for years. According to one forecast, revenues generated in the global luxury-hotel market are expected to rise from approximately 110 billion euros in 2020 to over 220 billion euros in 2028.

“The upscale luxury hotel industry is a huge growth market for us,” says Hribar. The St. Regis Mardavall Mallorca Resort, currently the most luxurious hotel in the portfolio, proved to be very popular even during the pandemic and recently recorded steadily increasing room rates. The opening of Rosewood Munich in September 2023 will mark a new milestone for Arabella Hospitality. It will be the ultra-luxury lifestyle brand’s first hotel in Germany. The brand, which is rapidly expanding world-





*Hervorragende Lage: Das Rosewood Schloss Fuschl in einem 1461 erbauten Jagdschloss thront auf einer Halbinsel im Fuschlsee in Österreich.
Superlative location: Rosewood Schloss Fuschl, in a hunting lodge built in 1461, sits enthroned on a peninsula in Lake Fuschl in Austria.*

„Wir wollen nicht nur eine luxuriöse Hotelkette sein, sondern ein Teil des Lebens unserer Gäste werden. Home away from home sozusagen“, sagt Roland Dürr, Managing Director des Rosewood Munich. Dürr ist seit mehr als zehn Jahren bei Rosewood, zuletzt als Hotelmanager in New York und als Managing Director in Abu Dhabi. Er weiß, dass zufriedene Gäste treu bleiben und oft von einem Rosewood zum anderen reisen, wo sie empfangen werden wie alte Freund*innen.

„Wir versuchen, den Bedürfnissen unserer Gäste immer einen Schritt voraus zu sein.“ Das fängt damit an, dass man schon vor der Anreise in Erfahrung bringt, wie der Gast seinen Martini trinkt, und geht laut einer Anekdote von Dürr so weit, dass Gäste, die im Rosewood Vienna von ihrer Vorliebe für klassische Musik erzählten, bei der Weiterreise ins Rosewood Paris plötzlich ein Klavier in ihrer Suite vorfanden – eigens herbeigeschafft für den begabten achtjährigen Sprössling der Familie.

Neben diesem service from heart, wie Dürr es nennt, ist es ein ausgeprägter sense of place, der zum Markenzeichen von Rosewood geworden ist: Jedes Haus nimmt, innen wie außen, die Besonderheiten der Region, des Standortes und der Immobilie auf. In München atmet das Gebäude, die ehemalige Bayerische Staatsbank, mit jeder Pore



»
**Wir versuchen,
den Bedürfnissen
unserer Gäste
immer einen Schritt
voraus zu sein.**

«
**ROLAND DÜRR
ROSEWOOD MUNICH**

wide, is able to cater to the wishes of this new clientele better than any other provider.

“We don’t want to be merely a luxury hotel chain, we want to become a part of our guests’ lives. A home away from home, so to speak,” says Roland Dürr, managing director of Rosewood Munich. Dürr has been with Rosewood for over ten years, most recently as a hotel manager in New York and managing director in Abu Dhabi. He knows that satisfied guests remain loyal and often travel from one Rosewood to another, where they are welcomed like old friends.

“We always try to anticipate our guests’ needs.” This starts with finding out how a guest prefers their martini prior to their arrival and, according to an anecdote recounted by Dürr, goes as far as guests, who had mentioned their penchant for classical music at Rosewood Vienna, suddenly finding a piano in their suite when they moved on to Rosewood Paris – which was provided specifically for use by the family’s musically gifted eight-year-old son.

In addition to this “service from the heart”, as Dürr calls it, it is a distinct sense of place that has become Rosewood’s trademark. Every hotel embodies the special characteristics of the region, the location and the property, both inside and out. In Munich, the building, the former Bayerische Staatsbank, exudes the city’s history from every pore:

In neuem Glanz: die Seeterrasse des Rosewood Schloss Fuschl, ab Frühjahr 2024 Teil des sanierten Wahrzeichens des Salzburger Landes.

Shining in new splendor: The lakeside terrace at Rosewood Schloss Fuschl; part of the Salzburger Land region’s renovated landmark from spring 2024.



Stadtgeschichte: Über dem Eingang prangen drei Löwenköpfe und die in Stein gehauene Bavaria; als Foyer dient das denkmalgeschützte Vestibül der Bank; der Ballsaal befindet sich im angrenzenden Rokokopalast Palais Neuhaus-Preysing. „Das Haus ist ein Juwel“, sagt Dürr.

Jahrzehntelang hat kaum jemand die ganze Pracht dieses Juwels zu Gesicht bekommen. Mit dem Umbau zu einem Hotel öffnet sich das Haus nun für die Allgemeinheit: Restaurant, Bar, Spa sowie Event- und Konferenzräume werden über separate Eingänge für alle offen sein. „Wir wollen Teil der Stadtgesellschaft werden“, betont Dürr.

Auch Sascha Hemmann, Managing Director des Rosewood Schloss Fuschl, weiß, wie wichtig der Bezug zum Standort ist. Für ihn selbst war die besondere Magie des Ortes der Grund, nach Europa zurückzukehren: Jahrzehntlang zog er von Paradies zu Paradies, Fidschi, Malediven, Ko Pha-ngan, Borneo, zuletzt führte er das Rosewood Bermuda. Aber dann, auf einer Urlaubsreise durch Österreich, kam er am Schloss Fuschl vorbei, einem Jagdschloss aus dem 15. Jahrhundert, malerisch gelegen auf einer Halbinsel im Fuschlsee. Von der Seeterrasse blickte er auf das glitzernde Wasser und die umliegenden Berge und dachte: „Wenn das ein Rosewood wäre...“

Sieben Jahre später wird es so weit sein, Anfang 2024 wird das Rosewood Schloss Fuschl eröffnet. Noch laufen die Sanierungsarbeiten – und Hemmann weiß, wie wichtig es gerade hier ist, mit einem sense of place an eines der Wahrzeichen des Salzburger Landes heranzugehen. Seine Frau stammt aus Österreich, er kennt die Gegend, weiß, wie stolz die Menschen auf ihre Heimat sind und was ihnen das Schloss bedeutet. „Wir wollen uns der Region anpassen“, sagt er, „nicht umgekehrt.“

Der neuen Generation der Luxusgäste kommt dieses Eingebundensein sehr gelegen. „Die Gäste wollen heute viel mehr Kontakt“, sagt Hemmann. „Früher ging’s oft ums Gesehenwerden – heute wollen die Besucher etwas erleben.“

Die Einbindung der beiden Häuser in München und am Fuschlsee in das Rosewood Gästelerlebnis sind Roland Dürr und Sascha Hemmann sehr wichtig. Keine zwei Stunden Autofahrt trennen die beiden Hotels, und so können zum Beispiel auch die Gäste aus München einen Abstecher ins Salzburger Land machen, um dort im Sommer mit den neuesten Elektroyachten auf dem See und im Winter mit elektrischen Schneemobilen um den See zu fahren. Sie können wandern oder mit einem der hotel-eigenen Classic Cars durch die Landschaft cruisen. In der Mozartstadt Salzburg sehen sie bei einer Privatführung durch den Autographentresor die handgeschriebenen Notenblätter des Wunderkinds. Traditionelle Handwerker*innen öffnen ihre Meisterwerkstätten: Pfeifenbauer*innen, Holzschneider*innen, Pantoffelmacher*innen. Doch das vielleicht schönste Erlebnis beginnt gleich vor der Tür, früh am Morgen: eine Ausfahrt mit dem Fischer des Schlosses. Und dann, zu Mittag, auf der Seeterrasse oder im Winter im neugebauten Wintergarten: selbst gefangener Saibling, frisch geräuchert – wenn das kein Luxus ist! ●

”

Wir wollen uns der Region anpassen, nicht umgekehrt.

“

**SASCHA HEMMANN
ROSEWOOD
SCHLOSS FUSCHL**



2024

wird das Rosewood Schloss Fuschl nach aufwändigen Sanierungsarbeiten eröffnen.

2024 will see the opening of Rosewood Schloss Fuschl following extensive renovation work.

2

Stunden Autofahrt trennen die beiden Rosewood Hotels in München und am Fuschlsee – perfekt für einen Abstecher.

2 hours behind the wheel separate the two Rosewood Hotels in Munich and on Lake Fuschl – perfect for a side trip. ●

Three lion heads and the patroness of Bavaria, all carved in stone, stand resplendent above the entrance; the bank’s heritage-listed vestibule serves as the main lobby; the ballroom is located in the neighboring Palais Neuhaus-Preysing, with its Rococo facade. “The hotel is a true gem,” says Dürr. For decades, barely anyone was able to enjoy the full splendor of this gem. The conversion of the former bank into a hotel will open the building to the general public. Non-guests will be able to access the restaurant, the bar, the spa, and the event and conference rooms by means of separate entrances. “We want to become part of the city’s urban society,” says Dürr.

Sascha Hemmann, managing director of Rosewood Schloss Fuschl, also knows the importance of embodying the locality. In his case, the particular magic of the place was the reason for his return to Europe. For decades, he had moved from one paradise to the next: Fiji, the Maldives, Ko Pha-ngan, Borneo, and most recently Bermuda, where he had managed Rosewood Bermuda. But then, on a vacation spent traveling through Austria, he passed by Schloss Fuschl, a 15th-century hunting lodge, picturesquely situated on a peninsula in Lake Fuschl. He looked out over the glistening water and nearby mountains from the lakeside terrace, and thought, “If this were a Rosewood...”

Seven years later, when Rosewood Schloss Fuschl opens in early 2024, it will be. Renovation work is still underway, and Hemmann knows how important it is to approach one of the Salzburger Land region’s landmarks with a sense of place. His wife is from Austria, he knows the area, knows how proud the people are of their native soil and what the castle means to them. “We want to adapt to the region,” he says, “not the other way round.”

This sense of belonging is much appreciated by the new generation of luxury guests. “Guests today want much more interaction,” says Hemmann. “In the past, it was often all about being seen – today, visitors want an experience.”

Incorporating the two hotels in Munich and on Lake Fuschl into the Rosewood guest experience is very important to Roland Dürr and Sascha Hemmann. A drive of less than two hours separates the hotels, which means, for example, that guests staying at the hotel in Munich can also make a side trip to the Salzburger Land region and drive on the lake in summer in state-of-the-art electric yachts or around the lake in winter on electric snowmobiles. They can go hiking or take a spin around the countryside in one of the hotel’s classic cars. In Salzburg, Mozart’s birthplace, they can view the musical prodigy’s handwritten sheet music during a private tour of the autograph vault. Traditional craftsmen and women – pipe makers, wood carvers, slipper makers – throw open the doors of their workshops. But perhaps the best experience begins early in the morning, on the doorstep of the hotel: a boat ride with the hotel’s resident fisherman. And then, at lunchtime, the ultimate luxury: freshly smoked char that you caught yourself enjoyed on the lakeside terrace or, in winter, in the newly built conservatory. ●

Alles neu!

All brand new!

Gute zwei Jahre dauerte die Komplettsanierung des Westin Grand Frankfurt. Im September 2022 wurde das Hotel wiedereröffnet – modernisiert und nach einem organischen Designkonzept umgestaltet. Zahlen und Fakten zu einem Wohlfühlhotel der Extraklasse.

Completely revamping the Westin Grand Frankfurt took a good two years. The hotel reopened in September 2022 – modernized from top to bottom and redesigned according to an organic design concept. Facts and figures about a superlative hotel that offers a unique experience



25

Monate dauerten die Sanierungsarbeiten. Das Gestaltungskonzept für den Umbau des 1989 eröffneten Hauses basiert auf der Idee des Biophilic Designs: harmonische Formen und Farben aus der Natur.

25 months of work went into renovating the hotel. The design concept for remodeling the hotel, which opened in 1989, is based on the principles of biophilic design: harmonious shapes and colors from nature.



372

Zimmer wurden umgestaltet und saniert, genau wie Lobby, Spa, Fitnessräume und das Atrium mit Restaurant. Wandverkleidungen und Fußböden wurden herausgerissen, Schächte saniert, Wasserleitungen erneuert.

372 rooms were remodeled and refurbished, as were the lobby, spa, gyms and the atrium, complete with restaurant. Wall cladding and floor coverings were torn out, ductwork was modernized, and new water pipes were laid.



149 m²

Platz bietet die Präsidentensuite. Das größte Gästezimmer des Hauses hat zwei Etagen, ein geräumiges Wohn- und Esszimmer und eine Empore mit großzügigem Arbeitsbereich.

149 m² of space to be enjoyed in the presidential suite. The largest guest room in the hotel has two floors, a spacious living and dining room, and a gallery with a generously proportioned work space.



6

Säulen hat das neue Well-being-Konzept des Hauses: Sleep Well, Eat Well, Move Well, Feel Well, Work Well, Play Well. Damit die Gäste sich im Westin Grand Frankfurt rundum wohlfühlen.

6 pillars support the new Well-Being concept: Sleep Well, Eat Well, Move Well, Feel Well, Work Well, Play Well. Thus ensuring that guests feel completely at home at the Westin Grand Frankfurt.



24/7

geöffnet ist der Fitnessbereich in der 6. Etage. Die 160 m² großen Räumlichkeiten sind mit modernsten Kardiogeräten, TRX-Bändern und Freigewichten ausgestattet.

24/7 is the name of the game in the gym on the 6th floor. The 160 m² of space is equipped with state-of-the-art cardiovascular training equipment, TRX bands and free weights.



11,4 m × 5,2 m

misst der Pool des neuen Spa: Felsoptik und Grünpflanzen schaffen ein natürliches Ambiente. Im neuen Wellnessbereich erwarten die Gäste Sauna, Dampfbad und eine große Auswahl an Massagen und Beautyanwendungen.

11.40 m × 5.20 m is the size of the pool in the new spa, where stone walls and green plants create a natural ambiance. The new wellness space offers guests a sauna, a steam bath and a wide variety of different massages and beauty treatments.

2022 auf einen Blick

2022 at a glance

JAGDHOF AM FUSCHLSEE WIRD ARABELLA RESORT JAGDHOF ON LAKE FUSCHL BECOMES AN ARABELLA RESORT



Am 28. November 2022 feierte das Hotel im Salzburger Land seine Neueröffnung als Arabella Jagdhof Resort am Fuschlsee. Das Haus, seit 2001 im Besitz der Familie Schörghuber, hat sein Konzept im Zuge des Rebrandings noch stärker auf die Region zugeschnitten. Die Gastronomie setzt nun ganz auf die Tradition der Jagd: Das Wirtshaus Cervus, lateinisch für „Hirsch“, bietet authentische Wirtshausklassiker, inklusive Fang aus der Schlossfischerei. Im Fuxbau kombiniert 3-Hauben-Koch Johannes Fuchs österreichische mit französischer Küche. Und zum Ausklang ruft ein Drink an der „Halali Bar“.

Reopening as Arabella Jagdhof Resort on Lake Fuschl. The hotel, which the Schörghuber family has owned since 2001, has tailored its concept even more closely to the region as part of the rebranding. The restaurants now highlight the tradition of hunting: the restaurant Cervus (Latin for deer) offers authentically traditional dishes, including catch from the castle fishery. Three-toque chef Johannes Fuchs creates a blend of Austrian and French cuisine in the restaurant Fuxbau. And the evening can be brought to a perfect close in the Halali Bar.

ST. REGIS MALLORCA: UMBAU UND EHRUNG ZUM 20-JÄHRIGEN BESTEHEN ST. REGIS MALLORCA: RENOVATION AND TRIBUTE TO ITS 20 YEARS OF EXISTENCE

Zum Jubiläum seines 20-jährigen Bestehens bekam das St. Regis Mardavall Mallorca Resort eine Schönheitskur: Die Bar, Herzstück jedes St. Regis, wurde als „Bar der Künstler“ inszeniert, mit erstklassigen Kunstwerken und Holzelementen mallorquinischer Schreiner. Auch das mit einem Michelin-Stern ausgezeichnete Restaurant Es Fum wurde umgestaltet, mit handgefertigten Möbeln aus Eschenholz und Stoffen lokaler Hersteller. Die World Travel Awards kürten das Luxushotel mit dem atemberaubenden Blick über die Bucht von Palma zu „Spain’s Leading Resort 2022“.

In celebration of its 20th year, the St. Regis Mardavall Mallorca Resort was given a makeover. The bar, the centerpiece of every St. Regis hotel, was designed as an “artists bar”, with beautiful works of art and wooden elements created by Mallorcan carpenters. The Michelin-starred Es Fum restaurant was also remodeled and now boasts handcrafted furniture made from ash wood and fabrics produced by local manufacturers. The World Travel Awards named the luxury hotel, with its breathtaking view over the bay of Palma, “Spain’s Leading Resort 2022”.



BEZAHLBARER KOMFORT: REBRANDING IM ARABELLAPARK
AFFORDABLE COMFORT: REBRANDING IN ARABELLAPARK



Neues Kapitel im Arbellapark in München-Bogenhausen: Wegen der steigenden Nachfrage nach stilvollem Komfort im mittleren Preissegment entschieden sich die Arabella Hospitality und Marriott International für ein Rebranding des Hotels im 23-stöckigen Arabellahaus: Mit 446 Zimmern, darunter 17 Suiten, ist das Four Points by Sheraton München Arabellapark künftig das größte Hotel der international vertretenen Marke in Europa. Um den Gästen das typische Four Points by Sheraton-Erlebnis zu bieten, wurde die Lobby umgestaltet.

New chapter in Munich-Bogenhausen's Arbellapark: Due to an increasing demand for stylish comfort in the mid-price segment, Arabella Hospitality and Marriott International decided to rebrand the hotel in the 23-story Arabellahaus. With 446 rooms, including 17 suites, the Four Points by Sheraton Munich Arabellapark will be the international brand's largest hotel in Europe. The lobby was redesigned to provide guests with the signature Four Points by Sheraton experience.

NOCH NACHHALTIGER
GREATER SUSTAINABILITY

Die Arabella Hospitality verstärkt ihr Engagement für ökologische Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung und hat sich der Sustainable Hospitality Alliance angeschlossen. Das globale Netzwerk, dem 22 führende Unternehmen des Hotel- und Gastgewerbes angehören, treibt den grünen Wandel in der Hotelbranche voran. Die drei Hotels auf Mallorca wurden mit dem Umweltlabel Green Key zertifiziert – als erste Häuser überhaupt auf der Baleareninsel. Dem Sheraton Mallorca Arabella Golf Hotel ist es sogar gelungen, seine Kohlendioxid-Emissionen aus fossilen Brennstoffen auf null zu senken.

Arabella Hospitality is intent on strengthening its commitment to environmental sustainability and social responsibility and has therefore joined the Sustainable Hospitality Alliance. The global network, which includes 22 leading hotel companies, is driving green transformation in the hotel industry forward. The three hotels on Mallorca were awarded the eco-label Green Key – the first hotels on the Balearic island to receive this label. The Sheraton Mallorca Arabella Golf Hotel even managed to reduce its carbon dioxide emissions from fossil fuels to zero.

WELTKLASSEGOLF AUF DEM PLATZ SON MUNTANER
WORLD-CLASS GOLF ON THE SON MUNTANER COURSE



Goldene Flagge für Son Muntaner: Bei den prestigeträchtigen 59club Service Excellence Awards wurde der Golfplatz am Rande von Palma de Mallorca für seinen exzellenten Service in den Bereichen Verkauf, Service, Betrieb, Einzelhandel, Spa, Golfplatz, Gastronomie und Management ausgezeichnet. Kein Wunder, dass hier auch die besten Golfer der Welt gern abschlagen: Vom 20. bis 23. Oktober 2022 fand auf dem Golf Son Muntaner ein Turnier der DP World Tour statt. Preisgeld: zwei Millionen Euro. Vor 12.000 Zuschauer*innen, bei 28 Grad und Sonnenschein gewann der deutsche Nachwuchsspieler Yannik Paul – sein erster Sieg auf der Tour!

Golden Flags for Son Muntaner: The golf course on the edge of Palma de Mallorca was recognized for its service excellence in sales, service, operations, retail, spa, golf course, food & beverage and management at the prestigious 59club Service Excellence Awards. No wonder the best golfers in the world also like to tee off here: A tournament was held at Golf Son Muntaner from 20 to 23 October 2022 as part of the DP World Tour. Prize money: two million euros. Playing in sunny, 28-degree weather in front of 12,000 spectators, German junior player Yannik Paul won the tournament – his first victory on the tour.

Kennzahlen Hotel*

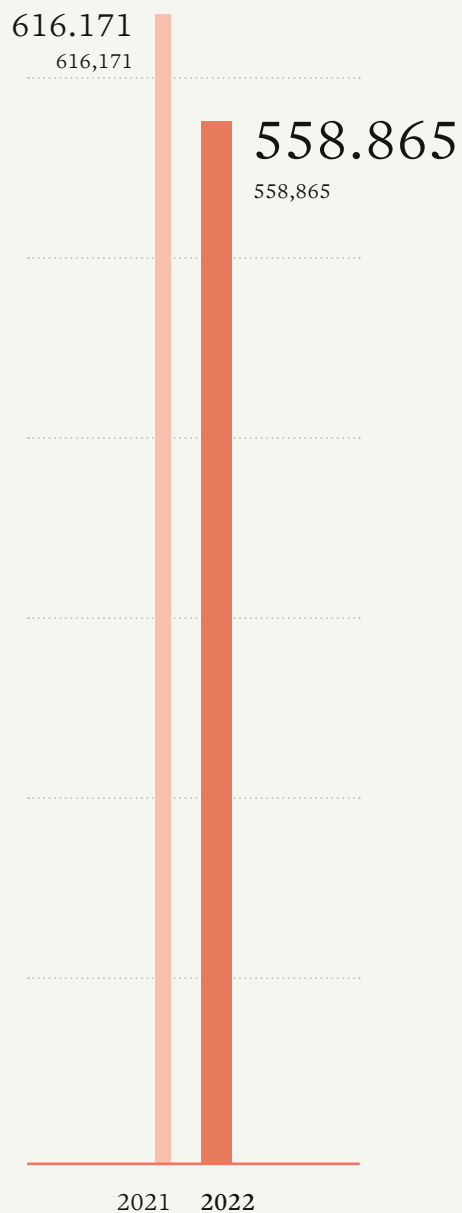
*Key figures Hotels**

BILANZSUMME

IN TEUR

BALANCE SHEET TOTAL

IN EUR '000

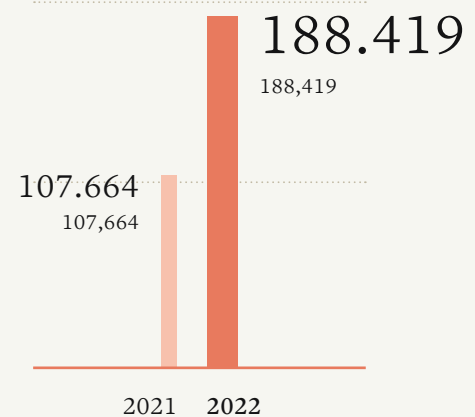


UMSATZ

IN TEUR

REVENUES

IN EUR '000



Nach dem Ende der Reisebeschränkungen im April 2022 hat sich der Unternehmensbereich Hotel schneller als erwartet erholt: Die geringere Nachfrage von Geschäftskunden wurde durch den Boom in den Freizeithotels mehr als kompensiert. Der Umsatz lag im Jahr 2022 fast wieder auf dem Niveau der Zeit vor der Pandemie. Trotz gestiegener Kosten konnte ein positives Ergebnis erzielt und die Arabella Hospitality zurück auf die Erfolgspur geführt werden.

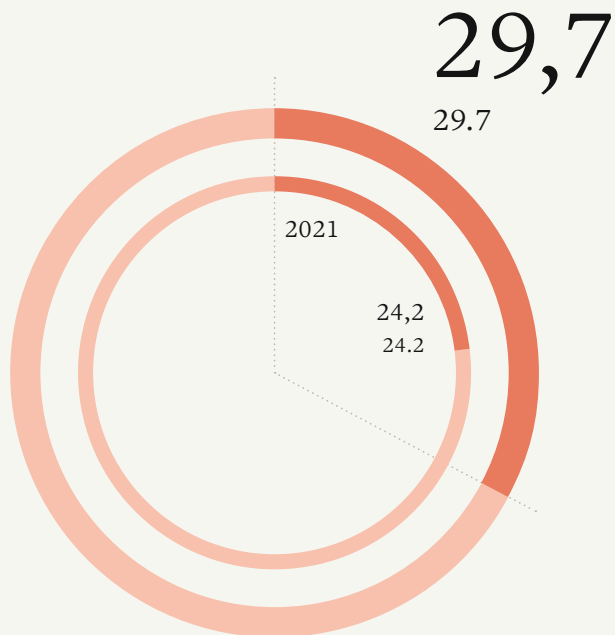
Once travel restrictions were lifted in April 2022, the Hotels division recovered faster than expected. The demand from business customers, which remained below pre-pandemic levels, was more than compensated for by the boom in leisure hotels. Revenues in 2022 were almost back to where they were prior to the pandemic. A positive result was achieved despite an increase in costs and Arabella Hospitality was put back on the road to success.

EIGENKAPITALQUOTE

IN %

EQUITY RATIO

IN %

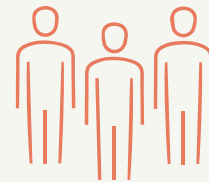


MITARBEITER*INNEN

ABSOLUT NACH HGB

EMPLOYEES

ABSOLUTE ACCORDING TO HGB



1.449

1,449

(2021: 1.282)

(2021: 1,282)

ZIMMERZAHL

ABSOLUT (AKTUELLES PORTFOLIO)

NUMBER OF ROOMS

ABSOLUTE (CURRENT PORTFOLIO)



3.049

3,049

(2021: 3.401)

(2021: 3,401)

IMPRESSUM

PUBLISHED BY

Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG
Corporate Identity, Public Affairs & Communications (CIPAC)
Möhlstraße 10
D-81675 München
T +49 89 3074917-0
kontakt@schoerghuber.group
www.schoerghuber.group

KONZEPTION, TEXT UND GESTALTUNG

CONCEPT, TEXT AND DESIGN

Anzinger und Rasp Kommunikation GmbH
München

ÜBERSETZUNG

TRANSLATION

Elizabeth Kay-Müller, Geretsried

UNTERNEHMEN

COMPANIES

Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG
Bayerische Hausbau GmbH & Co. KG
Arabella Hospitality SE
Paulaner Brauerei Gruppe GmbH & Co. KGaA
Kulmbacher Brauerei AG
Productos del Mar Ventisqueros S.A.

Das Papier für den Innenteil ist Cradle to Cradle Certified®
in der Stufe Bronze. Cradle to Cradle Certified® ist
ein eingetragenes Markenzeichen des Cradle to Cradle
Products Innovation Institute.

The paper for the inner section is Cradle to Cradle Certified®
at the Bronze level. Cradle to Cradle Certified® is a registered trade-
mark of the Cradle to Cradle Products Innovation Institute.

BILDRECHTE

COPYRIGHT

Titel/Cover: Getty Images/shuoshu

Seite/Page

8-9	Illustration: Anton Hallmann Thomas Straub
10	Arabella Hoteles e Inversiones de España
12	Gisela Schregle
20-21	03 Architekten
22	Abbildung oben/Photo top: De Zwarte Hond
23	Abbildung unten/Photo bottom: Fink+Jocher Studio Wessendorf
24	Gisela Schregle
25	Abbildung oben/Photo top: Studio Wessendorf
26	Abbildung unten links/Photo bottom left: Hilmer Sattler Architekten Ahlers Albrecht Abbildung unten rechts/Photo bottom right: MLA+, Berlin mit Lohrengel Landschaft privat
27	Abbildung oben/Photo top: Bayerische Hausbau, MATRIX Immobilien
30	Abbildung unten/Photo bottom: Bayerische Hausbau picture alliance/sampics/Stefan Matzke
34	Sebastian Lehner
36	picture alliance/SZ Photo/Robert Haas
38	Abbildung unten/Photo bottom: Generación Empresarial Foundation
61	Marriott International
64	Marriott International
66	Marriott International
68-69	Patrick Langwallner
71	Rosewood Hotels & Resorts
72-73	Marriott International
74-75	Abbildung oben/Photo top: Helge Kirchberger Photography
76	Abbildung unten/Photo bottom: Marriott International
77	Marriott International



