

SPERRFRIST für Print- und Onlinemedien bis 25.03.2025, 06:00 Uhr

HELLA gelingt 2024 trotz europaweiter Rezession Jahresumsatz von 185 Mio. Euro

Österreichs Marktführer für Sonnen-, Licht- und Wetterschutzsysteme HELLA verbuchte im Jahr 2024 einen Konzernumsatz von 185 Mio. Euro. Das Osttiroler Familienunternehmen liegt mit diesem Ergebnis acht Mio. Euro über seinem Vor-COVID-Umsatz von 2019. HELLA blickt nun umsichtig und dennoch zuversichtlich auf das kommende Geschäftsjahr. Eine Vielzahl an großvolumigen Objektaufträgen ist bereits fixiert. Die Internationalität verteilt das unternehmerische Risiko auf mehrere Märkte. Das kommt dem Unternehmen insbesondere in Zeiten, in denen der wichtigste Wachstumsmarkt Deutschland die größten Einbrüche verzeichnet, zugute.

„Die Baubranche befindet sich seit 2021 in einer anhaltenden Rezession“, erklärt Andreas Kraler, geschäftsführender Gesellschafter der HELLA Gruppe. „Die Folgen dieser Rezession sind nun wie prognostiziert zeitverzögert auch in der Sonnenschutzbranche angekommen.“ Nachdem das Unternehmen in den ersten beiden Quartalen 2024 seine Umsatzziele noch erreicht hatte, blieb das zweite Halbjahr hinter den Erwartungen und brachte nach einem massiven Einbruch von Baugenehmigungen in ganz Europa einen Umsatzrückgang von gesamt 13,4 Prozent. „Wir haben in den Jahren der Pandemie und den von Niedrig- bis Nullzinspolitik geprägten Bauboomjahren die erhöhte Nachfrage in Umsatzrekorde ummünzen können. 2024 liegen wir mit unserem Umsatz etwas über den Niveaus der Vorkrisenjahre.“ Die Reduktion von 1.300 auf 1.200 Mitarbeitende im letzten Jahr erfolgte wesentlich durch natürliche Fluktuation und Anpassung der saisonalen Arbeitskräftekapazitäten an das Produktionsvolumen.

Einbruch im Wachstumsmarkt Deutschland am stärksten – Trendumkehr erst 2026 erwartet

HELLA setzt auf mehrere Vertriebskanäle in neun Ländern. Deutschland ist der größte Markt der Unternehmensgruppe und außerdem wichtigster Wachstumsmarkt. Etwa die Hälfte des Gesamtumsatzes kommt aus der Bundesrepublik. Eine positive Prognose für das Baugewerbe in Deutschland spricht das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) erst für 2026 aus. 2025 soll die Produktion in der Bauwirtschaft weiter sinken, was weithin zu umsichtigen Managemententscheidungen mahnt. 2024 war der prozentuelle Produktionsrückgang der gesamten deutschen Industrie massiver als das durchschnittliche Minus der gesamteuropäischen Industrie. Diesen Abwärtstrend bestätigen auch die Zahlen des deutschen Hauptverbands der Bauindustrie, nach dessen Angaben die Wohnbaugenehmigungen 2024 um 18,6 Prozent zurückgingen. Derartige Entwicklungen stellen auch für HELLA besondere Herausforderungen dar.

Kein Preisdumping zulasten von Qualität und Nachhaltigkeit

„Den steigenden Preisdruck in der Baubranche spürten wir 2024 vor allem im zweiten Halbjahr mehr denn je“, resümiert Kraler. „Als Premiumanbieter stellen wir unsere Produkte in Österreich und Deutschland nach Maß her. Wir stehen zu unserem Qualitätsbekenntnis – auch und vor allem im Sinne der ökonomischen



Nachhaltigkeit.“ Produzieren um jeden Preis, nur um die Auslastung abzusichern, kommt für Kraler nicht infrage, denn dies würde auf lange Sicht nicht der Strategie und Markenpositionierung entsprechen.

Innovation als Nachhaltigkeitstreiber

In Kombination mit Innovation kann Nachhaltigkeit nicht nur die Umwelt schützen, sondern auch Kosten sparen und neue Geschäftsmodelle ermöglichen. Das zeigen mehrere Forschungsprojekte, an denen sich HELLA als Partner beteiligt. Ein Beispiel ist „Flectuation“: das Unternehmen hat mit einem Forschungsteam der Universität Stuttgart zusammengearbeitet, um einen smarten Sonnenschutz mit integrierter Photovoltaik zu entwickeln. Das Ergebnis sind autonome Fassadenelemente, die in einem Pilotprojekt erfolgreich in der Praxis getestet wurden. Das unternehmenseigene InnovationLAB blickt für das Unternehmen über den Tellerrand hinaus. „Innovation ist tief in unserer Unternehmens-DNA verankert und unser Bekenntnis dazu ist gerade in herausfordernden Zeiten ungebrochen. Forschung betreiben wir aber nie zum Selbstzweck, sondern immer mit dem Blick auf zukünftige Geschäftsentwicklungspotenziale“, betont Kraler.

Investitionen und moderne Verkaufslösungen für internationale Markenpräsenz

Trotz der fordernden Rahmenbedingungen nutzte das Unternehmen das Jahr 2024 für Investitionen. Im Herbst wurde das neue Aus- und Weiterbildungszentrum HELLA Campus am Standort in Geislingen eröffnet. Zudem wurden neue Anlagen angeschafft, die Prozesse effizienter machen und Durchlauf- und Lieferzeiten verkürzen. Auch die Verkaufskonzepte werden laufend weiterentwickelt. Mit der innovativen Ladenbau-Lösung CUBE erregte der österreichische Marktführer 2024 auf der R+T in Stuttgart (Weltleitmesse für Rollläden, Tore und Sonnenschutz) die Aufmerksamkeit der Branche. Das neue Verkaufskonzept ist in Form einer 50 Quadratmeter großen Shop-in-Shop-Lösung bereits bei ersten Händlern in Deutschland, Italien und der Schweiz sowie an vier eigenen Unternehmensstandorten in Betrieb genommen worden.

Positiver Ausblick trotz herausfordernder Zeiten

Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit – mit diesem Dreigespann an zukunftsfähigen Unternehmenswerten bereitet sich HELLA auf die Bauprojekte von morgen vor. Mit Stand Ende Jänner 2025 sind bereits internationale Großobjekte mit einem Gesamtauftragsvolumen von insgesamt 25 Millionen Euro beauftragt, bei denen moderne Sonnenschutzsysteme des Unternehmens zum Einsatz kommen.

So zum Beispiel das „Vierlinden-Quartier“ in Lindau am Bodensee: Auf einer Gesamtfläche von 33.000 Quadratmetern entstehen bis Ende des Jahres 13 Mehrfamilienhäuser sowie moderne Geschäfts- und Bürogebäude mit außenliegendem Sonnenschutz von HELLA. Um eine energieeffiziente Beschattung zu gewährleisten, werden rund 2.000 Raffstores verbaut und bieten optimalen Sonnenschutz für die zukünftigen Bewohner. In der deutschen Hauptstadt Berlin entsteht mit dem Projekt „Equalizer“ ein markantes Bürohochhaus mit 14 Stockwerken. Ein wichtiger Bestandteil der Fassadengestaltung sind die rund 1.300 Außenjalousien von HELLA, die für eine optimale Tageslichtregulierung und ein angenehmes Raumklima sorgen.

Nach dem Eurovea Tower stattet das Unternehmen weitere Objekte an der Hafen-Skyline von Bratislava aus: Mit „Downtown Yards“ entsteht auf 85.000 Quadratmetern ein urbanes Ensemble aus Apartments, Büros und Geschäftsflächen. In diesem Großprojekt werden über 1.100 Senkrecht-Markisen verbaut. Die textile

Fassadenbeschattung sorgt nicht nur für effizienten Sonnenschutz bei hohen Windlasten, sondern verleiht den Gebäuden auch eine moderne Optik.

Bildnachweis:



Bilduntertitel: Trotz steigendem Preisdruck vor allem im zweiten Halbjahr 2024 steht das Unternehmen als Premiumanbieter zu seinem Qualitätsbekenntnis, so Andreas Kraler, geschäftsführender Gesellschafter der HELLA Gruppe.



Bilduntertitel: Das „Vierlinden-Quartier“ in Lindau am Bodensee: Auf einer Gesamtfläche von 33.000 Quadratmetern entstehen 13 Mehrfamilienhäuser sowie Geschäfts- und Bürogebäude mit außenliegendem Sonnenschutz von HELLA.

Das gesamte Bildmaterial kann [hier](#) heruntergeladen werden und steht für redaktionelle Zwecke zur Verfügung.

SPERRFRIST für Print- und Onlinemedien bis 25.03.2025, 06:00 Uhr

Rückfragehinweis

Kristina Troger, Teamleiterin Kommunikation
HELLA Sonnen- und Wetterschutztechnik GmbH, A-9913 Abfaltersbach 125
M +43 664 81 66 326
E-Mail: kristina.troger@hella.info

Die HELLA Gruppe

HELLA ist einer der führenden europäischen Anbieter für Sonnen-, Licht- und Wetterschutzsysteme für Gebäude mit Hauptsitz in Abfaltersbach (Osttirol). Im Jahr 2024 erarbeiteten 1.200 Beschäftigte weltweit einen Konzernumsatz von 185 Millionen Euro. Das Produktportfolio umfasst aufeinander abgestimmte Außen- und Innenbeschattungslösungen, Sicherheitssysteme sowie entsprechende elektronische Steuerungen. HELLA verfolgt eine Premiumstrategie und liefert Produkte und Services aus einer Hand.