

ray Geschäftsbericht 2022



Inhalt

Seite 3:

Wirtschaftliches Umfeld
Branchenentwicklung

Seite 4:

360° ray Facility Management

Seite 5:

Der rayOrganismus

Seite 6:

Nachhaltig denken,
fühlen und handeln

Seite 7:

Geschäftsverlauf

Seite 8:

Forschung und Entwicklung

Seite 10:

Voraussichtliche Entwicklung
des Unternehmens

WIRTSCHAFTLICHES UMFELD

Gemäß den Daten des Statistischen Bundesamtes verzeichnete das deutsche Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2022 eine preisbereinigte Wachstumsrate von 1,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, und es erreichte einen Gesamtwert von etwa 3,87 Billionen Euro. 2021 stieg das BIP um 2,6 Prozent. Dies signalisiert eine Rückkehr der deutschen Wirtschaft auf den Pfad des Wachstums im Jahresverlauf. Nach einer Periode von zehn aufeinanderfolgenden Jahren wirtschaftlichen Wachstums erlitt Deutschland im Jahr 2020 aufgrund der Auswirkungen der Corona-Krise und der folgenden wirtschaftlichen Stilllegung einen deutlichen Rückgang um -3,8 Prozent.

Geprägt war die gesamtwirtschaftliche Lage 2022 in Deutschland von den Folgen des Krieges in der Ukraine und den damit zusammenhängenden Energiepreiserhöhungen. Hinzu kamen verschärfte Material- und Lieferengpässe, massiv steigende Preise beispielsweise für Nahrungsmittel sowie der Fachkräftemangel und die andauernde, wenn auch im Jahresverlauf nachlassende Corona-Pandemie. Trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen erholte sich die deutsche Wirtschaft.

Das Konsumverhalten der privaten Haushalte in Deutschland im Jahr 2022 war stark von der hohen Inflation betroffen. Die Konsumausgaben der Inlandshaushalte stiegen im Vergleich zum Vorjahr um beeindruckende 10,7 Prozent an.

In realen Zahlen, nach Preisbereinigung, betrug der Anstieg der Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland 3,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Diese Differenz spiegelt die signifikanten Preissteigerungen für private Haushalte wider.

Im Jahresdurchschnitt des Jahres 2022 waren etwa 45,6 Millionen Menschen mit Arbeitsplatz in Deutschland erwerbstätig, was den höchsten Wert seit der deutschen Vereinigung im Jahr 1990 darstellt. Die jahresdurchschnittliche Anzahl der Erwerbstätigen stieg im Jahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr um beachtliche 589.000 Personen an, was einer Steigerung von 1,3 Prozent entspricht.

BRANCHENENTWICKLUNG

Die Gebäudereinigung ist und bleibt die beschäftigungsstärkste Handwerksbranche Deutschlands. 657.074 Personen sind in der Branche beschäftigt (Stand 2021). Pandemiebedingt sank die Zahl der Beschäftigten im Jahr 2021 gegenüber dem Vorjahr um 4,2 Prozent. Auch im Fünfjahres-Vergleich blickt die Branche auf ein Beschäftigungs-Minus von 1,2 Prozent. Dabei hat die mindestlohngebundene Branche unter den Beschäftigten insgesamt eine geringe Fachkraftquote und bietet daher Menschen mit geringen Arbeitsmarktchancen Arbeits- und Ausbildungsplätze. Die Anzahl der Unternehmen liegt bei 28.803 (2022). Dies ist ein Anstieg um 3,3 Prozent im Vorjahresvergleich.

Die Branche ist von großer wirtschaftlicher Bedeutung. Der Umsatz im Gebäudereiniger-Handwerk ist im Jahr 2022 gegenüber dem Vorjahr um 11,3 Prozent gestiegen. Demnach erzielten die Unternehmen einen Umsatz von rund 23,5 Milliarden Euro. Dennoch blieben auch sie von der verschlechterten wirtschaftlichen Situation in Deutschland nicht unberührt. Die gestiegene Inflation und Engpässe bei Material und Lieferungen führten zu deutlichen Preisanstiegen, insbesondere bei Energiekosten, Reinigungsmaschinen und Hygieneprodukten. Gleichzeitig wurden die Auftraggeber preissensibler. Insbesondere in der Reinigungsbranche führten Preisanpassungen gelegentlich zu Leistungskürzungen. Die von der ifo Institut

befragten Gebäudereinigungsunternehmen beurteilten ihre aktuelle Geschäftslage zunehmend ungünstig. Die Umsatzerwartungen der Unternehmen wurden nach unten angepasst, blieben jedoch bis zum Schluss optimistisch.

Größte Herausforderung der Branche bleibt die Personalgewinnung. In der Herbstumfrage 2022 des Bundesinnungsverbandes der Gebäudereiniger-Handwerks (BIV) stuften die Unternehmen ihre Belastung durch zunehmende Personalknappheit auf einer Skala von 1 bis 10 mit durchschnittlich 9,2 als extrem hoch ein. Fast 9 Prozent gaben an, ganz akut Beschäftigte zu suchen.

Immer mehr Auftraggeber präferieren heutzutage die anforderungsorientierte Reinigung (Cleaning on Demand). Die Implementierung flexibler und dynamischer Reinigungspläne erfordert zwar beträchtlichen Aufwand, sowohl in Bezug auf die erforderliche Ausrüstung als auch auf die Schulung der Reinigungskräfte. Trotzdem könnte die gesteigerte Qualifikation der Mitarbeiter die Attraktivität der Branche als Arbeitgeber erhöhen.

In der weiteren Rückschau hat sich die Gebäudereinigung in den vergangenen Jahrzehnten zu einer wirtschaftlich bedeutenden und beschäftigungsintensiven Branche entwickelt. Nach den

Auswirkungen der Weltwirtschaftskrise im Jahr 2009 stieg der Umsatz der Gebäudereinigungsbranche in Deutschland bis 2019 stetig und hat sich in diesem Zeitraum nahezu verdoppelt: Lag der Umsatz im Jahr 2009 noch bei 11,2 Milliarden Euro, erwirtschaftete die Branche im Jahr 2020 deutschlandweit 19,5 Milliarden Euro. Im Hinblick auf den Markt wird dieser von 2 Prozent der Unternehmen mit über 5 Mio. Umsatz mit über 54 Prozent dominiert. Sie machen über die Hälfte des gesamten Branchenumsatzes aus. Auf der anderen Seite realisiert eine große Anzahl von Kleinbetrieben mit weniger als 500.000 Euro Jahresumsatz nur rund 13 Prozent des Branchenumsatzes.

Aus dem Handwerk der Gebäudereinigung hat sich heute das umfassende Dienstleistungsangebot des Facility-Managements entwickelt. Betriebe mittlerer Größe bieten dabei häufig vor allem infrastrukturelles Gebäudemanagement an. Dessen weit diversifizierter Leistungskatalog umfasst neben der Glas- und Gebäudereinigung auch Pförtner- und Hausmeisterleistungen, Catering, hausinternen Lieferservice, Winterdienst, Grünflächenunterhaltung, Wach- und Sicherheitsdienste.



360° RAY FACILITY MANAGEMENT

Die ray facility management group bietet sämtliche Dienstleistungen des ganzheitlichen Facility Managements. Für dieses Konzept haben wir einen Begriff geprägt: 360° Facility Management. Dazu zählen Leistungen aus dem infrastrukturellen, dem technischen und dem kaufmännischen Gebäudemanagement, durch die wir Immobilien umfassend bewirtschaften.

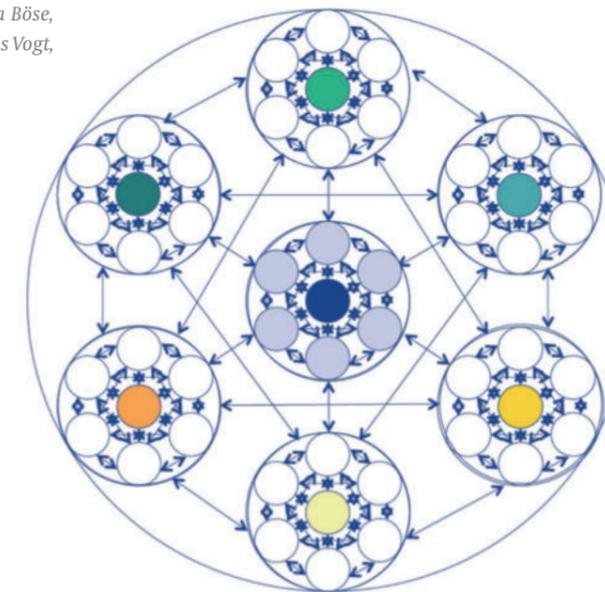
Die Marke ray steht für Innovation, Ganzheitlichkeit und Nachhaltigkeit im Facility Management. Unser Unternehmen handelt nach definierten Werten, die die Qualität unserer Leistungen dauerhaft sichern und verbessern. Mehr über unser Verständnis von Corporate Social Responsibility und wie wir jegliches Handeln unseres Unternehmens auf unsere soziale, ökologische und ökonomische Verantwortlichkeit und Nachhaltigkeit beziehen, lesen Sie auch in unserem Nachhaltigkeitsbericht unter www.ray.de.

Mit dieser Haltung werden wir den hohen Anforderungen von Immobiliennutzern, -bewirtschaftern und -Eigentümern gerecht und sorgen für deren Entlastung auf allen Ebenen. Auf diese Weise wird ray zu einem verlässlichen Partner, der im Interesse seiner Kunden handelt und ihnen einen relevanten Vorteil verschafft: mehr Freiraum für ihr Kerngeschäft.

DER RAY-ORGANISMUS - UNSER ORGANIGRAMM

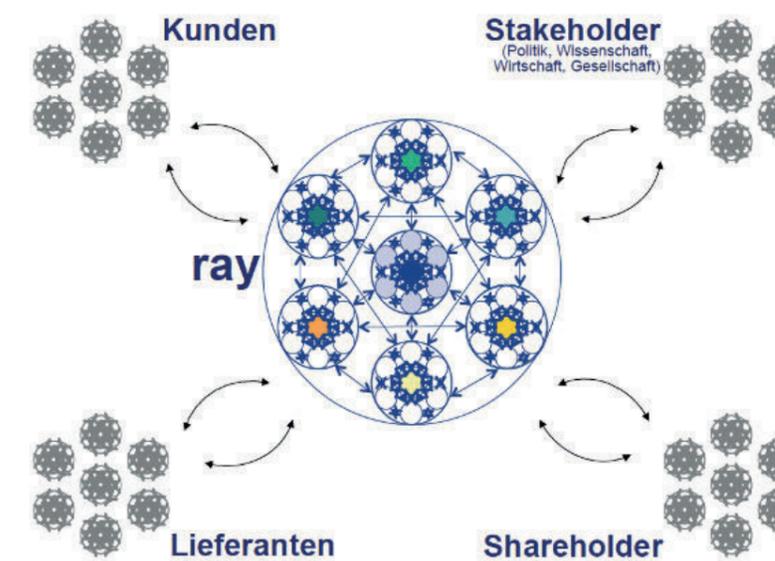
Geschäftsführung: Nils Bogdol, Urs Remppe
 Prokura: Kim Bormann, Lukas Bormann, Claudia Böse, Benjamin Drews, Axel Kogge, Tanja Scholz, Thomas Vogt, Björn Walbröhl

- Geschäftsführung
- Führungskreis
- Technisches Gebäude-/Facility Management
- Infrastrukturelles Gebäude-/Facility Management
- Kaufmännisches Gebäude-/Facility Management
- Verwaltung
- Vertrieb
- Projektbezogene Fachgruppen



Quelle: Bom, angelehnt an BE1

DER RAYORGANISMUS - UNSER SOZIOÖKONOMISCHES UMFELD



Quelle: Bom, in Anlehnung an BE1

NACHHALTIG DENKEN, FÜHLEN UND HANDELN

Wir leben Nachhaltigkeit und bringen uns innovativ in unsere Branche ein. Um das tatsächliche nachhaltige Handeln zu bewerten, ist es wichtig, den Begriff zu definieren. Nachhaltigkeit bedeutet nach allgemeinem Verständnis, sozial, ökologisch und ökonomisch zu agieren. Diese Aspekte der Nachhaltigkeit haben wir fest in unseren Managementstrukturen des Unternehmens verankert.

Alle Geschäftsbereiche in unserer Wertschöpfungskette, von der Verwaltung über QM, F&E und Vertrieb bis hin zu den operativen vielfältigen Gebäudeserviceleistungen, haben sich Ziele in den drei Feldern der Nachhaltigkeit gesetzt und Maßnahmen zu ihrer Erreichung entwickelt. Dabei überprüfen wir diese Ziele kontinuier-

lich auf Aktualität und passen sie mithilfe von Benchmarks und KVPs an neue Erkenntnisse an. So können wir das strategische Ziel einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung mit Hilfe strukturierter Prozesse erreichen.

Indem wir unsere Verantwortung für diese und kommende Generationen wahrnehmen, bleiben wir zukunftsfähig. Für uns als Familienunternehmen und eines der TOP-5.000-Unternehmen im deutschen Mittelstand ist das von zentraler Bedeutung. Mehr dazu finden Sie in unserem Nachhaltigkeitsbericht, den wir unter www.ray.de veröffentlicht haben.

QUALIFIZIERT UND ZERTIFIZIERT

- SCCP-Zertifikat für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt
- Mitglied der Güteschutz-Gemeinschaft Metallfassadenreiniger
- CO2-Vermeidungs-Zertifikat
- Qualitätsverbund Gebäudedienste
- Qualitätsmanagement nach DIN EN ISO 9001
- Umweltmanagement nach DIN EN ISO 14001
- zertifiziert nach ecoVadis

GESCHÄFTSVERLAUF

Die Unternehmensgruppe beschäftigte im Jahre 2022 durchschnittlich 2.850 Mitarbeiter und erzielte einen Umsatz von T€ 44.823. Im Jahr 2021 waren durchschnittlich 2.772 Mitarbeiter bei einem Umsatz von T€ 42.546 beschäftigt. Die Personaleinsatzquote 2022 liegt bei 72 Prozent (Vorjahr: 70 Prozent).

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Der Fachbereich F&E verbindet Mitarbeiter-, Kunden- und innovative Projektentwicklungen sowie die Tätigkeiten des Fachbereichs PR. Darüber hinaus werden neue Verfahrenstechniken und die digitale Transformation mit unterschiedlichen Kooperationspartnern mit der Expertise des Fachbereichs zukunftsgerichtet unterstützt.

In den HRM-Bereichen der „Technik“ und der „Verwaltung“ konnten die „Fach-, Sozial- und Persönlichkeitskompetenzen“ des Personalstamms sowie in der Führungsebene die „Führungskompetenzentwicklung“ weiter ausgebaut werden. Der hier eingeschlagene Erfolgskurs spiegelt sich in der strategischen Steuergröße „Mitarbeiter- und Kundenbegeisterung“ wider. Einige der mit der empirischen Sozialforschung 2022 erfassten Kennzahlen, die wieder mit einem wissenschaftlich fundierten Forschungsdesign erhoben wurden, sind nachfolgende (Schulnotensystem, arithmetisches Mittel, konzernweit): Mitarbeiterbegeisterung 2,2 / Führungskompetenz 1,8 / gelebte Unternehmenskultur 1,7. Die extern erfassten Kennzahlen lagen 2022 im Kundenbereich bei 2,9 und im Lieferantenbereich bei 1,8.

Darüber hinaus wird deutlich, wo Verbesserungspotenziale liegen. Hier wollen wir in den kommenden Jahren unsere Bewertungen wei-

ter verbessern. Den Ergebnissen liegt dabei eine Teilerhebung der ray Kunden- und Lieferantenbefragung zugrunde. Der empirische Erhebungsprozess gleicht dabei dem der Mitarbeiterbefragung. Darüber hinaus wurden die Kunden- und Lieferantenzufriedenheit und Servicequalität durch ein externes Benchmark überprüft: Vorbildliches Kundenmanagement war das Ergebnis, das uns mit dem Preisgewinn „TOP SERVICE DEUTSCHLAND“ 2020 bereits attestiert wurde.

Der digitale Wandel erfasste 2022 verstärkt auch die bereits eingesetzten innovativen Instrumente im ganzheitlichen Konzerncontrolling. Dabei wurde z.B. noch intensiver in Robotik investiert. Im Besonderen sei hier erwähnt, dass die anhaltende weltweite „Gesundheits-situation“ dem bereits hohen internen Digitalisierungsprozess nochmals einen umfassenden Strategieschub gegeben hat. So wurden zahlreiche Strukturen weiter automatisiert.

Die Erfahrungen mit der Robotik und KI wurden weiter ausgebaut und helfen bereits in Teilbereichen die Personalsituation zu verbessern oder aber zumindest abzufedern.

In der Forschung wurde weiterhin mit ausgewählten Hochschulen des Facility- und Gebäudemanagements, des Nachhaltigkeitsmanagements sowie angelegten Wissenschaftszweigen zusammengearbeitet. Weiterhin hat sich F&E in die akademische Lehre eingebracht, um für Hochschule und Unternehmen gleichermaßen wertvolle Synergien und Netzwerke zu erzeugen – ein Punkt, der in der Zukunft und im dynamischen Wandel der Zeit als ein Erfolgsfaktor verortet wird.

Zudem wurden Kooperationsprojekte intensiviert und mit marktführenden Unternehmen an der nachhaltig-orientierten Optimierung der Wertschöpfungskette gearbeitet.

Dass die eingeschlagene Unternehmensstrategie auf vielen Ebenen greift, bringen auch die bis zum Jahr 2022 seitens F&E initiierten Benchmarks zum Ausdruck. Zahlreiche Wirtschaftsauszeichnungen bescheinigen die Leistungsfähigkeit der Teams und letztlich die der Gesamtorganisation, die auch den Kunden im Jahr 2022 zum hohen Kundennutzen wurde. Hier ist insbesondere auch die ECOVA-DIS Auszeichnung in Bronze zu erwähnen, die sehr umfassend unserer in allen Bereichen der Nachhaltigkeit und sozialen Entwicklung des Unternehmens eine Bewertung abbildet.

MITARBEITERBEGEISTERUNG/ -ENTFALTUNG (HRM)

„Wir streben stets danach, unseren Mitarbeitern ein modernes und attraktives Arbeitsumfeld zur Verfügung zu stellen, indem sie ihre Potenziale entfalten, ihre Fähigkeiten weiterentwickeln und mit ihrem beruflichen Umfeld lernen und persönlich wachsen können. Wir freuen uns über die Auszeichnungen, die uns wichtige Hinweise geben, wo wir als mittelständisches Familienunternehmen unser HRM zukunftsweisend für unsere Mitarbeiter und Kunden vertiefen können.“

Nachfolgend ein Auszug:

- ✓ Top-Arbeitgeber im Mittelstand - yourfirm 2015, 2017, 2018, 2019, 2020, 2023
- ✓ Most Wanted Employer – kununu 2023
- ✓ „Deutschlands beste Arbeitgeber Mittelstand“ Great-Jobs 2022
- ✓ „Deutschlands begehrteste Arbeitgeber“ 2022
- ✓ Top Karriere Chancen – Deutschland Test Siegel Focus Money 2016, 2017, 2018, 2022
- ✓ Höchste Fairness im Job – Deutschland Test Siegel Focus Money 2018, 2019
- ✓ Top-Job - Die besten Arbeitgeber im Mittelstand 2018
- ✓ Beste Ausbilder Deutschlands - Territory Embrace / Wirtschaftsmagazin Capital / Ausbilder.de 2018
- ✓ Deutschlands beste Ausbildungsbetriebe – Deutschland Test Siegel Focus Money 2016, 2017, 2018

KUNDENBEGEISTERUNG/ -NUTZEN (CRM)

„Ein Kernstreben unserer Gebäudedienstleistungen ist die Kundenzufriedenheit – und mehr noch die Begeisterung unserer Kunden. Dafür bringen wir uns für unsere Kunden jeden Tag vollumfassend ein. Unsere Auszeichnungen bestärken hier unser Vorgehen im CRM und geben uns die Möglichkeit, unsere bodenständige Betriebskultur eines familiengeführten Mittelständlers weiter zu festigen und als zuverlässiger Dienstleister mit qualitativ hochwertigen Produkten die Herausforderungen unserer Kunden im Gebäudemanagement zukunftsweisend und partnerschaftlich zu lösen.“

Nachfolgend ein Auszug:

- ✓ Top Service Deutschland – Handelsblatt 2016, 2020
- ✓ Top Service Deutschland B2B Facility Services – Handelsblatt 2016

MARKETINGBEGEISTERUNG/ -WESEN (PR)

„Eine starke und zuverlässige Unternehmensmarke gibt Kunden, Mitarbeitern und Partnern Klarheit, Sicherheit und Orientierung im aktuellen Wandel. Als Mitgestalter der Branche sehen wir es als unsere Aufgabe an, auch die Marke ray bewusst weiterzuentwickeln. Die Auszeichnung gibt uns Hinweise, wo wir uns weiterentwickeln können. Sie zeigt auch, dass die über die Jahre hinweg geleistete Marketing- und PR-Arbeit Früchte trägt und inwieweit sich die eingesetzten Ressourcen amortisieren. Die traditionelle, aber auch moderne Betriebskultur mit ihren urtypischen Familienwerten formt so sichtbar für alle Unternehmensakteure zukunftsweisend das positive Image des mittelständischen Unternehmens – nach innen und außen.“

Nachfolgend ein Auszug:

- ✓ german brand award - Rat für Formgebung, German Brand Institute 2017
- ✓ Urkunde 360° – ein Service der ray facility management group - Deutsches Patent- und Markenamt Deutschland 2014

INNOVATIONSBEGEISTERUNG/ -WESEN (F&E)

„Die Bedürfnisse unserer Kunden und die Natur mit ihren Erfahrungen in Evolutionsprozessen gehört zu unseren Vorbildern, um daran angelehnt unsere Wertschöpfungsketten nachhaltig mit unseren Erfahrungen in Innovationsprozessen zu gestalten. Seit der Gründung des Familienunternehmens vor über 20 Jahren gehen wir bewusst den Weg der F&E. Dazu gehen wir auch synergetische Partnerschaften ein und sind fortlaufend bestrebt für unsere Kunden, Mitarbeiter, Stakeholder und Shareholder tragfähige Konzepte der Zukunft zu entwerfen. Unsere Auszeichnungen sind dabei ein Weg, durch gezieltes Benchmarking noch bessere Lösungen auf die Fragen unserer heutigen Zeit zu finden und diese mit bodenständiger Sorgfalt und familienunternehmerischem Bedacht Schritt für Schritt zu implementieren.“

Nachfolgend ein Auszug:

- ✓ ECOVADIS Auszeichnung im Nachhaltigkeits-Rating in Bronze 2023
- ✓ TOP-INNOVATOR - Top 100, die innovativsten Unternehmen im Mittelstand – Wirtschaftsuniversität Wien 2014
- ✓ WHO is WHO der deutschen Familienunternehmen - Die deutsche Wirtschaft 2019
- ✓ Top 1000 Handwerksunternehmen - Handwerk Magazin 2013

VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG DES UNTERNEHMENS

Das laufende Geschäftsjahr war geprägt durch den Beginn des Ukrainekrieges, dem Auslaufen der Pandemie und den deutlichen Kostensteigerungen im Zuliefererbereich. Das Jahr 2022 war dadurch nicht mehr durch ein erhöhtes Hygienebewusstsein geprägt, sondern es wurde relativ schnell die Kostenoptimierung gesucht und der pandemische Grundgedanke abgekoppelt von der Hygiene in der Raumreinigung.

Wir konnten nichtsdestotrotz unsere sehr deutliche Lohnerhöhung im Oktober 2022 von zum Teil über 16 Prozent zu 95 Prozent bei unseren Kunden durchsetzen und haben daher eine Umsatzsteigerung für 2023 fest definiert, aber darüber hinaus mit Sicherheit eine sehr preissensible Kundschaft entwickelt.

Die Perspektiven im Jahr 2023 werden mit der Lohnentwicklung weiterhin herausfordernd sein. Im Gebäudereinigungsbereich ist der Branchenmindestlohn mit einer festen Lohnerhöhung bereits bis 2024 definiert, daher gibt es hier eine klare Budgetierung für unsere Kunden und wir gehen davon aus, dass diese politisch durchgehalten wird.

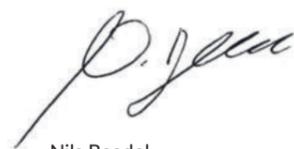
Die Perspektive am Arbeitsmarkt wird sich weiter verschärfen. Hier sind die politischen Regelungen viel zu langsam, die Verwaltung viel zu träge, als dass es hier zu einer deutlichen Entlastung kommt. Dies wird sich mit Sicherheit auch auf unseren Markt auswirken und das Wachstum in unserer Branche aus organischer Sicht stark einbremsen. Wir setzen hier weiterhin auf anorganisches Wachstum und haben unseren Vertrieb stark digitalisiert und zentralisiert.

Die Robotik sowie aber auch die körperliche Unterstützung durch Exoskelette wird ein zunehmendes Thema sein. Wir sind in diesen Bereichen Pretest-Partner bei verschiedenen Herstellern und können damit relativ klar die Vor- und Nachteile und Einsatzgebiete definieren. Diese sind immer noch sehr reduziert, aber zumindest eine Hilfe. Bei größeren Personalengpässen konnten wir hierfür schon Lösungen erarbeiten.

Der Begriff KI ist tatsächlich auch in unserem Handwerk interessant. Hier gibt es Personalvertretungsregelungen und Leistungsverzeichnisoptimierungen, die KI-unterstützt ablaufen können. Hier sind wir auch mit Softwarepaketen inzwischen im Einsatz und in den Testphasen.

Die Liquidität des Unternehmens konnte im Jahr 2022 durchgehend sichergestellt werden und es sind auch weiterhin keinerlei Risiken diesbezüglich im laufenden Geschäftsjahr zu erwarten. Das Ergebnis in diesem Geschäftsjahr wird nur leicht unter Druck geraten und wir gehen davon aus, dass im Jahr 2023 die Perspektive sich analog zu 2022 verhält. Da wir mit verschiedenen Maßnahmen dafür gesorgt haben, dass diese nachhaltigen Optimierungsprozesse in unserem Unternehmen in Gang gesetzt wurden, können wir mit gleichmäßigen Deckungsbeiträgen rechnen.

Holdorf, August 2023



Nils Bogdol



Fällt erst auf, wenn es fehlt:
Professionelles Facility Management

ray facility management group
Nils Bogdol GmbH
Bahnhofsallee 1
49451 Holdorf

 05494 - 98 75-0
 info@ray.de

www.ray.de

Produktion: www.alles-blueprint.de