

Waiblingen, 28.04.2020

## **STIHL Gruppe erzielt 2019 Umsatzplus und bleibt mittelfristig optimistisch**

- **Coronakrise: Familienunternehmen trägt Verantwortung gegenüber Belegschaft**
- **Ausbau von E-Commerce: STIHL startet in Deutschland eigenen Online-Shop**
- **Benzin, Akku, Digital: Neuheiten in Produktsegmenten vorgestellt**

Die STIHL Gruppe erzielte im Geschäftsjahr 2019 einen Umsatz von 3,93 Milliarden Euro. Das entspricht einem Plus von 4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (3,78 Milliarden Euro). Ohne Wechselkurseffekte läge das Umsatzwachstum bei 2,7 Prozent. STIHL Vorstandsvorsitzender Dr. Bertram Kandziora erklärte auf der Bilanz-Presskonferenz des Unternehmens: „Trotz zahlreicher Herausforderungen im vergangenen Jahr haben wir beim Umsatz in der Unternehmensgruppe ein Plus erzielt. Gleichwohl gingen die zunehmenden Handelskonflikte, die schwächelnde Weltwirtschaft und ungünstige Witterungsbedingungen nicht spurlos an uns vorbei.“ Darüber hinaus ist eine zunehmende Substitution von Benzin-Produkten durch Akku-Produkte zu verzeichnen. Während der Absatz von Akku-Geräten stieg, sank die Nachfrage nach Produkten mit Benzin-Antrieb. Insgesamt blieb der Absatz stabil. Das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres ist bereits durch die weltweite Ausbreitung des Coronavirus geprägt. „Nach einem sehr guten Januar und Februar endete das erste Quartal auf Vorjahresniveau. Da die Händlergeschäfte in einer Reihe von Ländern geschlossen sind, gehen wir von einem nennenswerten Rückgang im zweiten Quartal aus. Mittelfristig bleiben wir optimistisch“, so der STIHL Vorstandsvorsitzende. „Als Familienunternehmen tragen wir in der Coronakrise ein hohes Maß an Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Dazu gehört auch, dass wir versuchen, Arbeitsplätze zu sichern und, soweit es möglich ist, weiter zu produzieren und unsere Händler zu beliefern – natürlich in enger Abstimmung mit den Gesundheitsbehörden und unter Einhaltung strenger und behördlicher Schutzmaßnahmen an den Standorten. Denn wir haben auch eine Verantwortung gegenüber unseren mehr als 53.000 Fachhändlern und Millionen von Kunden“, betonte Dr. Kandziora.

## **Märkte zeigen 2019 weltweit heterogene Entwicklung**

Mit Blick auf die einzelnen Märkte ergibt sich für 2019 ein sehr heterogenes Bild. Positiv entwickelte sich der Absatz in Westeuropa und in Osteuropa ohne Russland. Nordamerika, das viele Jahre Wachstumstreiber für die STIHL Gruppe war, verzeichnete einen leichten Rückgang. Diese

Entwicklung ist vor allem auf die Kälte und Nässe zu Beginn der Gartensaison zurückzuführen. In Asien erzielte das Unternehmen ein leichtes Absatzwachstum. Insbesondere Indien entwickelte sich mit einem zweistelligen Wachstum sehr positiv. Der Absatz in Afrika, wo das Unternehmen in Südafrika und seit 2017 in Kenia mit einer zweiten Tochtergesellschaft vertreten ist, befindet sich auf Vorjahresniveau. „Im vergangenen Jahr haben wir das STIHL Händlernetz weiter ausgebaut. Mittlerweile können Kunden bei weltweit mehr als 53.000 Fachhändlern STIHL Produkte erwerben und auf die Beratungs- und Serviceleistung unserer Händler vertrauen“, so Dr. Kandziora. Der Personalstand in der Gruppe ging um 2,3 Prozent zurück im Vergleich zum Vorjahresstichtag. Am 31. Dezember 2019 arbeiteten weltweit 16.722 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei STIHL.

### **Deutscher Markt im Plus und mit neuem Online-Angebot**

#### **- 2019 über Vorjahresniveau**

Im deutschen Markt erzielte STIHL im Geschäftsjahr 2019 eine moderate Absatz- und Umsatzsteigerung, trotz Auswirkungen der Trockenheit im Jahr 2018. „Erfreulich ist das Absatzwachstum bei Akku-Geräten und Hochdruckreinigern“, erläuterte der STIHL Vorstandsvorsitzende. Zum aktuellen Geschäftsjahr sagte er: „Der Start in das Jahr 2020 verlief positiv. Bis März konnten wir den Umsatz deutlich erhöhen.“

#### **- Ausbau von E-Commerce: vorgezogener Start des STIHL Online-Shops**

Der Start des STIHL eigenen Online-Shops [www.stihl.de](http://www.stihl.de) wurde im deutschen Markt auf den 20. März 2020 vorgezogen. Damit können nahezu alle STIHL Geräte online bestellt und auch direkt nach Hause geliefert werden. Mit dem neuen E-Commerce-Angebot stärkt das Unternehmen auch den servicegebenden Fachhandel. „Bei jedem Kauf im neuen STIHL Online-Shop wird dem Kunden ein nahe gelegener Fachhändler empfohlen, der wie gewohnt als persönlicher Ansprechpartner vor Ort Beratung und professionellen Service bietet. Für die Bereitstellung dieser Leistungen erhält der lokale Händler beim Kauf eine Vergütung von STIHL“, erklärte Dr. Kandziora.

### **STIHL Stammhaus: leichtes Umsatzplus und hohe Investitionen 2019**

Das deutsche Stammhaus, die ANDREAS STIHL AG & Co. KG, erzielte 2019 einen leichten Umsatzanstieg um 0,8 Prozent auf 1,21 Milliarden Euro (Vorjahr: 1,2 Milliarden Euro). Zu diesem Plus hat auch eine Verschiebung im Produktmix beigetragen. So wurden im vergangenen Jahr mehr höherwertige Produkte verkauft als im Vorjahr. Der Absatz im Stammhaus hingegen ist gesunken.

„Dennoch investiert das Familienunternehmen STIHL weiterhin stark in den Standort Deutschland“, sagte Dr. Kandziora. Das Investitionsvolumen im Jahr 2019 betrug 134 Millionen Euro (Vorjahr: 124 Millionen Euro). Der Großteil der Investitionen floss in die Erweiterung des Logistikzentrums in Ludwigsburg, die Aufstockung des Produktionslogistikzentrums in Waiblingen-Neustadt, die Modernisierung des Stammsitzes und den Bau der STIHL Markenwelt in Waiblingen.

Die Belegschaft der ANDREAS STIHL AG & Co. KG wuchs um 1,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahresstichtag. Zum 31. Dezember 2019 arbeiteten 5.090 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Stammhaus, davon 3.626 in Waiblingen, 247 in Ludwigsburg, 395 in Fellbach, 755 in Weinsheim und 67 in Wiechs am Randen.

### **STIHL bleibt mittel- und langfristig optimistisch**

Das erste Quartal des laufenden Jahres war weltweit stark durch die Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus geprägt. Das Jahr begann für STIHL mit einem Absatz- und Umsatzplus, allerdings wirkte sich die Ausbreitung des Coronavirus ab März dämpfend auf das Geschäft aus. Für 2020 rechnet STIHL insgesamt mit einem Absatzrückgang. Aufgrund der sehr dynamischen Entwicklung sind die Auswirkungen der Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie heute jedoch noch nicht konkret absehbar. „Wir können dank unserer hohen Flexibilität kurzfristig auf Änderungen in den Märkten reagieren. Mittel- und langfristig bleiben wir optimistisch“, sagte Dr. Kandziora. Nach Bewältigung der Coronakrise geht STIHL wieder von zunehmender Dynamik in den Märkten und steigenden Absatzzahlen aus. „Gleichwohl stehen wir vor einer Reihe von Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt: Neben der Weiterführung des Geschäftsbetriebs unter erheblichen Einschränkungen für Fertigung und Vertrieb während der Pandemie müssen wir uns dem zunehmenden Wettbewerb im Akku-Segment stellen. Darüber hinaus sind 2020 schwache weltwirtschaftliche Rahmenbedingungen zu erwarten. Zur Bewältigung dieser Herausforderungen haben wir im Unternehmen eine Reihe von Projekten zur Effizienzsteigerung und Kostenreduzierung aufgesetzt. STIHL hat schon einige Krisen in seiner über 90-jährigen Geschichte gemeistert. Ich bin zuversichtlich, dass wir auch diese weltweite Coronakrise meistern werden. Und ich danke unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ausdrücklich für ihr enormes Engagement, die Einhaltung der unbedingt notwendigen Sicherheitsmaßnahmen zur Vermeidung der Ausbreitung von Corona und die ausgezeichnete Zusammenarbeit in der Unternehmensgruppe“, unterstrich Dr. Kandziora.

**STIHL stellt Produktneuheiten 2020 vor**

Für die erste Hälfte des Jahres stellt STIHL eine Reihe von Produktneuheiten in den Segmenten Akku, Benzin und Digital vor.

**- Neue Akku-Produkte für private Anwender und Profis**

Im STIHL Akkusystem AK für private Gartenbesitzer sowie Semiprofis bietet der Vertikutierer STIHL RLA 240 dank Vertikutier- und Lüfterwalze zwei Funktionen in einem Gerät. Exzellente Schnittleistung ohne Lärm verspricht die Motorsense STIHL FSA 57, die sich je nach Bedarf entweder mit einem Mähkopf mit leisem Mähfaden (AutoCut C 3-2) oder Kunststoffmessern (PolyCut 3-2) ausrüsten lässt. Im Sommer kommt das angenehm leise, leistungsstarke und zudem preisattraktive Blasgerät STIHL BGA 57 auf den Markt. Es ermöglicht, Flächen im hausnahen Bereich schnell und kräfteschonend zu säubern.

Ebenfalls für private Anwender wurde das STIHL Akkusystem AS um die vielseitige Strauch- und Grasschere STIHL HSA 26 ergänzt. Ausgestattet mit einem beidseitig schneidenden Strauchmesser sowie einem zwölf Zentimeter breiten Grasmesser bringt sie Sträucher und Gräser in Form. Der ebenfalls zu dieser Akku-Linie gehörende neuartige Gehölzschneider STIHL GTA 26, der bereits im vergangenen Herbst eingeführt wurde, erfreut sich einer hohen Nachfrage.

Das STIHL Akkusystem AP, hauptsächlich ausgelegt für den professionellen Einsatz in Garten- und Landschaftsbaubetrieben sowie Kommunen, wird ergänzt um den Rasenmäher STIHL RMA 765 V mit 63 Zentimeter Schnittbreite sowie die Blasgeräte STIHL BGA 86 (15 Newton Blaskraft) und STIHL BGA 200 (21 Newton).

Der neue STIHL Akku-Ladeschrank, entwickelt gemeinsam mit der Firma Kesseböhmer, ermöglicht das parallele Aufladen von bis zu 20 STIHL Akkus, auch über Nacht. Dabei stellt das intelligente Lastmanagement verlässlich sicher, dass alle angeschlossenen Akkus am nächsten Arbeitstag einsatzbereit sind.

**- Weltneuheit im Benzin-Segment**

Bei den Profi-Motorsägen bietet die STIHL MS 261 C-M in der dritten Generation mit optimiertem Motor und neuer Schneidgarnitur 20 Prozent mehr Schnittleistung bei reduziertem Gewicht. Sie ist seit Anfang April 2020 auf dem Markt verfügbar. Eine Weltneuheit im gleichen Produktsegment ist die STIHL MS 400 C-M. Sie wurde als weltweit erste Motorsäge mit einem Magnesiumkolben ausgestattet. Der Einsatz des leichten Werkstoffs führt in Verbindung mit der konsequenten Leichtbauweise zu einem ausgesprochen niedrigen Leistungsgewicht von

weniger als 1,5 Kilogramm pro Kilowatt. Gleichzeitig verleiht das neue Bauteil der Maschine eine hohe Maximaldrehzahl von 14.000 Umdrehungen pro Minute. Die daraus resultierende erstklassige Performance wissen professionelle Anwender im Forst vor allem durch einen hohen Arbeitsfortschritt beim Entasten zu schätzen. Die MS 400 C-M kommt in Deutschland im Herbst 2020 auf den Markt, sie wurde jedoch schon im Vorfeld hoch dekoriert. „Für die innovative Technologie des Magnesiumkolbens, der übrigens im STIHL eigenen Druckgusswerk in Weinsheim (Eifel) gefertigt wird, zeichneten die Europäische Forschungsgemeinschaft Magnesium e.V. (EFM) und die International Magnesium Association (IMA) STIHL bei den Druckguss-Wettbewerben im Rahmen der Fachmesse Euroguss 2020 in der Kategorie Magnesium-Bauteile mit dem ersten Preis aus“, freute sich Dr. Kandziora.

**- Neue connected App im Segment digitale Produkte**

Neu im Segment der digitalen Produkte ist die STIHL connected App mit dem Fokus auf professionelle Anwender. Sie ist in Kürze verfügbar und bietet einen schnellen und konzentrierten Überblick über Gerätedaten, anstehende Wartungen sowie den letzten bekannten Standort der Geräte. Zudem kann der Nutzer sich anzeigen lassen, welche Geräte sich im direkten Umfeld befinden.

**STIHL Markenshop mit neuer Kollektion**

Passend zum Start in die Freiluftsaison steht die neue Kollektion im STIHL Markenshop zur Verfügung. Von exklusiv entwickelten Textilien und Accessoires über Holzspielzeug bis hin zu historischen Modellen und Liebhaberstücken finden Kunden und Fans der Marke online unter [www.stihl-markenshop.de](http://www.stihl-markenshop.de) alles, was das für STIHL schlagende Herz begehrt. Dass dieses Konzept ankommt, zeigt unter anderem die Auszeichnung der Universal-Aufbewahrungsbox „Contra Lightning“ mit dem Promotional Gift Award 2020 in der Kategorie Sonderanfertigung.

**STIHL TIMBERSPORTS® WM 2020 in Göteborg**

Auch das Sportholzfällen ist von den aktuellen Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus betroffen. Deshalb wurden weltweit alle bis Ende Juni geplanten Veranstaltungen der Extremsport-Serie STIHL TIMBERSPORTS® - darunter auch die für Ende Mai in Wien geplante World Trophy - offiziell abgesagt. Über den Fortgang der internationalen Veranstaltungen der Saison wird, abhängig von den weiteren Entwicklungen, verantwortungsvoll entschieden. Dies gilt auch hinsichtlich der für Anfang November geplanten Weltmeisterschaft in Schweden.

## Unternehmensporträt

Die STIHL Gruppe entwickelt, fertigt und vertreibt motorbetriebene Geräte für die Forst- und Landwirtschaft sowie für die Landschaftspflege, die Bauwirtschaft und private Gartenbesitzer. Ergänzt wird das Sortiment durch digitale Lösungen und Serviceleistungen. Die Produkte werden grundsätzlich über den servicegebenden Fachhandel vertrieben - mit 41 eigenen Vertriebs- und Marketinggesellschaften, rund 120 Importeuren und mehr als 53.000 Fachhändlern in über 160 Ländern. STIHL produziert weltweit in sieben Ländern: Deutschland, USA, Brasilien, Schweiz, Österreich, China und auf den Philippinen. Seit 1971 ist STIHL die meistverkaufte Motorsägenmarke weltweit. Das Unternehmen wurde 1926 gegründet und hat seinen Stammsitz in Waiblingen bei Stuttgart. STIHL erzielte 2019 mit 16.722 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz von 3,93 Mrd. Euro.

Die Presseinformation sowie Fotos stehen auf der STIHL Homepage unter <https://corporate.stihl.de/tages-wirtschaftspresse.aspx> zum Download zur Verfügung.

Ihr Ansprechpartner für die Tages- und Wirtschaftspresse:

ANDREAS STIHL AG & Co. KG

Dr. Stefan Caspari

Leiter Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Andreas-Stihl-Straße 4 / 71336 Waiblingen

Tel.: +49 - (0) 7151/26-1402

Fax: +49 - (0) 7151/26-81402

E-Mail: [stefan.caspari@stihl.de](mailto:stefan.caspari@stihl.de)