

Waiblingen, 27.04.2021

## **STIHL Gruppe erzielt 2020 deutliches Absatz- und Umsatzplus**

- Weltweites Absatzwachstum durch hohe Nachfrage nach Gartenprodukten
- Stärkung der Akku-Kompetenz: ein Dutzend neue STIHL Akku-Produkte für Profis
- STIHL gestaltet Transformation, um auch mittel- und langfristig zu wachsen

*Die STIHL Unternehmensgruppe verzeichnete im Geschäftsjahr 2020 einen Umsatz in Höhe von 4,58 Milliarden Euro. Das entspricht einem Wachstum von 16,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2019: 3,93 Milliarden Euro). Der Auslandsanteil am Umsatz beträgt 90 Prozent. Ohne Währungseinflüsse hätte das Umsatzplus 20,8 Prozent betragen. Die positive Geschäftsentwicklung führte zu einem Wachstum bei der Belegschaft von 9 Prozent auf 18.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit (Stichtag: 31. Dezember 2020). Die Kapitalstruktur der Unternehmensgruppe ist mit einer hohen Eigenkapitalquote von 69,6 Prozent nach wie vor sehr solide. Investitionen werden weiterhin grundsätzlich aus eigenen liquiden Mitteln finanziert. Wie in den Vorjahren lagen die Investitionen deutlich über den Abschreibungen. Für 2021 erwartet STIHL weiteres Absatz- und Umsatzwachstum - auch dank einer Vielzahl neuer Produkte.*

## **Weltweites Absatz- und Umsatzwachstum durch zunehmende Fokussierung auf privaten Garten und neue Produkte sowie durch gute Wetterbedingungen**

Die STIHL Gruppe erzielte 2020 in nahezu allen Märkten ein Absatz- und Umsatzplus. Die höchsten prozentualen Wachstumsraten verzeichnete das Unternehmen im Akku-Segment. Der Akku-Anteil am Gesamtabsatz beträgt mittlerweile 17 Prozent - mit steigender Tendenz. Auch im Benzin-Segment gab es ein hohes Absatzwachstum, in Stückzahlen sogar deutlich höher als im Akku-Segment. Insbesondere in Nordamerika entwickelte sich die Nachfrage nach benzinbetriebenen Geräten positiv. „Zu Beginn der Coronapandemie haben wir uns trotz pessimistischer Prognosen entschieden, auf hohem Niveau und unter Einhaltung höchster Infektionsschutzstandards weiter zu produzieren, um unsere Kunden

beliefern zu können. In den Monaten März und April 2020, in denen auch viele Fachhändler ihr Geschäft wegen Corona vorübergehend schließen mussten, verzeichneten wir starke Einbußen. Doch bereits ab Mai stieg die Nachfrage nach STIHL Produkten merklich, sodass die anfänglichen Einbußen schnell überkompensiert werden konnten“, berichtete Dr. Bertram Kandziora auf der Bilanz-Pressekonferenz des Unternehmens. Insbesondere neu eingeführte Produkte führten zu einem starken Absatzwachstum. So erfreuten sich unter anderem der Gehölzschneider STIHL GTA 26 für die Gartenpflege sowie der Akku-Heckenschneider STIHL HLA 66 und die Benzin-Motorsäge STIHL MS 400 C-M – beide für professionelle Einsätze – großer Beliebtheit. Damit war nicht nur bei Privatkunden der Bedarf an STIHL Produkten hoch, sondern auch bei Profi-Anwendern, wie zum Beispiel Garten- und Landschaftsbauern, Land- und Forstwirten oder Straßenmeistereien, die trotz Einschränkungen während der Pandemie weiterarbeiten konnten. Der „Cocooning-Effekt“ wirkte sich ebenfalls positiv aus. Viele Kunden verbrachten im letzten Jahr spürbar mehr Zeit zu Hause und beschäftigten sich mit ihrem Garten. Zudem war das Wetter im vergangenen Frühjahr sehr gut, sodass die Nachfrage nach STIHL Gartengeräten hoch war.

### **Hoher Gesundheitsschutz und umfassende Planung von Produktion und Logistik**

„Wirksamer Gesundheitsschutz, proaktive Absicherung der Lieferketten und die Fortführung der Produktion auf hohem Niveau waren für uns im vergangenen Jahr zentrale Pfeiler unserer Strategie. Als Familienunternehmen tragen wir eine große Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Fachhändlern und Kunden. Daher haben wir frühzeitig vielfältige Maßnahmen in verschiedenen Unternehmensbereichen entwickelt und umgesetzt“, betonte der STIHL Vorstandsvorsitzende. Höchste Priorität hatte dabei ein wirksames Hygienekonzept, das in enger Abstimmung mit den zuständigen Behörden umgesetzt wurde, um die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schützen. Gleichzeitig hat das Unternehmen alle in den Werken verfügbaren Teilebestände vorzeitig in die Montagewerke geliefert oder von Lieferanten dorthin liefern lassen. Dr. Kandziora: „Hier kamen uns sowohl die Vorteile unseres eigenen Fertigungsbundes zugute als auch unsere partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Verschiedentlich mussten wir jedoch trotzdem die Montagepläne flexibel anpassen.“ STIHL Fachhändler unterstützte das Unternehmen unter anderem durch die Verlängerung

von Zahlungszielen. Durch eine umfassende und vorausschauende Planung von Produktion und Vertriebslogistik konnte STIHL die Lieferketten weitestgehend aufrechterhalten und so die hohe Kundennachfrage überwiegend bedienen. „Bei besonders gefragten Produkten kam es jedoch auch bei uns zu Lieferrückständen“, ergänzte Dr. Kandziora.

### **2020 war im deutschen Markt ein erfolgreiches und herausforderndes Jahr**

Im deutschen Markt erzielte STIHL 2020 eine deutliche Absatz- und Umsatzsteigerung und konnte erstmals die 400-Millionen-Euro-Umsatzmarke übertreffen. Auch hierzulande machte sich der Cocooning-Effekt bemerkbar. Für das eigene Haus und den Garten wurde mehr Zeit und Kaufkraft eingesetzt. Allerdings führte die starke Nachfrage im Zusammenhang mit den gleichzeitigen Engpässen in den Lieferketten zu einigen Herausforderungen und einer angespannten Liefersituation. Diese Entwicklung hat sich auch im ersten Quartal 2021 fortgesetzt. Kunden müssen deshalb teilweise auf bestellte Produkte warten.

Die deutsche STIHL Vertriebszentrale in Dieburg konnte den Betrieb in der Pandemie ununterbrochen fortsetzen. Zum einen arbeitet die Vertriebszentrale virtuell aus dem Homeoffice, zum anderen sind Logistik und relevante Bereiche am Standort tätig. Auch Veranstaltungen für Fachhändler – wie zum Beispiel der STIHL Treff – und Schulungen werden als digitale Formate angeboten und stellen den Austausch mit den Fachhändlern sicher. Das neue Fertigwarenlager wird termingerecht im Frühjahr in Betrieb genommen und die Logistik noch effizienter gestaltet.

Der STIHL eigene Online-Shop [www.stihl.de](http://www.stihl.de) wurde im März 2020 erfolgreich im deutschen Markt gestartet. Über den Shop können Kunden STIHL Geräte online bestellen und sich direkt nach Hause liefern lassen. Mit dem E-Commerce-Angebot stärkt das Unternehmen auch den servicegebenden Fachhandel, denn bei jedem Kauf im 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 bei jedem Online-Kauf eine Vergütung von STIHL. Das Unternehmen stärkt das E-Commerce-Geschäft und weitet den Online-Shop sukzessive international aus. Nach der Einführung in Frankreich im vergangenen Herbst folgen in diesem Jahr Spanien, Portugal, Benelux, Italien, Großbritannien, Neuseeland und Australien.

**Deutsches STIHL Stammhaus: Umsatzrekord und hohe Investitionen**

Die ANDREAS STIHL AG & Co. KG, das deutsche Stammhaus der Unternehmensgruppe, erzielte 2020 einen Rekordumsatz in Höhe von 1,38 Milliarden Euro. Das entspricht einem Wachstum von 14,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2019: 1,21 Milliarden Euro). Die Exportquote liegt mit 89,2 Prozent weiterhin auf hohem Niveau. Der Personalstand stieg um 3,4 Prozent auf 5.262 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Davon arbeiteten zum Stichtag 31. Dezember 2020 insgesamt 3.777 Menschen in Waiblingen, 235 in Ludwigsburg, 386 in Fellbach, 797 in Weinsheim und 67 in Wiechs am Randen. Der STIHL Vorstandsvorsitzende betonte: „Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben im vergangenen Jahr ein sehr hohes Maß an Einsatzbereitschaft und Flexibilität gezeigt. Um die große Nachfrage nach STIHL Geräten bedienen zu können, war außergewöhnliches Engagement notwendig – bis hin zu Zusatzschichten und Sonntagsarbeit. Ich danke allen Beschäftigten für die ausgezeichnete Arbeit und den persönlichen Einsatz.“ Als Zeichen unseres Dankes für dieses starke Engagement beteiligte STIHL die Stammhaus-Beschäftigten am Unternehmenserfolg mit einer Erfolgsprämie in Höhe von 69 Prozent eines Monatsgehalts. Zudem wurde im vergangenen Jahr eine Corona-Prämie ausbezahlt. Das Investitionsvolumen ist im Stammhaus mit 155 Millionen Euro weiterhin auf einem hohen Niveau. Ein Großteil der Investitionen entfällt auf Bauprojekte, wie zum Beispiel den Gebäudekomplex mit STIHL Markenwelt, Verwaltungsgebäuden und einer Kantine am Stammsitz in Waiblingen in der Badstraße, die Mia Stihl Kindertagesstätte in Waiblingen sowie die Aufstockung der Logistik in Waiblingen-Neustadt mit Büros für den Bereich Produktion und Materialwirtschaft. Auch in Forschung und Entwicklung, IT-Infrastruktur sowie Fertigungstechnik wird verstärkt investiert.

**STIHL gestaltet die Transformation und erwartet weiteres Wachstum**

„Wir konnten im vergangenen Jahr unsere führende Position in den Weltmärkten stärken. Auch in diesem Jahr haben wir Herausforderungen in der Lieferkette und im Materialfluss zu meistern. Darüber hinaus ist es wichtig, dass sich die STIHL Gruppe mittel- und langfristig zukunftsfähig aufstellt. Denn unsere Branche steht inmitten einer großen Transformation – getrieben von zunehmender Digitalisierung und Dekarbonisierung. Wir sehen in

den Märkten steigenden Wettbewerbsdruck im Akku-Segment mit veränderten Kundenanforderungen sowie neuen Informations- und Vertriebskanälen“, erklärte der STIHL Vorstandsvorsitzende. Zur Gestaltung dieser Transformation hat das Unternehmen eine Reihe von Projekten aufgesetzt. Dabei werden die kommenden Marktanforderungen und der Kunde noch stärker in den Mittelpunkt gerückt. „Die STIHL Unternehmensgruppe wird auch mittel- und langfristig die Kraft haben zu wachsen. Für das laufende Geschäftsjahr 2021 bin ich ebenfalls optimistisch und erwarte eine Absatz- und Umsatzsteigerung“, so Dr. Kandziora.

### **STIHL bekennt sich zum Pariser Klimaabkommen und wird klimaneutral**

„STIHL ist seit Unternehmensgründung mit der Natur verbunden. Die Wurzeln unseres Unternehmens liegen in der Forstwirtschaft, und unsere Produkte können helfen, die Umwelt verantwortungsvoll zu nutzen, zu pflegen und zu bewahren“, erklärte der STIHL Vorstandsvorsitzende. STIHL bekennt sich zum Ziel des Pariser Klimaabkommens, die globale Erderwärmung auf unter zwei Grad Celsius zu begrenzen. Ein Bestandteil der STIHL Klimastrategie ist, dass STIHL seit Januar 2021 in Deutschland klimaneutral ist. 2022 folgen die weltweiten Produktionsgesellschaften und bis spätestens 2028 die internationalen Vertriebsgesellschaften. Im Fokus stehen dabei die unmittelbar beeinflussbaren direkten und indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 1 und 2 gemäß Greenhouse Gas Protocol). So wird der gesamte Strombedarf in Deutschland durch den Bezug von 100 Prozent Grünstrom gedeckt. Kurzfristig nicht vermeidbare CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensiert STIHL durch die Unterstützung internationaler Klimaschutzprojekte, die mit dem international anerkannten und unabhängigen Qualitätslabel, dem „Gold Standard“, zertifiziert sind. Langfristig werden sich die Emissionen durch nachhaltige Energieeffizienzmaßnahmen weiter verringern. Zudem wird die Eigenerzeugung von grüner Energie ausgebaut, um damit die CO<sub>2</sub>-Kompensationsmenge kontinuierlich zu reduzieren.

**Produktneuheiten**, die seit Ende 2020 und im ersten Halbjahr 2021 eingeführt wurden beziehungsweise werden:

- **Akku-Produkte:** Allein das STIHL AP-Akkusystem, das für professionelle Anwender in Garten- und Landschaftsbau- sowie Baumpflegebetrieben und Kommunen konzipiert

ist, weist einen Zuwachs von über einem ganzen Dutzend neuer Geräte auf: 4 Rasenmäher (STIHL RMA 253, RMA 443 PV, RMA 448 PV und RMA 2 RV), 3 Heckenschneider (STIHL HLA 66, HLA 86 und HLA 135), je 2 Hochentaster (STIHL HTA 66 und HTA 86) und Motorsensen (STIHL FSA 86 R und FSA 135) sowie ein Spritzgerät (STIHL SGA 85, Mai 2021) und ein KombiMotor (STIHL KMA 135 R). Dieser KombiMotor lässt sich mit einer Vielzahl zur Verfügung stehender KombiWerkzeuge ausstatten – von der Sense bis zum Blasgerät –, was die Vielfalt im STIHL Akku-Sortiment weiter erhöht.

Auch das AK-Akkusystem für private Gartenbesitzer und Semiprofis, wie zum Beispiel Hausmeisterdienste, wurde erweitert. Hinzu kamen ein Rasenmäher (STIHL RMA 248) mit 46 cm Schnittbreite und eine Motorsense (STIHL FSA 60 R), die mit unterschiedlichen Mähköpfen an die jeweilige Grünpflegeaufgabe angepasst werden kann.

- **Digitale Produkte:** Das Flottenmanagement für Motorgeräte und Akkus wird mit der neuen STIHL connected Box noch einfacher. Insbesondere Kunden mit größeren Flotten, zum Beispiel im Garten- und Landschaftsbau oder in Kommunen, profitieren davon, dass Daten über die connected Box automatisch ausgelesen werden können. So sind Informationen wie Laufzeit und Standort künftig auch ohne die Nutzung eines Smartphones auf der STIHL connected Plattform verfügbar, sobald eine connected Box an einer zentralen Stelle im Betrieb installiert wird.
- **Mähroboter:** Auch bei Mährobotern erweitert STIHL das Angebot: Der neue STIHL RMI 522 C mäht Rasenflächen von bis zu 2.100 Quadratmetern automatisch. Seine intelligente Programmierung, eine flexible Mähplangestaltung sowie das Kartieren seines Einsatzgebietes sorgen dafür, dass der iMOW Mähroboter nur eine kurze wöchentliche Mähzeit benötigt. Der RMI 522 C erlaubt dem Nutzer per Smartphone oder Tablet über die STIHL iMOW App von überall den Zugriff, um zum Beispiel Mähzeiten zu verändern; per Smartwatch kann der Status abgefragt werden.
- **Benzinprodukte:** Seit Herbst vergangenen Jahres ergänzt die STIHL MS 881 das Sortiment der Profi-Motorsägen. Mit ihren 6,4 kW ist sie die leistungsstärkste Serienmotorsäge der Welt. Darüber hinaus erfüllt sie dank dem modernen STIHL 2-MIX-Motor als derzeit einziges Modell am Markt in ihrer Leistungsklasse die strengen Vorgaben der europäischen Abgasnorm EU 5. Der Stärkste unter den STIHL Benzin-Freischneidern ist der neue FS 561 C-EM für den Einsatz in der Wald- und Landschaftspflege. Er

zeichnet sich durch hohe Motorleistung und einen besonders großen Mähkreis (560 mm) aus.

- **Reiniger/Sauger:** Neu im Reiniger-Segment sind zwei Mittelklasse-Hochdruckreiniger (STIHL RE 150 PLUS und RE 170 PLUS) mit einem maximalen Druck von bis zu 180 bar. Sie sorgen in gewerblichen wie auch privaten Bereichen schnell für Sauberkeit. Für die Oberflächenpflege im Außenbereich ergänzen zwei Flächenreiniger (STIHL RA 90 und RA 110) das Zubehör-Sortiment für Hochdruckreiniger der Kompakt- und Mittelklasse. Bei den Nass-/Trockensaugern überzeugt das neue Einstiegsgerät STIHL SE 33 mit hoher Saugkraft und einer umfangreichen Serienausstattung sowie einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis.

### Neu im STIHL Markenshop

Rechtzeitig zum Start der Gartensaison 2021 standen ebenfalls die neue Modedkollektion und eine hochwertige Auswahl an Accessoires im STIHL Markenshop bereit. Und auch für den Nachwuchs gibt es hier das Passende, wie zum Beispiel das Spielzeug-Blasgerät mit Akku-Antrieb oder die akkubetriebene Spielzeug-Motorsense mit entsprechendem Zubehör.

### STIHL TIMBERSPORTS® mit alternativen Formaten

Sportveranstaltungen haben es aktuell schwer – doch die STIHL TIMBERSPORTS® Series legte 2020 eine erfolgreiche Saison mit alternativen Formaten und flexiblem Timing hin. Dies ist auch für 2021 geplant. Die European Trophy soll am 31. Juli 2021 in München ausgetragen werden ebenso wie die Rookie-Europameisterschaft. Am 21. August 2021 steht dann die deutsche Meisterschaft in Gelsenkirchen auf dem Plan. Das große Saisonfinale steigt am 2. Oktober 2021 in der Münchener Motorworld: die Einzel-Weltmeisterschaft 2021. Von einer Team-Weltmeisterschaft wird 2021 coronabedingt abgesehen. Änderungen am TIMBERSPORTS® Wettkampf-Fahrplan sind vor dem Hintergrund der Pandemie nicht auszuschließen. Auch in der neuen Saison kann sich STIHL TIMBERSPORTS® auf starke Partner verlassen: LIEBHERR bleibt für weitere drei Jahre Sponsor; darüber hinaus steigt Ford 2021 in die STIHL TIMBERSPORTS® Series ein.

### **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 und STIHL eigene Online-Shops, die in den nächsten Jahren international ausgebaut werden, vertrieben – mit 41 eigenen Vertriebs- und Marketinggesellschaften, rund 120 Importeuren und mehr als 54.000 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 2020 mit 18.200 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz von 4,58 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)