

11. September 2012

STIHL profitiert von kräftigen Investitionen in neue Produkte

In den ersten acht Monaten des laufenden Jahres hat die STIHL Unternehmensgruppe ihren Umsatz um 7,9 Prozent auf 1.968 Millionen Euro gesteigert (4,5 Prozent bei unveränderten Wechselkursen). „Trotz schwächelnder Weltkonjunktur, Verunsicherung durch Euro-Schuldenkrise und ungünstiger Witterungsbedingungen erzielten wir in diesem Jahr erfreuliches Wachstum. In den letzten Jahren haben wir mehrere Hundert Millionen Euro in die Entwicklung neuer Produkte investiert. Nun ernten wir die „Früchte“ dieser Investitionsstrategie. Auch für den Rest des Jahres rechne ich mit einer günstigen Geschäftsentwicklung“, so der STIHL Vorstandsvorsitzende, Dr. Bertram Kandziora, bei der Herbst-Pressekonferenz des Unternehmens.

Regional entwickelten sich die Märkte teilweise sehr unterschiedlich. In den größeren Absatzmärkten erzielte STIHL vor allem in Nordamerika und den BRIC-Staaten hohe Zuwächse. Aufgrund des langen Winters begann in Teilen Nordeuropas die Gartensaison etwas später, was hier zu einem verzögerten Verkaufsstart führte. Im südlichen Europa hatte außerdem die Euro-Schuldenkrise einen dämpfenden Einfluss auf die Nachfrage. In diesen Märkten wirken sich die Konsolidierungsanstrengungen öffentlicher Haushalte, sinkende Einkommen und die Verunsicherung der Konsumenten aus. Trotz Hitzewelle und anhaltender Dürre in weiten Teilen der USA erzielte STIHL hier insgesamt deutliche Absatzzuwächse. Positiv auf die Umsatzentwicklung hat sich die Aufwertung wichtiger Währungen gegenüber dem Euro ausgewirkt – wie US-Dollar, Australischer und Kanadischer Dollar, Schweizer Franken und Britisches Pfund. Die Beschäftigung nahm in der Unternehmensgruppe zu, so dass der Personalstand zum Stichtag 31. August 2012 um 3,5 Prozent auf 12.320 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anstieg.

Erfolgsfaktoren: Hunderte Millionen Euro Investition und weltweite Präsenz

Der Vorstandsvorsitzende Dr. Kandziora erklärte die Entwicklung der ersten acht Monate von 2012: „Insgesamt waren wir in diesem Jahr erfolgreicher als der Branchendurchschnitt, so dass wir unsere Wettbewerbsposition im weltweiten Markt stärken konnten.“ Grund für diese positive Geschäftsentwicklung – trotz ungünstiger Rahmenbedingungen – sind Investitionen von mehreren Hundert Millionen Euro in die Produktentwicklung und das weltweite STIHL Fertigungs- und Vertriebsnetz in den letzten Jahren. „Nun zahlt sich aus, dass wir auch in der Weltwirtschaftskrise an unserer langfristigen Strategie festgehalten und weiterhin stark investiert haben. Unsere neuen Produkte sind im Markt hervorragend angekommen. Und unsere Kunden wissen das gute Preis/Leistungsverhältnis der STIHL Erzeugnisse sehr zu schätzen; sie vertrauen auf die jahrzehntelang bewährte STIHL Qualität und den umfassenden Service unserer Fachhändler.“

Das Unternehmen profitiert stark von der weltweiten Präsenz des STIHL Vertriebs. STIHL Produkte werden in mehr als 160 Ländern über rund 40.000 Fachhändler vertrieben. Regionale Absatzeinbußen können so durch Absatzzuwächse in anderen Teilen der Welt ausgeglichen werden. Dadurch ist das Unternehmen weniger abhängig von Währungsschwankungen, Konjunkturverlauf oder Wetterkapriolen.

Wachstum im Stammhaus, Bekenntnis zum deutschen Standort

Das deutsche Stammhaus, die ANDREAS STIHL AG & Co. KG, verzeichnete von Januar bis August des laufenden Jahres einen Umsatz von 601 Millionen Euro und konnte damit um 5,3 Prozent zulegen. Das Beschäftigungsniveau nahm zu. Der Personalstand stieg zum 31. August 2012 um 1,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahresstichtag auf 4.054 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Davon arbeiteten 3.023 Beschäftigte in Waiblingen, 355 in Ludwigsburg, 616 in Prüm-Weinsheim und 60 in Wiechs am Randen. Aufgrund der traditionell hohen Bedeutung der betrieblichen Ausbildung ist STIHL auch in den nächsten Jahren für die Gewinnung von Fachkräften gut gerüstet. Die langfristige Strategie, auf die eigene Ausbildung zu setzen sowie der gezielte Einsatz von Praktikan-

ten und Werksstudenten, insbesondere in den technischen Fachbereichen, zahlen sich aus. So können nahezu alle Facharbeiterstellen mit eigenen Auslernenden und fast die Hälfte der offenen Ingenieurs-Stellen aus dem Kreis der studentischen Mitarbeiter besetzt werden.

Vom allgemeinen Wachstumstrend der Unternehmensgruppe profitiert das Stammhaus in diesem Jahr etwas weniger als im Vorjahr. Grund: das Absatzwachstum fand eher im Einstiegs- und Farmersegment statt und weniger im Profisegment. Das Stammhaus konzentriert sich aus Kostengründen jedoch auf die Fertigung höherpreisiger Profigeräte.

Gleichwohl bekennt sich STIHL zum Standort Deutschland. Das Unternehmen plant zwei große Investitionsprojekte am Waiblinger Stammsitz. Hier soll für mehr als 40 Millionen Euro ein neues Lagergebäude für die Produktionslogistik entstehen. Außerdem wird die Produktentwicklung um etwa 8.500 qm erweitert bei einem Investitionsvolumen von mehr als 20 Millionen Euro. Der Vorstandsvorsitzende Dr. Kandziora nennt die Gründe: „Hier finden wir exzellente Facharbeiter und Ingenieure. Und wir brauchen die Nähe von Entwicklung und Fertigung, um Produkte in Spitzenqualität auf den Markt zu bringen. Schließlich sind die hohen Investitionen aber auch eine ganz bewusste Entscheidung der Familie Stihl, die damit ihre Verbundenheit mit Waiblingen zum Ausdruck bringt.“

Produktneuheiten STIHL

Zahlreiche Produktneuheiten erweitern das STIHL Sortiment in der kommenden Saison: Mit dem Gesteinschneider STIHL GS 461 präsentiert STIHL ein neues Hochleistungswerkzeug zum Nasstrennen von Baustoffen wie Beton oder Naturstein. Seine Diamant-Trennschleifkette meistert Form- und Eckschnitte sowie Durchbrüche bis zu einer Tiefe von 40 Zentimetern. Damit ist der GS 461 eine ideale Ergänzung zur Produktpalette der STIHL Trennschleifer, die erweitert wird mit dem STIHL TS 480i, dem zweiten Trennschleifer mit STIHL Injection.

In Forst- und Landwirtschaft können sich Profis künftig auf die Kraft der neuen Motorsäge STIHL MS 461 verlassen. Neu für die Forst- und Landschaftspflege sind die rücken-tragbaren Motorsensen STIHL FR 410 C-E und FR 460 TC-EM; für zuverlässige Sauer-berkeit in Landwirtschaft und Baugewerbe sorgen künftig die neuen Hochdruckreiniger STIHL RE 362, RE 362 PLUS und RE 462 PLUS.

Das STIHL Akku-Baukastensystem verzeichnet erneut Zuwachs: Darunter ist die zweite Akku-Motorsäge STIHL MSA 200 C-BQ. Deren bürstenloser, elektronisch geregelter Elektromotor (EC) hat einen überdurchschnittlich hohen Wirkungsgrad, so dass die Energie des 36 Volt Lithium-Ionen-Akkus verlustarm in Schnittleistung umgesetzt wird. Bei den Akku-Heckenscheren begründet die neue HSA 86 bereits die zweite Generati-on. Auch neue Anwendungsfelder für die STIHL Akku-Technologie werden erschlossen: Das STIHL Akku-Sortiment wird ergänzt durch den Heckenschneider HLA 65, das erste Kehrgerät KGA 770 und den ersten rücken-tragbaren Akku AR 900, der Energie für ganztägige Einsätze bereitstellt.

Produktneuheiten VIKING

Mit der Serie T4 rundet VIKING sein Aufsitzmäher-Sortiment ab: Die vier neuen Seiten-auswurfmäher eignen sich etwa für Obstwiesen und Wochenendgrundstücke. Der MT 4097 SX und MT 4097 S mähen Flächen bis 6.000 Quadratmeter, MT 4112 S und MT 4112 SZ sind bis 8.000 Quadratmeter ausgelegt. Besitzer eines durchschnittlich großen Hausgartens freuen sich über die neuen Akku-Rasenmäher VIKING MA 443 und 443 C. Auch bei den Elektro-Mähern verbreitert VIKING das Sortiment: Die neuen Elektro-Mäher VIKING ME 443 und ME 443 C ermöglichen das zügige Mähen von Rasenflächen bis 600 Quadratmeter. Für den semi-professionellen und professionellen Einsatz in der Garten- und Landschaftspflege bietet VIKING die neuen Mulchmäher VIKING MB 4 RT und MB 4 RTP.

Deutscher Markt mit Wachstumsperspektiven

Nach dem Rekordumsatz 2011 ist die Umsatzentwicklung im deutschen Markt stabil. Ende August liegt hier der Umsatz auf dem hohen Vorjahresniveau. Die Nachfrage bei den neuen Produkten – wie beispielsweise dem Trennschleifer STIHL TS 500i, dem weltweit ersten handgehaltenen Gerät mit elektronisch gesteuerter Einspritzung – hat die Erwartungen übertroffen. Bei VIKING sind hierzulande deutliche Absatzsteigerungen zu verzeichnen. Dr. Bertram Kandziora ist zuversichtlich für 2012: „Mit neuen Produkten, starken Kampagnen und leistungsfähigen Fachhändlern sind wir hervorragend aufgestellt.“ Der zweite STIHL Test-Tag in diesem Frühjahr mit mehr als 100.000 Besuchern hat gezeigt: Die Kunden möchten die neuen Produkte selbst im Praxiseinsatz testen. Fortsetzung folgt am 13. April 2013 – dann findet der nächste bundesweite STIHL Test-Tag statt.

Unternehmensporträt

Die STIHL Gruppe entwickelt, fertigt und vertreibt motorbetriebene Geräte für die Forstwirtschaft und Landschaftspflege sowie die Bauwirtschaft. Ergänzt wird die Produktpalette durch das Garten-gerätesortiment von VIKING. Die Produkte werden grundsätzlich über den servicegebenden Fachhandel vertrieben – mit 32 eigenen Vertriebs- und Marketinggesellschaften, mehr als 120 Importeuren und rund 40.000 Fachhändlern in über 160 Ländern. STIHL ist seit 1971 die meistverkaufte Motorsägenmarke weltweit. Das Unternehmen wurde 1926 gegründet und hat seinen Stammsitz in Waiblingen bei Stuttgart. STIHL erzielte 2011 mit 12.026 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz von 2,62 Mrd. Euro.

Die Presseinformation sowie Fotos stehen auf der STIHL Homepage unter <http://www.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
Badstraße 115 / 71336 Waiblingen
Tel.: +49 - (0) 7151/26-1402
Fax.: +49 - (0) 7151/26-81402
E-Mail: stefan.caspari@stihl.de