

Waiblingen, 17. September 2019

STIHL Gruppe erzielt Umsatzplus

- Herausforderungen: Wetter, Weltpolitik und veränderte Kundenanforderungen
- STIHL investiert in Transformation und stärkt das Onlinegeschäft
- Vollgas bei Benzin und Akku: STIHL stellt zahlreiche Produktneuheiten vor

Die STIHL Gruppe hat von Januar bis August 2019 einen Umsatz von 2,8 Milliarden Euro erzielt. Das entspricht einem Wachstum von 6,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Ohne Berücksichtigung der Kurseffekte hätte die Steigerung 4,8 Prozent betragen. „Das Plus ist vor allem zurückzuführen auf eine stärkere Nachfrage nach höherpreisigen Produkten. Der Gesamtabsatz hat sich weniger dynamisch entwickelt. Wir konnten jedoch weiter Marktanteile im Benzin-Segment gewinnen“, erklärte STIHL Vorstandsvorsitzender Dr. Bertram Kandziora auf der Pressekonferenz des Unternehmens am 17. September.

Der Absatz bei Akku-Geräten konnte zweistellig gesteigert werden, die Nachfrage nach Benzin-Produkten ist jedoch leicht zurückgegangen. „Wir lassen bei der Entwicklung von Benzin-Geräten keinen Millimeter nach und geben gleichzeitig Gas bei Akku-Produkten“, betonte Dr. Bertram Kandziora. Die im Vorjahr ungünstigen Witterungsbedingungen in einigen Schlüsselregionen mit starker Hitze und wenig Regen sowie die schwierigen weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Handelshemmnisse bremsen das Geschäft. „Viele Fachhändler hatten noch gefüllte Läger aus dem Vorjahr. Entsprechend fielen die Bestellungen in diesem Jahr eher verhalten aus“, so der Vorstandsvorsitzende.

Weltweiter Absatz leicht im Plus

„In Summe haben wir beim Absatz aufgrund der herausfordernden Rahmenbedingungen in der ersten Hälfte des Jahres weltweit nur ein leichtes Plus erzielt. Die schwächelnde Weltkonjunktur, zunehmende Handelsschranken und nach wie vor unklare Brexit-Regelungen sind nicht gerade förderlich für unser Geschäft. Es gibt jedoch Unterschiede in den einzelnen Märkten“, berichtete Dr. Kandziora. West- und Osteuropa mit Ausnahme Russlands entwickelten sich positiv. Insbesondere der Absatz der Akku-Produkte, aber auch die Benzin-Produkte haben zu dieser Entwicklung beigetragen. Für den Absatzrückgang in Russland sind vor allem hohe Lagerbestände aus dem Vorjahr verantwortlich. Grund war der trockene Sommer 2018. Hinzu kommt die nach wie vor schwache Kaufkraft. Der nordamerikanische Markt liegt beim Absatz leicht über

Vorjahresniveau. Ein Wachstumsmarkt mit langfristiger Perspektive für die STIHL Gruppe ist Afrika – allerdings derzeit noch auf sehr niedrigem absoluten Niveau. In Lateinamerika wird das Unternehmen die Vertriebsaktivitäten weiter verstärken. 2020 eröffnet STIHL eine eigene Vertriebsgesellschaft in Peru. Weltweit arbeiteten zum Stichtag 31. August 2019 16.823 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei STIHL.

Umsatz im deutschen Markt über Vorjahresniveau

STIHL hat trotz Auswirkungen der Trockenheit aus 2018 in den ersten acht Monaten dieses Jahres im deutschen Markt einen Umsatz über Vorjahresniveau erzielt. „Erfreulich ist das Absatzwachstum bei Akku-Geräten und Benzin-Motorsägen. Auch bei den STIHL iMOW Mährobotern und den Hochdruckreinigern konnte der Absatz gesteigert werden. Wir sind für den Herbst zuversichtlich, bei günstiger Witterung und mit attraktiven Kampagnen weiter zu wachsen“, erklärte Dr. Kandziora. Der deutsche Markt wird von der STIHL Vertriebsgesellschaft im hessischen Dieburg beliefert, die im August ihr 50-jähriges Bestehen feierte. Das Unternehmen ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen. So ist der Umsatz von STIHL Dieburg seit der letzten Erweiterung der Logistik im Jahr 2009 um 60 Prozent gestiegen. Aufgrund des kontinuierlichen Wachstums und der steigenden Anforderungen des deutschen Marktes investiert STIHL mehr als 25 Millionen Euro in den Ausbau des Standortes und errichtet ein neues Logistikgebäude, das Ende 2020 in Betrieb genommen werden soll.

Umsatz und Beschäftigung im deutschen Stammhaus gewachsen

Der Umsatz des deutschen Stammhauses, der ANDREAS STIHL AG & Co. KG, ist um 2 Prozent gestiegen auf 816 Millionen Euro. Die Zahl der Beschäftigten erhöhte sich um 1,5 Prozent. Zum Stichtag 31. August 2019 betrug der Personalstand 5.032 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Davon arbeiteten 3.564 in Waiblingen, 381 in Fellbach, 258 in Ludwigsburg, 757 in Weinsheim und 72 in Wiechs am Randen. „Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die Basis für den Erfolg des Unternehmens. Aus diesem Grund investieren wir stark in freiwillige Sozialleistungen für unsere Belegschaft und in die Aus- und Weiterbildung im Stammhaus“, so Dr. Kandziora. 2019 erhöhte das Unternehmen die Anzahl der Auszubildenden von 187 auf 210. Zudem hat STIHL das duale Studienangebot um die neuen Fächer Informatik und Digital Business Management erweitert.

Langfristiges Wachstum, aber kurzfristig verhaltener Optimismus

Im Hinblick auf geschäftliche Perspektiven resümierte Dr. Kandziora: „In unserer strategischen Planung gehen wir langfristig von weiterem Wachstum aus. Aufgrund zunehmenden Wettbewerbs, schwächelnder Weltkonjunktur und weltweiter Handelskonflikte sind wir insbesondere kurzfristig nur verhalten optimistisch.“ Am Standort

Deutschland sucht STIHL nach Fachkräften in den Bereichen Elektro-/Nachrichtentechnik, technische Informatik, Soft-/Hardwareentwicklung, Elektro-/Akkuentwicklung, Produktentwicklung und IT. Das Stammhaus hat derzeit etwa 350 offene Stellen. Im direkten Bereich rechnet das Unternehmen hierzulande in diesem Jahr nicht mit weiteren Neueinstellungen.

STIHL investiert in Transformation für Optimierung des Kundennutzens

Digitale Transformation, zunehmende Bedeutung von Akku-Produkten und neue Kundenanforderungen beim Onlinehandel sind aktuell für viele Unternehmen relevant. Auch die Branche motorbetriebener Garten- und Forstgeräte befindet sich derzeit im Umbruch. Dr. Kandziora: „Wir haben uns auf die Transformation mit hohen Investitionen in die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter sowie in Akku-Technologie, Elektronik und Robotik vorbereitet. Diese Strategie werden wir weiter vorantreiben und optimieren.“ Außerdem hat STIHL verschiedene Maßnahmen in der Vertriebs- und Produktpolitik geplant. Beispielsweise wird das Unternehmen seinen Kunden im Frühjahr nächsten Jahres auf der Website www.stihl.de einen komfortablen Onlineshop zur Bestellung von Produkten im deutschen Markt anbieten. Der Fachhandel bleibt persönlicher Ansprechpartner des Kunden und bietet auch weiterhin Beratung, Einweisung und Service. „Darüber hinaus werden wir STIHL Produkte, Prozesse und Service weiter optimieren, um uns für die Herausforderungen durch veränderte Rahmenbedingungen zu wappnen“, kündigte der STIHL Vorstandsvorsitzende an.

Zahlreiche Produktneuheiten im Akku- und Benzin-Segment

„Um die vielschichtigen Bedürfnisse unserer Kunden bestmöglich erfüllen zu können, setzen wir weiterhin auf einen Portfolio-Mix aus Benzin-Produkten und akkubetriebenen Geräten“, erklärte Dr. Kandziora. „Wir lassen bei der Entwicklung von Benzin-Geräten keinen Millimeter nach und geben gleichzeitig Gas bei Akku-Produkten.“ Im Zusammenhang der STIHL Pressekonferenz wurden beim Internationalen STIHL Medientag zahlreiche Produktneuheiten vorgestellt:

- Die STIHL Blasgeräte-Flotte wird um drei leistungsstarke Modelle erweitert. Das **STIHL BR 800 C-E** ist mit einer Blaskraft von 41 Newton und dem stärkeren 4-MIX-Motor mit 3,2 Kilowatt Leistung das neue Flaggschiff unter den STIHL Benzin-Blasgeräten. Der innovative Seitenstart ermöglicht es, den Motor bei kurzen Unterbrechungen ganz einfach erneut zu starten, ohne das Gerät vorher absetzen zu müssen. Das Profi-Blasgerät eignet sich besonders für Landschaftsgärtner und kommunale Reinigungsbetriebe. Das Akku-Sortiment wird ergänzt durch die beiden handgetragenen Blasgeräte **STIHL BGA 200** und **STIHL BGA 86**. Sie sind geräuscharm und können auch in lärmsensiblen Bereichen ohne Einschränkung betrieben werden. Das STIHL BGA 200 eignet sich mit einer Blaskraft von 21 Newton

für die Reinigung großer Flächen und ist ab Mai 2020 lieferbar. Das STIHL BGA 86 ist mit einer Blaskraft von 15 Newton um bis zu 50 Prozent stärker als das BGA 85 und lieferbar ab Februar 2020.

- Der akkubetriebene **Gehölzschneider STIHL GTA 26** ist ein innovatives, vielseitig einsetzbares Schneidewerkzeug für Gartenbesitzer und lieferbar ab November 2019. Die Schienenlänge von 10 Zentimetern erlaubt das Ablängen von Zweigen, Ästen sowie Kant- und Rundhölzern. Das Gerät erhält seine Energie aus einem wechselbaren 10,8 V-Akku und ist Teil des neuen STIHL Akku-Systems AS für die private Grundstücks- und Gartenpflege. Zu diesem System zählt auch die neue Akku-Strauch- und Grasschere **STIHL HSA 26**, die ab Februar 2020 lieferbar ist.
- Die neue **STIHL MSA 220 C-B** ist die leistungsstärkste Motorsäge im STIHL Akku-Sortiment und ab sofort lieferbar. Sie sorgt mit ihrer hohen Kettengeschwindigkeit für rasche Arbeitsfortschritte und ist besonders geeignet für die Gehölzpflege, das Bauen mit Holz sowie das Fällen und Aufarbeiten von Schwachholz.
- Die dritte Generation der **Benzin-Motorsäge STIHL MS 261 C-M** ist Anfang 2020 verfügbar und bietet 20 Prozent mehr Schnittleistung bei reduziertem Gewicht. Nach einer umfassenden Modellpflege überzeugt die Maschine mit einem optimierten Motor sowie einer neuen Schneidgarnitur.
- **STIHL iMOW Mähroboter** der Serien 4 und 6 werden noch smarter und lassen sich mit der iMOW App ab sofort auch via Smartwatch bedienen. Neu ist außerdem die Möglichkeit, die iMOWs über das innogy SmartHome-System in die intelligente Haustechnik einzubinden. Künftig nutzbar ist ebenfalls eine komfortable Sprachsteuerung mit Amazon Alexa.
- Mit dem **STIHL RMA 765 V** bietet STIHL einen akkubetriebenen Profi-Rasenmäher für Kunden in Garten- und Landschaftsbaubetrieben sowie Kommunen. Der robuste Mäher, der ab der Saison 2020 erhältlich ist, verfügt über ein langlebiges Aluminium-Druckgussgehäuse mit Polymer-Einsatz und hat eine Schnittbreite von 63 Zentimetern.
- Mit dem **Unkrautentferner STIHL RG** erhalten kommunale Grünpfleger, Straßenmeistereien und Landschaftsgärtner seit September 2019 ein neues Gerät für die schleuderarme Unkrautentfernung mit Freischneidern. Das als Anbaugeschäft erhältliche Schneidwerkzeug verfügt im Gegensatz zu rotierenden Mähfäden und Metallwerkzeugen über zwei gegenläufig oszillierende Messer. So wird das Risiko von Beschädigungen durch aufgewirbelte Steinchen oder Split deutlich reduziert.

STIHL Markenshop wird auf weitere Länder ausgeweitet

„STIHL zählt zu den Marken, die Menschen weltweit begeistern und Emotionen wecken. Um diese Bindung zu intensivieren, hat STIHL den neuen Markenshop ins Leben

gerufen“, erklärt der STIHL Vorstandsvorsitzende. In den sieben Kollektionen – Heritage, Home, Urban, Wild Kids, Nature, Timbersports-Fan sowie STIHL-Fan – finden Kunden und Fans individuell entwickelte Textilien, Holzspielzeug, historische Modelle und Liebhaberstücke. Grundsätzlich sind alle Artikel keine Ware von der Stange, sondern speziell für den STIHL Markenshop angefertigt. Erhältlich sind die Artikel im Fachhandel sowie online unter anderem auf www.stihl-markenshop.de. Bislang nur in Deutschland und Österreich erreichbar, wird das Online-Angebot nun auf weitere Länder ausgeweitet.

STIHL TIMBERSPORTS® WM 2019 erstmals in Prag

Am 1. und 2. November trifft sich die Weltelite der STIHL TIMBERSPORTS® Series in der tschechischen Hauptstadt Prag, um beim internationalen Saisonfinale der Extremsport-Serie die Weltmeister 2019 zu küren. Die amtierenden Team- und Einzelweltmeister aus Australien werden darum kämpfen, ihre Position an der Spitze zu bestätigen und gegen die starke Konkurrenz aus Europa und Übersee zu verteidigen. Erstmals ist die tschechische Hauptstadt Prag Gastgeber für die STIHL TIMBERSPORTS® Weltmeisterschaft 2019 und bietet mit dem imposanten historischen Industrial Palace einen außergewöhnlichen Austragungsort.

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 38 eigenen Vertriebs- und Marketinggesellschaften, rund 120 Importeuren und mehr als 50.000 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 2018 mit 17.122 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz von 3,78 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

Andreas-Stihl-Straße 4 / 71336 Waiblingen

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

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

E-Mail: stefan.caspari@stihl.de