

Waiblingen, 25. April 2017

STIHL meldet Rekordumsatz und kräftiges Wachstum bei Akku-Geräten

- *Absatzerwartungen im Akku-Segment übertroffen*
- *Zahlreiche Produktneuheiten im Bereich Akku und Benzin für Privatanwender und Profis*
- *Connected Products, Smart Garden, Industrie 4.0: STIHL treibt Digitalisierung voran*

„Der Umsatz der STIHL Unternehmensgruppe stieg 2016 um 6,6 Prozent auf 3,46 Milliarden Euro – ein Umsatzrekord im Jahr unseres 90. Firmenjubiläums. Mit den Wechselkursen des Vorjahres hätte das Umsatzplus sogar bei 9,5 Prozent gelegen“, teilte der STIHL Vorstandsvorsitzende Dr. Bertram Kandziora bei der Bilanz-Pressekonferenz des Unternehmens mit. „Wir geben Gas bei der Entwicklung neuer Akku-Geräte und werden gleichzeitig in der Benzin-Technologie weiterhin führend sein.“ Die Möglichkeiten von Industrie 4.0 und Digitalisierung setzt STIHL ein, um den Kundennutzen weiter zu erhöhen. STIHL wird 2018 neue Technologien und vernetzte Produkte präsentieren. „Der Trend geht in Richtung Smart Garden“, so Dr. Kandziora. „Ich rechne 2017 mit einer noch deutlich höheren Nachfrage als im vergangenen Jahr – insbesondere bei unseren Akku-Geräten.“ STIHL plant besonders am deutschen Stammsitz erhebliche Investitionen zur Unterstützung des Wachstums. „Wir suchen derzeit etwa 100 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Stammhaus, vor allem für die Bereiche Akku, Elektronik, IT und Connected Products.“

Neue Akku-Produkte übertreffen Absatzerwartungen

Das Umsatzwachstum wurde 2016 durch ein deutliches Absatzplus getrieben. Wichtigster Wachstumsmotor war erneut der nordamerikanische Markt. Auch in Westeuropa stieg die Nachfrage kräftig, was unter anderem auf die erfolgreiche Markteinführung des AkkuSystems COMPACT zurückgeht. Der Markt in Russland hat sich leicht erholt. Im deutschen Markt konnte STIHL im vergangenen Jahr ebenfalls deutliche Umsatzsteigerungen erzielen. Diese Entwicklung setzte sich auch im ersten Quartal 2017 fort. Der Vorstandsvorsitzende betonte: „Die neuen Produkte und die damit verbundene Nachfrage überstiegen erheblich unsere Erwartungen und zeigen, dass STIHL Qualität in jedem Preis- und Kundensegment einen hohen Stellenwert genießt.“ Die STIHL Vertriebsgesellschaften konnten in vielen Ländern Marktanteile hinzugewinnen. „Damit bauen wir unsere globale Wettbewerbsposition weiter aus“, so Dr. Kandziora.

Wachstumsschub 2019 durch Integration von VIKING

Für die Saison 2019 rechnet der Vorstandsvorsitzende mit einem zusätzlichen Wachstumsschub, da die STIHL Unternehmensgruppe dann auch das gesamte Produktsortiment des Gartengeräteherstellers VIKING unter der Marke STIHL anbietet. „Der Rasenmäher, bisher von VIKING und ab 2019 ausschließlich unter der Marke STIHL vertrieben, ist das klassische Einstiegsprodukt im Markt für Gartengeräte. Integriert in einer Marke – der weltweit bekannten Marke STIHL – werden unsere Akku-Systeme beim Kunden noch besser punkten können.“

Hohe Eigenkapitalquote von 70 Prozent ermöglicht langfristige Strategie

Die weltweiten Investitionen (209 Millionen Euro) überstiegen erneut die Abschreibungen (151 Millionen Euro). Investiert wurde weiter vor allem in die Fertigungs- und Logistikeinrichtungen des Unternehmens und auch in die Entwicklung neuer Produkte. „Die Eigenkapitalquote der STIHL Gruppe ist mit 70,5 Prozent nach wie vor hoch. Das bildet eine wichtige Grundlage für die Unabhängigkeit unseres Familienunternehmens und die langfristige Ausrichtung unserer Strategie. Außerdem ermöglicht uns diese gesunde Finanzstruktur, alle Investitionen grundsätzlich mit eigenen liquiden Mitteln zu finanzieren“, erklärte Dr. Kandziora. Das Absatzplus führte auch zu mehr Beschäftigung, sodass sich der Personalstand bis zum Jahresende um 4,7 Prozent erhöhte – auf weltweit 14.920 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Umsatz und Beschäftigung auch im deutschen Stammhaus gestiegen

Im vergangenen Geschäftsjahr stieg der Umsatz des deutschen Stammhauses, das heißt der ANDREAS STIHL AG & Co. KG, um 2,4 Prozent auf erstmals eine Milliarde Euro. Die Exportquote liegt mit 88,9 Prozent auf Vorjahresniveau. Die größten Umsatzzuwächse sind in der EU und in Nordamerika zu verzeichnen. Das Investitionsvolumen betrug 70 Millionen Euro und lag wie auch in den Vorjahren über den Abschreibungen. Die Mittel flossen hauptsächlich in Baumaßnahmen, Produktionsanlagen und IT-Aktivitäten. Auch in den kommenden Jahren wird in das deutsche Stammhaus kräftig investiert. Der Personalstand im Stammhaus erhöhte sich 2016 um 4,3 Prozent auf 4.366 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Jahresende. Dr. Kandziora: „Bei der Beschäftigung im deutschen Stammhaus planen wir ein deutliches Wachstum. Wir haben derzeit über 100 offene Stellen – vor allem für hochkarätige Experten. Die wachsende Zahl der Beschäftigten sehen wir als Investition in eine langfristig erfolgreiche Geschäftsentwicklung. Damit stärken wir unsere Kraft zu wachsen.“

Digitalisierung als Treiber für höheren Kundennutzen

„STIHL hat eine umfassende Digitalisierungsstrategie entwickelt“, so Dr. Kandziora. „Für uns ist Digitalisierung ein Treiber, um zusätzlichen Kundennutzen zu schaffen. Dies kann sich in den Eigenschaften unserer Produkte zeigen, in der Interaktion mit Kunden oder in neuen Geschäftsmodellen.“ Im weltweiten STIHL Fertigungsverbund werden Industrie-4.0-Komponenten und -Teilsysteme schon länger eingesetzt; intelligente Anlagen und Prozesse sind weltweit miteinander vernetzt. Auch kollaborative Roboter kommen dabei zum Einsatz. Dr. Kandziora: „Die zunehmenden Möglichkeiten der Digitalisierung werden wir weiter auch zur Prozessoptimierung nutzen.“

„Smart Connected“ – intelligente Vernetzung von STIHL Produkten

Bei STIHL laufen unter dem Slogan „Smart Connected“ umfassende Entwicklungsprojekte zur Vernetzung von Produkten. Bereits heute besteht die Möglichkeit, den Roboter mähler VIKING iMow über eine App zu steuern. Die neuen Projekte gehen weit darüber hinaus, in Richtung „Smart Garden“. Dabei steht wie gewohnt der Kunde im Vordergrund. Anwendern von STIHL Geräten werden beispielsweise Informationen über Nutzungsdauer, Verbrauch oder optimale Anwendung in Echtzeit direkt auf das Smartphone geliefert. Auch eine zentrale Erfassung von Geositionen einzelner Geräte ist möglich. Doch nicht nur für die Produkte selbst, auch beim Service im Fachhandel sollen die Chancen der Digitalisierung vermehrt genutzt werden. Der Vorstandsvorsitzende Dr. Kandziora erklärte dazu: „Wir arbeiten mit Hochdruck an intelligenten Technologien, um unseren Kunden zur Saison 2018 neue digitale Anwendungen aus dem Hause STIHL präsentieren zu können.“

Mit Start-ups in die digitale Zukunft

Um digitale Projekte zu beschleunigen und innovative Geschäftsmodelle schneller zur Marktfähigkeit zu bringen, beteiligt sich STIHL an dem Programm ACTIVATR der Stuttgarter Firma Pioniergeist. ACTIVATR bringt erfahrene Start-up-Gründer mit innovationsfreudigen Mitarbeitern etablierter Unternehmen zusammen. Aus ACTIVATR sollen innovative Ideen hervorgehen, die entweder bei STIHL verbleiben oder mit denen neue Start-ups als Beteiligungsunternehmen von STIHL eigenständig am Markt agieren. In drei Monaten wurden durch interdisziplinäre Gründerteams Ideen für zwei neue Geschäftsmodelle entwickelt. Im Laufe des Jahres werden diese noch präzisiert, um konkrete Produkte und Dienstleistungen entwickeln zu können. Aktuell werden bereits weitere neue Ideen kreiert.

Im Januar 2017 hat die STIHL Unternehmensgruppe eine Beteiligung an GreenIQ erworben. Das israelische Start-up-Unternehmen beschäftigt sich mit Entwicklung und Vertrieb vernetzter Produkte für Gartenanwendungen wie Bewässerung oder Beleuch-

tung. „Damit beschleunigen wir unsere Aktivitäten im Bereich Digitalisierung und vernetzte Produkte, wie beispielsweise die Entwicklung eines STIHL Smart Garden Hubs“, betonte Dr. Kandziora.

Aktuelle STIHL Produktneuheiten

In diesem Frühjahr werden einige neue Produkte in den Markt eingeführt: zum einen die STIHL HSA 94 R für den Rückschnitt und die STIHL HSA 94 T für den Trimmschnitt – beides leise, leistungsstarke Profi-Heckenscheren mit Akku-Antrieb, zum anderen die Profi-Motorsense STIHL FSA 130 mit Zweihand- oder Rundumgriff, die das AkkuSystem PRO ergänzt. Das Akku-Baukastensystem für professionelle Ansprüche weist damit mehr als 20 Geräte auf. Dazu kommt die Reihe der besonders preisattraktiven Akku-Geräte im Einsteigerbereich: Heckenschere, Rasentrimmer und Blasgerät mit jeweils integrierten Akkus. Seit Jahresbeginn wurden zudem weitere Produkte eingeführt, wie beispielsweise der Benzin-Hochentaster im Einstiegsbereich mit der Bezeichnung STIHL HT 56 C-E.

„Wir geben bei Akku Gas und können ein immer breiteres Sortiment an Akku-Produkten anbieten, und das, ohne bei unseren Benzin-Produkten auch nur einen Millimeter nachzugeben“, resümierte Dr. Kandziora. „Davon zeugen die Neuheiten dieses Frühjahrs.“ Die Motorsäge STIHL MSA 140 C-BQ ergänzt das STIHL AkkuSystem COMPACT um eine zweite, leistungsstärkere Motorsäge für die Grundstückspflege und einfache handwerkliche Tätigkeiten. Sie wird von einem wechselbaren 36-V-Lithium-Ionen-Akku betrieben, der mit allen anderen Geräten dieses Akku-Baukastensystems kompatibel ist. Neben Motorsägen gehören dazu Heckenschere, Motorsense, Blasgerät und Rasenmäher.

Mit der Benzinmotorsäge STIHL MS 462 C-M stellt STIHL das neue Arbeitsgerät für mittlere und starke Bestände in der professionellen Forstwirtschaft vor. Ihr Motorgewicht von nur sechs Kilogramm macht sie zur leichtesten Hochleistungssäge in ihrer Hubraumklasse (70 Kubikzentimeter). Das optimierte Motormanagementsystem M-Tronic und eine verbesserte Motorkonzeption verleihen der Profisäge die hohe Leistung und ein sehr gutes Beschleunigungsverhalten – „also mehr Spaß und Performance bei der Arbeit“, so Dr. Kandziora. Schon vor der Markteinführung überzeugte das Gerät auf der Neuheitenschau im Vorfeld der Fachmesse demopark: Die Fachjury demopark zeichnete die STIHL MS 462 C-M wegen des geringen Gewichts mit der Silbermedaille aus.

VIKING Produktneuheiten

Auch VIKING ergänzt das STIHL AkkuSystem COMPACT um ein weiteres Gerät: den Rasenmäher MA 235. Mit seinen kompakten Geräteabmessungen, dem ergonomischen Mono-Komfortlenker, einer Schnittbreite von 33 Zentimetern und einem Gewicht von nur 14 Kilogramm ist der MA 235 der perfekte Partner bei kleinen Gärten mit Rasenflächen von bis zu 200 Quadratmetern.

STIHL TIMBERSPORTS® 2017 zu Gast im Hamburger Hafen und in Norwegen

Die STIHL TIMBERSPORTS® Series ist am 20. Mai im Hamburger Hafen zu Gast. Bei der Champions Trophy treten die acht besten Athleten der Welt in vier Disziplinen an Axt und Säge im K.-o.-Modus gegeneinander an. Der Wettkampf fordert von den Sportlern nicht nur ein Höchstmaß an Kraft und Technik, sondern auch eine extreme Ausdauerleistung – er gilt nicht umsonst als das härteste Format im Sportholzfällen. Bereits am Vortag stehen sich bei der Rookie-WM in Hamburg die besten Nachwuchssportler gegenüber. Das internationale Saisonfinale, die STIHL TIMBERSPORTS® Weltmeisterschaft, findet am 3. und 4. November im norwegischen Lillehammer statt.

Unternehmensporträt

Die STIHL Gruppe entwickelt, fertigt und vertreibt motorbetriebene Geräte für die Forst- und Landwirtschaft sowie für die Landschaftspflege, die Bauwirtschaft und den anspruchsvollen Privatanwender. Ergänzt wird die Produktpalette durch das Gartengerätesortiment von VIKING. Die Produkte werden grundsätzlich über den servicegebenden Fachhandel vertrieben – mit 37 eigenen Vertriebs- und Marketinggesellschaften, rund 120 Importeuren und mehr als 45.000 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 2016 mit 14.920 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz von 3,46 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