

9. September 2014

STIHL erzielt weltweit mehr Absatz und Umsatz

Der Umsatz der STIHL Unternehmensgruppe ist in den ersten acht Monaten des laufenden Jahres um 4,0 Prozent auf 2.070 Millionen Euro gewachsen. Das Wachstum wurde vor allem durch höhere Absätze erzielt. Bei gleichen Wechselkursen gegenüber dem Vorjahreszeitraum hätte das Plus sogar 8,2 Prozent betragen. „Trotz internationaler Krisenherde setzen wir 2014 auf Wachstum und erwarten einen neuen Absatz- und Umsatzrekord“, erläuterte der STIHL Vorstandsvorsitzende Dr. Bertram Kandziora bei der diesjährigen Herbst-Pressekonferenz des Unternehmens in Waiblingen. „Insbesondere unsere große US-Tochtergesellschaft, STIHL Incorporated in Virginia Beach, hat im Jahr ihres 40-jährigen Jubiläums stark zugelegt.“ Im Akku-Segment bietet STIHL für Profis und Privatkunden mittlerweile eine umfangreiche Produktpalette mit zwölf verschiedenen Produkten.

Vertrieb und Produktion in den USA besonders erfolgreich

Im US-amerikanischen Markt erzielte STIHL in allen Produktgruppen ein überdurchschnittlich hohes Absatzwachstum gegenüber Vorjahresniveau. Hier wirken sich die Anstrengungen der Händlernetzentwicklung sowie die landesweiten Marketingaktivitäten von STIHL Inc. aus. STIHL Inc., Produktions- und Vertriebsgesellschaft mit dem stärksten Umsatz in der STIHL Gruppe, feiert im Oktober ihr 40-jähriges Bestehen. „Die hervorragenden Markterfolge sind ein Jubiläumsgeschenk unserer US-amerikanischen Tochtergesellschaft an die STIHL Gruppe“, so Dr. Kandziora. „Die USA sind mit Abstand unser größter und wichtigster Markt. STIHL ist hier die Nr. 1 und meistverkaufte Marke von benzinbetriebenen und handgetragenen Outdoor-Motorgeräten.“ Die Produktion von STIHL Inc. versorgt nicht nur Nordamerika, sondern liefert weltweit in fast 100 Länder. 2013 wurde STIHL Inc. als „Fabrik des Jahres“ ausgezeichnet und erhielt den „Association of Manufacturing Excellence (AME) Award“, der an Produktionsstätten in den USA

und Kanada vergeben wird. Die AME verlieh den Preis für „überragende Leistungen in den Produktions- und Geschäftsabläufen“ des Unternehmens.

Deutliches Absatzplus in Amerika und Westeuropa

In Nordamerika verzeichnet auch die kanadische Vertriebstochter überdurchschnittliche Absatzerfolge. Im Süden des Kontinents erzielt STIHL Brasilien hohe Zuwachsraten. Die neue Vertriebsgesellschaft in Kolumbien ist schwungvoll gestartet und erzielt auf noch niedrigem Niveau deutliches Wachstum. Aufgrund der nach wie vor bestehenden Einfuhrbeschränkungen ist die Geschäftsentwicklung in Argentinien und Venezuela hingegen stark rückläufig. In Westeuropa zeichnen sich besonders Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Benelux durch starke Wachstumsraten aus. Grundsätzlich hat auf der nördlichen Erdhalbkugel das milde Frühjahr zu einem relativ frühen Geschäftsstart in diesem Jahr und zu einer Belebung der Branchenkonjunktur beigetragen. „Es wird nicht einfach, diese Dynamik über das Gesamtjahr zu halten, weil die erste Hälfte von 2013 sehr schwach und die zweite sehr stark war“, sagte Dr. Kandziora. Neben Absatz und Produktion ist auch die Belegschaft in der Gruppe gewachsen. Am Stichtag 31. August waren 14.251 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei STIHL weltweit beschäftigt, ein Plus von 11,1 Prozent. Darin ist die Übernahme von 746 Arbeitskräften in ein festes Beschäftigungsverhältnis bei ZAMA in China enthalten.

Schwacher russischer Markt

In Osteuropa ist der Absatz in der Ukraine stark zurückgegangen. Auch der Markt in Russland bleibt deutlich hinter den Erwartungen zurück. Ursache ist hier schon seit einigen Monaten die schwächelnde Binnenkonjunktur sowie der schwache Rubel. Russland ist für STIHL ein bedeutender Absatzmarkt – inzwischen unter den Top-Five der weltweiten Rangliste. Mit den beschlossenen Sanktionen wird die russische Konjunktur zusätzlich belastet. STIHL hält die Position im Markt und die gewonnenen Marktanteile. Der russische Markt wird auch weiterhin intensiv bearbeitet, weil dort großes Potenzial gesehen wird.

Akku-Segment legt deutlich zu

STIHL bietet im Akku-Bereich mittlerweile eine umfangreiche Produktpalette mit zwölf verschiedenen Produkten von Motorsägen über Heckenscheren bis hin zum Trennschleifer. Weitere Produkte sind geplant. Dabei passt jeder STIHL Akku, auch unterschiedlicher Leistungsklassen, in jedes Gerät des Akku-Sortiments – nach dem Motto „Einer für alle“. Der Vorstandsvorsitzende Dr. Kandziora zeigte sich erfreut über die aktuellen Verkaufszahlen: „Der Absatz unserer Akku-Geräte hat im laufenden Jahr deutlich zugelegt. Ein Grund dürfte wohl sein, dass die Werkzeuge sich sowohl für den anspruchsvollen Privatkunden als auch für professionelle Anwendungen hervorragend eignen.“

Deutsches Stammhaus

Das deutsche Stammhaus, die ANDREAS STIHL AG & Co. KG, erzielte im Zeitraum Januar bis August 2014 einen Umsatz von 669 Millionen Euro, was einem Wachstum von 5,8 Prozent gegenüber Vorjahr entspricht. Dabei waren insbesondere die Produktsegmente Freischneider und Trennschleifer gefragt. In den sieben produzierenden Werken wuchs der Personalstand um 4,1 Prozent auf 4.288 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Belegschaft zählt zum Stichtag 31. August 2014 in Waiblingen 3.212 Beschäftigte, 356 in Ludwigsburg, 653 in Prüm-Weinsheim sowie 67 in Wiechs am Randen. Die Baumaßnahmen zur Erweiterung des Entwicklungszentrums und der Neubau der Produktionslogistik in Waiblingen sind in vollem Gang. Über 60 Millionen Euro werden am Stammsitz des Unternehmens investiert.

Zweistelliges Wachstum im deutschen Markt

Im deutschen Markt ist es STIHL gelungen, mit neuen Produkten und starken Kampagnen deutlich zu wachsen. Die günstige Witterung mit einem milden Winter und Frühjahr hat diese Entwicklung unterstützt. Dr. Bertram Kandziora ist zufrieden mit dem bisherigen Verlauf 2014: „In Deutschland erzielen wir aktuell ein zweistelliges Wachstum. In allen Produktgruppen konnten wir Absatz und Umsatz steigern.“ Die neuen VIKING Robotertermäher MI 632 und MI 632 P wurden sehr positiv vom Markt aufgenommen. Mit

diesem beratungsintensiven Produkt, das in Gärten praktisch maßgeschneidert installiert wird, kann sich der Fachhändler bei den anspruchsvollen Kunden profilieren. Im Herbst folgen weitere neue Produkte. Dr. Kandziora blickt optimistisch in den Herbst 2014: „Die Perspektiven für den deutschen Markt sind gut. Mit zahlreichen Produktneuheiten und attraktiven Aktionen wollen wir im Herbst diesen Wachstumskurs im deutschen Markt fortsetzen.“ Mit den „Super Sägen Wochen“ im November wird die erfolgreiche Test-Aktion aus dem Frühjahr fortgesetzt. Die „Super Sägen Wochen“ werden in einer bundesweiten Werbekampagne vorgestellt und die teilnehmenden Fachhändler im Dealer Locator auf www.stihl.de hervorgehoben.

Fachhändler nutzen STIHL Online als zusätzlichen Vertriebskanal

Seit Ende April bietet STIHL ausgewählten deutschen Fachhändlern eine Website für zusätzlichen Online-Vertrieb an. So kann der Kunde das gesamte Sortiment aus dem STIHL und VIKING Produktkatalog online beim Händler kaufen. Produkte, bei denen eine umfassende persönliche Einweisung für eine sichere Handhabung unverzichtbar ist, z.B. bei Motorsägen und Trennschleifern, können online bestellt werden, bedürfen aber weiterhin der Fachberatung sowie der Abholung und Einweisung beim Fachhändler vor Ort. Produkte, die aus Sicherheitsgründen keiner Einweisung bedürfen, wie Blasgeräte oder VIKING Produkte, kann sich der Kunde zusenden lassen. Das Projekt ist erfolgreich angelaufen; mittlerweile nutzen mehrere Hundert Fachhändler im deutschen Markt den Online-Vertrieb als zusätzliche Vertriebsform. Ab Herbst wird STIHL die Online-Plattform auch Fachhändlern in anderen europäischen Märkten anbieten.

Neben diesem zusätzlichen Vertriebskanal verstärkt STIHL Deutschland die Präsenz im Internet über Aktivitäten in den sozialen Medien: <http://www.stihl.de/stihl-in-sozialen-medien.aspx>. Die STIHL Vertriebszentrale im hessischen Dieburg ist seit knapp einem Jahr in den sozialen Medien aktiv und konnte in dieser Zeit bereits über 80.000 Fans auf Facebook gewinnen.

Zahlreiche STIHL und VIKING Neuheiten

Allein beim AkkuSystem wartete STIHL mit vier Neuheiten bei der Pressekonferenz auf, zum Beispiel mit der Weltneuheit STIHL TSA 230. Ob mineralische Baumaterialien, Metalle oder Rohre, der Akku-Trennschleifer, der in Deutschland im Oktober in den Fachhandel kommt, ist kompakt und mit nur 3,9 kg Gewicht (ohne Akku) besonders gut zu handhaben. Die Akku-Motorsense STIHL FSA 90 ist als erste ihrer Art im STIHL Sortiment mit einem Zweihandgriff oder mit einem Rundumgriff erhältlich. Eine ganz neue Anwendung im STIHL AkkuSystem bietet die elektronisch gesteuerte Profi-Akku-Astschere STIHL ASA 85. Sie bewältigt saubere Astschnitte bis zu 45 mm Durchmesser. Ihr Tragesystem zur Aufnahme des Akkus lässt sich bequem wie ein Rucksack tragen und schont die Kräfte auch bei Arbeiten größeren Umfangs. Der neue Akku-Heckenschneider STIHL HLA 85 ist dank seines Teleskopschafts prädestiniert für Arbeiten an hoch gewachsenen Pflanzen.

Zwei weitere Neuheiten sind die Motorsäge STIHL MS 201 C-M und die Baumpflegesäge STIHL MS 201 TC-M. Beide sind serienmäßig mit dem elektronischen Motormanagement M-Tronic ausgestattet. M-Tronic regelt in jedem Betriebszustand den Zündzeitpunkt und die Kraftstoffdosierung und sorgt damit stets für eine optimale Motorleistung. Auch im Segment KombiSysteme gibt es Zuwachs: Der neue KombiMotor STIHL KM 94 RC-E ist besonders leicht und beeindruckt durch seine Vielseitigkeit. Über eine Schnellkupplung lässt er sich im Handumdrehen mit einem der zwölf STIHL KombiWerkzeuge bestücken und sich so mühelos zur Sense, zum Hoch-Entaster, zum Heckenschneider oder zur Kehrwalze etc. verwandeln. Schmutz mit Hochdruck entfernen, das ist die Domäne der neuen Hochdruckreiniger STIHL RE 109, RE 119 und RE 129 PLUS. Die drei Geräte für Privatanwender sind leistungsstark und beeindrucken durch viele Ausstattungsdetails und ihren hohen Bedienkomfort. Auch im Bereich der persönlichen Schutzausstattung kommen in der nächsten Saison etliche Neuheiten auf den Markt: darunter beispielsweise der neue Waldarbeitsanzug STIHL ADVANCE X-TREEm.

VIKING stellt im Herbst die neuen professionellen Rasenmäher-Modelle der Serie MB 756 vor - mit 54 cm Schnittbreite und leichtem, widerstandsfähigem Magnesium-Druckguss-Gehäuse. Für den privaten Gartenbesitzer kommt im Frühjahr eine neue Robotermäher-Generation, die neuen iMow-Modelle MI 632 C und MI 632 PC mit einer App für den Fernzugriff des Nutzers per Smartphone. Darüber hinaus präsentiert VIKING im kommenden Frühjahr die beiden Leise-Häcksler GE 135 L und GE 140 L für die Zerkleinerung von Ästen bis zu 40 mm Durchmesser.



STIHL ist der attraktivste Arbeitgeber im Bereich Fertig- und Gebrauchsgüter in Deutschland. Die Auszeichnung erhielt STIHL in der Studie „Deutschlands beste Arbeitgeber“ vom Focus Magazin. Im Gesamtranking erreicht STIHL Platz 37. In der Branche Maschinenbau schafft es das Unternehmen auf den zweiten Platz. STIHL engagiert sich stark in der Nachwuchsförderung, sowohl in der Ausbildung als auch im Bereich der Hochschulen. Die Chance, selbst zu gestalten sowie Freiraum für eigene Ideen, sind Hauptmerkmale von Karrieren bei STIHL.

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 34 eigenen Vertriebs- und Marketinggesellschaften, rund 120 Importeuren und mehr als 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 2013 mit 13.844 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz von 2,81 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