

**Stihl**

## **Corona treibt das Geschäft für Gartengeräte**

Absatz wächst weltweit dank hoher Nachfrage nach Gartenprodukten – Erstmals 4-Milliarden-Umsatzschwelle übersprungen – Cocooning-Trend schürt Absatz – Anteil der Akku-Geräte steigt weiter – Vorausschauende Planung sichert weitgehende Lieferfähigkeit – Neueingeführte Produkte kommen gut an



Die Akkugeräte entwickeln sich stark. Ihr Anteil am Stihl-Gesamtabsatz beträgt inzwischen 17 Prozent.

Die Nachfrage nach Gartengeräten boomt in Zeiten von Corona, und der Trend zu Akkugeräten ist ungebrochen. Davon konnte auch die Stihl-Gruppe im Geschäftsjahr 2020 profitieren und ihren Umsatz um 16,5 Prozent auf 4,58 Milliarden Euro steigern (2019: 3,93 Milliarden Euro).

„Der Auslandsanteil am Umsatz beträgt 90 Prozent“, sagte Dr. Bertram Kandziora auf der Bilanz-Presskonferenz des Unternehmens am 27. April, die vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie im virtuellen Raum stattfand. Wie der Stihl-Vorstandsvorsitzende ausführte, betrug das Umsatzplus ohne Währungseinflüsse 20,8 Prozent.

Die positive Geschäftsentwicklung führte zu einem Wachstum bei der Belegschaft von neun Prozent auf 18.200 Personen weltweit zum Stichtag 31. Dezember 2020, wovon etwas mehr als 5.600 in Deutschland arbeiten.

Zum Ergebnis macht Stihl generell keine Angaben. Mit einer hohen Eigenkapitalquote von 69,6 Prozent sei die Kapitalstruktur der Unternehmensgruppe nach wie vor sehr solide. Investitionen würden weiterhin grundsätzlich aus eigenen liquiden Mitteln finanziert. Wie in den Vorjahren hätten die Investitionen deutlich über den Abschreibungen gelegen.

## Garten bleibt im Trend

Die Stihl-Gruppe konnte 2020 in nahezu allen Märkten ein Absatz- und Umsatzplus erzielen. Die höchsten prozentualen Wachstumsraten verzeichnete das Unternehmen nach Angaben Kandzioras im Akku-Segment, das mittlerweile einen Anteil von 17 Prozent am Gesamtabsatz habe. Auch im Benzin-Segment gab es demnach ein hohes Absatzwachstum – „in Stückzahlen sogar deutlich höher als im Akku-Segment.“

Insbesondere in Nordamerika habe sich die Nachfrage nach benzinbetriebenen Geräten positiv entwickelt. Wie der Vorstandsvorsitzende weiter ausführte, habe man sich zu Beginn der Corona-Pandemie trotz pessimistischer Prognosen entschieden, auf hohem Niveau und unter Einhaltung höchster Infektionsschutzstandards weiter zu produzieren, um die 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, so dass die anfänglichen Einbußen schnell überkompensiert werden konnten.“ Insbesondere neueingeführte Produkte hätten zu einem starken Absatzwachstum geführt. So erfreuten sich unter anderem der Gehölzschneider GTA 26 für die Gartenpflege sowie der Akku-Heckenschneider HLA 66 und die Benzin-Motorsäge MS 400 C-M großer Beliebtheit.

# Gute Planung

„Wirksamer Gesundheitsschutz, proaktive Absicherung der Lieferketten und die Fortführung der Produktion auf hohem Niveau waren für uns im vergangenen Jahr zentrale Pfeiler unserer Strategie“, betonte der Stihl-Chef. Höchste Priorität habe Stihl auf ein wirksames Hygienekonzept gelegt, um die Gesundheit der Belegschaft zu schützen.

Gleichzeitig habe das Unternehmen alle in den Werken verfügbaren Teilebestände vorzeitig in die Montagewerke geliefert oder von Lieferanten dorthin liefern lassen. „Hier kamen uns sowohl die Vorteile unseres eigenen Fertigungsverbundes zugute als auch unsere partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Verschiedentlich mussten wir jedoch trotzdem die Montagepläne flexibel anpassen,“ so Kandziora. Durch eine umfassende und vorausschauende Planung von Produktion und Vertriebslogistik habe Stihl die Lieferketten weitestgehend aufrechterhalten und so die hohe Kundennachfrage überwiegend bedienen können. „Bei besonders gefragten Produkten kam es jedoch auch bei uns zu Lieferrückständen“, räumte Kandziora ein.

## 400-Millionen-Marke geknackt

Im deutschen Markt erzielte Stihl 2020 eine deutliche Absatz- und Umsatzsteigerung und konnte erstmals die 400-Millionen-Euro-Umsatzmarke übertreffen. Auch hierzulande machte sich laut Bertram Kandziora 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 nach Angaben des Vorstandsvorsitzenden 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 und Schulungen werden als digitale Formate angeboten und stellen den Austausch mit den Fachhändlern sicher.“

## Guter Start des Online-Shops in Deutschland

Erfolgreich sei auch der Online-Shop [www.stihl.de](http://www.stihl.de) im März 2020 im deutschen Markt gestartet. Zudem soll das neue Fertigwarenlager termingerecht im Frühjahr in Betrieb genommen und die Logistik noch effizienter gestaltet werden.

Für die Andreas Stihl AG & Co. KG, dem deutschen Stammhaus der Unternehmensgruppe, vermeldete Bertram Kandziora 2020 ebenfalls 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.“

## Absatz- und Umsatzwachstum für 2021 erwartet

Für 2021 erwartet der Stihl-Vorstand ein weiteres Absatz- und Umsatzwachstum – auch dank einer Vielzahl neuer Produkte.

Allein das AP-Akkusystem, das für professionelle Anwender in Garten- und Landschaftsbau- sowie Baumpflegebetrieben und Kommunen konzipiert ist, weist einen Zuwachs von über einem Dutzend neuer Geräte auf. Und auch bei Mährobotern, im Reiniger-Segment sowie bei Motorsägen und Freischneidern gibt es neue Produkte im Stihl-Sortiment.



Stihl-Vorstand Dr. Bertram Kandziora stellte die aktuellen Zahlen vor.