

**Stihl**

# **Management erwartet unruhiges Jahr**

Umsatz in 2019 wuchs um vier Prozent – Akkugeräte weiter auf Vormarsch



© Stihl

Der Stihl Vorstand: Dr. Michael Prochaska (Personal und Recht), Martin Schwarz (Produktion und Materialwirtschaft), Norbert Pi

Die Stihl Gruppe erzielte im Geschäftsjahr 2019 einen Umsatz von 3,93 Milliarden Euro. Das entspricht einem Plus von 4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Vorstandsvorsitzender Dr. Bertram Kandziora berichtet auf der Bilanz-Presskonferenz des Unternehmens: „Trotz zahlreicher Herausforderungen im vergangenen Jahr haben wir beim Umsatz in der Unternehmensgruppe ein Plus erzielt. Gleichwohl gingen die zunehmenden Handelskonflikte, die schwächelnde Weltwirtschaft und ungünstige Witterungsbedingungen nicht spurlos an uns vorbei.“ Darüber hinaus ist eine zunehmende Substitution von Benzin- durch Akku-Produkte zu verzeichnen. Während der Absatz von Akku-Geräten stieg, sank die Nachfrage nach Produkten mit Benzin-Antrieb. Insgesamt blieb der Absatz aber stabil.

Das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres war durch die weltweite Ausbreitung des Coronavirus geprägt. „Nach einem sehr guten Januar und Februar endete das erste Quartal auf Vorjahresniveau. Da die Händlergeschäfte in einer Reihe von Ländern geschlossen sind, gehen wir von einem nennenswerten Rückgang im zweiten Quartal aus. Mittelfristig bleiben wir optimistisch“, so der Vorstandsvorsitzende. Im Jahr 2020 rechnet Stihl insgesamt mit einem Absatzrückgang. Zur Bewältigung dieser Herausforderungen habe man im Unternehmen eine Reihe von Projekten zur Effizienzsteigerung und Kostenreduzierung aufgesetzt. Zwischenzeitlich unterstützte man die Händler durch Verlängerung von Zahlungszielen, um die Liquidität sicher zu stellen. Ebenso reagierte man Mitte März auf mögliche Lieferengpässe mit einer stärkeren Bevorratung.

Mit Blick auf die einzelnen Märkte ergibt sich für 2019 ein gespaltenes Bild. Positiv entwickelte sich der Absatz in Westeuropa und in Osteuropa ohne Russland. Nordamerika, das viele Jahre Wachstumstreiber für die Gruppe war, verzeichnete einen leichten Rückgang. Diese Entwicklung ist vor allem auf die Kälte und Nässe zu Beginn der Gartensaison zurückzuführen. In Asien erzielte das Unternehmen ein leichtes Absatzwachstum. Insbesondere Indien entwickelte sich mit einem zweistelligen Wachstum sehr positiv. Der Absatz in Afrika, wo Stihl in Südafrika und seit 2017 in Kenia mit einer zweiten Tochtergesellschaft vertreten ist, befindet sich auf Vorjahresniveau. „Im vergangenen Jahr haben wir das Händlernetz weiter ausgebaut. Mittlerweile können Kunden bei weltweit mehr als 53.000 Fachhändlern unsere Produkte erwerben“, so Dr. Kandziora.

Der Personalstand in der Gruppe ging um 2,3 Prozent zurück im Vergleich zum Vorjahresstichtag. Am 31. Dezember 2019 arbeiteten weltweit 16.722 Mitarbeiter bei Stihl.

## Investitionen im Heimatmarkt

Das deutsche Stammhaus erzielte 2019 einen leichten Umsatzanstieg um 0,8 Prozent auf 1,21 Milliarden. Das Unternehmen führt den Zuwachs auf einen positiven Produktmix und dadurch einer erhöhten Nachfrage nach höherpreisigen Maschinen zurück. Somit habe sich der Umsatz stärker als der Absatz entwickelt. Erfreut zeigt man sich aber über das Absatzwachstum bei Akku-Geräten und Hochdruckreinigern.

Stihl investiert weiterhin in den Standort Deutschland, so Dr. Kandziora. Das Investitionsvolumen im Jahr 2019 betrug 134 Millionen Euro. Damit finanzierte Stihl die Erweiterung des Logistikzentrums in Ludwigsburg, die Aufstockung des Produktionslogistikzentrums in Waiblingen-Neustadt, die Modernisierung des Stammsitzes und den Bau der Stihl Markenwelt in Waiblingen.

Die Belegschaft wuchs um 1,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahresstichtag. Zum 31. Dezember 2019 arbeiteten 5.090 Mitarbeiter im Stammhaus, davon 3.626 in Waiblingen, 247 in Ludwigsburg, 395 in Fellbach, 755 in Weinsheim und 67 in Wiechs am Randen.

## Anteil an AkkuGeräten wächst

Der vorgezogene Start des Online Shops auf den 20. März ist laut Unternehmen erfreulich verlaufen. Stihl möchte sich mit dem Shop insbesondere im Akkubereich gegenüber dem Wettbewerb behaupten. Im gesamten Unternehmen liegt der Absatzanteil der Akku-Geräte momentan bei ca. 15 Prozent im Vergleich zu Benzinern. Im privaten Bereich wächst dieses Produktsortiment sehr dynamisch. Der Wettbewerb sei hier sehr viel schärfer. Stihl will stetig sein Angebot ausbauen. Auch im Profibereich gewinnt das Thema an Bedeutung. Insbesondere Kommunen arbeiten an einer Lärmreduzierung und daher an einer Umstellung des gesamten Fuhrparks auf Akku-Technik.

Trotz der allgemeinen Tendenz zum Akkubetrieb sieht Stihl langfristig keinen kompletten Ersatz von Benzingeräten in der professionellen motormanuellen Holzernte. Akku-Geräte seien für lange Einsätze nach wie vor zu schwer, so Norbert Pick, zuständig für den Bereich Marketing und Vertrieb. Auch profitiere die Werkstatt am bisher hohen Anteil der Benziner. Der umfangreiche Bestand und langfristig verfügbare Ersatzteile führen zu einer guten Auslastung im Servicebereich.

## Motorsäge erstmals mit Magnesiumkolben

Im Rahmen der Bilanzpressekonferenz stellte das Unternehmen Produktneuheiten aus dem Benzin- und Akkusegment vor. Darunter auch die Benzinmotorsäge MS 400 C-M, weltweit als erste Motorsäge mit einem Magnesiumkolben ausgestattet. Durch die Leichtbauweise wiegt diese weniger als 1,5 Kilogramm pro Kilowatt und erreicht eine Maximaldrehzahl von 14.000 Umdrehungen pro Minute. Die MS 400 C-M kommt in Deutschland im Herbst 2020 auf den Markt.

Neu im Segment der digitalen Produkte ist die Stihl connected App mit dem Fokus auf professionelle Anwender. Sie ist in Kürze verfügbar und bietet einen Überblick über Gerätedaten, anstehende Wartungen sowie den letzten bekannten Standort der Geräte, was über die Ortung des mitgeführten Handys möglich ist.



Die Stihl MS 400 C-M ist die erste Motorsäge mit einem Magnesiumkolben und kommt im Herbst.