

Waiblingen, 27. April 2010

### **STIHL trotz Krise und geht in Akku-Offensive**

*Trotz der weltweiten Wirtschaftskrise sank der Umsatz der STIHL Gruppe 2009 lediglich um 4,9 Prozent auf 2.037,5 Millionen Euro. Bei gleichen Währungsparitäten wie im Vorjahr hätte der Umsatzrückgang sogar nur 4,1 Prozent betragen. Das Unternehmen konnte die Eigenkapitalquote auf 65,3 Prozent steigern und damit die Finanzstruktur weiter verbessern. Der STIHL Vorstandsvorsitzende, Dr. Bertram Kandziora, betonte bei der Bilanzpressekonferenz die Produktoffensive des Unternehmens: „In den nächsten Jahren werden unsere Kunden von den hohen Investitionen in unsere Entwicklung profitieren: So kommen wir im Herbst mit der ersten profitauglichen STIHL Akku-Motorsäge auf den Markt. Weitere Akkugeräte, wie Motorsense und Blasgerät, werden noch in diesem Jahr folgen“.*

### **Antwort auf Krise: Kosten gesenkt, Produktentwicklung verstärkt**

Als Antwort auf die weltweite Wirtschaftskrise setzte STIHL ein umfangreiches Kostensenkungsprogramm um. „In der Unternehmensgruppe konnten wir mehr als zehn Prozent Gesamtkosten einsparen. Gleichzeitig haben wir unsere Entwicklungsanstrengungen bei Zukunftstechnologien noch verstärkt und Prozesse optimiert“, sagte der Vorstandsvorsitzende. Das Investitionsvolumen in der Unternehmensgruppe lag bei 130,7 Millionen Euro. Gegenüber dem Vorjahr ist die Liquidität weiter gestiegen, und die Eigenkapitalquote wurde von 60,4 Prozent auf 65,3 Prozent verbessert. Der Personalstand sank um 5,2 Prozent auf 10.883 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum 31.12.2009.

**Zurückgehende Märkte - aber STIHL gewinnt weltweit Marktanteile**

Die Ausweitung der weltweiten Wirtschaftskrise machte sich 2009 auch in der Branche für Garten- und Forstgeräte bemerkbar. Die Konjunkturabschwächung führte bei STIHL zu einem Absatzrückgang von Motorsägen und Motorgeräten. Während einzelne Märkte mit teilweise erheblichen Umsatzeinbrüchen zu kämpfen hatten, haben sich die Hauptabsatzmärkte der STIHL Gruppe USA, Deutschland und Frankreich trotz der Krise gut behaupten können. In der Bauwirtschaft führte der Konjunkturreinbruch zu einem starken Nachfragerückgang bei Trennschleifern. Insgesamt gelang es STIHL jedoch, in schwierigem Umfeld weltweit Marktanteile zu gewinnen. Dr. Kandziora erklärte die Gründe: „Die Kunden haben in der Krise noch mehr auf Qualität und Markenprodukte geachtet und Billigware eher gemieden. Sie wissen aus Erfahrung, dass sie mit einem STIHL und VIKING Produkt bewährte Qualität erwerben. Dieses Qualitätsversprechen gilt auch in Zukunft.“

**Akku-Offensive: Neue Akku-Produkte vor der Markteinführung**

Bei der Pressekonferenz stellte der STIHL Vorstand die neuen Akku-Produkte der Presse vor: Nach dem Einstieg in die Lithium-Ionen-Technologie mit den Akku-Heckenscheren STIHL HSA 65 und HSA 85, die 2009 auf den Markt gebracht und von den Kunden sehr gut angenommen wurden, wird STIHL ab Herbst dieses Jahres vier weitere Produkte mit Akkuantrieb einführen. Dieses Paket umfasst zum einen die Akku-Motorsäge STIHL MSA 160 C, mit der neue Maßstäbe bei Leistung, technischer Ausstattung und Bedienfreundlichkeit von Akku-Geräten gesetzt werden. Begleitet wird sie von den beiden Akku-Motorsensen FSA 65 und FSA 85 sowie dem Akku-Blasgerät BGA 85. „Alle neuen Akku-Geräte zeichnen sich wie schon die STIHL HSA 65/85 durch funktionelles Design, herausragende Ergonomie und eine Motorleistung aus, die nicht nur die Ansprüche von Gelegenheitsanwendern erfüllen, sondern vor allem auch dem Profi beste Dienste leisten“, hob Dr. Kandziora hervor. Für ausreichend Energie in den STIHL Akku-Geräten sorgen die kraftvollen

Lithium-Ionen-Akkupacks STIHL AP 80 und AP 160. Die Akkupacks sind durch das STIHL Akku-Baukastensystem universell zu verwenden und schlagen somit bei den Anschaffungskosten nur einmal zu Buche. Als Zubehör wird ein spezieller Akku-Gürtel angeboten, der den Akkupack aufnimmt und so Muskelkraft schont.

Auch die Konzerntochter VIKING nutzt die neue Akku-Technologie und wird zwei neue Akku-Rasenmäher auf den Markt bringen. Anfang 2011 werden im Rahmen der Einführung einer neuen Rasenmähergeneration auch Modelle mit Lithium-Ionen-Power angeboten. Die Rasenmäher werden mit einem bzw. zwei Akkupacks ausgestattet und in ihrer Energieeffizienz neue Maßstäbe setzen.

#### **Nachfolgemodell für meistverkaufte Profi-Motorsäge**

Im Produktsegment Motorsägen wurde Anfang April 2010 die neue STIHL Profi-Motorsäge MS 261 in den Markt eingeführt. Die Säge löst das Vorgängermodell MS 260 ab, das über lange Zeit die weltweit meistverkaufte Profi-Motorsäge für die Forstwirtschaft war. Dr. Kandziora ist davon überzeugt, „dass die neue MS 261 mit ihrer wegweisenden Motorentechnologie, dem neu entwickelten Filterkonzept und ihrem niedrigen Vibrationsniveau beste Voraussetzungen mitbringt, um zur neuen Idealbesetzung bei Durchforstungsarbeiten, Schwachholzernte und Holzeinschlag im mittleren Bestand zu werden.“

#### **Höhere Investitionen im Stammhaus trotz Umsatzminus**

Im deutschen Stammhaus, der ANDREAS STIHL AG & Co. KG, machte sich 2009 die Krise deutlicher bemerkbar als in der STIHL Gruppe. Der Umsatz verzeichnete ein Minus von 17,3 Prozent und betrug 676,1 Millionen Euro. Trotz des Umsatzrückgangs stieg das Investitionsvolumen im Vergleich zum Vorjahr um 9,3 Prozent und erreichte 49,6 Millionen Euro. Dabei flossen erhebliche Mittel in das Waiblinger Entwicklungszentrum zur Erweiterung des Produktsortiments. Sämtliche Investitionen waren eigenfinanziert.

**Deutsches Stammhaus: Beschäftigungssicherung im Mittelpunkt**

„Bei unserer Personalpolitik steht die Beschäftigungssicherung im Mittelpunkt. Als klares Bekenntnis zum deutschen Standort haben wir unseren Beschäftigungs- und Standortsicherungsvertrag 2009 mitten in der Krise um sechs Jahre verlängert. Damit sprechen wir unserer Stammebelegschaft eine Arbeitsplatzgarantie bis 2015 aus“, betonte Dr. Kandziora. Aufgrund des starken Produktionsrückgangs baute die Belegschaft in erheblichem Umfang Zeitkonten ab. Zur besseren Auslastung der deutschen Produktionsstandorte wurde die Fertigung von 100.000 Motoreinheiten von Brasilien und den USA nach Deutschland verlagert. Hinzu kamen die Rückführung befristeter Beschäftigung und interne Versetzungen. Kurzarbeit konnte vermieden werden - außer im Magnesium-Druckgusswerk Prüm-Weinsheim, Rheinland-Pfalz. Mit diesem personalpolitischen Instrumentenmix gelang es, den Rückgang des Personalstandes im deutschen Stammhaus auf 1,7 Prozent zu begrenzen. Am 31.12.2009 betrug die Belegschaft im Stammhaus 3.685 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu diesem Stichtag waren 2.762 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Waiblingen beschäftigt, 293 in Ludwigsburg, 575 in Prüm und 55 in Wiechs am Randen. Im Rahmen der Mitarbeiterkapitalbeteiligung erhalten die Genussrechtsinhaber für 2009 eine Gewinnbeteiligung von 9 Prozent Ihres Kapitals – trotz des starken Umsatzrückgangs im Stammhaus.

**2010 gut gestartet**

Dr. Bertram Kandziora sieht die Geschäftsentwicklung 2010 optimistisch: „Wir haben unsere Entwicklungs- und Vertriebsanstrengungen in der Krise noch verstärkt – gleichsam antizyklisch. Mit dieser Strategie und unserer Akku-Offensive sind wir für den weltweiten Wettbewerb bestens gerüstet, so dass ich im laufenden Jahr für Stammhaus und Gruppe mit Wachstum rechne.“ Der STIHL Vorstandsvorsitzende geht von einer leichten Erholung der Weltwirtschaft aus. „Allerdings müssen wir auf

den Finanzmärkten noch mit einigen Unwägbarkeiten rechnen, und von einem selbsttragenden Konjunkturaufschwung kann man auch noch nicht sicher ausgehen. Wir planen daher an allen Standorten flexibel. Außerdem gilt nach wie vor strenges Kostenbewusstsein im gesamten Unternehmen.“

**Unternehmensportrait**

Die STIHL Gruppe entwickelt, fertigt und vertreibt motorbetriebene Geräte für die Forstwirtschaft und Landschaftspflege sowie die Bauwirtschaft. Ergänzt wird die Produktpalette durch das Gartengeräte-sortiment von VIKING. Die Produkte werden grundsätzlich über den servicegebenden Fachhandel vertrieben – mit 32 eigenen Vertriebs- und Marketinggesellschaften, mehr als 120 Importeuren und rund 35.000 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 2009 mit etwa 10.900 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz von 2,04 Mrd. Euro.

---

Die Presseinformation sowie Fotos stehen auf der STIHL Homepage unter [www.stihl.de](http://www.stihl.de) → Presse-Service → Tages-/Wirtschaftspresse 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