



STIHL

GESCHÄFTSBERICHT 2018

VON WERTEN UND WANDEL —

KENNZAHLEN

KONZERNABSCHLUSS DER STIHL HOLDING AG & CO. KG		2018	2017	2016
Umsatzerlöse	Mio. Euro	3.782,1	3.791,8	3.458,4
Auslandsanteil vom Umsatz	%	89,5	89,8	89,7
Löhne und Gehälter, soziale Abgaben, Altersversorgung	Mio. Euro	905,7	837,4	769,3
Mitarbeiter	31.12.	17.122	15.875	14.920
Investitionen	Mio. Euro	324,4	248,3	209,3
Abschreibungen	Mio. Euro	158,8	155,5	151,1
Bilanzsumme	Mio. Euro	5.844,4	5.439,1	5.287,8
Eigenkapitalquote	%	69,9	70,2	70,5

ANDREAS STIHL AG & CO. KG		2018	2017	2016
Umsatzerlöse	Mio. Euro	1.198,2	1.146,9	1.012,4
Auslandsanteil vom Umsatz	%	89,2	88,9	88,9
Löhne und Gehälter, soziale Abgaben, Altersversorgung	Mio. Euro	393,0	350,2	317,6
Mitarbeiter	31.12.	4.997	4.654	4.366
Investitionen	Mio. Euro	123,7	69,6	70,0
Abschreibungen	Mio. Euro	56,1	51,6	48,4
Bilanzsumme	Mio. Euro	1.375,8	1.305,2	1.260,2
Eigenkapitalquote	%	44,3	44,4	44,4

3.782,1

MIO. EURO
UMSATZERLÖSE 2018

17.122

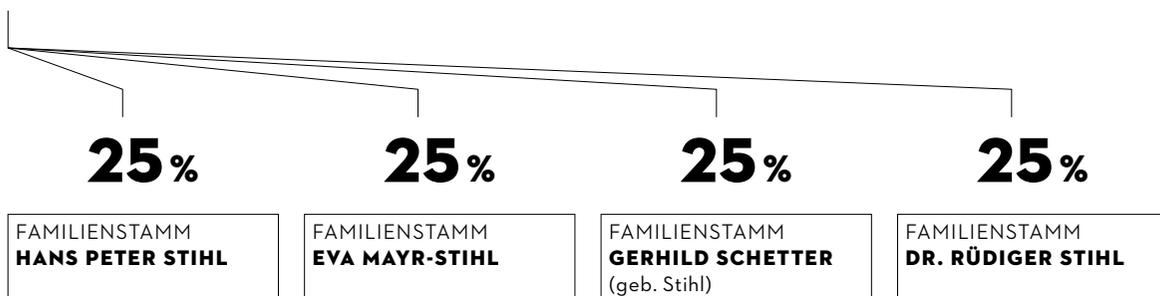
MITARBEITER
WELTWEIT 2018

69,9

PROZENT
EIGENKAPITALQUOTE 2018

EIGENTÜMERSTRUKTUR

DER STIHL HOLDING AG & CO. KG



STIHL WELTWEIT

IN ÜBER

160

LÄNDERN UND AUF FÜNF KONTINENTEN IST STIHL MIT VERTRETUNGEN WELTWEIT PRÄSENT

Die STIHL Gruppe entwickelt, fertigt und vertreibt motorbetriebene Geräte für die Forst- und Landwirtschaft sowie für die Landschaftspflege, die Bauwirtschaft und private Gartenbesitzer. Ergänzt wird das Sortiment durch digitale Lösungen und Serviceleistungen. Die Produkte werden grundsätzlich über den servicegebenden Fachhandel vertrieben - mit 38 eigenen Vertriebs- und Marketinggesellschaften, rund 120 Importeuren und mehr als 50.000 Fachhändlern in über 160 Ländern. STIHL ist seit 1971 die meistverkaufte Motorsägenmarke weltweit.



KENNZAHLEN | DAS UNTERNEHMEN

STIHL HOLDING AG & CO. KG

(persönlich haftende Gesellschafter: Hans Peter Stihl und STIHL AG)

38

MARKETING- UND VERTRIEBS-GESELLSCHAFTEN WELTWEIT



¹ STIHL Produktions- und Vertriebsgesellschaften.



STIHL ist in mehr als 90 Jahren vom mittelständischen Unternehmen zum Weltkonzern und vom klassischen Maschinenbauer zum Markt- und Technologieführer im Bereich der Motorsägen und Motorgeräte gewachsen. Unsere Grundhaltung hat sich dabei nie verändert: Wir sind ein Familienunternehmen, das Menschen die Arbeit mit und in der Natur erleichtert und sie mit innovativen Produkten begeistert. Dabei sind wir uns der großen Verantwortung gegenüber unseren Kunden und Mitarbeitern stets bewusst.

Dieses feste Wertefundament verleiht STIHL nicht nur die Fähigkeit zum Wandel. Der Wandel selbst ist Teil unserer DNA. Wir ruhen uns nicht auf unserem Erfolg aus, sondern entwickeln neue Produkte, erschließen neue Märkte und erweitern ständig unser Wissen. Wir halten das Gleichgewicht zwischen Beständigkeit und Beweglichkeit, zwischen Tradition und Innovation – und sichern so nachhaltig unser Wachstum.

INHALT

JOURNAL

04



DEUTSCHLAND | WAIBLINGEN

WANDEL GESTALTEN

STIHL im Wandel - vom mittelständischen Maschinenbauer zum Technologieführer und Weltkonzern. Vorstandsvorsitzender Dr. Bertram Kandziora im Gespräch.

08



DEUTSCHLAND | WAIBLINGEN

FORT SCHRITT

Eifriges Tüftlertum, um die Arbeit mit und in der Natur zu erleichtern: Kein Produkt steht so für dieses Prinzip wie die Motorsäge. Eine Chronik der Innovationen.

BEIRAT UND VORSTAND

- 32 Brief des Beiratsvorsitzenden
- 34 Vorstand der STIHL AG
- 36 Bericht des Vorstands

JAHRESBERICHT

LAGEBERICHT

- 40 Lagebericht - STIHL Gruppe
- 42 Lagebericht - STIHL Stammhaus
- 44 Qualität, Arbeits- und Umweltschutz
- 46 Verantwortung bei STIHL
- 48 Personal
- 51 Entwicklung
- 54 Produktion
- 56 Märkte
- 58 Einkauf

10

**STIHL GRUPPE** | WELTWEIT

MACHER

STIHL ist und bleibt ein Familienunternehmen. Was das für die mehr als 17.000 Beschäftigten weltweit bedeutet? Darüber haben wir mit einigen von ihnen gesprochen.

18

**ÖSTERREICH** | LANGKAMPFEN

WEICHEN STELLEN

Aus Grün wurde Orange! Die Markenintegration von VIKING in die STIHL Gruppe birgt große Wachstumspotenziale. Ein Besuch bei STIHL Tirol in Langkampfen.

26

**KENIA** | NAIROBI

NEU LAND

Die Landwirtschaft in Kenia wächst – und mit ihr der Wunsch nach guten Produkten für die tägliche Arbeit. Über einen Markt mit großem Bedarf und vielen Besonderheiten.

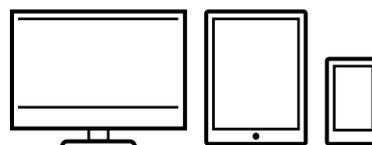
JAHRESABSCHLUSS

- 60 Vermögens- und Finanzstruktur
- 60 Bilanz
- 62 Anlagen zum Jahresabschluss
- 63 Erläuterungen
- 64 Beteiligungsliste der STIHL Gruppe
- 65 Organe der Gesellschaften

- 66 Impressum und Jahresrückblick 2018

ONLINE

DER STIHL GESCHÄFTSBERICHT 2018 IST AUCH ALS ONLINE-VERSION VERFÜGBAR.



MEHR AUF
GB2018.STIHL.DE

DEUTSCHLAND | WAIBLINGEN

WANDEL GESTALTEN

Seit 93 Jahren gibt es STIHL. In dieser Zeit ist viel passiert. 2018 war eines der Jahre, die das Unternehmen in vielfältiger Hinsicht sehr gefordert haben. Wo sich das Unternehmen gerade befindet, mit welchen Rahmenbedingungen es sich auseinandersetzt und welche Weichen es in Richtung Zukunft stellt, davon berichtet der STIHL Vorstandsvorsitzende Dr. Bertram Kandziora im Gespräch.





**» UNSER UNTERNEHMEN
WAR UND IST EINE
LEBENDIGE WELT,
DIE VON MENSCHEN
GEPRÄGT WIRD.«**

DR. BERTRAM KANDZIÖRA, STIHL VORSTANDSVORSITZENDER

WAS WIRD IHNEN VON 2018 BESONDERS IN ERINNERUNG BLEIBEN?

DR. BERTRAM KANDZIORA – Positiv zu bewerten ist, dass wir 2018 nach langer Entwicklung neue, wegweisende Produkte auf den Markt gebracht haben. Bei den Benzin-Geräten sind es die STIHL MS 500i und der STIHL TS 440. Zwei absolute Top-Produkte, mit denen wir uns einmal mehr deutlich vom Wettbewerb abheben. Zudem sind wir in die Eigenfertigung von Hochdruckreinigern eingestiegen und unser Werk in der Eifel meldet einen großen Drittkundenauftrag. Das war nur möglich, weil unser Standort dort technologisch auf ganzer Linie überzeugt, eigene Maschinenkonzepte bietet, die es sonst in dieser Form nicht gibt, und sich dadurch eine Spitzenposition im schwierigen Gießereimarkt erarbeitet hat. Die neuen Aufträge bringen zudem einen deutlichen Beschäftigungszuwachs mit sich.

DAS KLINGT ALLES SEHR POSITIV. GIBT ES AUCH ETWAS, WAS NICHT SO GUT GELAUFEN IST?

KANDZIORA – Ja, etwas ganz Banales: das Wetter. Ein kaltes Frühjahr, dann eine lange Hitzeperiode – das ist nicht gut für die Geschäftsentwicklung. Aber das ändert sich ja immer wieder und damit haben auch andere zu kämpfen. Was offensichtlich nicht so schnell vergeht wie ein strenger Winter, sind politische Themen wie die Beschränkungen des Freihandels. Zudem sind die Wechselkursentwicklungen, die uns 2018 besonders getroffen haben, schwer kalkulierbar.

SIE SPRECHEN ES AN: DIE POLITISCHEN RAHMENBEDINGUNGEN. WELCHE AUSWIRKUNGEN HABEN DER BREXIT ODER FREIHANDELS-BESCHRÄNKUNGEN KONKRET AUF STIHL?

KANDZIORA – Die Entwicklungen beim Freihandel führen auf einen absoluten Irrweg. Die Welt ist vernetzt und am Ende schaden Abschottung und Isolation immer den Menschen auf beiden Seiten. Uns betreffen konkret die Importzölle in den USA. Was der Brexit mit sich bringt, müssen wir abwarten. Aber wir stehen zu unserem Standort in Großbritannien, sind aktuell sogar dabei, ihn zu erweitern. STIHL hat vor Ort langfristige Pläne, Großbritannien ist für

uns ein sehr zukunftsfähiger Markt, den wir uns natürlich erhalten möchten.

WO STEHT STIHL ENDE 2018?

KANDZIORA – Es sind im vergangenen Geschäftsjahr viele Dinge zusammengekommen. Bei Stückzahlen und Umsätzen liegen wir in etwa auf dem Vorjahresniveau. Inhaltlich befinden wir uns auf dem richtigen Weg, müssen aber gerade bei den Akku-Produkten und den damit verbundenen Marketingstrategien an der einen oder anderen Stelle nachjustieren. Denn dort stoßen wir jetzt in mehreren Märkten in neue Dimensionen vor. Allerdings sind wir auch bei den Benzin-Produkten gefordert.

STIHL ist seit Jahrzehnten so erfolgreich, weil hier die richtigen Menschen zusammenkommen. Sie setzen sich bei STIHL sehr für ihre Aufgaben ein, sind begeistert und motiviert. Daher haben wir viele langjährige Mitarbeiter, die die neuen Aufgabenfelder für sich entdecken, sich entsprechend weiterbilden und in neue Arbeitsgebiete vorstoßen.

WENN SIE DEN BLICK NUN IN DIE ZUKUNFT WENDEN: WIE SIEHT STIHL IN EIN PAAR JAHREN AUS?

KANDZIORA – Wir überprüfen ständig, mit welcher Strategie STIHL in der nächsten Dekade erfolgreich sein kann. Die Gesellschaft und die Märkte verändern sich permanent, und dafür muss man rechtzeitig Strategien entwickeln. Wer zu spät kommt, den bestraft bekanntlich das Leben. Auch wenn sich vieles ändert, so halten wir doch an Werten und Grundsätzen wie Fleiß, Ehrlichkeit, Fairness, offener Kommunikation und Loyalität fest, denn sie bilden nach wie vor die Grundpfeiler für jede unserer Handlungen. STIHL pflegt zudem eine gute, langfristige und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Fachhändlern, Lieferanten und allen anderen Geschäftspartnern.

**HERR DR. KANDZIORA,
WIR DANKEN IHNEN FÜR DAS GESPRÄCH.**





DEUTSCHLAND | WAIBLINGEN

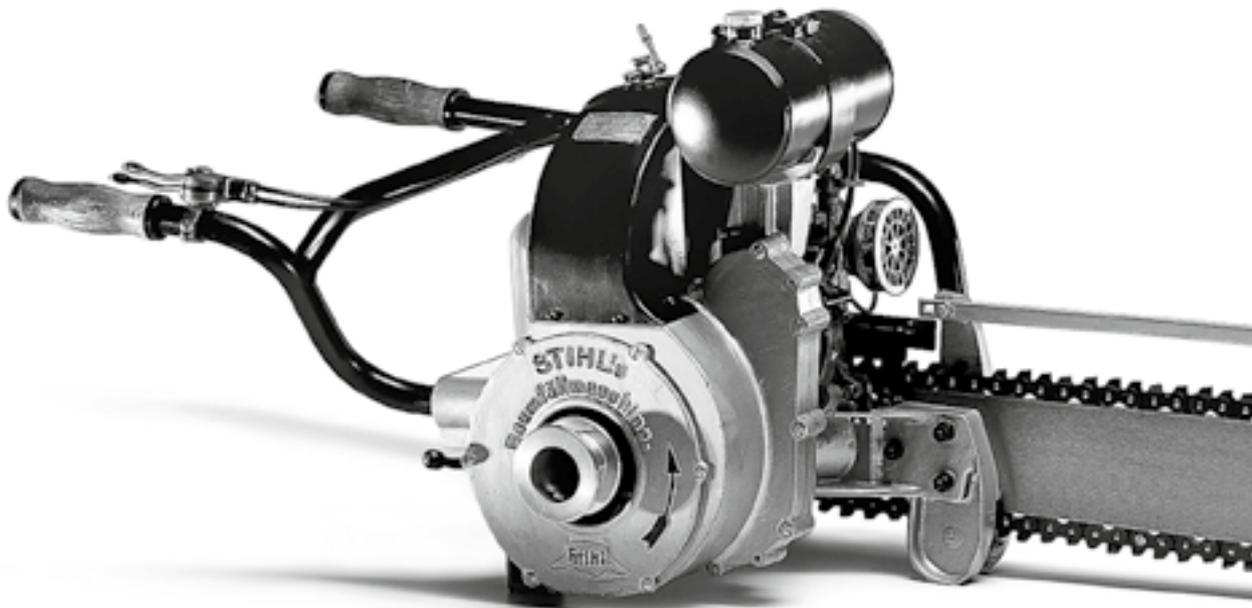
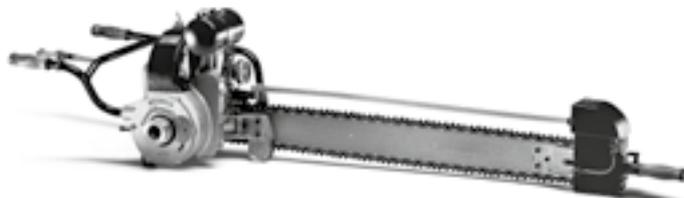
FORT SCHRITT —

Am Anfang war die Motorsäge. Bis heute ist sie das Produkt, das STIHL weltweit kennzeichnet und das sich seit den 1920er-Jahren in revolutionären Entwicklungsschritten immer wieder neu erfunden hat. Der Zeitraffer belegt: Innovationskraft und die Bereitschaft, Etabliertes stets noch besser – oder ganz anders – zu machen, sind Teil der STIHL DNA.

DIE REVOLUTION IM FORST BAUMFÄLLMASCHINE TYP A

1929 stellt Andreas Stihl seine erste Säge mit einem Benzin-Motor vor. Es ist eine Zweimannsäge mit einer Leistung von 6 PS und 46 Kilogramm Gewicht. Mehr aber noch ist es eine echte „Baumfällmaschine“. Die Säge wird der erste STIHL Exportschlager und findet in Russland, Kanada und den USA reißenden Absatz. Das Geschäft floriert, aus dem Ingenieurbüro wird die „Maschinenfabrik Andreas Stihl“ mit einer wachsenden Belegschaft und dem ersten Firmenzeichen, dem Baumstumpf mit der Aufschrift „Stihl“.

Stihl und seine Mitarbeiter entwickeln die Benzin-Säge - getragen und angespornt vom Erfolg - immer weiter. 1931 gelingt es, die Leistung der Maschine auf 8 PS zu steigern.

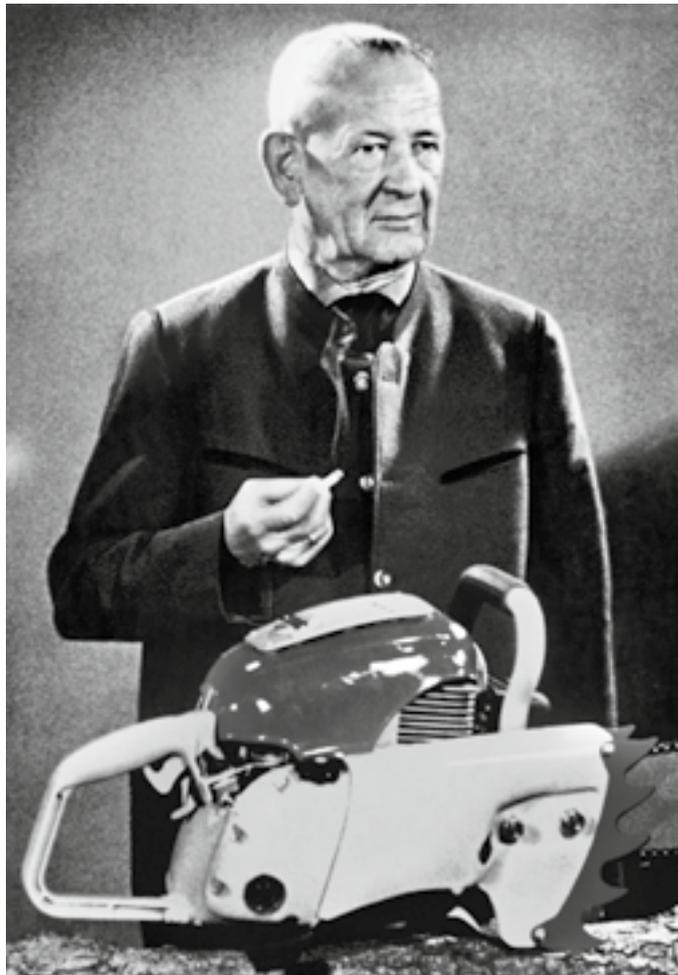


1929

1926 1929 1931 1933 1935 1937 1939 1941 1943 1945 1947 1949 1951 1953 1955 1957 1959 1961 1963 1965 1967 1969 1971 1973 1975 1977 1979 1981 1983 1985 1987 1989 1991 1993 1995 1997 1999 2001 2003 2005 2007 2009 2011 2013 2015 2017 2019 2021 2023 2025

BAUMFÄLLMASCHINE TYP A

Firmengründer
Andreas Stihl mit der
legendären Contra.



AUFBRUCH IN EINE NEUE ZEIT STIHL CONTRA

Mit der Markteinführung der Benzin-Motorsäge Contra beginnt für STIHL ein neues Zeitalter. Das 6 PS starke und dabei 12 Kilogramm leichte Produkt ist die erste getriebelose Motorsäge von STIHL. Ausgestattet mit zahlreichen Neuerungen wie einem Direktantrieb, einem neuen Membranvergaser, einer verbesserten Kettenschmierung, einer verstärkten Führungsschiene sowie neuartigen Schalldämpfern, führt die Contra die Wald- und Forstarbeit in eine neue Ära. In Nordamerika erhält die Säge den Namen „Lightning“ (Blitz).

1959



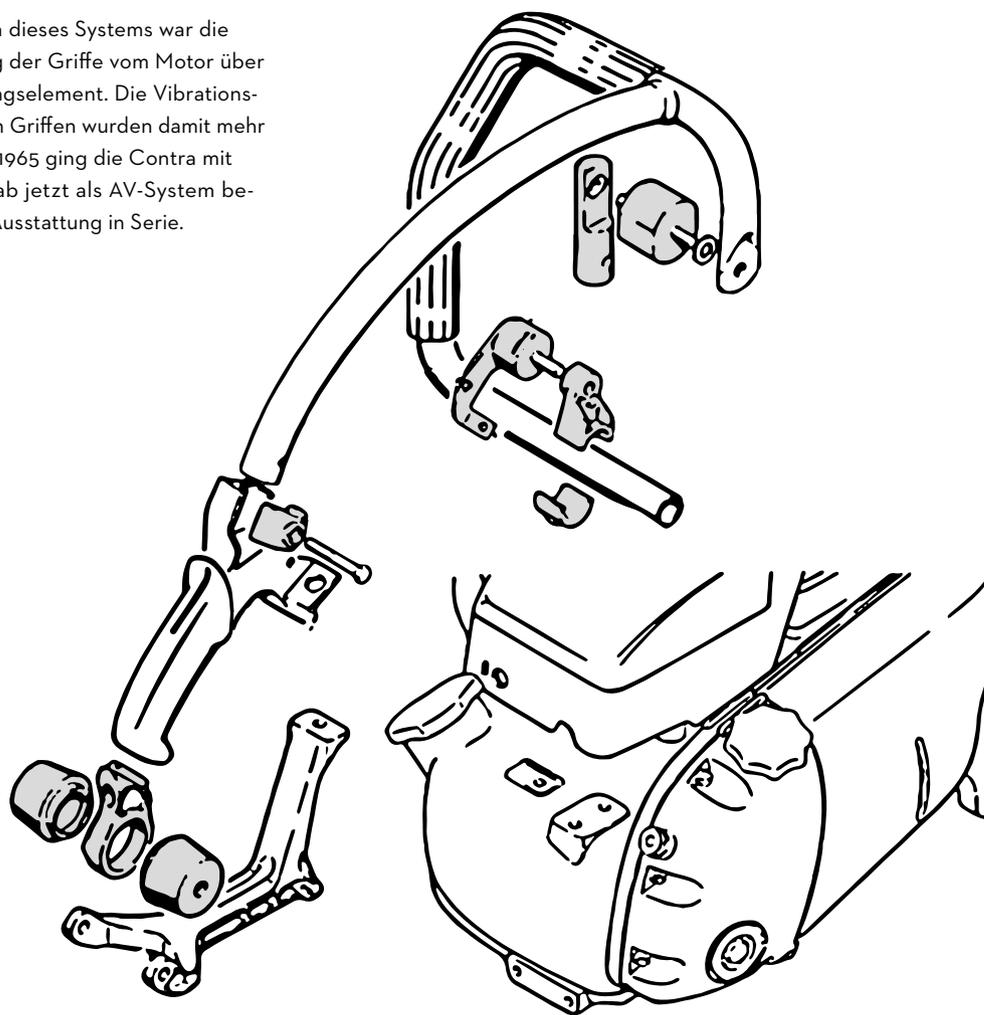
1926

STIHL CONTRA

IN DER RUHE LIEGT DIE KRAFT ANTIVIBRATIONSSYSTEM

Als erster Hersteller weltweit stattet STIHL seine Motorsägen mit einem Antivibrationsgriff aus. Dieser fängt die von Motor und umlaufender Kette ausgehenden Vibrationen auf, bevor sie sich auf den Arbeiter übertragen. Die gefürchtete „Weißfingerkrankheit“ bei Forstarbeitern gehört dank des STIHL Antivibrationssystems der Vergangenheit an.

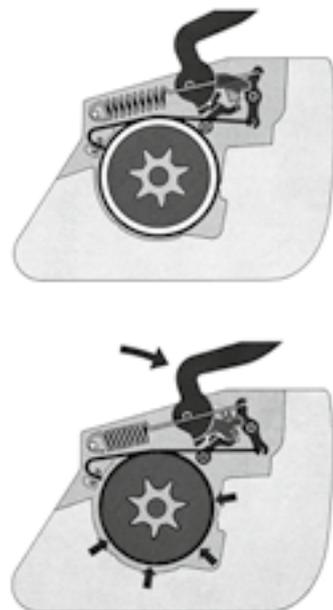
Kennzeichen dieses Systems war die Entkopplung der Griffe vom Motor über ein Dämpfungselement. Die Vibrationswerte an den Griffen wurden damit mehr als halbiert. 1965 ging die Contra mit der neuen, ab jetzt als AV-System bezeichneten Ausstattung in Serie.



1964

1926 1964>

ANTIVIBRATIONSSYSTEM



SICHERHEIT IN SEKUNDENBRUCHEILEN QUICKSTOP-KETTENBREMSE

Um seine Produkte noch sicherer für den Anwender zu machen, bringt STIHL Anfang der 1970er-Jahre eine weitere Weltneuheit auf den Markt: die bislang erste und bislang einzigartige Quick-Stop-Kettenbremse für Motorsägen. Durch aktives Drücken des vorderen Handschutzes wird die Bremse manuell eingelegt, blockiert die Sägekette und macht somit den Transport sicherer. Bei einem ausreichend starken Rückschlag der Motorsäge löst die Kettenbremse sofort aus. Die Sägekette kommt im Bruchteil einer Sekunde zum Stillstand.

1972

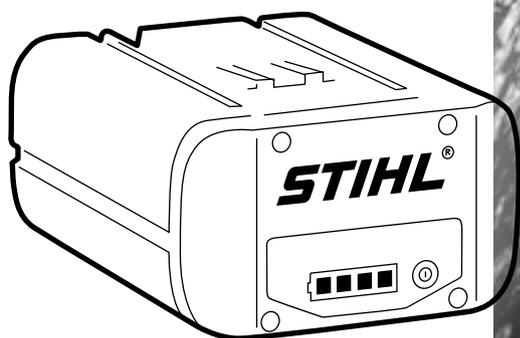
1926 1972>

QUICKSTOP-KETTENBREMSE

EIN ANTRIEB MIT SYSTEM AKKU-TECHNOLOGIE

Mit dem Einstieg in die Akku-Technologie startet STIHL in ein neues Zeitalter. 2009 kommen mit der STIHL HSA 65 und der STIHL HSA 85 die ersten zwei Heckenscheren mit Lithium-Ionen-Technologie auf den Markt. Es folgen zahlreiche weitere Produkte für alle Kundensegmente. 2010 wird die erste STIHL Akku-Motorsäge MSA 160 C vorgestellt.

In den folgenden Jahren wächst das Akku-Sortiment stetig, erfüllt Ansprüche von Profis ebenso wie von ambitionierten Gelegenheitsanwendern. 2018 folgt der nächste große Schritt: Am deutschen Stammsitz in Waiblingen wird eine eigene Akkupack-Fertigung aufgebaut. In der hochautomatisierten Hightech-Fertigung entstehen rückentragbare Akkus für Profianwendungen. 2019 kommen die ersten STIHL Akkus auf den Markt und werden im ersten Schritt vor allem an europäische Händler ausgeliefert.



2009

1926 2009

AKKU-TECHNOLOGIE

ELEKTRONISCHES HERZSTÜCK STIHL INJECTION

Hans Peter Stihl hat sie schon in seiner Diplomarbeit beschrieben: die erste Motorsäge mit elektronischer Einspritzung. Jetzt ist die Zeit reif für diese Idee: Mit der MS 500i stellt STIHL die weltweit erste Motorsäge mit elektronisch gesteuerter Einspritzung vor und läutet abermals eine neue Ära der Motorsägentechnik ein.

Die revolutionäre Einspritztechnik STIHL Injection steht für einfachstes Starten unter allen Einsatzbedingungen, extrem hohe Leistung, konsequent minimiertes Gewicht und rasante Beschleunigung. Die Kette beschleunigt in 0,25 Sekunden von 0 auf 100 Stundenkilometer.



2018



1926>

STIHL INJECTION



STIHL GRUPPE | WELTWEIT

MACHER

Mehr als 17.000 Menschen arbeiten heute weltweit bei STIHL, und doch sind wir immer noch ein mittelständisch geprägtes schwäbisches Familienunternehmen geblieben. Das Gleichgewicht aus Stabilität und Wachstum findet sich auch im Miteinander wieder. Neben einer festen Basis bietet STIHL seinen Beschäftigten individuelle Möglichkeiten zu wachsen: etwa durch neue Aufgaben, einen Standortwechsel oder eine stärkende Auszeit. Wir haben mit einigen von ihnen gesprochen – und Personalvorstand Dr. Michael Prochaska gefragt, warum STIHL ein attraktiver Arbeitgeber ist und bleibt.





» WIR HABEN EINE MENGE IDEEN, WELCHE AUTOMATISIERTEN UND INTELLIGENT VERNETZTEN GARTENGERÄTE ES IN ZUKUNFT NOCH GEBEN KÖNNTE. «

STEPHANIE JUNG, 26 JAHRE, ELEKTROTECHNIK-INGENIEURIN UND EXPERTIN FÜR ROBOTIK IM ENTWICKLUNGSZENTRUM



TIM GEGG, 47 Jahre, Leiter Digital Competence Center | „Die Digitalisierung war für mich als Maschinenbauer Neuland, ich komme aus der Produktentwicklung. Aber ich suche mir alle fünf Jahre eine neue Herausforderung und mag radikale Veränderungen. Hinzu kommt, dass ich bei STIHL immer sehr gefördert und gefordert worden bin. Was ich in fünf Jahren machen werde? Keine Ahnung, aber ich bin mir ziemlich sicher, dass ich noch bei STIHL sein werde.“

15 
JAHRE
Ø BETRIEBS-
ZUGEHÖRIGKEIT

17.122
MITARBEITER
WELTWEIT
(STIHL GRUPPE,
STAND 31.12.2018)



ETWA
200
NEUE STELLEN
(FÜR 2019 GEPLANT)

MEHR AUF
[WWW.STIHL.DE/
KARRIERE](http://WWW.STIHL.DE/KARRIERE)



BRUCE SHI, 31 Jahre, R&D Design Coordinator (STIHL China) | „Mein liebster Wochentag bei STIHL ist der Donnerstag. Dann trifft sich das ganze Team im Obeya Room, einem speziellen Besprechungszimmer. Wir nutzen diesen Raum und die damit verbundene Methodik, um uns wichtigen Fragen und Aufgaben zu widmen, die im Arbeitsalltag sonst zu kurz kommen. Dabei gibt es klare Regeln: keine Unterbrechungen, keine Telefonanrufe, vollständige Konzentration auf die Aufgabe.“

ÁLVARO MARTÍNEZ, 27 Jahre, Technischer Service (STIHL Kolumbien) |
„Ich arbeite sehr gerne bei STIHL, weil es immer etwas Neues zu lernen gibt.
Weil es egal ist, ob man Händler, Mitarbeiter einer Vertriebszentrale oder
Angestellter in einer Produktionsstätte von STIHL ist. Man fühlt sich immer
als ein Teil der Marke, ist stets willkommen und bekommt jederzeit Hilfe.“





»SCHON ZU HAUSE IN ULAN BATOR HATTE MEIN VATER EINE STIHL SÄGE. UND JEDER IN UNSEREM VIERTEL WOLLTE UNSERE SÄGE, DIESES BESONDERE DEUTSCHE PRODUKT, AUSLEIHEN.«

ERDENETSETSEG „EGI“ ERDENEBILEG,
28 JAHRE, WERKSTUDENTIN IM BEREICH IT

JOE QUARTARARO, 46 Jahre, Abteilungsreferent eCommerce-Systeme Endkunden (STIHL Inc.) | „STIHL hat mir die Möglichkeit gegeben, in 20 Jahren Betriebszugehörigkeit eine lohnende Karriere aufzubauen. Ich kann regelmäßig zum Unternehmenserfolg beitragen, indem ich technische Lösungen entwickle und implementiere. Das Leben hier ist nie langweilig und ich freue mich, aufregende neue Herausforderungen zu meistern und neue Technologien einzusetzen, um das Geschäft von STIHL weltweit auszubauen.“



MELANIE HEYD, 33 Jahre, Wirtschaftsfachwirtin im Bereich Marketing | „Ich bin seit 13 Jahren in der deutschen STIHL Vertriebszentrale in Dieburg, habe dort eine berufsbegleitende Weiterbildung gemacht und wurde dabei von meinen Kollegen unterstützt. Unterstützung wird bei STIHL generell großgeschrieben. Daher bin ich auch nach einem dreimonatigen Sabbatical sehr gerne zurückgekommen. Ich habe einen großartigen Job und Kollegen, auf die ich mich wirklich verlassen kann.“



» ES IST FASZINIEREND, AN WIE VIELEN PROJEKTEN DAS UNTERNEHMEN ARBEITET, UM DIE WELTWEITEN MARKTBEDÜRFNISSE BESTMÖGLICH ABDECKEN ZU KÖNNEN. EIN TEIL DAVON ZU SEIN, MACHT MIR GROSSEN SPASS. «

**FERNANDO POLGATI, 30 JAHRE,
MITARBEITER SERIENEINKAUF
(STIHL BRASILIEN)**



9.

**PLATZ VON 100
„TOP-ARBEITGEBERN“**
STUDIE „FOCUS
MONEY“ 2018



7.

**PLATZ IN DER
STUDIE „DIE
BESTEN PARTNER
DEUTSCHLANDS“**
„BRAND EINS
WISSEN“ 2019



3

FRAGEN AN DR. MICHAEL PROCHASKA

STIHL HAT 2018 WELTWEIT DIE 17.000-MITARBEITER-MARKE GEKNACKT. EIN SO GROSSES WACHSTUM IN SO KURZER ZEIT ERFORDERT FINGERSPITZENGEFÜHL.

Wir können ja zum Glück behaupten, dass Wachstum für uns nicht fremd ist. Mit wenigen Ausnahmen ist STIHL in den vergangenen Jahrzehnten immer größer geworden. Um diesem Wachstum angemessen zu begegnen, bedarf es eines vielschichtigen Ansatzes, um die Attraktivität des Unternehmens nach innen und außen zu fördern.

WELCHE TRÜMPFE KANN STIHL BEIM KAMPF UM FACHKRÄFTE AUSSPIELEN?

STIHL ist hervorragend positioniert im weltweiten Markt, verfügt über sehr engagierte und motivierte Mitarbeiter. Wir investieren seit Jahren in attraktive Arbeitsbedingungen, und wir haben überdurchschnittlich viele und gute Sozialleistungen zu bieten. Darüber hinaus zählt STIHL aktuell zu den zehn beliebtesten Familienunternehmen und zu den Unternehmen mit der höchsten Reputation in Deutschland.

WELCHE ROLLE SPIELT IN DIESER HINSICHT DIE EIGENE AUSBILDUNG BEI STIHL?

Eine sehr große, denn nur mit gut ausgebildeten Mitarbeitern lässt sich STIHL Qualität produzieren. Wir haben seit mehr als 75 Jahren eine eigene Ausbildung, so dass sich die Qualifizierung von jungen Fachkräften bei STIHL seit Jahrzehnten auf hohem Niveau befindet. Zudem setzen wir das deutsche duale Ausbildungssystem inzwischen auch international erfolgreich um. Für 2019 haben wir die Zahl unserer Ausbildungsplätze im Stammhaus auf 104 erhöht. Das bedeutet eine Gesamterhöhung von 73 Prozent innerhalb von nur zwei Jahren. Fast alle Ausbildungs- und Studienabsolventen werden am Ende in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis übernommen.

DR. MICHAEL PROCHASKA

ist seit 1. Januar 2012 STIHL Vorstand für Personal und Recht. In seine Verantwortung fallen auch die Positionierung des Unternehmens auf dem Arbeitsmarkt sowie die Gestaltung attraktiver Arbeitsbedingungen.



2018 bestimmten Baustellenarbeiten das Geschehen an der Hans Peter Stihl-Straße 5 in Langkampfen – ein Erweiterungsbau mit rund 20.000 zusätzlichen Quadratmetern entstand. Damit hat sich STIHL Tirol nicht nur für die anstehende Saison gerüstet, sondern auch für die vielen Aufgaben, die auf den Standort als Kompetenzzentrum für bodengeführte Gartengeräte innerhalb der STIHL Gruppe zukommen.

ÖSTERREICH | LANGKAMPFEN

WEICHEN STELLEN



Produktionsleiter und Prokurist Josef Koller kann seinen Stolz nicht verbergen. Wenn er beim Rundgang die neuen Räumlichkeiten von STIHL Tirol vorstellt, dann ist ihm neben der Freude über das gelungene Großprojekt auch ein bisschen Erleichterung anzumerken. Zwar hat Koller in seiner langen Laufbahn in Langkampfen alle Erweiterungsmaßnahmen des Standorts verantwortet – doch die vierte Ausbaustufe war auch für den erfahrenen Prokuristen eine Herausforderung. Mit fast 23 Millionen Euro ist es die größte Investition von STIHL am Standort Langkampfen und mit 20.000 zusätzlich geschaffenen Quadratmetern Nutzfläche der größte Anbau in der Tiroler Firmengeschichte.

Zwischen dem symbolischen Spatenstich und der offiziellen Einweihungsfeier lag nur etwas mehr als ein Jahr. „Das funktioniert nur mit einem schlagkräftigen Team“, betont Koller beim Gang durch den neuen Gebäudekomplex. Dieses Team arbeitete so gut zusammen, dass am Ende alles eingehalten werden konnte: Budget, Zeitplan und Qualitätsanspruch.

AUS VIKING WIRD STIHL TIROL

Drinne wird nur noch an den letzten Feinheiten gearbeitet, draußen sind ebenfalls kaum noch Spuren der Bauphase erkennbar. Und doch ist etwas weithin deutlich: An der Fassade prangt nun ein orangefarbenes Logo und macht aus VIKING nun auch äußerlich STIHL Tirol.

Die vollständige Integration der grünen Marke für bodengeführte Gartengeräte in die STIHL Gruppe ist damit nach einer Projektlaufzeit von etwas mehr als eineinhalb Jahren vollzogen. Vor allem intern gab es viele Schrauben, an denen gedreht wurde, und viele Schritte, die gemeinsam bewältigt werden mussten. Ein interdisziplinäres und standortübergreifend organisiertes Team sollte die Weichen stellen und die Synergien identifizieren, die sich durch das noch engere Zusammenwachsen ergeben. Denn VIKING war bereits seit 1992 eine hundertprozentige STIHL Tochtergesellschaft.

TRANSPARENZ UND ORIENTIERUNG

Nicht nur intern lassen sich durch die Integration viele Schnittstellen nutzen und Prozesse optimieren. „Die Zusammenführung der beiden Sortimente birgt große Absatz- und Umsatzpotenziale, eröffnet sie uns doch zum Teil den Zugang zu neuen Märkten wie den USA und Kanada und eine starke Durchschlagskraft in den etablierten Märkten“, sagt Dr. Clemens Schaller, seit Mai 2018 Geschäftsführer in Langkampfen. Außerdem ist sich die Unternehmensgruppe sicher, dass die nun verfolgte Ein-Marken-Strategie für die Kunden weltweit mehr Transparenz und Orientierung bietet.



Eine anstrengende, aber erfolgreiche Bauphase liegt hinter Josef Koller (li.), Produktionsleiter und Prokurist bei STIHL Tirol, und Geschäftsführer Dr. Clemens Schaller. Innerhalb von einem Jahr entstand der größte Erweiterungsbau in der Geschichte des Standorts Langkampfen.

**» DER AUSBAU DER
EIGENFERTIGUNG WIRD
FÜR STIHL TIROL EIN
THEMA FÜR DIE NÄCHSTEN
JAHRE SEIN.«**

JOSEF KOLLER, PRODUKTIONSLEITER UND PROKURIST STIHL TIROL



iMow-Testgelände vor und auf dem Gebäude, AutoStore-Lager sowie die Fertigung von bodengeführten Gartengeräten und STIHL Akku-Produkten: STIHL Tirol hat am Standort Langkampfen einige Besonderheiten zu bieten.

Highlight des Anbaus ist das AutoStore-Lager. Melanie Kaupert (oben rechts) hat das Projekt betreut: 17 Roboter hören nun auf ihr Kommando, wenn es darum geht, eines der über 47.000 Behälter richtig einzulagern oder auszugeben.



„Die Umfirmierung und mit ihr die Erweiterung sind nach innen und außen ein wichtiges Zeichen, dass STIHL mit dem Markenwechsel den Standort weiter stärkt und ausbaut“, betont Schaller. Denn der Schritt von Grün auf Orange wurde in der Region durchaus kritisch beäugt, ist STIHL Tirol doch ein wichtiger und großer Arbeitgeber im Westen Österreichs. „Und wir möchten natürlich auch weiterhin attraktiv für Fachkräfte sein“: Das gelinge nun durch die noch stärkere Anbindung an die weltweit tätige Unternehmensgruppe, den internationalen Fertigungsverbund und das hohe Entwicklungspotenzial, das den Standort langfristig tragfähig, zukunftsweisend und so dauerhaft zum „Kompetenzzentrum für bodengeführte Gartengeräte“ in der STIHL Gruppe mache. So hat etwa der iMow, der intelligente Mähroboter, seine Wurzeln in Langkampfen. Auf unterschiedlich gestalteten Testflächen müssen sich die kleinen Mäher tagtäglich beweisen – mal ebenerdig und mal in luftiger Höhe. Denn auf dem Dach von Bauabschnitt 4 bietet eine 3.000 Quadratmeter große Rasenfläche Platz für 17 Geräte und allerlei Tests.



RAUM FÜR MÖGLICHKEITEN

Beim Gang durch die Produktionshallen und über das Gelände wird deutlich: STIHL Tirol hat nun nicht nur mehr Platz für neue kluge Köpfe, sondern auch sonst viele Möglichkeiten, sich weiter zu entfalten: mehr Fläche für die Lehrwerkstatt, für den Muster- und Betriebsmittelbau, für die Produktion und Montage von bodengeführten Gartengeräten und von STIHL Akku-Produkten sowie für Entwicklungsarbeit mit eigenen Prüffeldern, die über eine moderne Steuerung und Datenerfassung analog zu den Prüffeldern im Waiblinger Stammhaus verfügen. Außerdem verbirgt sich hinter den grauen, etwas unscheinbaren Außenwänden des Anbaus eine Besonderheit: das vollautomatische Kleinteilelager – das AutoStore-Lager. Dort finden alle Behälter, Kartons und Bündel mit einer Maximalgröße von 60 mal 40 Zentimetern für die Produktionsversorgung ihren Platz.

LANGKAMPFEN IN ÖSTERREICH

IST SITZ DER STIHL TIROL GMBH



23

MIO. EURO

WURDEN 2017/2018
IN DEN AUSBAU
DES STANDORTS
INVESTIERT

 **150**

NEUE
ARBEITSPLÄTZE
ENTSTEHEN IN
LANGKAMPFEN

» DER MARKENWECHSEL IST EIN KLARES ZEICHEN FÜR DEN GLAUBEN AN DIE FÄHIGKEITEN UNSERER MITARBEITER - UND EINE WERTSCHÄTZUNG DER BISHER GELEISTETEN ARBEIT IN LANGKAMPFEN.«

DR. CLEMENS SCHALLER, GESCHÄFTSFÜHRER STIHL TIROL

„Kaum jemand würde ein solches Lager bei uns vermuten“, glaubt Josef Koller. Wie von Geisterhand verschwinden in einem Labyrinth aus Quadern bis zu 47.000 Behälter. Diese werden bis zu 16 Mal übereinandergestapelt und von derzeit 17 Robotern zu einem der drei Auslager-Arbeitsplätze transportiert. Ein wesentlicher Vorteil der Anlage ist, dass es sich um ein Lager ohne Gänge handelt. Der zur Verfügung stehende Raum wird also optimal genutzt. Weiter besticht das AutoStore-Lager durch seine Zuverlässigkeit: Fällt ein Roboter aus, übernimmt automatisch ein anderer die ausstehenden Aufträge. Zudem bestehen für die Zukunft viele flexible Erweiterungsmöglichkeiten – die Anzahl der Roboter kann bei Bedarf bis auf mehr als das Doppelte erhöht werden. Die Anlage bietet die Möglichkeit einer Erweiterung auf über 66.000 Behälter.

KLARE WÜNSCHE FÜR DIE ZUKUNFT

Mit den zusätzlichen Quadratmetern, den neuen Chancen und nicht zuletzt dem neuen Namen verbinden daher sowohl der Produktionsleiter als auch die Geschäftsführung um Dr. Clemens Schaller klare Wünsche für die Zukunft. „Wir wollen die Fertigungstiefe ausbauen, um die Herstellungskosten weiter zu senken und Skaleneffekte zu nutzen, die sich durch das höhere Produktionsvolumen bieten“, so formuliert es Dr. Clemens Schaller. Konkret bedeutet das auch, über den Ausbau einer Eigenfertigung nachzudenken und sie – sofern es wirtschaftlich sinnvoll ist – umzusetzen: „Ein solcher Schritt schafft weitere Arbeitsplätze und Stabilität.“

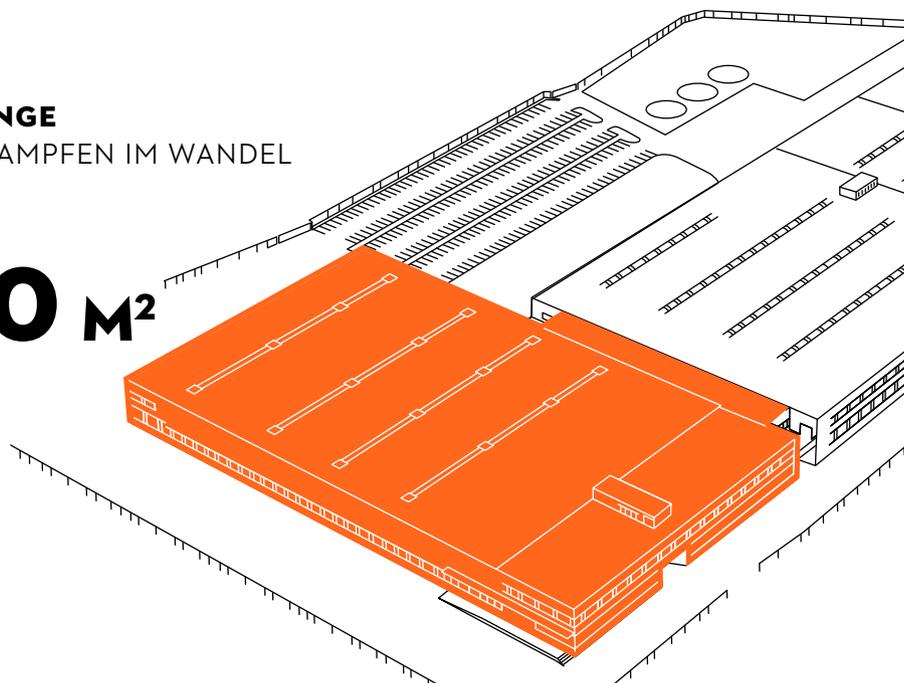
AUS GRÜN WIRD ORANGE
DER STANDORT LANGKAMPFEN IM WANDEL

20.000 M²

ZUSÄTZLICHEN **PLATZ** HAT DER ERWEITERUNGSBAU IN LANGKAMPFEN ERSCHLOSSEN

590

MITARBEITER SIND BEI STIHL TIROL BESCHÄFTIGT (STAND 31.12.2018)



52

BODENGEFÜHRTE GARTENGERÄTE ERWEITERN DAS GESAMTE STIHL SORTIMENT AUF INSGESAMT 298 MODELLE (STAND 31.12.2018)

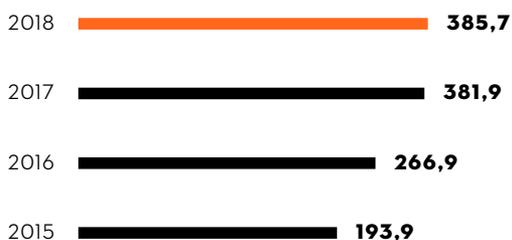


3.200

TEILE WURDEN FÜR DEN MARKENWECHSEL ANGE-PASST. DABEI GING ES NICHT NUR UM DEN WECHSEL VON GRÜN AUF ORANGE, SONDERN AUCH UM EINE GENERELLE FARBANPASSUNG UND EIN STIMMIGES GESAMT KONZEPT



UMSATZENTWICKLUNG STIHL TIROL*
VOLUMEN IN MIO. EURO



* Bis 2018 VIKING GmbH.

DIE TOP-5-MÄRKTE

- > DEUTSCHLAND
- > FRANKREICH
- > BENELUX-STAATEN
- > POLEN
- > GROSSBRITANNIEN

Die wichtigsten Vertriebsländer für bodengeführte Gartengeräte und Akku-Produkte von STIHL. Insgesamt liegt die Exportquote von STIHL Tirol bei 98 Prozent.

KENIA | NAIROBI

NEU LAND

Gerade noch war Patrick Okello im Rahmen des „Afrika kommt“-Programms für Nachwuchsführungskräfte in Waiblingen, heute baut er als Geschäftsführer in seiner Heimat Kenia das jüngste Mitglied der Gruppe auf: die STIHL Marketing East Africa Ltd. Mit ihm tauchen wir in ein ganz besonderes Schwellenland ein und erfahren mehr über die Besonderheiten und Potenziale des Markts.



Schon zu Beginn seiner Zeit bei STIHL sagte Patrick Okello: „Ich möchte ein Botschafter für STIHL in Afrika sein.“ Das war 2016, als er im deutschen Stammhaus ein Vertriebspraktikum absolvierte, initiiert vom Projekt „Afrika kommt!“. Damit sollen nachhaltige Wirtschaftskooperationen mit Afrika gefördert und ein Beitrag zum Aufbau eines internationalen Netzwerks geleistet werden. Im Fall von Patrick Okello hat das hervorragend funktioniert: Nach dem offiziellen Ende des Praktikums blieb er für STIHL als Berater in Ostafrika tätig, seit Dezember 2017 ist er Geschäftsführer von STIHL Marketing East Africa Ltd. mit Sitz in Nairobi.



Patrick Okello ist als Geschäftsführer von STIHL Kenia in einem spannenden Markt unterwegs.

Neben der Vertriebsgesellschaft in Südafrika ist STIHL Kenia die zweite Tochtergesellschaft, die in Afrika aktiv wird. Mit Schulungen und Produktdemonstrationen will STIHL die Händler und Importeure in der Region beim Verkauf und die Kunden bei der Anwendung unterstützen. Zudem sollen gezielte Marketingaktionen wie etwa Botschaften im dort üblichen Slang „Sheng“ die Marke STIHL bekannter und nahbarer machen.

Nach seinem Studium war Patrick Okello im Landwirtschaftsministerium in Nairobi tätig – und arbeitet selbst nebenbei in kleinem Umfang als Landwirt. Beste Voraussetzungen also dafür, bei seiner neuen Aufgabe die Sorgen und Nöte der Kunden gut nachvollziehen zu können. In Kenia gibt es vor allem Kleinbauern, die sich inzwischen vielerorts zu Kooperativen zusammenschließen, um so leichter Zugang zu Kapitalquellen zu erhalten.

„Ich möchte allen in der Land- und Forstwirtschaft tätigen Kunden dabei helfen, ihr Geschäft lohnenswert zu machen“, sagt Okello. Dazu gehört neben dem fachlichen Wissen, der Betreuung sowie gezielten Trainings vor Ort auch ein spezielles Produktportfolio. STIHL ist in Afrika bekannt – allerdings fast ausschließlich wegen des Kernprodukts, der Motorsäge. Doch für viele Kleinbauern oder Kooperativen sind nicht nur Sägen interessant. Sie benötigen vielmehr auch Geräte wie Freischneider für die Getreideernte, Sprühgeräte für den Pflanzenschutz, aber auch Exoten wie Teepflegegeräte.

» DAS BEWUSSTSEIN UNSERER KUNDEN ÄNDERT SICH: SIE LEGEN IMMER MEHR WERT AUF QUALITÄT UND LANGLEBIGKEIT.«

PATRICK OKELLO



Neuer Markt, neue Anwendungsgebiete: In Afrika werden die STIHL Produkte unter anderem in der Teepflege und dem Pflanzenschutz genutzt.





Patrick Okello erklärt Kleinbauern die Anwendung von STIHL Produkten direkt vor Ort.

„Die Geräte müssen bezahlbar und einfach zu reparieren sein“, erklärt Produktmanager Markus Mundl. Daher bedarf es für Schwellenmärkte wie Afrika oder auch Asien einer anderen strategischen Produktplanung.“ Reisen, viele Gespräche mit Einheimischen und die genaue Beobachtung des Markts resultieren nun in Geräten, die speziell auf die Ansprüche, die Anwendungsfelder und das technische Know-how der Anwender vor Ort zugeschnitten sind. „Stark vereinfacht: eine Motoreinheit, unzählige Möglichkeiten“, ergänzt Johannes Wetzel.

Wetzel ist im Vertrieb unter anderem für Afrika zuständig und hat sich intensiv mit den Besonderheiten von Kenia auseinandergesetzt: „Es ist sicherlich kein ganz einfacher Markt. Er braucht seine Zeit, sich zu entwickeln.“ STIHL aber denke in diesem Fall langfristig und sehe seine Aufgabe auch in der Hilfe zur Selbsthilfe. Die von Patrick Okello und seinem Team angebotenen

Trainings und andere Schulungsmaßnahmen sind deshalb ein wichtiges Handlungsfeld. „Es muss bekannt werden, was wir machen, was unsere Produkte können und welche Möglichkeiten sich unseren Kunden mit der Anwendung unserer Geräte bieten“, sagt Markus Mundl.

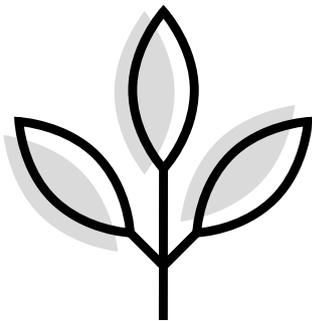
So ist die Eröffnung einer STIHL Tochtergesellschaft in Kenia mehr als nur ein Mittel zur besseren Marktbearbeitung. Es ist die konsequente Weiterentwicklung des Impulses, den einst Andreas Stihl als Grundsatz für sein unternehmerisches Handeln formulierte: den Menschen die Arbeit mit und in der Natur zu erleichtern. Patrick Okello blickt trotz der Herausforderungen, die auf ihn warten, sehr positiv in die Zukunft: „Politik und Wirtschaft in Kenia sind im Wandel. Der Mittelstand wächst und für europäische Firmen eröffnen sich in Ostafrika große Chancen. Das hat STIHL verstanden.“

KENIA IM FOKUS

EIN BLICK AUF DIE MARKTPOTENZIALE

» **DIE STÄRKE DER MARKE STIHL ERMÖGLICHT ES UNS, AUCH SCHWIERIGE MÄRKTE ZU ERSCHLIESSEN.** «

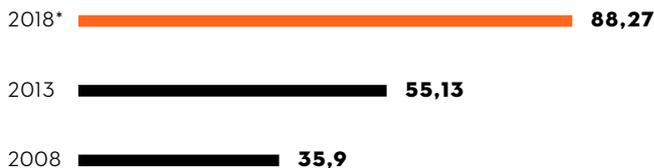
NORBERT PICK,
STIHL VORSTAND MARKETING UND VERTRIEB



DRITTGRÖSSTER TEEPRODUZENT DER WELT

Kenia ist nach China und Indien der drittgrößte Teeproduzent der Welt. Dabei hat Tee mit 23% den größten Anteil an Kenias Exportprodukten. (Stand 2017)

BRUTTOINLANDSPRODUKT KENIA
IN MILLIARDEN US-DOLLAR



*Prognose, Stand 2017.

Quellen: IMF (Internationaler Währungsfonds), FAO (Food and Agricultural Organization of the United Nations), OEC (The Observatory of Economic Complexity), GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit)



DIE **HAUPTSTADT NAIROBI** IST STANDORT DER STIHL MARKETING EAST AFRICA LTD.

48,5%

DER **LANDESFLÄCHE** WERDEN LANDWIRTSCHAFTLICH GENUTZT. DAS ENTSPRICHT RUND 276.300 KM²

RUND
2/3

DER **BEVÖLKERUNG** SIND IN DER LANDWIRTSCHAFT BESCHÄFTIGT

30%

BETRÄGT DER **ANTEIL DER LANDWIRTSCHAFT** AM KENIANISCHEN BRUTTOINLANDSPRODUKT

BRIEF DES BEIRATSVORSITZENDEN

Sehr geehrte Geschäftspartner,
geschätzte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
liebe Freunde des Unternehmens,

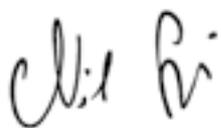
ein weiteres ereignisreiches Jahr liegt hinter STIHL. Vor allem innovative Technologien und neue Ansätze haben uns sehr beschäftigt. Besonders die Digitalisierung. Sie bietet uns das Potenzial, neue Geschäftsmodelle und Produkte zu entwickeln, die unseren Kunden die Arbeit weiter erleichtern. Gleichzeitig können wir damit auch die benzinbetriebenen Produkte, unser Kerngeschäft, noch besser machen und intelligent miteinander vernetzen.

Bei aller Veränderung ist es wichtig, dass wir uns auf die Wurzeln und Werte besinnen, die STIHL groß gemacht haben und das Unternehmen bis heute auszeichnen. Dazu gehören das oft zitierte Tüftlertum und die Vision der weltweiten Markt- und Technologieführerschaft. Die STIHL Gruppe ist Ende 2018 größer als je zuvor. Wir investieren viel in Gebäude, Standorte, Ausrüstung, Aus- und Weiterbildung sowie modernste Arbeitsumgebungen. Doch ein Unternehmen ist mehr als die Summe seiner Mitarbeiter, Gebäude, Maschinen und Prozesse. Es ist mehr als seine Produkte oder Dienstleistungen. Ein Unternehmen stellt vor allem eine starke und verlässliche Gemeinschaft dar, die an gemeinsamen Zielen arbeitet.

Wir haben aktuell 38 eigene Vertriebs- und Marketinggesellschaften, rund 120 Importeure und mehr als 50.000 Fachhändler in über 160 Ländern. Den Grundstein für diese internationale Vernetzung legte bereits mein Großvater Andreas Stihl in den 1930er-Jahren mit ersten Verkäufen seiner Geräte ins Ausland. Auch scheute er sich nicht, große Märkte wie USA und Kanada ins Visier zu nehmen. Er war also ein echter Globalisierungspionier.

Der Gedanke eines weltweit operierenden Unternehmens, das aufgrund seiner ausgezeichneten Produkte, seiner gelebten Grundsätze und seiner Diversität erfolgreich ist, ist also ganz in seinem Sinne. Er wäre stolz auf die STIHL Gruppe, wie sie sich heute darstellt. Aber er würde nicht müde, weiter an Innovationen zu arbeiten und sich neuen Herausforderungen zu stellen. Das Potenzial hat STIHL, da bin ich mir sicher.

Im Namen des Beirats bedanke ich mich bei allen Gesellschaftern, dem Aufsichtsrat, dem Vorstand, den Arbeitnehmervertretern sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit für ihr Engagement sowie für die gute und konstruktive Zusammenarbeit.



DR. NIKOLAS STIHL

Vorsitzender des Beirats der STIHL Holding AG & Co. KG



VORSTAND DER STIHL AG*

Von links nach rechts

DIPL.-BETRIEBSW. (FH) KARL ANGLER

Vorstand Finanzen, Controlling,
Informationssysteme und Service

DR. MICHAEL PROCHASKA

Vorstand Personal und Recht

DR. BERTRAM KANDZIORA

Vorsitzender des Vorstands,
Vorstand Produktion und Materialwirtschaft

DIPL.-ING. WOLFGANG ZAHN

Vorstand Entwicklung

DIPL.-ING. (FH) NORBERT PICK

Vorstand Marketing und Vertrieb

*Die STIHL AG ist geschäftsführende Gesellschafterin
der STIHL Holding AG & Co. KG und der
ANDREAS STIHL AG & Co. KG.



BERICHT DES VORSTANDS

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
sehr geehrte Geschäftspartner,

2018 war ein besonderes Jahr für STIHL, die vergangenen Monate haben uns in vielfältiger Hinsicht bewegt und gefordert. Dabei lag unser Hauptaugenmerk nach wie vor auf unserer Kernkompetenz: Wir definieren, entwickeln, produzieren und verkaufen Produkte, die bei unseren Kunden Begeisterung erzeugen und ihnen die Arbeit mit und in der Natur erleichtern. Exzellente Beispiele dafür sind die STIHL MS 500i, die erste Profimotorsäge mit elektronischer Einspritzung, und der STIHL TS 440, der erste Trennschleifer mit einer automatischen Scheibenbremse. Mit beiden Geräten untermauern wir unseren Anspruch auf Technologieführerschaft in der Branche. Hinzu kamen im abgelaufenen Geschäftsjahr noch viele weitere Benzin- und Akku-Produkte sowie digitale Anwendungen.

Das alles würde auf den ersten Blick vollkommen ausreichen, damit sich 2018 nahtlos in die Erfolgsgeschichte unseres Unternehmens einreicht. Wären da nicht die drei Ws gewesen: Wetter, Weltpolitik und Währung. Angefangen beim Wetter hatten wir ein langes, kaltes Frühjahr, gefolgt von einem sehr heißen Sommer mit wenig Regen. Das wirkte sich leider auch auf die Nachfrage nach unseren Produkten aus.

STIHL ist sehr exportorientiert – wir vertreiben unser Sortiment in rund 160 Ländern dieser Erde, 90 Prozent unseres Umsatzes erzielen wir im Ausland. Weltweit immer lauter werdende Stimmen, die sich gegen den globalen Freihandel richten, die Einführung von Schutz- und Strafzöllen sowie die Diskussionen um den EU-Austritt Großbritanniens sind da keine guten Rahmenbedingungen für ein florierendes Geschäft.

Einen sehr großen Effekt hatte das dritte W, die Währung. Bei der Umrechnung der weltweiten Umsätze in Euro ergab sich ein Währungseffekt von minus 170 Millionen Euro – oder fast 4,5 Prozent.

So war es kein fulminantes Jahr, aber beim Umsatz bewegten wir uns trotz aller Widrigkeiten in etwa auf dem Vorjahresniveau von knapp 3,8 Milliarden Euro und bei den Verkaufsstückzahlen konnten wir leicht zulegen.

Bei STIHL war und ist vieles im Wandel, und immer haben wir dabei die Zukunft im Blick. Inzwischen arbeiten weltweit mehr als 17.000 Menschen bei STIHL. In die Ausbildung unserer Fachkräfte investieren wir viel – nur qualifizierte und motivierte Mitarbeiter erhalten STIHL die Kraft zu wachsen. So haben wir die Zahl der Ausbildungsplätze im deutschen Stammhaus für 2019 weiter deutlich erhöht und bieten zudem vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten an.

Wie gerne Menschen bei STIHL arbeiten, zeigen nicht nur die stetig steigenden Mitarbeiterzahlen, sondern auch die weltweiten Auszeichnungen, die bestätigen, dass STIHL international zu den Top-Arbeitgebern seiner Branche gehört.

Wir freuen uns über so viele engagierte, begeisterte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Namen des gesamten Vorstands bedanke ich mich ganz herzlich für ausgezeichnete Arbeit. Dem Beirat und den Gesellschaftern danke ich für das entgegengebrachte Vertrauen, den Mitgliedern der Arbeitnehmervertretungen für die konstruktive Zusammenarbeit.



DR. BERTRAM KANDZIÓRA
Vorsitzender des Vorstands



JAHRES BERICHT

LAGEBERICHT

- 40** Lagebericht – STIHL Gruppe
- 42** Lagebericht – STIHL Stammhaus
- 44** Qualität, Arbeits- und Umweltschutz
- 46** Verantwortung bei STIHL
- 48** Personal
- 51** Entwicklung
- 54** Produktion
- 56** Märkte
- 58** Einkauf

JAHRESABSCHLUSS

- 60** Vermögens- und Finanzstruktur
- 60** Bilanz
- 62** Anlagen zum Jahresabschluss
- 63** Erläuterungen
- 64** Beteiligungsliste der STIHL Gruppe
- 65** Organe der Gesellschaften

LAGEBERICHT - STIHL GRUPPE

Der Umsatz der STIHL Gruppe lag im vergangenen Geschäftsjahr in etwa auf dem Niveau von 2017. Besonders negative Währungseffekte beeinflussten den Umsatz. Die Investitionen waren mit 324,4 Millionen Euro rund doppelt so hoch wie die Abschreibungen und konzentrierten sich vor allem auf die Produktionsgesellschaften sowie auf die Bauaktivitäten weltweit.

UMSATZ KNAPP 3,8 MILLIARDEN EURO

Im Geschäftsjahr 2018 erzielte die STIHL Gruppe einen konsolidierten Umsatz von 3.782 Millionen Euro. Die Umsatzveränderung betrug damit minus 0,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2017: plus 9,7 Prozent). Auf das Ausland entfielen 89,5 Prozent des Umsatzes im Vergleich zu 89,8 Prozent im Vorjahr. 39,2 Prozent des Gesamtumsatzes konnten in der Europäischen Union erwirtschaftet werden.

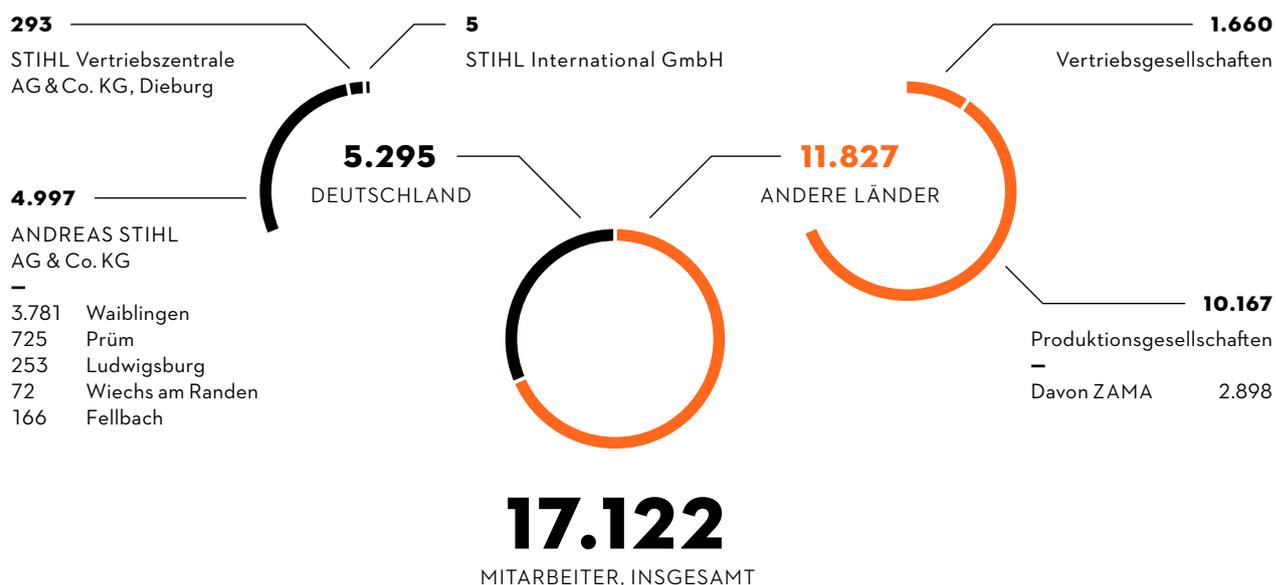
Die Währungsseite hatte mit 4,5 Prozent einen negativen Effekt. Gerechnet zu Jahresdurchschnittskursen 2017 hätte der Umsatzzuwachs 4,2 Prozent betragen. Der US-Dollar notierte gegenüber dem Euro im Jahresdurchschnitt mit 1,18 und lag über dem Vorjahresniveau.

INVESTITIONEN IM IN- UND AUSLAND

Im Jahr 2018 belief sich das Investitionsvolumen (Sachanlagen und Immaterielle Vermögensgegenstände) in der STIHL Gruppe auf 324,4 Millionen Euro (2017: 248,3 Millionen Euro).

Davon entfielen 38,1 Prozent auf das deutsche Stammhaus und 61,9 Prozent auf die verbundenen Unternehmen im In- und Ausland. Den Investitionen standen Abschreibungen in Höhe von 158,8 Millionen Euro gegenüber. 88,1 Prozent der Investitionen entfielen auf die Produktionsgesellschaften.

Die Bauaktivitäten in der Gruppe lagen auch 2018, wie im Vorjahr prognostiziert, auf einem hohen Niveau. So wurde weiter in die Fertigungs- und Logistikeinrichtungen in den Produktionsgesellschaften investiert. Am brasilianischen Standort wurde das neue Forschungs- und Entwicklungszentrum in

MITARBEITERZAHLEN 31.12.2018 - STIHL GRUPPE

Betrieb genommen, bei der amerikanischen Niederlassung STIHL Inc. wurde mit dem Umbau eines bestehenden Lagergebäudes zu einem Produktionsgebäude begonnen. Dies ermöglicht ein weiteres Wachstum des Produktionsbereichs.

Bei der österreichischen STIHL Tirol GmbH wurde der Erweiterungsbau von Produktion und Entwicklung abgeschlossen.

—

ZUFRIEDENSTELLENDEN ERGEBNIS

Aus Konzernsicht war die Ertragssituation der STIHL Gruppe im Jahr 2018 zufriedenstellend.

—

STARKE FINANZSTRUKTUR

Die Kapitalstruktur ist unverändert positiv. Die Eigenkapitalquote am Bilanzstichtag 2018 betrug 69,9 Prozent. Damit werden das gesamte Sachanlage- und Vorratsvermögen sowie die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände durch Eigenmittel gedeckt.

Die Liquidität ist unverändert hoch. Grundsätzlich werden alle Investitionen des Konzerns mit eigenen liquiden Mitteln finanziert.

—

LAGEBERICHT - STIHL STAMMHAUS

Einen erneuten Umsatzanstieg auf 1,2 Milliarden Euro verzeichnete das STIHL Stammhaus im Geschäftsjahr 2018. Das Investitionsvolumen lag mit 123,7 Millionen Euro fast doppelt so hoch wie im Vorjahr – ein Großteil der Summe entfiel auf Bauprojekte zum Ausbau der Standorte in Ludwigsburg, Waiblingen und Prüm-Weinsheim.

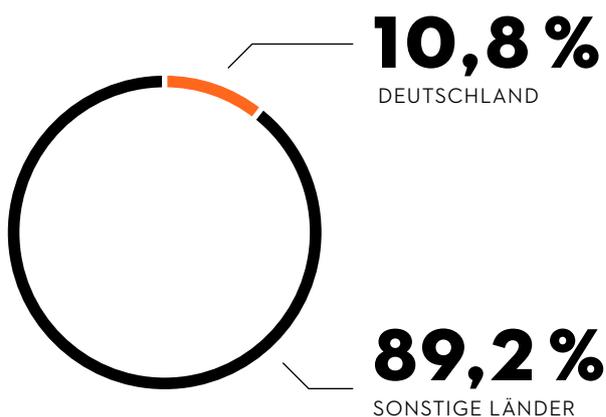
LEICHTES UMSATZWACHSTUM IM STAMMHAUS

Im Geschäftsjahr 2018 stieg der Umsatz des Stammhauses um 4,5 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro (Vorjahr: 13,3 Prozent). Die Exportquote lag mit 89,2 Prozent auf dem Vorjahresniveau (88,9 Prozent). Das Umsatzwachstum verteilte sich auf sämtliche Regionen.

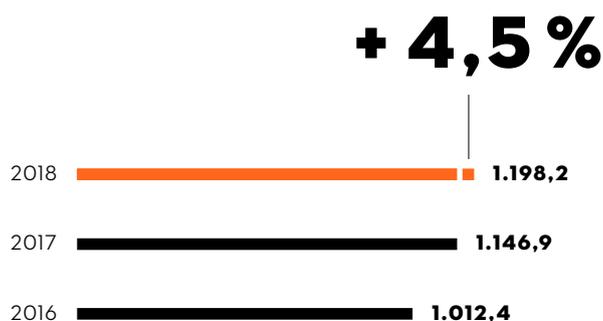
HOHE INVESTITIONEN

Das Investitionsvolumen (Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände) betrug im Berichtsjahr 123,7 Millionen Euro (Vorjahr: 69,6 Millionen Euro). Ein Großteil der Investitionen entfiel auf die Bauprojekte Erweiterung des Logistikzentrums in Ludwigsburg, Aufbau der Modulanlage in Waiblingen-Neustadt und Aufbau der Akku-Fertigung in Waiblingen-Hohenacker sowie auf Produktionsanlagen am Standort Prüm-Weinsheim. Weiterhin wurde verstärkt in die am Waiblinger Standort konzentrierte Forschung und Entwicklung, in neue Produktionsanlagen und in die IT-Infrastruktur investiert. Die Summe der Investitionen lag 2018 wie in den Vorjahren über der Summe der Abschreibungen.

UMSATZVERTEILUNG 2018 - STIHL STAMMHAUS IN %



UMSATZENTWICKLUNG 2018 - STIHL STAMMHAUS IN MIO. EURO



STABILE EIGENKAPITALQUOTE VON 44,3 PROZENT UND WEITERHIN HOHE LIQUIDITÄT

Die Eigenkapitalquote beträgt 44,3 Prozent und liegt damit auf dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 44,4 Prozent). Der größte Teil des Anlagevermögens wurde aus Eigenmitteln finanziert. Die liquiden Mittel erreichten zusammen mit den Wertpapieren des Umlauf- und Anlagevermögens 34,7 Prozent der Bilanzsumme. Zu berücksichtigen ist allerdings, dass diesen Positionen hohe langfristige Verpflichtungen aus der betrieblichen Altersversorgung gegenüberstehen.

EIGENFINANZIERTER PENSIONS- VERPFLICHTUNGEN GESTIEGEN

Die versicherungsmathematischen Gutachten führten zu einer Aufstockung der Pensionsrückstellungen und der sonstigen Verbindlichkeiten aus ausstehenden Kapitalleistungen um 10,1 Prozent gegenüber 2017 (Anstieg im Vorjahr: + 6,5 Prozent). Den Berechnungen lagen die Richttafeln Heubeck 2018 G zugrunde.

QUALITÄT, ARBEITS- UND UMWELTSCHUTZ

In unseren täglichen Aufgaben werden unterschiedliche Werte umgesetzt, die es uns ermöglichen, weltweit professionell zu wachsen. Innerhalb der STIHL Gruppe gibt es daher vielfältige Ansätze, die Qualität von Produkten und Prozessen zu verbessern, beste Arbeitsbedingungen zu gewährleisten und im Hinblick auf Umwelt und Energie verantwortungsvoll mit den uns zur Verfügung stehenden Ressourcen umzugehen.

QUALITÄT NACHHALTIG STÄRKEN

Exzellente Qualität – mit weniger gibt sich STIHL nicht zufrieden. Daher wurde bereits 2017 eine globale Qualitätsoffensive zur nachhaltigen Sicherstellung der Produkt- und Prozessqualität angestoßen. Die daraus resultierenden Handlungsfelder manifestieren sich jetzt im STIHL Kundenzufriedenheitsmodell. Dieses spiegelt gruppenweit die starke Kultur der interdisziplinären Zusammenarbeit wider. Das erweiterte Qualitätsverständnis berücksichtigt durch seinen ganzheitlichen Ansatz nicht nur die technisch orientierten Anforderungen an Prozesse und Produkte, sondern bindet ebenso Aspekte der Termin- und Kostenplanung sowie den Faktor Mensch ein.

Ein konkretes Beispiel für die weltweite Umsetzung dieser Prinzipien liefert etwa STIHL Mexiko. Dort drehte sich in den vergangenen Monaten unter anderem viel um die qualitative Verbesserung des After-Sales-Service. In mehr als 40 verschiedenen Schulungen wurden über 1.500 Angestellte, Fachhändler und Importeure in rund 500 Stunden trainiert – ent-

weder im deutschen Stammhaus, direkt am Standort in Puebla oder in angrenzenden Forstwirtschaften.

Im STIHL Kettenwerk in der Schweiz lag vor dem Hintergrund des STIHL Qualitätsanspruchs der Fokus auf dem Einstieg in die Digitalisierung und Vernetzung von Maschinen und Anlagen. Den Anfang machten Maschinen für das Schleifen der Schneidezähne. So können manuelle Tätigkeiten ersetzt und die Voraussetzungen geschaffen werden, den Maschinenstatus in Echtzeit zu verfolgen sowie schnellere und umfangreichere Datenauswertungen zu generieren.

Digitaler wird auch die Schweizer Produktionslogistik: Eine Konzeptstudie soll herausfinden, wie Paletten und Behälter, mit denen die Komponenten der Sägeketten durch die Produktion bewegt werden, digital verfolgt werden können. Ziel der Maßnahme ist es, die Materialströme der Teile über den gesamten Wertschöpfungsprozess von Fertigung und Montage dauerhaft zu optimieren. Mit dieser strategischen Ausrichtung ist die Basis geschaffen auf dem Weg zur STIHL Exzellenz.

SICHER UND GESUND ARBEITEN

Die niedrigste Quote bei Arbeitsunfällen seit fast zwei Jahrzehnten verzeichnete STIHL Inc. in Virginia Beach im abgelaufenen Geschäftsjahr. Möglich ist das durch fortwährende Investitionen in hochmoderne Sicherheitssysteme und Technologien: So sind zum Beispiel immer mehr Maschinen mit speziellen Lichtvorhängen ausgestattet, die die Maschine stoppen lassen, sobald in unmittelbarer Nähe eine Bewegung ausgemacht wird.

Eine immer größere Rolle spielt im gesamten Stammhaus das Thema Gesundheit und betriebliches Gesundheitsmanagement. Neben dem stetig wachsenden Angebot der ergonomischen Arbeitsplatzgestaltung in der Produktion und im Büro gibt es das neue Konzept der „aktiven und gesunden Pause“. Zudem werden verschiedene Gesundheitstrainings für alle Beschäftigten angeboten. Abgerundet wird das Angebot durch interessante Wissensvermittlungen zu gesundheitlichen Themen. Sie können individuell als Einzel- oder Teamberatungen beim Gesundheitsdienst angefragt werden.

—

ENERGIE SINNVOLL EINSETZEN - UND SPAREN

STIHL fühlt sich dem Umweltschutz und der Energieeffizienz auf hohem Niveau sowie der kontinuierlichen Verbesserung sehr verpflichtet – sowohl in den Unternehmensprozessen als auch bei den Produkten. Daher gab es im abgelaufenen Geschäftsjahr zahlreiche Maßnahmen, den Energieverbrauch langfristig zu senken und Energie möglichst zielgerichtet und sparsam einzusetzen.

So wird das 2012 erbaute neue Betriebsgebäude der Vertriebsgesellschaft STIHL Österreich ohne den Einsatz von fossilen Brennstoffen beheizt. Die Wärmeenergie wird durch eine Solaranlage gewonnen und in einen Geothermie-Speicher eingespeist. Den Spitzenbedarf sowie den Kälteenergiebedarf decken zwei Wärmepumpen. Zudem hat die STIHL Vertriebsgesellschaft 2018 ein Energie-Monitoring-System installiert. Die moderne Form der Visualisierung bietet eine Vielzahl von Analysetools.

Für die Zukunft bedeutet das, dass STIHL Österreich alle Energieverbräuche im 15-Minuten-Takt aufzeichnet und dementsprechend schnell Daten für Optimierungsmaßnahmen zur Verfügung hat. Die erste Konsequenz aus dieser Aufzeichnung wird 2019 der Ersatz von ausgewählten Beleuchtungskörpern durch LED-Technik sein. Mittelfristig steht die Anschaffung einer Photovoltaikanlage für den Standort in Vösendorf im Fokus. Die Auswahl der optimalen Anlagengröße erfolgt auf Basis der durch das Monitoring ermittelten Kennzahlen.

Der Produktionsstandort in Österreich, STIHL Tirol, verfügt bereits über eine Photovoltaikanlage mit 184 Modulen und einem durchschnittlichen Jahresertrag von 62.000 Kilowattstunden. Durch die Anlage und ihren Einsatz ausschließlich für die eigene Energieversorgung werden jährlich rund 37 Tonnen CO₂ eingespart. Für das außergewöhnliche Engagement in Sachen Energieeffizienz wurde STIHL Tirol 2018 von der österreichischen Bundesregierung ausgezeichnet.

—

UMWELTSCHUTZ - MADE BY STIHL

Die kontinuierliche Reduktion von Abfällen bis hin zur kompletten Abfallfreiheit ist ein großes Thema aller Standorte der STIHL Gruppe. STIHL Inc. hat daher 2018 alle Styroporverpackungen im Mitarbeitercafé durch Recycling-Verpackungen ersetzt. Darüber hinaus verwendet die Produktion in den USA nun 10.000 recycelbare Behälter und reduziert so den Kartonverbrauch um 400 Tonnen pro Jahr. Kontinuierlich ausgebaut wird in Virginia Beach auch der Einsatz von LED-Beleuchtung. So werden beispielsweise bei der Außenbeleuchtung inzwischen mehr als 50 Prozent Energie eingespart.

In China wurde das neuangelaufene ZAMA Werk in Huizhou wegen seines modernen Abwasseraufbereitungssystems von Lieferanten prämiert und wird von der lokalen Regierung sogar als industrieller Musterbetrieb geführt. Durch ein neues vielstufiges System ist es möglich, die Prozessabwässer nach Abscheiden der Feststoffe vollständig wieder den Fabrikprozessen zuzuführen. Am alten Standort in Shenzhen waren es bereits 30 Tonnen Industrieabwasser, die tagtäglich eingespart werden konnten.

—

VERANTWORTUNG BEI STIHL

Nachhaltigkeit und verantwortungsbewusstes Handeln sind Ansprüche, die heute immer häufiger an Unternehmen gestellt werden. Kein Problem für STIHL. Unternehmerische Verantwortung hat eine lange Tradition in der STIHL Gruppe und umfasst die Grundsätze des Denkens, Handelns und Wirtschaftens.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

„Den Menschen die Arbeit mit und in der Natur zu erleichtern.“ Das war die Vision von Andreas Stihl, als er seine erste Motorsäge entwickelte. „Mit“ ist das entscheidende Wort in diesem Satz. Nicht umsonst entstand der Gedanke der Nachhaltigkeit in der Forstwirtschaft. Er beinhaltet Grundideen, die bei STIHL seitdem fest verankert sind: das Streben nach Erfolg auf der einen Seite – Langfristigkeit, Umsichtigkeit und Verantwortung auf der anderen Seite. Es ist eine vertrauensvolle, partnerschaftliche Art des Wirtschaftens, die die Auswirkungen nach innen und außen fest im Blick hat. Das Verantwortungsbewusstsein bei STIHL basiert auf dem Bestreben, aus eigener Kraft zu handeln und zu wachsen sowie auch Geschäftspartner und Kunden darin zu befähigen.

„Verantwortung bei STIHL“ ist die Bezeichnung für eine strategisch ausgerichtete Nachhaltigkeitspolitik, die die gesamte STIHL Gruppe umfasst. Sie ist als Teil des Kerngeschäfts ins unternehmerische Handeln integriert und eng mit der wirtschaftlichen Erfolgsausrichtung des Unternehmens verbunden. Die Nachhaltigkeitspolitik von STIHL ist die Grundlage dafür, ökonomische, ökologische und soziale Aspekte in das gesamte unternehmerische Handeln zu integrieren.

Dabei konzentriert sich STIHL auf fünf Handlungsfelder: nachhaltiges Wirtschaften, Mitarbeiter, Bildung, Umwelt und Gesellschaft.

–

STIHL NACHHALTIGKEITSPOLITIK

Nachhaltiges Wirtschaften

STIHL setzt auf nachhaltigen Unternehmenserfolg. Als Familienunternehmen ist STIHL nicht an der Börse notiert und kann daher Entscheidungen unabhängig von Kapitalmärkten und konjunkturellen Schwankungen treffen. Mit stetigem, organischem Wachstum stärken wir unsere Wettbewerbsposition kontinuierlich, bleiben auch in Krisen beständig und schaffen sichere Arbeitsplätze. So steigern wir die Wertschöpfung langfristig.

Mitarbeiter

STIHL nimmt seine Verantwortung gegenüber den weltweit über 17.000 Mitarbeitern ernst. Deshalb sehen wir soziale Sicherung, ein faires, partnerschaftliches Miteinander und eine offene Kommunikation als wichtige Basis unseres gemeinsamen Erfolgs. Die Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewährleisten, ist für STIHL eine zentrale Aufgabe. Gesundheitsschutz und Arbeitssicher-

heit sind integrale Bestandteile unseres Managementsystems. Durch zahlreiche Weiterbildungsangebote eröffnet das Unternehmen zusätzlich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Chance, ihre Fähigkeiten und Stärken weiter auszubauen.

Umwelt

Als ein weltweit führender Hersteller von Motorsägen und Motorgeräten für die Forst- und Landwirtschaft, die Garten- und Landschaftspflege sowie die Bauwirtschaft trägt STIHL eine besondere ökologische Verantwortung. STIHL Produkte leisten einen wichtigen Beitrag zur Kultivierung, Erhaltung und Pflege der Natur. Sie werden ebenso für die Walderhaltung und nachhaltige Waldbewirtschaftung eingesetzt wie für die Prävention von Waldbränden oder die professionelle Feld- und Waldarbeit. Bei unseren Produkten und Prozessen verpflichten wir uns zu Umweltschutz und Energieeffizienz auf hohem Niveau sowie zu deren kontinuierlicher Verbesserung. Wir reduzieren unseren Energieverbrauch langfristig und setzen Energie sparsam ein.

Bildung

Bildung und fachliche Qualifikation sind für die Weiterentwicklung von Gesellschaft und Wirtschaft von zentraler Bedeutung. Unter dem Leitgedanken der Nachhaltigkeit arbeiten wir langfristig mit Schulen und Hochschulen in Bildungsprojekten zusammen und bilden über Bedarf aus. Ziele sind die Sicherung des Fachkräftenachwuchses und die Vorbereitung auf qualifizierte berufliche Tätigkeiten. Unser duales Ausbildungsmodell bieten wir auch an den internationalen STIHL Produktionsstandorten an, deren staatliche Schulsysteme kein entsprechendes Bildungsmodell vorsehen.

Gesellschaft

Bei STIHL sind wir der festen Überzeugung, dass Unternehmen eine besondere Verantwortung gegenüber der Gesellschaft haben. Diese Verantwortung nehmen wir gerne wahr – an unserem Stammsitz in Waiblingen genauso wie an unseren nationalen und internationalen Standorten. Durch Initiierung und Unterstützung von sozialen und kulturellen Projekten leisten wir einen Beitrag für eine positive gesellschaftliche Entwicklung.

—

NACHHALTIGKEIT LEBEN

STIHL PROJEKTE IM PORTRÄT



GRÜNPFLEGE IM SOS-KINDERDORF

Herbstliche Gartenarbeit erledigten im November 2018 sieben Helfer aus der STIHL Motorsägen- und -geräte Entwicklung im SOS-Kinderdorf Württemberg in Schorndorf-Oberberken. Bereits zum siebten Mal waren STIHL Mitarbeiter zur Pflege der Grünflächen in einem SOS-Kinderdorf zu Gast. Die ehrenamtlichen Arbeitseinsätze sind fester Bestandteil der Kooperation des STIHL Stammhauses mit SOS-Kinderdorf e.V. Darüber hinaus förderte STIHL mehrere Projekte von SOS-Kinderdorf e.V. mit Geldspenden. Seit 2017 unterstützt auch die deutsche STIHL Vertriebszentrale Dieburg die Hilfsorganisation mit Produktspenden.

JUNGE MENSCHEN FÜR DEN NATURSCHUTZ SENSIBILISIEREN

Der gemeinnützige Verein Bergwaldprojekt organisiert deutschlandweit Freiwilligeneinsätze. Mit dem Ziel, die vielfältigen Funktionen der Ökosysteme zu erhalten und den Teilnehmern die Bedeutung und die Gefährdung unserer natürlichen Lebensgrundlagen bewusst zu machen, werden unter fachkundiger Anleitung Arbeiten in den heimischen Wäldern durchgeführt. In Kooperationsprojekten mit Bildungseinrichtungen erhalten in der „Waldschule“ auch Jugendliche die Möglichkeit, sich aktiv mit den natürlichen Lebensgrundlagen auseinanderzusetzen. Die Erfahrungen aus den Projektwochen bestärken die Jugendlichen darin, auch den eigenen Alltag naturverträglicher und ressourcenschonender zu gestalten.

STIHL fördert das Bergwaldprojekt e.V. seit mehr als zehn Jahren. Auch 2018 führte das Unternehmen sein Engagement mit 25.000 Euro fort. Beim Programm „Waldschule“ unterstützte STIHL zwei Projektwochen in Baden-Württemberg. Zusätzlich erhielt das Bergwaldprojekt Sachspenden im Wert von 5.000 Euro.

PERSONAL

Größer und internationaler – das Wachstum der STIHL Gruppe bleibt weiter ungebrochen. Das spiegelt sich auch in den Personalzahlen wider: Ende 2018 waren erstmals mehr als 17.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter international für das Unternehmen tätig – allein am deutschen Stammsitz waren es fast 5.000 Beschäftigte. Ein Ende dieser Entwicklung ist nicht in Sicht: Für neue Themenfelder sind neue Qualifikationen gefragt und auch etablierte Fachbereiche benötigen weiter Unterstützung.

DIGITALE TRANSFORMATION IM PERSONALBEREICH

Das Thema Digitalisierung dominiert nach wie vor das gesamte Unternehmen – so auch den Bereich Personal. 2018 nahm die digitale Transformation international weiter an Geschwindigkeit auf: Für das Personal wird es mit der cloudbasierten Software „SuccessFactors“ zukünftig eine gemeinsame, zeitgemäße und weitgehend einheitliche Arbeitsplattform geben. Diese wird Mitarbeiter und Führungskräfte stärker als bisher in die verschiedensten Personalprozesse einbinden. Am Beispiel des Moduls „Talent & Succession“ lässt sich dies gut ablesen: Jeder Mitarbeiter wird in die Lage versetzt, seinen Karriereweg im Unternehmen konkret mitzugestalten, der Prozess der Talententwicklung wird für Mitarbeiter wie Führungskräfte transparent. STIHL stärkt damit die mitarbeiterorientierte Führungskultur und tritt in einen direkten und engen Dialog mit seinen Talenten. Weiter werden die Prozesse Recruiting Management und Recruiting Marketing eingeführt. Der Startschuss für diese beiden Elemente von „SuccessFactors“ fällt in den USA bei STIHL Inc.

Außerdem wird die Bedeutung digitaler Kompetenzen für den Einzelnen und das Unternehmen in einem neuen Qualifizierungskonzept im Stammhaus aufgegriffen.

Führungskräfte, Mitarbeiter und Projektteams werden durch entsprechende Weiterbildungsangebote bei Veränderungen, die sich aus der digitalen Transformation ergeben, zielgruppenspezifisch unterstützt. Ein spezielles Angebot für Auszubildende und DH-Studenten rundet das Angebot ab. Ihnen steht online eine Informations- und Lernplattform zur Verfügung, die während oder außerhalb der Arbeitszeit benutzt werden kann. Die direkte Einbindung der Plattform und ihrer Inhalte in die Ausbildung erfolgt ab September 2019.

Bei STIHL China und STIHL Brasilien gibt

es seit 2018 ebenfalls eine Social-Learning-App. In Brasilien unterstützt sie Auszubildende dabei, vor und nach bestimmten Ausbildungsmodulen die jeweiligen Inhalte eigenverantwortlich zu wiederholen oder zu vertiefen. In China ist es ein Angebot für die Mitarbeiter, in der Freizeit zu lernen. Bereits mehr als 70 Beschäftigte machen von diesem Angebot Gebrauch.

ENTWICKLUNG MITARBEITERZAHL STIHL GRUPPE, 2008 BIS 2018

2018		17.122
2013		13.844
2008		11.484

FAMILIE UND BERUF BEI STIHL

Ende 2018 unterzeichneten STIHL und die Stadt Waiblingen den Kooperationsvertrag zur geplanten Mia Stihl Kindertagesstätte. Entstehen wird das Gebäude unweit des Waiblinger Bürgerzentrums – und damit unweit der drei Waiblinger Werke D1, D2 und D6. Die Einrichtung wird insgesamt 55 Plätze anbieten, von denen bis zu 20 der Stadt Waiblingen zur Verfügung stehen können. Die Trägerschaft übernimmt mit der Firma pme Familienservice GmbH ein externer Dienstleister. Das Unternehmen erwartet von der Einrichtung der Kindertagesstätte, dass sich Familie und Beruf noch besser miteinander vereinbaren lassen und den Mitarbeitern den Wiedereinstieg in den Beruf erleichtert wird. Der offizielle Spatenstich erfolgte im Februar 2019, die Eröffnung ist für Herbst 2020 geplant.

–

PERSONALMARKETING UND RECRUITING

STIHL wächst – und ist damit mitten im Kampf um die besten Talente und Fachkräfte. Um sich dabei klar von den zahlreichen Wettbewerbern zu differenzieren, wurde 2018 eine neue Personalmarketing-Kampagne "Warum STIHL." aufgesetzt. Basierend auf einer Neuausrichtung der Arbeitgebermarke stehen persönliche Einblicke in das Unternehmen und der Faktor Glaubwürdigkeit im Vordergrund des neuen Auftritts. Das Wirtschaftsmagazin brand eins erstellte 29 Porträts, die STIHL nahbar und erlebbar machen. Die Geschichten sind nicht nur Inhalt eines Print-Magazins, sondern auch die Schlüsselinhalt der Karriere-Website

WWW.ARBEITEN-BEI-STIHL.DE.

In den USA pflegt STIHL Inc. seit einigen Jahren zu Zwecken des Talent-Recruitings besondere Beziehungen zu der „Society of Women Engineers (SWE)“ an der Old Dominion University in Norfolk. Im abgelaufenen Geschäftsjahr veranstaltete STIHL Inc. mit rund zwei Dutzend angehenden Ingenieuren einen „Tag im Leben von ...“. Dabei hatten die Studierenden die Möglichkeit, sich mit STIHL Ingenieuren und Führungskräften auszutauschen, das Werk in Virginia Beach zu besichtigen und etwas tiefer in aktuelle Projekte einzutauchen.

–

AUSBILDUNG

Im eigenen Unternehmen auszubilden, ist der beste Weg, sich gute Fachkräfte zu sichern. Ab 2019 bietet STIHL im Stammhaus daher insgesamt zwölf Ausbildungsberufe und acht Studiengänge der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) an. Somit erhöht sich die Gesamtzahl an Ausbildungsplätzen bei STIHL in Deutschland von 60 auf 75. STIHL China hat 2018 sein Ausbildungsangebot um den Beruf des Mechatronikers erweitert.

–

AUSZEICHNUNGEN

Aus mehr als 70.000 Unternehmen wurden die „Leading Employers“ Deutschland – die besten Arbeitgeber über alle Branchen, Unternehmensgrößen und Organisationsformen hinweg – für ihre herausragende Qualität und Attraktivität ausgezeichnet. STIHL belegte in der Gesamtbewertung Platz 35, in Baden-Württemberg sogar Platz 7 von 10.500 untersuchten Unternehmen. Bei der unabhängig durchgeführten Untersuchung werden mehrere Millionen Metadaten aus den Bereichen Mitarbeiterangebote, Mitarbeiterzufriedenheit, Werteverständnis, Image, HR-Kompetenz und Prosperität ausgewertet.

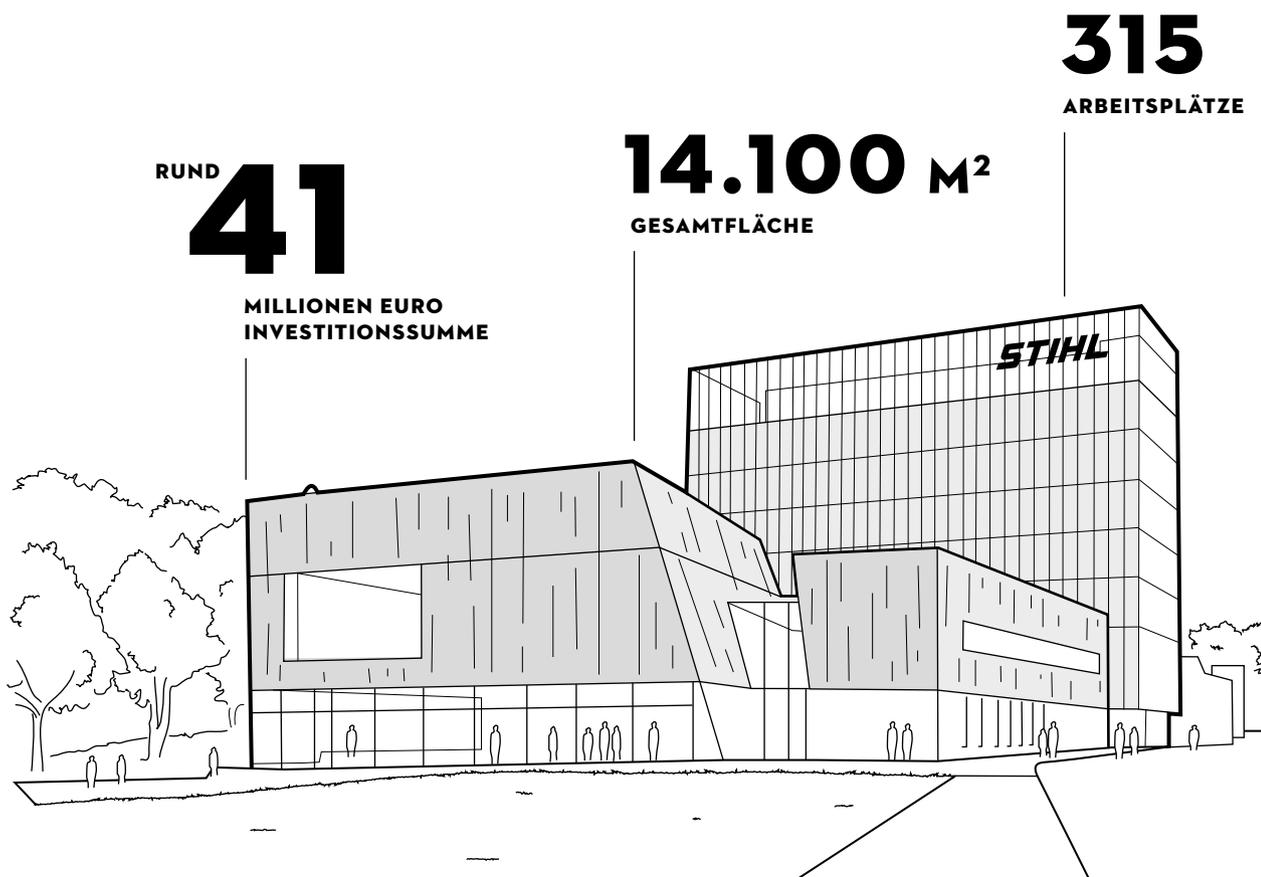
Weiter zählt STIHL zu den Unternehmen mit der höchsten Reputation in Deutschland. Zu diesem Ergebnis kam eine Studie, die vom Statistikportal Statista in Zusammenarbeit mit „brand eins Wissen“ durchgeführt wurde. Bei diesem Ranking, für das insgesamt mehr als 2.000 Unternehmen bewertet wurden, belegte STIHL den 7. Platz. In der Branchenkategorie „Herstellung von Konsumgütern“ erreichte das Familienunternehmen aus Waiblingen Platz 2.

International wurde STIHL Brasilien 2018 zum zweiten Mal in Folge zum fünftbesten Arbeitgeber in Rio Grande do Sul gewählt. Zudem erhielt der Standort die Auszeichnung „Top Ser Humano“ der Brasilianischen Vereinigung für Personalwesen für das Praktikantenprogramm „Desenvolver“. Dieses Programm richtet sich vor allem an Absolventen und Studenten technischer Fachrichtungen.

–

STIHL MARKENWELT

GROSSE UM- UND NEUBAUPLÄNE FÜR
DEN STAMMSITZ IN WAIBLINGEN



Die STIHL Firmenzentrale wird umgebaut und soll zur Modernisierung der Standorte der Unternehmensgruppe beitragen. Neben Neubauten auf dem Gelände wird auch der Werkzugangsbereich umgestaltet. Darüber hinaus entsteht die neue STIHL Markenwelt mit Museum. „Das Leuchtturmprojekt ist ein Bekenntnis zum Stammsitz in Waiblingen“, betont der Vorstandsvorsitzende Dr. Kandziora.

Die größten Veränderungen stehen deshalb im Waiblinger Werk 1 an. Dort wird die derzeitige Produktausstellung bis zur Kellerdecke abgebrochen und in Form

der Markenwelt neu errichtet. Auch das Hochhaus wird komplett entkernt, ganzheitlich neu ausgebaut und bekommt eine neue Gebäudehülle. Weiter wird das Museum abgerissen. Dadurch kommt das neue, nun freistehende Gebäudeensemble besser zur Geltung.

„Die Markenwelt wird auf insgesamt drei Ebenen die Marke STIHL auf einzigartige Weise erlebbar machen“, erläutert Dr. Kandziora das Projekt. Auf einer Gesamtnutzfläche von fast 5.000 Quadratmetern entsteht die neue STIHL Markenwelt, die verschiedene Elemente

integriert – wie zum Beispiel die Produktausstellung, Produktvorführflächen, ein Museum rund um das Unternehmen und die Marke sowie ein Café.

Mitte 2018 starteten die Bauarbeiten im Werk 1. Rund 350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben aufgrund der umfangreichen Bau- und Sanierungsmaßnahmen vorübergehend ihre Sachen gepackt und sind in das Ausweichgebäude nach Fellbach gezogen. Dort steht eine Ausweichfläche von 9.400 Quadratmetern auf insgesamt fünf Geschossen zur Verfügung.

ENTWICKLUNG

Veränderung ist Teil der STIHL DNA. Seit inzwischen mehr als 93 Jahren. So vollführt das Unternehmen auch in der Produktentwicklung erfolgreich den Spagat zwischen Tradition und Moderne. Zum einen galt es 2018, das umfassende Sortiment der Benzin- und Akku-Produkte zu erweitern und neue Geschäftsfelder zu erschließen. Im vergangenen Jahr hat das Unternehmen zum anderen neue Bereiche, Strukturen und Arbeitsmethoden etabliert, um die Entwicklung von STIHL Produkten mit digitalen Funktionen voranzutreiben.

NEUE AUSHÄNGESCHILDER

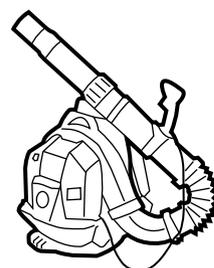
Sie ist und bleibt in der Produktpalette das Aushängeschild von STIHL: Die STIHL MS 500i ist die weltweit erste Motorsäge mit elektronisch gesteuerter Einspritzung („Injection“) und somit eine echte Innovation. Sie eignet sich vor allem für die professionelle Starkholzernte und verfügt über eine rasante Beschleunigung sowie ein dynamisches Schwenkverhalten. Die sensorgesteuerte Kraftstoffdosierung gewährleistet eine optimale Motorleistung und ein ausgezeichnetes Startverhalten, unabhängig von Höhe und Umgebungstemperatur. Zudem ist durch den Wegfall des Starthebels einfachstes Starten unter allen Einsatzbedingungen möglich. Durch die für Motorsägen revolutionäre Motortechnologie und die daraus resultierende intelligente Leichtbauweise wird das beste Leistungsgewicht in der 80-Kubikzentimeter-Klasse aller Motorsägen weltweit erreicht.

Eine weitere Produktneuheit ist das STIHL BR 800, ein echtes Flaggschiff in der Gruppe der Blasergeräte. Dieses nun stärkste Blasergerät ergänzt die vorhandene Modellpalette ideal, verfügt über eine sehr lange

Lebensdauer und bietet für den Anwender dank des niedrigen Gewichts und des zusätzlichen Rücken-Seilstarts hohen ergonomischen Komfort. Ausgelegt vor allem für die Marktanforderungen in den USA und Kanada, besticht das STIHL BR 800 durch Zuverlässigkeit und Leistung: Mit 41 Newton wurde die Blaskraft gegenüber den Vorgängermodellen um sieben Newton erhöht.

2018 präsentierte STIHL mit den Geräten STIHL RE 90, RE 95 sowie RE 100

bis RE 130 Plus die ersten komplett selbst entwickelten Hochdruckreiniger. Während der Entwicklung wurde, wie bei allen STIHL Produkten, viel Wert auf Leistung, Ergonomie und Design gelegt. Zu diesem Prozess gehörte auch, dass bislang insgesamt mehr als 35 Lieferanten für Komponenten gefunden und



DAS **STIHL BR 800** ÜBERZEUGT MIT EINER BLASLEISTUNG VON 41 NEWTON

evaluiert werden mussten. Denn Bauteile wie Hochdruckschläuche, Reinigungsdüsen und spezielle Dichtungen finden bei anderen STIHL Produkten sonst noch keine Verwendung. Die Entwicklung im Waiblinger Stammhaus – in Kooperation mit den Kollegen in Qingdao – kümmerte sich zudem um das komplette Zubehör, Benzin-Reiniger und Sauger. Außerdem gibt es im Entwicklungszentrum jetzt ein produktives Testfeld, in dessen Prüfständen weit mehr als die standardisierten Tests möglich sind. Bis auf die Prüfung der elektromagnetischen Verträglichkeit können alle zulassungsrelevanten Tests im Haus vorgenommen werden. Insgesamt sind aktuell neun Geräte in drei Baureihen in Arbeit. Hinzu kommen 53 Ländervarianten. Angesprochen werden sollen Kundengruppen vom Gelegenheitsanwender bis zum Semiprofi.

IMOW-OFFENSIVE

„Unser Ziel ist es, auf dem Gebiet der Robotermäher zu den zwei bedeutendsten Anbietern zu gehören.“ Dieses Zitat von STIHL Entwicklungsvorstand Wolfgang Zahn gibt die klare Marschroute vor. Doch mit den autonomen Rasenmähern tummelt sich STIHL auf einem Gebiet, das aktuell viele Mitbewerber möglichst prominent besetzen wollen. Daher wurden im vergangenen Jahr bei STIHL Tirol in Langkampfen und am Stammsitz in Waiblingen unter der Überschrift „iMow-Offensive“ Kräfte gebündelt. Der Markenwechsel und das damit verbundene noch engere Zusammenwachsen der beiden Standorte stärken die gesamte STIHL Gruppe im Segment der Robotermäher. Durch die vollständige Integration von VIKING in die STIHL Gruppe entstand eine schlagkräftige Einheit, mit der sich STIHL perfekt auf neue Marktanforderungen einstellen kann. Weiter wird so die Entwicklungsleistung in der Robotik deutlich gestärkt.

Das deutsche STIHL Stammhaus steuert und leitet Projekte sowie alle iMow-Aktivitäten, Langkampfen bleibt das Kompetenzzentrum für die Funktionsentwicklung und Erprobung. Ein neugeschaffener Bereich mit Sitz in Waiblingen – Produktentwicklung iMow & Zubehör STIHL Gruppe – bildet das Dach der Offensive.

KLUG VERNETZEN

Die Konzentration auf den iMow fußt außer auf dem allgegenwärtigen Anspruch von STIHL, stets Technologieführer zu sein und Spitzenqualität zu liefern, auch auf dem Willen, neue Geschäftsfelder zu erschließen. Mit dem geplanten iMow-Portfolio, das vom kleinen Einstiegsprodukt bis hin zum Hochleistungsmäher alle Kundenansprüche abdecken soll, erhalten STIHL Händler und Kunden Zugang zum intelligenten Garten. Eine drahtlose Steuerung, sensiblere Sensorik, indirektes Laden oder die Kommunikation mit anderen intelligent vernetzten Gartengeräten markieren den Einstieg in das Themenfeld der vernetzten und zukunftsfähigen Produkte. So wurde 2018 für den STIHL RMI 422 eine neue Kommunikationselektronik inklusive Software entwickelt und in das bestehende Gehäuse des Roboterjägers integriert. Jetzt lässt sich der STIHL RMI 422 C mit der iMow App sowie einer App für die Smart Watch verbinden und steuern.

Um auch ältere Geräte vernetzen und zu einer wichtigen Datenquelle umrüsten zu können, bietet STIHL den Smart

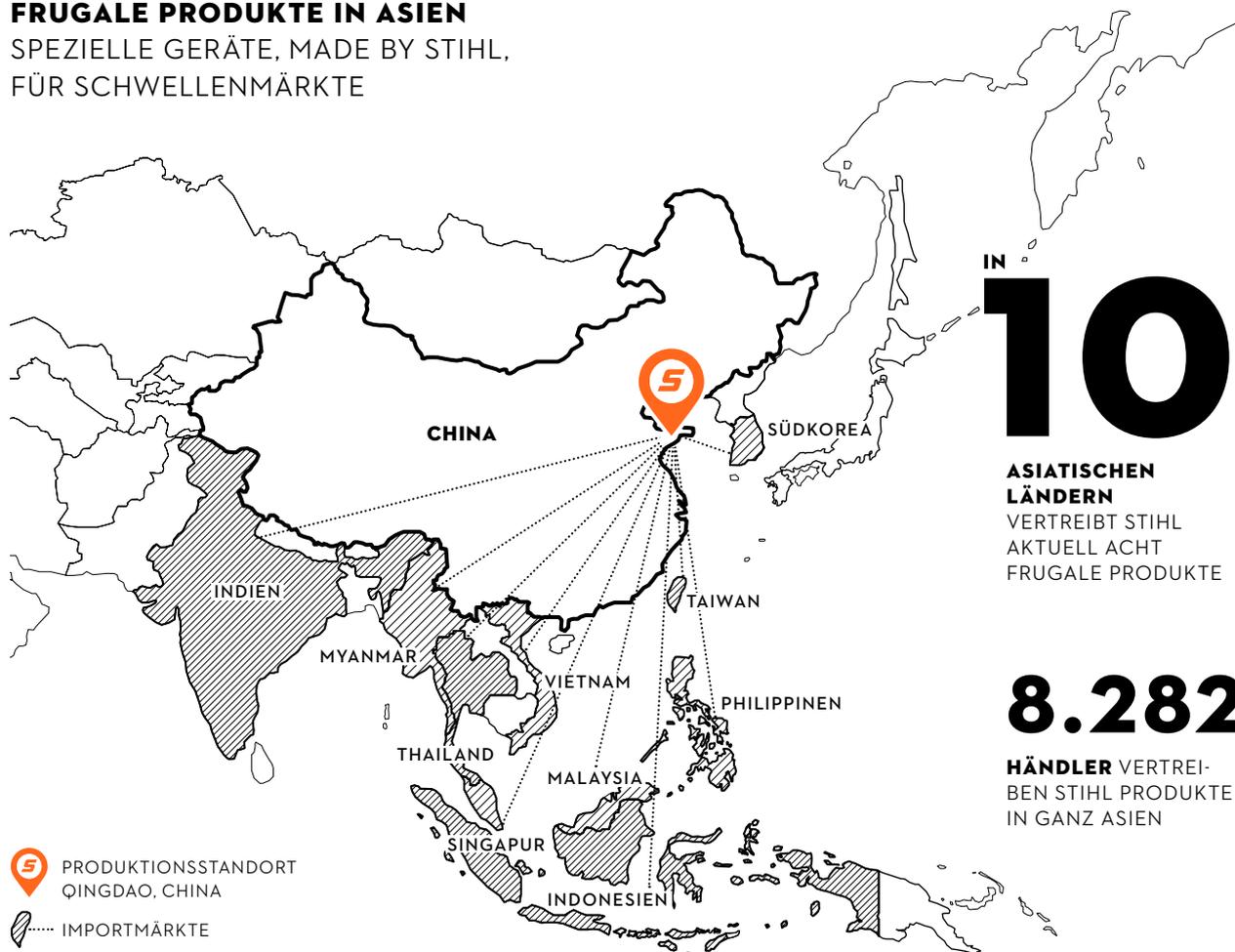
Connector an, bestehend aus dem STIHL Smart Connector an sich, der STIHL App und dem STIHL Connect Portal. Der Connector wird mechanisch schnell und unkompliziert an vielen Produkten befestigt und bietet dem Kunden typübergreifendes Zubehör mit digitalen Services, Tipps zur Wartung und Gerätepflege sowie Unterstützung beim effektiven Flottenmanagement.



DER **STIHL CONNECTOR**
KANN NAHEZU ALLE GERÄTE
INTELLIGENT VERNETZEN

FRUGALE PRODUKTE IN ASIEN

SPEZIELLE GERÄTE, MADE BY STIHL, FÜR SCHWELLENMÄRKTE



Neue Wege beschreitet STIHL bei der Marktbearbeitung in Asien: Mit frugalen Produkten erobert das Unternehmen in kürzester Zeit die Schwellenmärkte. Das Kurzwort „frugal“ wird für die Zusammenfassung folgender Produkteigenschaften verwendet: functional, robust, user-friendly, growing, affordable, local. Zu Deutsch: einfach, aber robust.

Für das Unternehmen bedeutet die Entwicklung frugaler Produkte die konsequente Orientierung an den Kundenbedürfnissen. Das heißt auch, sich von

bestehenden Denkmustern zu lösen, die oftmals durch die etablierten Märkte gegeben sind. Im Fokus der Entwicklung frugaler Produkte steht der Kundennutzen, der sich auch innerhalb der asiatischen Schwellenmärkte unterscheidet. Darum müssen die lokalen Anforderungen an die Produkte genau definiert und auf das Notwendigste beschränkt werden. In gewohnter STIHL Spitzenqualität dürfen die frugalen Produkte vor allem der asiatischen Billigkonkurrenz in nichts nachstehen.

In den vergangenen zwölf Monaten konnten einige Produkte für die Schwellenmärkte angepasst werden, darunter Freischneider, Erdbohrgeräte, Wasserpumpen oder auch Heckenscheren. Auf Basis eines Motors konnten beispielsweise vier Produkte frugal bearbeitet werden. Im ersten Jahr wurden bereits 35.000 Einheiten produziert, die an eine ganz neue Kundengruppe gerichtet sind.

PRODUKTION

Wertebeständigkeit auf der einen und Wandel auf der anderen Seite prägten 2018 im Hinblick auf die Produktionsstandorte in der gesamten STIHL Gruppe. Um weiterhin innovative und qualitativ hochwertige Produkte für immer vielfältigere Ansprüche fertigen zu können, hat STIHL im abgelaufenen Geschäftsjahr international viel investiert: in Maschinen, Anlagen und Gebäude.

GROSSE NACHFRAGE - GROSSE HERAUSFORDERUNGEN

Die hohe Nachfrage nach den in Deutschland montierten STIHL Profiprodukten ist nach wie vor ungebrochen. Daraus resultieren ungeplant hohe Produktionszahlen, die um knapp 30 Prozent über den Werten von 2016 liegen. Ein solches Volumen bringt für die beteiligten Bereiche große Herausforderungen mit sich – unter anderem die Schaffung zusätzlicher Produktions- und Büroflächen. In Waiblingen wurden Gebäude außerhalb der Werke 1, 2 und 6 angemietet, in denen zum einen neue Bereiche wie die STIHL-eigene Akkupack-Fertigung, zum anderen aber auch Mitarbeiter untergebracht sind, die vom Umbau des Bürohochhauses am Stammsitz, dem Werk 1, betroffen sind.

Auch in Prüm-Weinsheim, Heimat des STIHL Magnesium-Druckguss-Werks, tat sich 2018 einiges. Über die Grenzen der Eifelregion hinaus und außerhalb der STIHL Gruppe sind das Können und Wissen der

Druckguss-Experten immer gefragter. So nimmt die Zahl der externen Aufträge stetig zu. Die im Werk 4 gefertigten hochwertigen Bauteile, in denen immer auch ein Großteil an Eigenentwicklung steckt, gewinnen mittlerweile sogar internationale Preise: Das Bauteil „Abstützung Federbein für den Audi A8“ wurde von der Europäischen Forschungsgemeinschaft Magnesium e. V. (EFM) als zukunftsweisendes Produkt ausgezeichnet. Natürlich verbergen sich auch in fast allen STIHL Produkten – vor allem in den benzinbetriebenen Sägen – Leichtbauteile aus Magnesium.

Auch andere Innovationen tragen die Handschrift des STIHL Werks in der Eifel, wie etwa das Schwungrad der MS 500i. Allerdings ist dieses aus Aluminium. Durch die nach außen gelegte Schwungmasse in Form eines Stahlrings wurde das Gesamtgewicht der STIHL MS 500i um mehr als 100 Gramm reduziert. Zudem wird das Schwungrad aus Aluminium mit einem Stahlring und einem Magnetring – der an der Klebefläche aus Kunststoff besteht – verklebt. Das dazugehörige

aufwendige Verfahren wurde extra entwickelt und ermöglicht jetzt neue Möglichkeiten in der Fertigung zukünftiger Produkte: Klebstoffverbindungen von Magnesium- und Aluminiumdruckgussteilen mit Stahl oder Kunststoff werden nun prozesssicher hergestellt.

—

INTERNATIONALER FERTIGUNGSVERBUND WEITERENTWICKELT

Der weltweite Fertigungsverbund von STIHL garantiert höchste Qualität zu optimalen Bedingungen. Die rechtzeitige Präsenz im Markt ermöglicht Wachstum, schafft wettbewerbsfähige Kosten im weltweiten Mix und ermöglicht den Ausgleich von Währungs-, Konjunktur- und Beschäftigungsschwankungen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr gab es auch international einige Neuerungen: Bereits Ende 2017 stieg STIHL China in den Kunststoffspritzguss ein. Damit hat das Werk in Qingdao die Montage von Produkten um Fertigungstiefe erweitert. Mit den Freischneidern STIHL FS 230 und STIHL FR 230 werden in China die ersten Produkte hergestellt, die speziell für den asiatischen Markt konzipiert sind. Mit der STIHL MSE 141 produziert Qingdao die erste elektrische Motorsäge vor Ort und mit den Modellen STIHL RE 100 bis STIHL RE 130 die ersten von STIHL hergestellten Hochdruckreiniger. Damit bricht für den Standort in Fernost ein neues technologisches Zeitalter an.

Im STIHL Kettenwerk in der Schweiz wurde 2018 erfolgreich an einer innovativen Weiterentwicklung der Stanztechnologie gearbeitet. STIHL Sägeketten sind seit vielen Jahren Eigenproduktionen und „Schweizer Präzisionsarbeit“ aus Wil. Sie werden auf Spezialmaschinen gefertigt, die das Unternehmen selbst entwickelt und produziert hat. Mit der eigenen Fertigung von Sägeketten und Führungsschienen wird eine optimale Abstimmung auf die Motorsäge gewährleistet.

Eine wichtige Rolle als Lieferant von Zylindern spielt STIHL Brasilien für den weltweiten Fertigungsverbund: Rund 75 Prozent der in der STIHL Gruppe verwendeten Zylinder werden im Werk in São Leopoldo hergestellt. Als „Cylinder Competence Center“ treibt der Standort neue Technologien und Innovationen in der Zylinderproduktion voran, um den hohen Anforderun-

gen des Markts auch zukünftig gerecht zu werden. 2018 feierten die Kollegen in Südamerika zudem eine besondere Zahl: Der 80-millionste Zylinder, „made by STIHL Brazil“, wurde in der Eigenfertigung hergestellt. Bei STIHL Brasilien entstand zusätzlich auf 3.200 Quadratmetern ein modernes Research and Development Center (Entwicklungszentrum).

—

NEUE PRODUKTIONSSTÄTTEN FÜR ZAMA UND STIHL INC.

Die STIHL Tochtergesellschaft ZAMA, Hersteller von Vergasern, Ölpumpen und anderen Präzisionsteilen für Kleinmotoren, hat 2018 erfolgreich den Umzug in die neue Produktionsstätte in Huizhou, Südchina, absolviert. Der symbolische Spatenstich für das rund 36 Millionen Euro teure Werk erfolgte Mitte 2016. Der Umzug der größten Vergaserfabrik innerhalb des internationalen STIHL Fertigungsverbunds an einen neuen Standort ist die bei weitem größte Bauinvestition von ZAMA und bedeutendster Meilenstein in der Geschichte der Gesellschaft. Die neue Produktionsstätte umfasst eine Grundstücksfläche von 20.000 Quadratmetern. Entstanden sind neue Produktions-, Lager- und Büroflächen. Der neue Standort Huizhou ist eine etwa 60 Kilometer entfernte Nachbarstadt des bisherigen Standorts. Ein Umzug des Betriebs mit rund 2.100 Mitarbeitern nach 25 Jahren war aufgrund des Auslaufens des Mietvertrags erforderlich. Weltweit erwartet STIHL ein weiteres Wachstum bei Vergasern und nutzte daher die Gelegenheit, die Logistik und Teile der Fertigungstechnik von ZAMA in China zu modernisieren. Dies ist gelungen – gilt das Werk doch inzwischen in der Region als absolutes Vorzeigobjekt.

Bautätigkeiten auch in den USA: Bei STIHL Inc. in Virginia Beach wurde Mitte 2018 mit dem Umbau eines existierenden Lagergebäudes zu einem Produktionsgebäude begonnen. Mit diesem Schritt konnte die Mähfadenproduktion in einem Gebäude konsolidiert und es konnten benötigte Freiflächen im Hauptgebäude für Wachstum in den Bereichen Montage und Spritzguss geschaffen werden. Gleichzeitig bieten die neuen Produktionsstätten die Möglichkeit zu weiterem Wachstum in diesem Bereich.

—

MÄRKTE

Trotz ungünstiger Witterungsbedingungen – vor allem in Nordamerika und Europa – konnte STIHL mit leichten Absatzsteigerungen seine Spitzenposition an den Weltmärkten verteidigen.

SCHWIERIGE WITTERUNGSBEDINGUNGEN WELTWEIT

Nach dem Rekordjahr 2017 steigerte sich der Absatz der STIHL Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr nur leicht. Das lag vor allem an den Witterungsbedingungen in der westlichen Hemisphäre und in Osteuropa inklusive Russland. Auf den langen, kalten Winter in Nordamerika und Europa folgte ein sehr trockener Sommer, der die Nachfrage nach Motorgeräten dämpfte. Dennoch konnte STIHL sowohl im Bereich Akku-Produkte als auch im Bereich Benzin-Produkte absatzseitig leicht zulegen. Bei Mährobotern erzielte STIHL eine deutliche Absatzsteigerung.

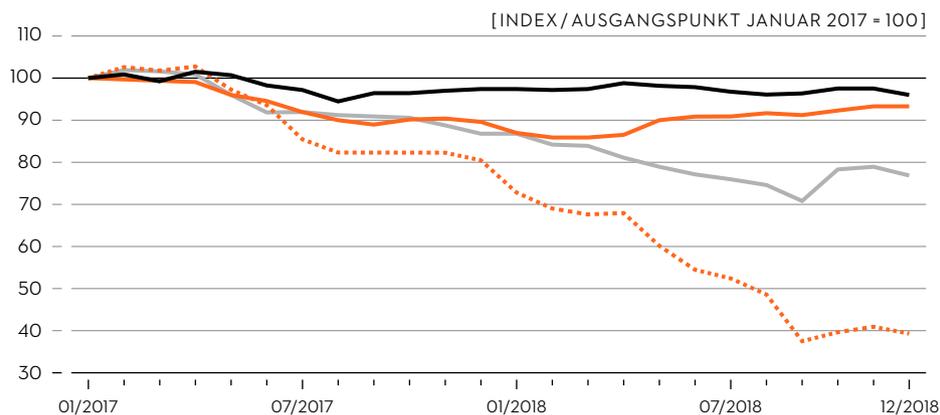
In Europa wirkte sich vor allem der lange Winter in Verbindung mit einem späten Saisonstart und einer anhaltenden Trockenheit im Sommer negativ auf die gesamte Branche aus. Nach wie vor erfreuen sich Akku-Produkte einer großen Beliebtheit und wachsen der widrigen Witterungsbedingungen ungeachtet

auf hohem Niveau. STIHL legte vor allem im Bereich Akku-Rasenmäher zu, die nach dem Markenwechsel von VIKING zu STIHL komplett ins STIHL Sortiment integriert sind und dem Unternehmen zweistellige Zuwachsraten bescherten. Seit Oktober verkauft STIHL über einen zentralen Onlineshop Merchandise-Artikel in Deutschland und Österreich direkt an Endkunden. Dadurch werden neue Zielgruppen angesprochen und für die Marke STIHL begeistert.

2018 gab es in der STIHL Gruppe erneut zahlreiche Jubiläen: Seit 20 Jahren gibt es die griechische Vertriebsgesellschaft, seit 25 Jahren ist STIHL in Tschechien vertreten und bereits seit vier Jahrzehnten in Großbritannien. Die Andreas Stihl Ltd. in Camberley, Surrey, wurde 1978 gegründet. Aktuell wird der Standort erweitert und ausgebaut. Gekrönt wurde das Jubiläum von der STIHL TIMBERSPORTS® Weltmeisterschaft, die im Oktober im englischen Liverpool mit hoher Medienwirksamkeit stattfand.

ENTWICKLUNGEN DER WECHSELKURSE GEGENÜBER DEM EURO 2017/2018

VERÄNDERUNGEN IN % / MONATLICHE GELDQUOTEN / QUELLE: STIHL



Die Grafik zeigt die Entwicklung folgender Währungen gegenüber dem Euro in den Jahren 2017-2018.

— Britisches Pfund (GBP)
— US-Dollar (USD)
— Brasilianischer Real (BRL)
- - - Argentinischer Peso (ARS)

Die Daten basieren auf den jeweiligen Monatsdurchschnittskursen im Zeitraum 01/2017-12/2018 und sind indiziert auf den Ausgangspunkt Januar 2017 (= Index 100).

ABSATZSTEIGERUNGEN TROTZ SCHWIERIGER RAHMENBEDINGUNGEN

Auch in Nordamerika wurde das Absatzwachstum der Branche durch ungünstige Witterungsbedingungen gebremst. So hatte die Branche vor allem mit einem langen Winter zu kämpfen. Dessen ungeachtet befindet sich die Akku-Technologie dort weiter auf dem Vormarsch. STIHL konnte vor allem mit den in den USA und Kanada neu eingeführten Akku-Rasenmähern seinen Absatz in diesem Segment steigern.

Instabile wirtschaftliche und politische Verhältnisse, in Verbindung mit ungünstigen Witterungsbedingungen, sorgten in Lateinamerika für einen Rückgang der Nachfrage. Vor allem in Argentinien führten Trockenheit und die anhaltende Wirtschaftskrise mit dem damit einhergehenden Währungsverfall zu rückläufigen Absätzen. Auch in anderen Regionen Lateinamerikas machten Trockenheit und politische Unruhen der Branche zu schaffen. Dank seiner qualitativ hochwertigen Produkte konnte STIHL entgegen dem Markttrend seine Absätze sowohl im Bereich Motorsägen als auch bei Motorgeräten dennoch steigern.

CHINA UND INDIEN ALS WACHSTUMSTREIBER

Trotz der US-Sanktionen gegen den Iran und der temporären Wirtschaftsturbulenzen in der Türkei erzielte STIHL in Asien eine zweistellige Absatzsteigerung, welche vor allem durch ein starkes Wachstum in China und Indien begünstigt wurde. In beiden Ländern ist das Unternehmen mit eigenen Vertriebsgesellschaften vertreten. In China verfügt STIHL zudem über einen eigenen produzierenden Standort.

Der positive Wachstumstrend, welchen der Markt in den vergangenen Jahren genoss, wurde durch eine lange Trockenperiode in Australien beendet. Dennoch konnte STIHL seine Absätze in dieser Region steigern.

Der afrikanische Markt erholte sich nach der schweren Dürre im vorausgegangenen Jahr. STIHL realisierte ein zweistelliges Absatzwachstum, getrieben durch Länder in den Regionen Subsahara und Ostafrika. Zudem eröffnete mit STIHL Kenia in Nairobi eine weitere Marketinggesellschaft.

—

EINKAUF

Die grundsätzlichen Werte von STIHL prägen seit langem das strategische und operative Handeln des gruppenweit agierenden Einkaufs: So sind die Beziehungen zu Lieferanten partnerschaftlich, langfristig orientiert, intensiv sowie fair und basieren auf sozialer Verantwortung, Umwelt- und Ressourcenschutz. Es zählt zu den Überzeugungen von STIHL, dass Qualität, Liefer- und Wettbewerbsfähigkeit insbesondere durch Partnerschaften unter Beachtung gemeinsamer Werte den größten Beitrag für STIHL leisten können.

DEN WANDEL MITGESTALTEN

Die Welt bei STIHL und die Welt um STIHL herum sind im Wandel - in den vergangenen Jahren mehr denn je. Externe Einflüsse werden immer dynamischer, Technologien verändern sich rasant und bringen neue Arten von Anforderungen, Prozessen und Arbeitswelten mit sich. Insbesondere die Digitalisierung hat großen Einfluss auf nahezu alle Bereiche des Arbeitsalltags. Für den Einkauf bedeutet das eine noch stärkere Fokussierung auf neue Methoden. Der Zusammenarbeit mit den Lieferanten über die Wertschöpfungsketten hinweg kommt dabei eine noch größere Bedeutung zu.

Doch nicht nur neue Technologien und damit verbundene Denkweisen bestimmen unser Denken und Handeln. Auch die Märkte, in denen STIHL weltweit agiert, sind ständig in Bewegung. 2018 war gezeichnet

von vielen politischen Veränderungen und einigen damit verbundenen Unsicherheiten - wie etwa den neuen gesetzlichen Rahmenbedingungen in Energiefragen, Diskussionen um den Freihandel und die Auseinandersetzung mit den möglichen Folgen des Brexits. Diese Entwicklungen bringen eine erhöhte Nachfrage nach einem ausgefeilten, flexiblen und schlagkräftigen Engpass- und Lieferkettenmanagement mit sich. Außerdem müssen technologische und ökonomische Alternativen schnell geprüft und aufgebaut werden können. Daraus resultiert für den international agierenden Einkauf wiederum die Notwendigkeit, differenzierte Strategien zu entwickeln und einzusetzen, um ein effektives Handeln in den verschiedenen Märkten und in der erfolgreichen Zusammenarbeit mit Lieferanten sicherzustellen.

—

RESSOURCEN FLEXIBEL UND ZIELGERICHTET EINSETZEN

Um für möglichst viele Eventualitäten optimal aufgestellt zu sein, helfen STIHL die langfristigen und verlässlichen Lieferantenpartnerschaften. Sie stellen auch in unruhigem politischem Fahrwasser sicher, dass der jährliche Bedarf des Unternehmens an Waren und Dienstleistungen gesichert ist. Zusätzlich agiert der Einkauf proaktiv, sichert Einkaufspreise frühzeitig ab, baut neue Lieferquellen auf und erschließt neben den etablierten stetig neue Beschaffungsmärkte. Hinzu kommt außerdem die vermehrte Integration von internationalen Partnern in das Lieferanten- und Vertriebsnetz der STIHL Gruppe.

Ein Beispiel für neue Herausforderungen im Einkauf ist die Erweiterung im Produktsortiment von STIHL: Akku-Geräte oder auch die neuen benzin- und elektro betriebenen STIHL Hochdruckreiniger erfordern neue Kompetenzen und Herangehensweisen, neue Technologien und Funktionen. Der notwendige Aufbau neuer Lieferantenstrukturen erfolgt nach etablierten Leitlinien des Lieferantenmanagements. Er ist erforderlich, da in den neuen Beschaffungsmärkten andere Rahmenbedingungen herrschen als im bisher bekannten Umfeld der Benzin-Produkte. Die eigene Fertigungstiefe ist weiterhin ein wesentlicher Bestandteil von STIHL und wird durch den Zukauf von Produkten und Dienstleistungen optimal ergänzt.

Das Lieferantenmanagement wird auch ungeachtet der neuen Anforderungen ständig ausgebaut und professionalisiert.

—

SOFTWARE ALS TREIBER UND SCHLÜSSEL DES WANDELS

Seit Jahren bereits sieht sich STIHL konfrontiert mit dynamischen Entwicklungen in den traditionellen Technologien, mit globalen Megatrends wie Industrie 4.0, Internet of Things, Konnektivität, Elektromobilität und dem vermehrten Einsatz von alternativen Antriebskonzepten. Für den STIHL Einkauf bedeutet dies unter anderem eine steigende Bedeutung und Komplexität bei der Beschaffung von Software und

den dazugehörigen Dienstleistungen. So werden in Zukunft immer mehr STIHL Geräte durch Cloud Services miteinander und vor allem mit ihrem Nutzern vernetzt werden. Der Einkauf stellt die Kompatibilität der so genannten Connectivity Apps – genauer der „STIHL Connect App“ – mit der entsprechenden Gerätesoftware zu möglichst geringen Kosten sicher.

Die Beschaffung von Software und den zugehörigen Dienstleistungen ist als bedeutende Funktion im Unternehmen nicht zu unterschätzen, sind doch heute fast ausnahmslos alle Geschäftsprozesse softwaregesteuert. Damit etwa ein neues Betriebssystem möglichst günstig eingekauft werden kann, werden verschiedene Beschaffungsmöglichkeiten erörtert und die Bedarfe der relevanten STIHL Gesellschaften gebündelt.

Der zunehmende Wandel bedingt neue Prozess- und Systemanforderungen, die bspw. durch ein gruppenweit einheitliches Anwendungspaket optimiert werden. Die Zusammenarbeit – intern und extern – sowie die Steigerung der Effizienz stehen dabei im Mittelpunkt und erfolgen im Rahmen der Harmonisierung der STIHL Systemlandschaft.

—

WACHSTUM BRAUCHT PLATZ

Die STIHL Gruppe wächst. Das bringt ein erhöhtes Bauaufkommen mit sich. Bislang wurden Bauaufträge weitgehend an lokale oder regionale Firmen vergeben, standen doch ausreichend Kapazitäten zu attraktiven Preisen zur Verfügung. Aufgrund der guten konjunkturellen Lage hat sich die Auslastung vieler Anbieter grundlegend verändert: Die Auftragsbücher sind voll, die Kapazitäten extrem knapp. Der Einkauf reagiert mit überregionalen Anfragen über eine elektronische Vergabepattform und neue Vergabemodelle.

—

VERMÖGENS- UND FINANZSTRUKTUR DER STIHL HOLDING AG & CO. KG (KONZERNABSCHLUSS)
IN MIO. EURO

AKTIVA	3.247	1.220	1.377	5.844
	ANLAGEVERMÖGEN	VORRÄTE	SONSTIGE AKTIVA	
PASSIVA	4.083	724	1.037	5.844
	EIGENKAPITAL	RÜCK- STELLUNGEN	SONSTIGE PASSIVA	

BILANZ ZUM 31.12.2018

(Kurzfassung)

AKTIVA	KONZERNABSCHLUSS DER STIHL HOLDING AG & CO. KG		ANDREAS STIHL AG & CO. KG	
IN TSD. EURO				
Erläuterungen zur Bilanz	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2017
ANLAGEVERMÖGEN				
Immaterielle Vermögensgegenstände	56.097	37.312	44.032	25.503
Sachanlagen	1.265.970	1.127.810	357.851	310.590
Finanzanlagen (1)	1.925.324	1.745.618	387.838	337.368
	3.247.391	2.910.740	789.721	673.461
UMLAUFVERMÖGEN				
Vorräte	1.219.996	1.041.539	233.171	192.432
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	507.911	472.132	31.259	33.645
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	20.240	21.331	185.567	143.303
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	47	0	0	0
Sonstige Vermögensgegenstände	97.006	98.113	11.231	21.601
	625.204	591.576	228.057	198.549
Wertpapiere (2)	57.128	51.711	0	5.000
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	583.696	753.954	104.365	218.892
	2.486.024	2.438.780	565.593	614.873
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	24.896	22.021	3.221	2.990
AKTIVE LATENTE STEUERN	86.075	67.590	17.268	13.834
SUMME	5.844.386	5.439.131	1.375.803	1.305.158

VERMÖGENS- UND FINANZSTRUKTUR DER ANDREAS STIHL AG & CO. KG
 IN MIO. EURO

AKTIVA	790	233	353	1.376
	ANLAGEVERMÖGEN	VORRÄTE	SONSTIGE AKTIVA	
PASSIVA	610	481	285	1.376
	EIGENKAPITAL	RÜCKSTELLUNGEN	SONSTIGE PASSIVA	

PASSIVA **KONZERNABSCHLUSS DER STIHL HOLDING AG & CO. KG** **ANDREAS STIHL AG & CO. KG**
 IN TSD. EURO

Erläuterungen zur Bilanz	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2017
EIGENKAPITAL (3)	4.082.698	3.817.032	610.000	580.000
RÜCKSTELLUNGEN (4)				
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	450.488	407.989	410.834	370.865
Steuerrückstellungen	13.731	19.016	5.710	1.438
Sonstige Rückstellungen	260.057	224.887	64.296	60.687
	724.276	651.892	480.840	432.990
VERBINDLICHKEITEN				
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	14.645	9.986	0	0
Darlehen der Eva Mayr-Stihl Stiftung (5)	150.000	150.000	150.000	150.000
Genussrechtskapital (6)	33.774	32.181	33.774	32.181
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	2.951	220	0	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	213.571	203.784	35.943	30.366
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	42	42	17.290	25.887
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	2.781	2.904	0	0
Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	533.422	482.198	15.644	20.218
Sonstige Verbindlichkeiten	80.237	84.627	31.113	32.683
	1.031.423	965.942	283.764	291.335
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	745	0	1.087	832
PASSIVE LATENTE STEUERN	5.244	4.265	112	1
SUMME	5.844.386	5.439.131	1.375.803	1.305.158

ANLAGEN ZUM JAHRESABSCHLUSS

KONZERNABSCHLUSS DER STIHL HOLDING AG & CO. KG

Angaben nach § 13 Abs. 3 in Verbindung mit § 5 Abs. 5 Satz 3 Gesetz über die Rechnungslegung von bestimmten Unternehmen und Konzernen (Publizitätsgesetz):

1. Umsatzerlöse	in Tsd. Euro	3.782.130
2. Erträge aus Beteiligungen	in Tsd. Euro	4
3. Löhne, Gehälter, soziale Abgaben sowie Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	in Tsd. Euro	905.714
4. Durchschnittliche Zahl der in den letzten zwölf Monaten vor dem Abschlussstichtag beschäftigten Arbeitnehmer		16.697

Waiblingen, im März 2019

STIHL Holding AG & Co. KG
Die persönlich haftenden Gesellschafter
Dipl.-Ing. Hans Peter Stihl
STIHL AG

Die Veröffentlichungen der Jahresabschlüsse des Konzerns STIHL Holding AG & Co. KG und der ANDREAS STIHL AG & Co. KG nach dem Publizitätsgesetz erfolgen im Bundesanzeiger.

ANDREAS STIHL AG & CO. KG

Angaben nach § 5 Abs. 5 Satz 3 Gesetz über die Rechnungslegung von bestimmten Unternehmen und Konzernen (Publizitätsgesetz):

1. Umsatzerlöse	in Tsd. Euro	1.198.184
2. Erträge aus Beteiligungen	in Tsd. Euro	0
3. Löhne, Gehälter, soziale Abgaben sowie Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	in Tsd. Euro	393.037
4. Durchschnittliche Zahl der in den letzten zwölf Monaten vor dem Abschlussstichtag beschäftigten Arbeitnehmer		4.856

Waiblingen, im März 2019

ANDREAS STIHL AG & Co. KG
Die persönlich haftenden Gesellschafter
Dipl.-Ing. Hans Peter Stihl
STIHL AG

ERLÄUTERUNGEN

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Die Bewertung des Anlagevermögens erfolgt zu Anschaffungs- bzw. zu Herstellungskosten. Der Ansatz der Herstellungskosten umfasst das Fertigungsmaterial, die Fertigungslöhne sowie in angemessenem Umfang Material- und Fertigungsgemeinkosten. Gegenstände, deren Nutzung zeitlich begrenzt ist, werden planmäßig abgeschrieben. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit der Ansatz zu einem niedrigeren Wert erforderlich erscheint.

Die Bewertung der Gegenstände des Vorratsvermögens erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten oder dem niedrigeren beizulegenden Wert. Allgemeinen Absatzrisiken wird durch angemessene Reichweitenabschläge Rechnung getragen. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum jeweiligen Nennwert angesetzt. Erkennbaren Einzelrisiken und dem allgemeinen Kreditrisiko wird durch angemessene Wertabschläge Rechnung getragen. Die Pensionsrückstellungen werden nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren unter Zugrundelegung der Richttafeln Heubeck 2018 G ermittelt. Bei der Bemessung der übrigen Rückstellungen wird allen erkennbaren Risiken und ungewissen Verbindlichkeiten Rechnung getragen. Die Verbindlichkeiten werden mit dem Erfüllungsbetrag angesetzt.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Der Konzernabschluss umfasst die STIHL Holding AG & Co. KG sowie alle in- und ausländischen verbundenen Unternehmen (vgl. Übersicht).

Wegen untergeordneter Bedeutung werden die Carl Benz Center Objekt GmbH & Co. KG, Stuttgart, und die Carl Benz Center Neckarpark GmbH, Stuttgart, nicht in den Konzernabschluss einbezogen.

KAPITALKONSOLIDIERUNG

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt gemäß § 301 Abs. 1 bis Abs. 3 HGB. Vor dem 1. Januar 2010 entstandene Unterschiedsbeträge aus Erstkonsolidierungen wurden mit den Gewinnrücklagen verrechnet.

SONSTIGE KONSOLIDIERUNGSMETHODEN

Gruppeninterne Forderungen und Verbindlichkeiten, Umsätze, Erträge und Aufwendungen werden eliminiert. Zwischenergebnisse werden gemäß § 304 Abs. 1 HGB eliminiert. Auf Zwischenergebnisse sowie auf erfolgswirksame Teile der Schuldenkonsolidierung wird eine latente Steuerabgrenzung vorgenommen.

WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Die Umrechnung der Bilanzwerte der ausländischen Gesellschaften erfolgte für das Kapital und die Rücklagen zu den jeweiligen durchschnittlichen historischen Wechselkursen des jeweiligen Jahres. Die sonstigen Vermögens- und Schuldposten wurden mit den Devisenkassamittelkursen am Bilanzstichtag umgerechnet.

ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

DES KONZERNABSCHLUSSES DER STIHL HOLDING AG & CO. KG UND ZUR BILANZ DER ANDREAS STIHL AG & CO. KG

AKTIVA

(1) Finanzanlagen

Die ausgewiesenen Finanzanlagen betreffen im Konzernabschluss im Wesentlichen Beteiligungen, Wertpapiere des Anlagevermögens und sonstige Ausleihungen.

(2) Wertpapiere

Es handelt sich überwiegend um sonstige Wertpapiere, die der kurzfristigen Geldanlage dienen.

PASSIVA

(3) Eigenkapital

In den beiden Bilanzen ist das Eigenkapital gemäß § 9 Abs. 3 PublG in einer Summe ausgewiesen.

(4) Rückstellungen

Die Pensionsrückstellungen decken die bereits laufenden Versorgungsansprüche sowie die Anwartschaften.

Die sonstigen Rückstellungen beinhalten mögliche Rückstellungen für noch zu erbringende Personalleistungen, Garantieleistungen und sonstige ungewisse Risiken.

(5) Darlehen der Eva Mayr-Stihl Stiftung

Das Darlehen steht der ANDREAS STIHL AG & Co. KG zur Verfügung.

(6) Genussrechtskapital

Vom Angebot an die Mitarbeiter der ANDREAS STIHL AG & Co. KG, sich weiter in Form von Genussrechten am Kapital des Unternehmens zu beteiligen, wurde im Geschäftsjahr 2018 reger Gebrauch gemacht.

(7) Durchschnittlicher Personalbestand des Konzerns

Europa	7.690
Amerika	4.816
Asien/Ozeanien/Afrika	4.191
GESAMT	16.697

BETEILIGUNGSLISTE DER STIHL GRUPPE

Name der Gesellschaft	Anteil in %	Name der Gesellschaft	Anteil in %
KONSOLIDIERTE UNTERNEHMEN			
Inland			
STIHL Holding AG & Co. KG, Waiblingen	100,0	TOV ANDREAS STIHL Zemelna Kompanija, Kiew, Ukraine	100,0
STIHL AG, Waiblingen	100,0	ANDREAS STIHL EOOD, Sofia, Bulgarien	100,0
ANDREAS STIHL AG & Co. KG, Waiblingen	100,0	STIHL d.o.o. Beograd, Belgrad, Serbien	100,0
STIHL International Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Waiblingen	100,0	OOO ANDREAS STIHL Marketing, St. Petersburg, Russland	100,0
STIHL Vertriebszentrale AG & Co. KG, Dieburg	100,0	OOO STIHL SUEDWEST, Krasnodar, Russland	100,0
ANDREAS STIHL Verwaltungs-GmbH, Waiblingen	100,0	STIHL Limited, London, Ontario, Kanada	100,0
STIHL-Verwaltungsgesellschaft mbH, Waiblingen	100,0	ANDREAS STIHL S.A. de C.V., Cuautlancingo, Puebla, Mexiko	100,0
STIHL Kettenwerk Verwaltungs-GmbH, Waiblingen	100,0	STIHL SAS, Rionegro, Antioquia, Kolumbien	100,0
STIHL Beteiligungsgesellschaft GmbH & Co. KG, Waiblingen	100,0	STIHL Motoimplementos S.A.U., El Talar, Buenos Aires, Argentinien	100,0
STIHL Kettenwerk GmbH & Co. KG, Waiblingen	100,0	ANDREAS STIHL (PTY.) Ltd., Pietermaritzburg, Südafrika	100,0
Zama Holding GmbH, Waiblingen	100,0	Kabushiki Kaisha STIHL, Kaminokawa-machi, Tochigi, Japan	100,0
STIHL Digital GmbH, Waiblingen	100,0	Taicang ANDREAS STIHL Power Tools Co., Ltd., Taicang City, Jiangsu, China	100,0
Ausland			
STIHL Incorporated, Virginia Beach, Virginia, USA	100,0	ANDREAS STIHL Pvt. Ltd., Kuruli, Tal-Khed, Dist.-Pune, Indien	100,0
STIHL Ferramentas Motorizadas Ltda., São Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasilien	100,0	STIHL SERVICE CENTRE SOUTHEAST ASIA SDN. BHD., Petaling Jaya, Malaysia	100,0
ANDREAS STIHL Power Tools (Qingdao) Co., Ltd., Qingdao, China	100,0	STIHL MARKETING EAST AFRICA LIMITED, Nairobi, Kenia	100,0
STIHL Tirol GmbH, Langkampfen, Österreich	100,0	Zama Corporation Ltd., Tai Po, NT, Hongkong	100,0
STIHL Gesellschaft m.b.H., Vösendorf, Österreich	100,0	Zama Japan Kabushiki Kaisha, Hachimantai-shi, Iwate-Ken, Japan	100,0
STIHL Vertriebs AG, Mönchaltorf, Schweiz	100,0	Guang Dong Zama Precision Industry Co., Ltd., Guangdong, China	100,0
ANDREAS STIHL Ltd., Camberley, Surrey, Großbritannien	100,0	U.S.A. Zama, Inc., Franklin, Tennessee, USA	100,0
ANDREAS STIHL N.V., Puurs, Belgien	100,0	Zama Precision Industry Manufacturing Philippines, Inc., Sto. Tomas, Philippinen	100,0
ANDREAS STIHL SAS, Torcy, Marne-la-Vallée, Frankreich	100,0	Zama Precision Industry (Huizhou) Co., Ltd., Huizhou City, China	100,0
ANDREAS STIHL S.A., Torres de la Alameda, Spanien	100,0	STIHL PTY. Ltd., Knoxfield, Victoria, Australien	100,0
ANDREAS STIHL S.A., Sintra, Portugal	100,0	STIHL Limited, Auckland, Neuseeland	100,0
ANDREAS STIHL S.p.A., Cambiago, Italien	100,0	NICHT KONSOLIDIERTE UNTERNEHMEN	
ANDREAS STIHL S.A., Acharnes, Attika, Griechenland	100,0	Carl Benz Center Objekt GmbH & Co. KG, Stuttgart	100,0
ANDREAS STIHL A/S, Sandefjord, Norwegen	100,0	Carl Benz Center Neckarpark GmbH, Stuttgart	100,0
ANDREAS STIHL Norden AB, Stenkullen, Schweden	100,0	SONSTIGE BETEILIGUNGEN	
ANDREAS STIHL Oy, Vantaa, Finnland	100,0	BMZ Holding GmbH, Karlstein am Main	20,0
ANDREAS STIHL Sp. z o.o., Tarnowo Podgórne, Polen	100,0	Globe Holdings (Hong Kong) Co., Ltd., Hongkong	35,0
ANDREAS STIHL, spol. s r.o., Modřice, Tschechien	100,0	GreenIQ Ltd., Petah-Tikva, Israel	34,4
ANDREAS STIHL Kereskedelmi Kft., Biatorbágy-Budapark, Ungarn	100,0	Freiraum GmbH, Stuttgart	18,0
ANDREAS STIHL Motounelte S.R.L., Otopeni, Rumänien	100,0	High-Tech Gründerfonds III GmbH & Co. KG, Bonn	1,0
TOV ANDREAS STIHL, Kiew, Ukraine	100,0		

ORGANE DER GESELLSCHAFTEN

MITGLIEDER DES BEIRATS DER STIHL HOLDING AG & CO. KG

Dipl.-Ing. Hans Peter Stihl, Remseck
Ehrenvorsitzender des Beirats

Dr. Nikolas Stihl, Stuttgart
Vorsitzender des Beirats

Eva Mayr-Stihl, Remseck
Stellvertretende Vorsitzende des Beirats

Prof. Dr. h. c. Ludwig Georg Braun, Melsungen
(Mitglied des Beirats bis 27. Juni 2018)

Dipl.-Wirt.-Ing. Franz Fehrenbach, Stuttgart

Prof. Dr. Michael Hoffmann-Becking, Düsseldorf

Friedrich Merz, Düsseldorf und Arnsberg
Rechtsanwalt

Selina Stihl (M. Sc., MBA, ACA), Stuttgart

Dipl.-Ök. Karen Tebar, Waiblingen

Dr. Eberhard A. Veit, Göppingen
Geschäftsführender Gesellschafter 4.0-Veit GbR
und ehemaliger Vorstandsvorsitzender der Festo AG
(Mitglied des Beirats ab 27. Juni 2018)

MITGLIEDER DES VORSTANDS DER STIHL AG¹

Dr. Bertram Kandziora
Vorsitzender des Vorstands
Vorstand Produktion und Materialwirtschaft

Dipl.-Bw. (FH) Karl Angler
Vorstand Finanzen, Controlling, Informationssysteme und Service

Dipl.-Ing. (FH) Norbert Pick
Vorstand Marketing und Vertrieb

Dr. Michael Prochaska
Vorstand Personal und Recht

Dipl.-Ing. Wolfgang Zahn
Vorstand Entwicklung

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS DER STIHL AG

Dipl.-Ing. Hans Peter Stihl, Remseck
Ehrenvorsitzender des Aufsichtsrats

VERTRETER DER ANTEILSEIGNER

Dr. Nikolas Stihl, Stuttgart
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Dipl.-Wirt.-Ing. Franz Fehrenbach, Stuttgart
Weiterer stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats
Vorsitzender des Aufsichtsrats der Robert Bosch GmbH
und geschäftsführender Gesellschafter der Robert Bosch
Industrietreuhand KG

Prof. Dr. h. c. Ludwig Georg Braun, Melsungen
Vorsitzender des Aufsichtsrats der B. Braun Melsungen AG
(Mitglied des Aufsichtsrats bis 27. Juni 2018)

Prof. Dr. Michael Hoffmann-Becking, Düsseldorf
Rechtsanwalt und ehemaliger Partner der Sozietät Hengeler Mueller

Eva Mayr-Stihl, Remseck

Selina Stihl (M. Sc., MBA, ACA), Stuttgart

Dipl.-Ök. Karen Tebar, Waiblingen
(Mitglied des Aufsichtsrats ab 27. Juni 2018)

VERTRETER DER ARBEITNEHMER

Günter Meyer, Weinsheim
Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats (ab 27. Juni 2018)
Betriebsratsvorsitzender des Werks Weinsheim der
ANDREAS STIHL AG & Co. KG

Marcus Retter, Ingersheim
Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats (bis 27. Juni 2018)
Sachbearbeiter Werkschutz der ANDREAS STIHL AG & Co. KG
(Mitglied des Aufsichtsrats bis 27. Juni 2018)

Dipl.-Kfm. Thomas Bamesberger, Stuttgart
Bereichsleiter Produktion und Logistik der
ANDREAS STIHL AG & Co. KG

Marion Freytag, Burgstetten
Sachbearbeiterin im Qualitätsbereich Kurbeltriebfertigung der
ANDREAS STIHL AG & Co. KG
(Mitglied des Aufsichtsrats ab 27. Juni 2018)

Tatjana Funke, Stuttgart
Gewerkschaftssekretärin der IG-Metall-Bezirksleitung
Baden-Württemberg (Mitglied des Aufsichtsrats ab 27. Juni 2018)

Matthias Fuchs, Ludwigsburg
Erster Bevollmächtigter der IG-Metall-Geschäftsstelle Waiblingen

Dr. Klaus Langhans, Winnenden
Abteilungsleiter in der Konstruktion Blasgeräte der
ANDREAS STIHL AG & Co. KG
(Mitglied des Aufsichtsrats ab 27. Juni 2018)

Dipl.-Ing. (FH) Hardy Völler, Winnenden
Hauptabteilungsleiter Produktionscenter Kunststoffteile der
ANDREAS STIHL AG & Co. KG
(Mitglied des Aufsichtsrats bis 27. Juni 2018)

Gerhard Wick, Geislingen an der Steige
Erster Bevollmächtigter der IG-Metall-Geschäftsstelle Esslingen
(Mitglied des Aufsichtsrats bis 27. Juni 2018)

¹ Die STIHL AG ist geschäftsführende Gesellschafterin der STIHL Holding AG & Co. KG und der ANDREAS STIHL AG & Co. KG.

60

JAHRE CONTRA EIN ECHTER KNÜLLER



Ende der 1950er-Jahre läuft das Geschäft gut für Andreas Stihl, die Krise der Nachkriegsjahre ist überstanden. Mit einer hoch motivierten Belegschaft, zum Teil noch aus den Gründungsjahren, und neuen Produkten arbeitet sich STIHL nach oben. Und doch: Der Markt verlangt nach etwas Neuem – nach einem echten Knüller. Andreas Stihl macht sich in dem Zuge Gedanken über eine getriebelose Säge. Angespornt wird der erfolgreiche Ingenieur dabei von seinen Mitarbeitern und von den Mitbewerbern. Denn in den USA erobern ebendiese Sägenmodelle die Herzen der Kunden.

1959 ist es dann so weit: Die legendäre Contra kommt – und revolutioniert die Waldarbeit. Mit 12 Kilogramm und 6 PS ist sie leichter und effizienter als alle Wettbewerbsprodukte. Die Ausstattungsmerkmale Membranvergaser und Hobelzahnkette machen sie zur „ersten wirklich konkurrenzfähigen getriebelosen Motorsäge auf dem Markt“. Forstbetriebe können mit ihr die eigene Produktivität um bis zu 200 Prozent steigern. Mit der Benzin-Motorsäge fährt STIHL zweistellige Umsatzsteigerungen ein. In Nordamerika tritt die Säge ihren Siegeszug unter dem Namen „Lightning“ (Blitz) an.

Die Erfolgsgeschichte der Contra dauert von 1959 bis 1968, während derer weitere Innovationen die revolutionäre Motorsäge ergänzen. 1965 etwa findet in der Contra das patentierte STIHL Antivibrationssystem erstmals Anwendung.

IMPRESSUM

Herausgeber

STIHL Holding AG & Co. KG
Badstraße 98
71336 Waiblingen
Deutschland
www.stihl.de

Redaktion

Antje Raecke, STIHL
Unternehmenskommunikation

Konzeption und Gestaltung

3st kommunikation GmbH,
Mainz

Druckerei

Drake Media GmbH,
Bad Oeynhausen

Papier

Condat matt Périgord

Fotografie

STIHL [Umschlag, S. 2, 8–9, 13, 17, 66]
KD Busch, Fellbach [S. 2, 4–6, 12, 14–16]
brand eins Wissen [S. 3, 10–12, 15–16]
Günther Bayerl, Ulm [S. 3, 18–23]
Joseph Mbugua Muhoro,
Nairobi [S. 3, 26–30]
Thomas Kettner, Hamburg [S. 34–35, 37]

Hinweise

Die STIHL Gruppe legt großen Wert auf die Gleichbehandlung von Frauen und Männern in Gesellschaft und Unternehmen. Nur aus Gründen besserer Lesbarkeit verzichten wir in vereinzelt in dieser Publikation auf die ausdrückliche Unterscheidung zwischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kundinnen und Kunden etc. und verwenden jeweils den Plural der männlichen Form.

Dieser Geschäftsbericht erscheint auch in englischer Sprache.





JAHRESRÜCKBLICK

2018

JANUAR



Das neue **ZAMA** Werk in Huizhou ist weltweit eines der modernsten und umweltfreundlichsten in der Vergaserindustrie und stärkt das globale Produktionsnetzwerk von **STIHL**.

FEBRUAR



Als eines der ersten deutschen Unternehmen entwickelt **STIHL** ein Escape Game als **INNOVATIVES HR-INSTRUMENT**.

MÄRZ



Beim Richtfest der **VERTRIEBSLOGISTIK** in Ludwigsburg wird ein weiterer Meilenstein bei der Werkserweiterung erreicht.

APRIL



Roboter los: **STIHL SPANIEN** investiert mit dem neuen, modernen System **AutoStore** in die Zukunft der Ersatzteillogistik.

JULI



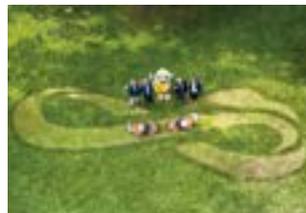
Nach weniger als zwei Jahren wird im Süden Russlands ein **NEUES VERTRIEBSGEBÄUDE** fertiggestellt – mit einem Verkaufsgebiet, das doppelt so groß ist wie Deutschland.

AUGUST



Mit der brandneuen **STIHL MS 500i** als Wettkampfsäge gibt es für die deutschen Starter bei den Waldarbeiter-Weltmeisterschaften mehrfach Gold.

SEPTEMBER



Unendlich passend – **STIHL** unterstützt als **DIAMANTSPONSOR** die Remstal Gartenschau 2019.

OKTOBER



In Liverpool gewinnt der Australier Laurence O'Toole zum ersten Mal die **STIHL TIMBERSPORTS® WM** und entthront den Rekordweltmeister Jason Wynyard.

MAI



Als Innovation des Jahres wird die Recruiting-Plakatkampagne „Undercover“ im Rahmen der Employer Branding Awards mit einem **SONDERPREIS** ausgezeichnet.

JUNI



Die neue ZAMA Fabrik in Huizhou erhält eine Auszeichnung für überdurchschnittliches Engagement im Bereich **NACHHALTIGKEIT**.

JULI



STIHL verbindet: Mit einer **STÄDTEPARTNERSCHAFT** besiegeln Waiblingen und Virginia Beach die enge Verbundenheit der beiden Gemeinden.

NOVEMBER



Am Standort in São Leopoldo wird das neue **RESEARCH AND DEVELOPMENT CENTER** von STIHL Brasilien feierlich in Betrieb genommen.

NOVEMBER



Mit dem Aufbau einer **EIGENEN AKKUFERTIGUNG** am Stammsitz in Waiblingen untermauert STIHL seinen Anspruch auf Technologieführerschaft.

DEZEMBER



Mit der Unterzeichnung des Kooperationsvertrags zur **MIA STIHL KINDERTAGESSTÄTTE** ist ein weiterer Meilenstein zum Ausbau des Kinderbetreuungsangebots gesetzt.



STIHL Holding AG & Co. KG
Badstraße 98
71336 Waiblingen
Deutschland

WWW.STIHL.DE