

Gordon Riske
Vorsitzender des Vorstands der KION GROUP AG

Ordentliche Hauptversammlung
KION GROUP AG

Wiesbaden, 19. Mai 2014

- Es gilt das gesprochene Wort -

I. Begrüßung

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
meine sehr geehrten Damen und Herren,
auch von Seiten des Vorstands ein herzliches Willkommen.

Diese erste Hauptversammlung der KION GROUP AG ist etwas ganz besonderes für uns. Ohne unseren erfolgreichen Börsengang im Juni 2013 wären wir nicht hier versammelt. Ich danke Ihnen deshalb nicht nur für Ihr Kommen. Ich danke Ihnen insbesondere für das Vertrauen, das Sie uns durch Ihre Investition in die KION Group beweisen. Dieses Vertrauen wollen wir nicht enttäuschen.

Der kurze Film zeigt: Wir bewegen uns in einem Markt, der sehr viele Bereiche unseres täglichen und wirtschaftlichen Lebens berührt. Ob Regale in Supermärkten aufgefüllt werden, ob das Paket vom Online-Händler auf die Reise geht oder ob ein Bauteil just in time die Montage erreicht... es gibt kaum ein Gut, das nicht von Gabelstaplern bewegt wird. Die Logistik wird immer feingliedriger. Auch in aufstrebenden Märkten rücken Stapler und Lagertechnik an die Stelle von Muskelkraft und Sackkarre.

Unsere Stapler sind das Rückgrat der Weltwirtschaft.

Es ist etwas ganz Besonderes, für dieses großartige Unternehmen – für Ihr Unternehmen – arbeiten zu dürfen. So geht es unseren über 22.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Tag für Tag. Und auch mir und meinen Vorstandskollegen.

II. Vorstellung der Gliederung

Meine Damen und Herren,
ich werde Ihnen zunächst über das abgelaufene Geschäftsjahr berichten. Ein Geschäftsjahr, das wirtschaftlich solide an die Vorjahre anknüpft. Ich werde dann den Blick nach vorne richten – auf das laufende Geschäftsjahr 2014 und darüber hinaus. Abschließend werde ich Ihnen unsere Strategie 2020 vorstellen. Diese Strategie ist unser Wegweiser für den Pfad der KION Group in eine weiterhin erfolgreiche Zukunft. Auf diesen Weg startet die KION Group von einer erstklassigen Ausgangsbasis aus.

III. Rückblick

Werfen wir zunächst einen Blick zurück. Das Jahr 2013 war ein Jahr wichtiger Meilensteine für unser Unternehmen.

Meilensteine 2013

Herausragend war unser erfolgreicher Börsengang am 28. Juni 2013 – vielbeachtet auch deshalb, weil wir den Schritt aufs Parkett trotz eines sehr schwierigen Marktumfeldes geschafft haben. Seitdem ist der Kurs unserer Aktie um mehr als 30 Prozent gestiegen. Das ist ein klarer Vertrauensbeweis in das Potenzial, das in der KION Group steckt. Und es bestätigt diejenigen, die in unser Unternehmen investiert haben – wie Sie.

Die KION Group steht jetzt auf einer noch stärkeren finanziellen Basis. Die Erlöse aus den Kapitalerhöhungen im Zuge des Börsengangs wurden zum Schuldenabbau verwendet und verschaffen uns eine ausgesprochen robuste Eigenkapitalausstattung.

Ein weiterer Meilenstein: 35 Prozent aller Bestellungen von Neufahrzeugen der KION Group stammten 2013 aus Wachstumsmärkten – so viele wie nie zuvor. Das unterstreicht den Erfolg unserer Strategie, unsere Präsenz dort frühzeitig auszubauen – sei es in China, Brasilien oder Indien.

Dabei greift die KION Group auf langjährige Erfahrung zurück. Wir waren eines der ersten deutschen Unternehmen, das in China ein eigenes Werk und eigene Vertriebs- und Servicestrukturen aufgebaut hat: Im Dezember feierten wir das 20-jährige Jubiläum unserer Marke Linde in China. Gleichzeitig ist das 100.000ste, im Reich der Mitte produzierte Fahrzeug vom Band gerollt. In unserem chinesischen Entwicklungszentrum arbeiten fast 30 Prozent unserer Entwicklungsingenieure im Konzern.

Auch in Brasilien sind wir zu Hause, mit den Marken STILL und Linde. Vergangenes Jahr haben wir unser altes Werk in Rio de Janeiro durch ein neues Werk in der wirtschaftsstarken Region Sao Paulo ersetzt. Auf der grünen Wiese ist die modernste Produktionsstätte in unserem weltweiten Werksverbund entstanden. Dort produzieren wir neben Lagertechnikgeräten jetzt auch Gegengewichtsstapler der Marken STILL und Linde für unsere Kunden in Südamerika.

Ein weiterer langfristig vielversprechender Markt ist Indien. So wie es für uns vor 20 Jahren auch China war. Nach der vollständigen Übernahme der Marke Voltas haben wir 2013 die Produktion im neuen Werk in Pune hochgefahren. Bewährte Konzern-Technologie bildet die Basis für eine auf den indischen Markt zugeschnittene neue Produktpalette der Marke Voltas. Sie wird von unseren Kunden hervorragend angenommen.

Auch aus globaler Sicht haben wir unser Produktangebot im vergangenen Jahr weiter ausgebaut. Über ein Dutzend Fahrzeuge und Fahrzeugfamilien sind hinzugekommen. Unsere schlagkräftige Mehrmarkenstrategie und unsere weltweite Präsenz bieten uns entscheidende Vorteile. Erfolgreiche Produkte passen wir an die spezifischen Bedürfnisse unserer Kunden in den jeweiligen Regionen an. Eine zunehmend wichtige Rolle spielt dabei unser chinesisches Entwicklungszentrum. Vor allem für die schnell wachsenden Märkte entstehen dort neue Produkte und Plattformen.

Zudem bauen wir unser Service- und Vertriebsnetz weiter aus, insbesondere in den aufstrebenden Märkten. So hat unsere Marke STILL seit Mitte 2013 die Mehrheit an dem türkischen Händler Arser inne. Linde ist mit neuen Niederlassungen in Thailand und Malaysia vertreten. Damit etablieren wir auch in Wachstumsmärkten unser erfolgreiches integriertes Geschäftsmodell mit hohem Service-Anteil.

Das Service-Geschäft wächst mit der Flotte. Es steuert inzwischen deutlich mehr als 40 Prozent zum Konzernumsatz bei – stabil und margenstark. 1,2 Millionen Fahrzeuge unserer Marken sind rund um den Globus im Einsatz. Auch in den Wachstumsmärkten macht sich dies bemerkbar. So entfällt in China bereits ein Viertel unseres Umsatzes auf das Service-Geschäft.

Ein weiterer, für uns strategisch besonders wichtiger Meilenstein: Unsere strategische Partnerschaft mit Weichai Power füllen wir mit Leben. Linde Produkte werden in China über Niederlassungen unseres Partners vertrieben. Erste Stapler von Baoli statten wir mit Weichai-Motoren aus. Gemeinsame Einkaufsprojekte verschaffen beiden Seiten Größenvorteile und damit günstigere Konditionen.

Geschäftsjahr 2013

Kommen wir zu den konkreten Zahlen. Auch wirtschaftlich war 2013 für die KION Group ein durch und durch solides Geschäftsjahr.

Der Weltmarkt für Stapler und Lagertechnikgeräte zog im vergangenen Jahr deutlich an: um sieben Prozent. Treiber waren China und die USA. Die weltweite Nachfrage hat erstmals die Marke von einer Million Fahrzeugen übertroffen.

Unser Marktanteil lag 2013 bei mehr als 14 Prozent. Unser Service-Geschäft haben wir ausgebaut. Wir haben unsere starke, weltweite Marktposition verteidigt. All dies haben wir trotz eines schwierigen Marktumfeldes in Westeuropa erreicht. Westeuropa war in den ersten neun Monaten des vergangenen Jahres von einer spürbaren Investitions-Zurückhaltung unserer Kunden geprägt.

Aber die jüngste Entwicklung hier in unserem westeuropäischen Kernmarkt macht Mut. Im letzten Quartal 2013 wuchs dieser Markt wieder kräftig um rund zehn Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Und dieser positive Trend setzt sich fort.

In diesem zweigeteilten Marktumfeld schlossen unser Auftragseingang und Umsatz 2013 an das hohe Niveau des Vorjahres an. Wertmäßig betrug der Auftragseingang im Konzern 4,490 Milliarden Euro. Dabei haben ungünstige Währungseinflüsse ihre Spuren hinterlassen. Ohne diese Effekte in Höhe von rund 74 Millionen Euro erreichte die KION Group beim Auftragseingang annähernd das hohe Niveau des Vorjahres.

Unser Umsatz ging im Vergleich zum Vorjahr – bereinigt um das verkaufte Hydraulik-Geschäft – leicht auf 4,495 Milliarden Euro zurück. Auch hier machten sich Währungseffekte von 75 Millionen Euro deutlich bemerkbar. Ohne sie hätten wir den Vorjahresumsatz übertroffen.

Unser operatives Ergebnis stieg auf eine neue Bestmarke. Das bereinigte EBIT haben wir um zwei Prozent auf rund 417 Millionen Euro gesteigert – ein neuer Rekordwert. Dank unserer Technologieführerschaft konnten wir Preisanhebungen durchsetzen.

Auch in den Wachstumsmärkten erzielen wir aufgrund des Mehrwerts, den wir unseren Kunden bieten, attraktive Margen. Sie stehen denen in unseren Heimatmärkten in nichts nach.

Trotz des Gegenwindes auf dem europäischen Markt haben wir unser Ziel erreicht, unsere EBIT-Marge zu steigern und zwar von 9,0 Prozent 2012 auf den Rekordwert von 9,3 Prozent. Das ist ein weiterer wichtiger Schritt auf unserem Weg zu einer zweistelligen EBIT-Marge.

Der Free Cashflow war mit 202,6 Millionen Euro stark, nach einem Jahr mit ebenfalls vielen Sondereffekten. Das Konzernergebnis war mit 138,4 Millionen Euro deutlich positiv. Das Konzernergebnis des Vorjahres von 161 Millionen Euro war überwiegend auf einen Sondereffekt von rund 155 Millionen Euro aus den Weichai-Transaktionen zurückzuführen. Also sehen Sie auch hier eine sehr erfreuliche Entwicklung.

An dieser positiven Entwicklung beteiligen wir Sie, unsere Aktionäre, bereits im Jahr des Börsengangs mit einer Dividende: Vorstand und Aufsichtsrat der KION Group schlagen der Hauptversammlung eine Ausschüttung von 0,35 Euro pro Aktie vor. Das sind 25 Prozent unseres Netto-Ergebnisses. Im Rahmen einer ertragsorientierten Dividendenpolitik planen wir, die Ausschüttungsquote in den kommenden Jahren schrittweise auf 35 Prozent zu steigern.

Gleichzeitig wollen wir in den kommenden Jahren die attraktiven Wachstumschancen in unserem globalen Geschäft nutzen und auch die kontinuierliche Verbesserung unseres Verschuldungsgrads fortsetzen.

Den Erfolg der KION Group verdanken wir dem täglichen Einsatz und der Kreativität unserer Mitarbeiter, die Herz und Rückgrat der KION Group bilden. Ihnen danke ich – auch im Namen des Aufsichtsrats und des Vorstands der KION GROUP AG – sehr herzlich für ihr großartiges Engagement.

Wir wollen künftig auch unsere Mitarbeiter zu Eigentümern des Unternehmens machen. Deshalb werden wir noch in 2014 ein Mitarbeiter-Beteiligungsprogramm starten, zunächst in Deutschland und ab 2015 auch international.

Unsere Netto-Finanzverbindlichkeiten haben wir im Zuge des Börsengangs aber auch durch operativen Cashflow auf 979 Millionen Euro verringert. Unser Verschuldungsgrad zum Jahresende belief sich somit auf das 1,4fache des EBITDA. Damit haben wir den Wandel zu einem börsennotierten Unternehmen auch bei der Kapitalstruktur vollzogen. 2014 und in den nächsten Jahren wollen wir unseren Schuldenstand und Verschuldungsgrad noch weiter zurückfahren.

Erst vor gut einem Monat haben wir Unternehmensanleihen im Wert von 525 Millionen Euro zurückgezahlt und unsere Finanzierungsstruktur weiter verbessert. Durch diesen Schritt sparen wir Zinskosten in Höhe von 20 Millionen Euro pro Jahr.

Wir gewinnen so zusätzliche Spielräume, um unsere Profitabilität zu steigern und unsere Wachstumsstrategie weiter konsequent umzusetzen.

In diese Richtung zielen auch zwei Punkte der Tagesordnung unserer heutigen Hauptversammlung, auf die ich Sie hinweisen möchte: Zum einen bitten wir unter Punkt acht um Ihre Zustimmung, zehn Prozent genehmigtes Kapital mit der Möglichkeit zum Bezugsrechtsausschluss schaffen zu können.

Zum anderen bitten wir Sie unter Punkt neun um Ihre Ermächtigung, dass wir Schuldverschreibungen mit Wandel- oder Optionsrechten mit der Möglichkeit zum Bezugsrechtsausschluss ausgeben können. Um diese Schuldverschreibungen zu bedienen, soll ein bedingtes Kapital geschaffen werden.

Wir schlagen Ihnen diese Ermächtigungen vor, damit wir bei der Beschaffung von Kapital flexibel sind. Unser Ziel ist, Finanzierungs- oder Akquisitionsmöglichkeiten mit Eigenkapital auch kurzfristig nutzen zu können. So etwa, um geschäftliche Chancen zu nutzen oder unsere Eigenkapitalbasis zu stärken. Solche Handlungsoptionen sind bei börsennotierten Unternehmen üblich. Einzelheiten sind in den Vorstandsberichten zu den Tagesordnungspunkten acht und neun erläutert, die in der Hauptversammlungseinladung abgedruckt sind.

Verantwortung und Nachhaltigkeit

Im vergangenen Jahr haben wir uns selbstverständlich nicht nur darauf konzentriert, unsere Profitabilität zu steigern. Wir haben auch in Sachen Verantwortung und Nachhaltigkeit Akzente gesetzt. Sie geben unserem Unternehmen Kraft und Halt wie die Wurzeln einem Baum.

Im Fokus steht für uns als neu börsennotierte Gesellschaft die verantwortungsbewusste Unternehmensführung nach ethischen Grundsätzen. Dass entsprechende Regeln innerhalb des Unternehmens von allen kompromisslos beachtet werden, ist für uns als Vorstand und Aufsichtsrat selbstverständliche Grundlage für nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg unseres Unternehmens.

Unser KION Group Code of Compliance gibt allen Mitarbeitern verständliche Leitlinien, wie sie sich beispielsweise bei schwierigen Fragen der geschäftlichen Ethik verhalten. Damit dieser Katalog unsere Mitarbeiter effektiv und effizient erreicht, setzen wir auf umfassende Informationsangebote und moderne Trainingsmethoden.

Ökologische, ökonomische und soziale Aspekte unseres unternehmerischen Handelns stehen in einem ausgewogenen Verhältnis. Für die KION Group, ihre Führungskräfte und Mitarbeiter, ist auch das selbstverständlich.

Hierfür gestalten wir unsere eigenen Produktionsprozesse weltweit so nachhaltig und sicher wie möglich. Mit unseren sicheren und umweltfreundlichen Produkten helfen wir aber auch unseren Kunden, hohe Standards für Arbeitssicherheit einzuhalten, Energie zu sparen und Emissionen zu reduzieren.

Innovationen

Unsere Kunden wissen: Unsere Marken definieren mit ihren Innovationen regelmäßig neue Standards – in allen Marktsegmenten unserer Industrie. Dafür investiert die KION Group kräftig in neue Technologien. Mit einem Gesamtaufwand für Forschung und Entwicklung von über 114 Millionen Euro im Jahr 2013 liegen wir an der Spitze unserer Industrie.

Ein Beispiel: Unsere Entwicklungsteams arbeiten fortwährend daran, den Schadstoffausstoß unserer Flurförderzeuge mit Verbrennungsmotoren weiter zu reduzieren. Hierdurch liegen unsere Produkte weit unter den erforderlichen Grenzwerten, beispielsweise beim Partikelaustritt. Bei den Dieselstaplern Linde H25 bis H35 EVO sind es mehr als 80 Prozent.

Wir definieren so neue Standards in unserer Industrie. Gleichzeitig reduzieren diese Entwicklungen den Kraftstoffverbrauch, so dass unsere Produkte noch wettbewerbsfähiger werden.

Seit Dezember 2013 kooperieren Linde Material Handling und das BMW Werk Leipzig. In einem vom Bundesverkehrsministerium geförderten Forschungsprojekt erhielt BMW Stapler und Schlepper mit umweltfreundlichem Wasserstoffantrieb für die BMWi- Produktion. Das ist ein wichtiger Schritt hin zur Serienreife von Flurförderzeugen mit dieser zukunftsweisenden Antriebsart.

Ressourcenschonung

Verantwortung übernehmen wir auch durch Schonung unserer Ressourcen: Rohstoffe besser zu nutzen, recyclingfähige Materialien einzusetzen und Abfall zu reduzieren, ist für die KION Group längst Verpflichtung.

Im vergangenen Jahr ließ sich STILL neben seinem Arbeitsschutzmanagement auch sein Umwelt- und Energiemanagementsystem im Hamburger Stammwerk zertifizieren. Durch effizienten Energieeinsatz und Ressourcenschonung will STILL in den kommenden Jahren weiter Energie einsparen.

Sozialstandards

Auch bei den Sozialstandards setzen wir Maßstäbe. Der Erfolg unseres Unternehmens beruht auch auf der Verantwortung, die die KION Group für ihre Mitarbeiter übernimmt. Weltweit gelten an unseren Standorten einheitliche und verbindliche Beschäftigungs-Standards. Damit unterstreichen wir unser Bekenntnis zu fairen und sicheren Arbeitsbedingungen.

Wir bieten unseren Mitarbeitern attraktive Arbeitsbedingungen und Perspektiven in einer international ausgerichteten Unternehmensgruppe. Immer wichtiger wird es dabei, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu fördern. Dies unterstützen wir durch flexible Arbeitszeitmodelle. Altersgerechte Arbeitsbedingungen und Gesundheitsprogramme bieten wir ebenso wie fast allen Mitarbeitern in Deutschland und vielen Beschäftigten im Ausland Pensionszusagen mit festen Leistungsansprüchen.

Unerlässlich ist eine sichere Arbeitsumgebung. Unfallanalysen und detaillierte Pläne haben geholfen, die Risiken am Arbeitsplatz und auf dem Weg dorthin spürbar zu senken.

Frauen in Führungspositionen

Ein weiteres Anliegen ist uns ein höherer Anteil weiblicher Beschäftigter. Frauen besetzen heute bei der KION Group acht Prozent der Führungspositionen. Aber ihr Potenzial wollen und müssen wir stärker nutzen. Als eines unserer strategischen Ziele soll sich bis 2020 dieser Anteil verdoppeln.

Allerdings haben wir durchaus bereits erfolgreiche Frauen an Bord, und zwar bis auf die Geschäftsführungsebene. Um zwei Beispiele zu nennen: Sabine Neuß, Geschäftsführerin Produktion bei Linde Material Handling, ist Ende April in den Aufsichtsrat der Continental AG gewählt worden, einem unserer wichtigen Zulieferer. Und mit Andrea Neuroth steht eine andere erfolgreiche Frau an der Spitze unserer Financial Services Organisation.

IV. Ausblick für das Geschäftsjahr 2014

Damit komme ich zum Ausblick auf das Geschäftsjahr 2014.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
meine sehr geehrten Damen und Herren,
Wir blicken mit Optimismus auf das laufende Jahr und darüber hinaus.

2014 sehen wir weitere Impulse für eine Stabilisierung der Nachfrage nach Flurförderzeugen in Westeuropa und weiteres Wachstum in Nordamerika und Asien. Entsprechend erwarten wir eine moderate Steigerung des Weltmarkts. Auch unsere längerfristige Erwartung ist positiv: Wir rechnen in den kommenden Jahren mit einem durchschnittlichen jährlichen Marktzuwachs von rund vier Prozent.

Dieses Marktpotenzial wollen wir optimal ausschöpfen. Wir knüpfen an unseren Wachstumskurs an. Auftragseingang und Umsatz wollen wir im laufenden Jahr leicht steigern. Das Servicegeschäft soll dabei erneut einen deutlichen Beitrag leisten.

Wir erwarten, dass unser operatives Ergebnis spürbar wächst. Unsere EBIT-Marge soll weiter steigen: durch angemessene Preisdurchsetzung, niedrigere Kosten, durch unsere Modul- und Plattformstrategien sowie besser ausgelastete Werke.

Wir wollen den operativen Cashflow steigern, um einen Free Cashflow signifikant über dem Vorjahreswert zu erreichen. Wir wollen unsere Nettoverschuldung aus dem operativen Cashflow weiter verringern und so unsere Kapital- und Finanzierungsstruktur nochmals verbessern. In einem Satz: Wir wollen 2014 profitabel wachsen und dauerhaft unsere Marktposition weltweit verbessern.

Das 1. Quartal dieses Jahres stimmt uns zuversichtlich, unsere Ziele zu erreichen: Wir haben daher vorletzte Woche unsere Prognose für 2014 bestätigt. Die Aufträge zogen im 1. Quartal dank der Konjunkturerholung in Westeuropa und dank eines robusten Geschäfts in Wachstumsmärkten merklich an. Unser Auftragsbestand hat sich substantiell erhöht.

Umsatz und operatives Ergebnis spiegelten erwartungsgemäß noch die durchwachsende Marktsituation des Vorjahres und die übliche saisonale Schwäche in den ersten drei Monaten eines Jahres wider.

Gründe für den positiven Ausblick

Warum blicken wir so positiv in die Zukunft?

Wir sind in einem wachsenden Markt tätig. Globale Megatrends treiben die Nachfrage nach unseren Produkten. Und wir haben eine Strategie entwickelt, mit der die KION Group langfristig von diesen Trends profitiert und als Marktführer wachsen wird.

We keep the world moving: Der kurze Film zu Beginn meiner Rede zeigt, was die KION Group attraktiv und stark macht – für Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre, für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und für unsere Kunden. Die Botschaften des Films lassen sich mit drei Aussagen auf den Punkt bringen.

- Erstens: Unser Markt – der Markt für Flurförderzeuge – wächst schneller als die Weltwirtschaft, seit 1980 rund anderthalbmal so schnell. Wichtigste Treiber sind die Industrialisierung der Schwellenländer, die Globalisierung des Welthandels und die zunehmende Fragmentierung der Liefer- und Wertschöpfungsketten.
- Zweitens: Wir sind stark in unserem Heimatmarkt und gut positioniert in den Wachstumsmärkten.
- Drittens: Wir haben ein robustes integriertes Geschäftsmodell mit hohem Service-Anteil.

Unsere Technologieführerschaft stützt unsere Premiumpositionierung und schafft einen einzigartigen Kundenmehrwert, der uns bezahlt wird. Mehr als die Hälfte unserer Neuverkäufe beinhalten Finanzierungsverträge, verbunden mit laufenden Service-Verträgen. Nach dem Ablauf der Finanzierung gehen die Stapler in unsere Mietflotte oder unser Gebrauchtg Geschäft.

Damit schließt sich dann der Kreislauf, in dem die KION Group profitable Umsätze während des gesamten Lebenszyklus eines Staplers erzielt. Kundendienstleistungen, das Geschäft mit gebrauchten Fahrzeugen und Finanzdienstleistungen steuern deutlich über 40 Prozent zum Umsatz bei.

V. Strategie 2020

Meine Damen und Herren, die KION Group hat sich in den letzten Jahren und in 2013 exzellent entwickelt. Dieser Erfolg ist Ausgangspunkt für unsere Strategie 2020. Wir wollen weiter wachsen und die Marktführerschaft in unserer Branche übernehmen. Auf dem Weg dahin wollen wir die starke globale Aufstellung der KION Group und markenübergreifende Synergien noch besser nutzen.

Zusammenfassung Strategie 2020

Wir wollen uns in allen relevanten Bereichen mit den besten Herstellern von Investitionsgütern messen – auch über unsere direkten Wettbewerber hinaus.

Was bedeutet dieses Ziel im Einzelnen?

Bei Unternehmensgröße und Marktdurchdringung streben wir an, global mindestens auf Augenhöhe mit unserem wichtigsten Wettbewerber zu sein. Unsere Position als ergebnisstärkster Anbieter unserer Industrie wollen wir weiter ausbauen. Mittelfristig streben wir eine zweistellige EBIT-Marge an. Damit geht einher, dass wir unsere Kapitalrendite weiter verbessern wollen. Darüber hinaus haben wir das Ziel, unsere Widerstandsfähigkeit bei Umsatzeinbußen in konjunkturellen Turbulenzen weiter zu stärken. Wir wollen auch in Krisenjahren profitabel bleiben.

Wie wollen wir diese Ziele erreichen?

Stark wachsende Märkte im Fokus

Wir haben bei unseren regionalen Wachstumsstrategien die stark wachsenden Regionen im Fokus. Wir wollen unsere globale Spitzenposition auch auf Märkte wie die USA und China ausweiten. Dafür entwickeln wir die passenden Markenstrategien, wettbewerbsfähige Produkte, Vertriebsstrukturen und zusätzliche Kooperationen.

Besonders haben wir die Vereinigten Staaten im Blick. Sie sind für uns bisher ein beinahe weißer Fleck auf der Landkarte. Wir entwickeln derzeit neue Produkte für diesen speziellen Markt. Basis sind globale Produktplattformen aus unserem chinesischen Entwicklungszentrum.

Daneben wollen wir das Service-Geschäft ausbauen. In unserem Werk in South Carolina gibt es ausreichende Kapazitätsreserven. Außerdem können wir auf ein bestehendes Händlernetz zurückgreifen. Unsere Marke Linde soll sich in Nordamerika auf Gegengewichtsstapler spezialisieren, während STILL die Lagertechnik abdeckt.

Aftersales und Dienstleistungen

Aftersales und Dienstleistungen sind eine weitere Stoßrichtung unserer Strategie 2020. Ich habe Ihnen Wirkungsweise und Vorteile unseres integrierten Geschäftsmodells erläutert. Weltweit sind 1,2 Millionen Fahrzeuge unserer Marken im Einsatz. Das ist eine exzellente Basis, um weitere Potenziale konsequent auszuschöpfen. Das wollen wir tun!

Mehrmarkenstrategie

Mit ihrer bewährten Mehrmarkenstrategie hat die KION Group den entscheidenden Vorteil, gleich sechs Marken unter ihrem Dach zu vereinen. So decken wir die unterschiedlichen Segmente und Märkte optimal ab: Da sind zum einen die drei Marken Linde, STILL und Baoli, die im Rahmen der Strategie 2020 eine globale Rolle spielen. Zum anderen gibt es die drei regionalen Marken Voltas in Indien, Fenwick in Frankreich und OM STILL in Italien.

Globale Plattform- und Modulstrategie

Eine globale Plattform- und Modulstrategie hilft uns, Synergien marken- und regionenübergreifend optimal zu nutzen. In den Wachstumsmärkten arbeiten unsere Entwickler künftig noch enger als bisher über Markengrenzen hinweg zusammen und nutzen gemeinsame Plattformen. In Europa kommen markenübergreifend gemeinsame Module zum Einsatz. Gleichzeitig stärken wir hier die Differenzierung unserer Premiummarken Linde und STILL. Was an Modulen und Plattformen im Konzern entwickelt wird, steht allen Marken und allen Regionen für deren Produkte zur Verfügung.

Produktionsverbund

Auch die Produktion lassen wir nicht außen vor: Wir setzen alles daran, die Auslastung unserer Produktion weiter zu steigern und unsere Fertigungstiefe zu optimieren.

Unterstützende Funktionen

Unsere Strategie umfasst alle Bereiche, auch die unterstützenden Funktionen. Wir wollen überall – von der Produktion bis hin zu Marketing, Vertrieb und Service – Volumeneffekte und Effizienzgewinne konsequent nutzen.

Was haben wir uns im Rahmen der KION Group Strategie 2020 konkret für 2014 vorgenommen?

- Wir richten unsere globalen Werksstrukturen auf die erwartete Steigerung der Stückzahlen aus. Das Ziel dabei: Noch näher an den wachsenden Absatzmärkten zu produzieren.
- Wir starten – wie erläutert – die Entwicklung von Fahrzeugen für Märkte wie die USA auf Basis unserer bestehenden Produktplattformen.
- Und wir bauen Forschung und Entwicklung in Asien weiter aus.

Vision 2020

Meine Damen und Herren,
lassen Sie mich die Ziele unserer Strategie 2020 und den Weg dorthin zusammenfassen:

- Wir schaffen mit unseren globalen und regionalen Marken Werte, indem wir mit unserer Mehrmarkenstrategie in allen Segmenten präsent sind.
- Durch unsere innovativen Produkte, maßgeschneiderten Lösungen und Spitzen-Dienstleistungen erhalten unsere Kunden einzigartige Möglichkeiten zur Wertschöpfung.
- Wir sind die Nummer eins in der Material-Handling-Branche – durch Marktführerschaft in Europa und Lateinamerika sowie eine starke Position in China und Nordamerika.
- Wir zeichnen uns im Wettbewerb durch besonders innovative, wettbewerbsfähige Produkte und Dienstleistungen aus, indem wir unsere Plattform- und Modulstrategie sowie unseren weltweiten Produktionsverbund nutzen.
- Eine klar zweistellige Marge sowie eine in der Kapitalgüterindustrie übliche Kapitalrendite machen uns strukturell robust und zum Branchenmaßstab.
- Unsere Belegschaft lässt diese Vision für das Jahr 2020 Realität werden. Unsere Mitarbeiter sind es, die unsere erfolgreiche Wachstumsstrategie mit Nachdruck voranbringen. Daher wollen wir auch künftig die weltweit besten Kräfte und Talente für die KION Group gewinnen. Kunden- und Leistungsorientierung, Innovation und das Streben nach Branchenführerschaft sind die Werte unseres hoch motivierten Spitzenteams.

Meine Damen und Herren,
die KION Group hat 2013 erfolgreich abgeschlossen. Wir haben starke Fundamente für unseren künftigen Erfolg gelegt. Wir sind hervorragend aufgestellt, um von den Chancen eines attraktiven Wachstumsmarktes zu profitieren. So können wir für Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre, für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie für unsere Kunden und Partner Werte schaffen.

Ich freue mich auf den Austausch mit Ihnen.