

Sendesperrfrist 10.15 Uhr

Dienstag, 11. Juni 2013

11. Juni 2013

Hans-Georg Frey
Vorsitzender des Vorstandes
der Jungheinrich AG

**Rede zur
Hauptversammlung
am 11. Juni 2013**

Congress Center Hamburg

Es gilt das gesprochene Wort!

Seite 1 von 14

Jungheinrich Aktiengesellschaft

Am Stadtrand 35 · 22047 Hamburg · Telefon +49 40 6948-0 · Telefax +49 40 6948-1777 · info@jungheinrich.de · www.jungheinrich.de

Vorsitzender des Aufsichtsrates Jürgen Peddinghaus

Vorstand Hans-Georg Frey, Vorsitzender · Dr. Volker Hues · Dr. Helmut Limberg · Dr. Klaus-Dieter Rosenbach

Sitz der Gesellschaft Hamburg · **Registergericht** Hamburg HRB 44 885

Bankverbindung Commerzbank AG Hamburg (ehemals Dresdner Bank AG) (BLZ 200 800 00) 927 597 600 · Deutsche Bank AG Hamburg (BLZ 200 700 00) 0 429 977 00

Commerzbank AG Hamburg (BLZ 200 400 00) 6 307 300 · Deutsche Postbank AG Hamburg (BLZ 200 100 20) 71 747 204

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Namen des Vorstandes der Jungheinrich AG heiße ich Sie – verehrte Aktionäre, Aktionärsvertreter und Gäste – und Sie – liebe Familien Lange und Wolf – zur Hauptversammlung der Jungheinrich AG hier im Congress Center Hamburg herzlich willkommen. Wir freuen uns, dass Sie sich aus erster Hand über die Geschäftsentwicklung von Jungheinrich informieren möchten.

Bevor ich Ihnen ausführlich über die Geschäftsentwicklung des Unternehmens berichte, möchte ich kurz auf ein besonderes Datum eingehen: Am 7. August 1953, vor knapp 60 Jahren, hat Dr. Friedrich Jungheinrich unser Unternehmen gegründet. Das Jubiläumsjahr steht für uns unter dem Motto „60 Years of Passion for Logistics“, also „60 Jahre Begeisterung für Logistik“. Dr. Jungheinrich begann zunächst mit nur wenigen Mitarbeitern in einer kleinen Werkstatt im Stadtteil Barmbek, doch schon nach kurzer Zeit eröffnete das Unternehmen erste Stützpunkte in Deutschland und in Österreich. Seitdem hat Jungheinrich sich rasant entwickelt und ist mittlerweile ein weltweit operierender Konzern mit über 11.000 Mitarbeitern. Diese Erfolgsgeschichte wurde zum einen geprägt vom Erfindergeist des Firmengründers: Mit seinen innovativen Produkten konnten die Abläufe in der innerbetrieblichen Logistik bereits in den 50er und 60er Jahren wesentlich effizienter gestaltet werden. Zum anderen ist es die Haltung, die Dr. Jungheinrich vorgelebt hat – pragmatisch voranzuschreiten, ohne zu zögern. Eine Einstellung, die sich in dem Ausspruch „Mach man!“ wiederfindet, mit dem Dr. Jungheinrich seinen Mitarbeitern den nötigen Freiraum gab, Entscheidungen schnell und an der Sache orientiert zu treffen. Dieser Unternehmergeist spielt auch heute für Jungheinrich eine bedeutende Rolle, wenn es darum geht, neue Märkte zu erobern und im globalen Wettbewerb zu bestehen. Wir sind darauf vorbereitet und für die nächsten Jahre bis 2020 strategisch gut aufgestellt, um die Herausforderungen der Zukunft zu meistern. Darauf werde ich später noch näher eingehen. Einen Rückblick auf die historische Entwicklung unseres Unternehmens erhalten Sie in unserem Unternehmensfilm, der gleich im Anschluss an meine Ausführungen gezeigt wird, und in der neu aufgelegten Unternehmens-Chronik, die wir Ihnen Hauptversammlungs-Unterlagen als Geschenk beigefügt haben.

Soviel zu unserer Geschichte, nunmehr berichte ich Ihnen über die Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr.

Der Weltmarkt für Flurförderzeuge blieb 2012 nach dem dynamischen Wachstum des Vorjahres nahezu stabil. Allerdings ging das Marktvolumen in unserem Kernmarkt Europa um 6 Prozent zurück. In diesem schwierigen Marktumfeld hat sich Jungheinrich gut behauptet: Bei Auftragseingang, Umsatz und EBIT sowie beim Ergebnis nach Steuern – für Sie als Aktionäre besonders wichtig – hat das

Unternehmen neue Höchstwerte erzielt. Wir haben zudem die Umsetzung unserer strategischen Zukunftsprojekte weiter vorangetrieben. Noch in diesem Jahr werden insbesondere alle großen Bauprojekte abgeschlossen: das Ersatzteilzentrum in Kaltenkirchen, das neue Werk in Qingpu/China und das Werk für Systemfahrzeuge in Degernpoint bei Moosburg. Unter dem Strich stehen für Sie, sehr geehrte Aktionäre, ein erfolgreiches Geschäftsjahr und eine Dividende auf Rekordniveau.

Sehen wir uns nun die die Entwicklung des Weltmarktes für Flurförderzeuge etwas detaillierter an. Insgesamt sank das Marktvolumen weltweit um drei Prozent, wobei es starke regionale Unterschiede gab. Den Rückgang in Europa habe ich bereits erwähnt, auch in Asien war der Markt 2012 rückläufig. Die Nachfrage in Nordamerika legte dagegen deutlich zu, ist aber noch nicht wieder auf Vorkrisenniveau. Die Marktzahlen in Europa, die ebenfalls noch deutlich unter dem Rekordniveau von 2007 lagen, bieten für uns Potenzial, von einem zukünftigen Erholungswachstum in dieser Region zu profitieren.

Die Aufteilung des Marktvolumens nach Regionen zeigt, dass die Bedeutung Asiens als Absatzregion weiter zunimmt. Der Anteil Chinas liegt mittlerweile bei fast einem Viertel aller weltweit abgesetzten Flurförderzeuge. Diese Region bietet enorme Wachstumschancen, die wir konsequent und zügig ergreifen werden. Neben der Errichtung des neuen Werkes in Qingpu werden wir unsere Vertriebsstrukturen in China und weiteren Ländern Südostasiens sowie in der Pazifikregion mit Nachdruck ausbauen.

Unverändert dominiert das Produktsegment der „Verbrenner“ den Gesamtmarkt mit einem Anteil von 46 Prozent. Dieses Marktsegment bietet auch zukünftig großes Potenzial für unser Unternehmen. Nachdem wir im vergangenen Jahr die Hydrostaten-Baureihe mit der Einführung des VFG 540s - 550s komplettiert haben, werden wir Anfang 2014 unseren neuen Wandler, den VFG „New Generation“, vorstellen, der die bisherigen Baureihen ablöst und mit dem wir weitere Marktanteile gewinnen wollen.

Nach der stürmischen Entwicklung in den beiden vorangegangenen Jahren hat 2012 in den für Jungheinrich wichtigen Wachstumsmärkten eine Phase der Konsolidierung eingesetzt. Für China gehen wir nach dem Rückgang im vergangenen Jahr derzeit von moderaten Wachstumsraten für die nächsten Jahre aus. Russland ist hingegen 2012 erneut gewachsen, dieser Markt wird für uns weiter eine bedeutende Rolle spielen. Die Vertriebsgesellschaften in diesen beiden Ländern haben seit ihrer Gründung eine rasante Entwicklung genommen. Russland rangiert zehn Jahre nach der Gründung – gemessen am Umsatz –

bereits an 6. Stelle der Jungheinrich-Auslandsgesellschaften. China weist eine ähnliche Entwicklung auf.

Die Marktstruktur nach Segmenten in Europa und China zeigt, dass die Entwicklung hin zu lagertechnischen Geräten in China mit einer Steigerung auf 12 Prozent Marktanteil weiter voranschreitet. Hier bieten sich für Jungheinrich Chancen auf weiteres Wachstum. In Europa hat der Markt der Flurförderzeuge mit elektromotorischem Antrieb einen Anteil von zusammen fast 80 Prozent und ist bestimmt für unser Tagesgeschäft. Hier erzielen wir als Marktführer die Erträge, die wir für die Umsetzung unserer nachhaltigen Wachstumsstrategie benötigen.

Meine Damen und Herren,
unser Ziel ist es, dauerhaft zu den drei größten Anbietern der Intralogistik weltweit zu gehören. Unsere Position als Nummer drei der Weltrangliste haben wir in den letzten Jahren gefestigt – noch 2007 lag Nacco (heute Hyster-Yale) mit uns fast gleichauf. In Europa belegen wir unverändert den zweiten Rang hinter Kion mit den Hauptmarken Linde und Still.

Ich erläutere Ihnen nun die Schwerpunkte unserer Arbeit im vergangenen Jahr. 2012 stand ganz im Zeichen unseres Mottos „Investing in the Future“.

Wie Sie der Grafik entnehmen können, haben wir unsere Investitionen im vergangenen Jahr wiederum um 50 Prozent erhöht. Dies belegt die klare Ausrichtung unseres Unternehmens auf Wachstum und Zukunftsgestaltung.

Wir haben 35 Millionen Euro in ein neues Ersatzteilzentrum in Kaltenkirchen investiert, um uns auf zukünftige Herausforderungen des Ersatzteilgeschäfts vorzubereiten und insbesondere dem guten Wachstum in diesem Bereich Rechnung zu tragen. Angesichts unserer weltweit wachsenden Fahrzeugflotte erhöht sich neben dem Umfang auch die Komplexität des Ersatzteilgeschäfts. Im Herbst dieses Jahres wird in Kaltenkirchen der Vollbetrieb aufgenommen.

In China errichten wir für 18 Millionen Euro ein neues Produktionswerk in unmittelbarer Nähe des bisherigen Standortes, um den asiatischen Markt noch schneller und umfangreicher bedienen zu können. Die Fertigung im neuen Werk wird ebenfalls im 3. Quartal 2013 aufgenommen.

Unser drittes Großprojekt ist das neue Werk für Lager- und Systemfahrzeuge in Degernpoint. Für 40 Millionen Euro bauen wir eine neue Fertigung für dieses wichtige Fahrzeugsegment auf. Dort werden im letzten Quartal dieses Jahres die

ersten Fahrzeuge vom Band rollen. Mit der Produktion in Degernpoint bereiten wir uns auf weiteres Wachstum im Systemgeschäft vor und schaffen Platz im Stammwerk für die Fertigung unserer Gegengewichtsstapler, insbesondere für den neuen Verbrenner.

Darüber hinaus investieren wir in die weitere Stärkung des Vertriebsnetzes. Ende 2013 werden die Neubauten von zwei Vertriebszentren in Baden-Württemberg und bei München bezogen. 2014 erhält unsere Gesellschaft in Slowenien ein neues Gebäude. Insgesamt hat Jungheinrich damit 2012 und 2013 rund 100 Millionen Euro investiert, um sich für die Zukunft gut aufzustellen. Wir sind auf die Herausforderungen der nächsten Jahre vorbereitet, meine Damen und Herren!

Im Juli 2012 hat Jungheinrich mit der Gründung einer Gesellschaft in Indien den Direktvertrieb auf einen weiteren Wachstumsmarkt ausgeweitet. Damit sind wir jetzt in 32 Ländern mit eigenen Vertriebsgesellschaften vertreten.

Zu den Eckpfeilern unserer Strategie gehört die Stärkung der Forschungs- und Entwicklungstätigkeit. 2012 haben wir die Ausgaben in diesem Bereich um 20 Prozent auf 45 Millionen Euro aufgestockt. Dieses hohe Niveau werden wir in den nächsten Jahren beibehalten, um mehr neue Produkte schneller in den Markt zu bringen.

Ein wichtiges Ziel unserer Forschung ist, den Energieverbrauch unserer Fahrzeuge weiter zu senken. In den vergangenen Jahren haben wir hier bereits große Erfolge erzielt, und wir arbeiten daran, noch besser zu werden. Ein ebenfalls wichtiges Thema ist die Entwicklung von automatisierten Lösungen für das Lager, zum Beispiel mit Hilfe von fahrerlosen Transportsystemen. Damit tragen wir der starken Nachfrage unserer Kunden Rechnung. Die Weiterentwicklung unserer Verbrenner, um zusätzliche Marktanteile zu gewinnen, ist ein wesentlicher Baustein unserer Wachstumsstrategie. Und schließlich ist der Produktionsprozess ein bedeutender Kostenträger im Unternehmen. Daher arbeiten wir über alle Fahrzeugklassen hinweg daran, die Herstellkosten pro Fahrzeug zu reduzieren.

Ein gutes Beispiel für Effizienzsteigerung in der Produktion ist die Umsetzung des Hochhubkonzeptes im Werk Norderstedt. Die gesamte Palette der Hochhubstapler mit 19 verschiedenen Fahrzeugen wird in einem einheitlichen Design nach dem Baukastenprinzip produziert. Das führt zu Effizienzgewinnen bei Entwicklung und Produktion, außerdem müssen wir weniger Ersatzteile vorhalten. Ähnliche Projekte wurden für die Herstellung der Niederhubfahrzeuge im Werk

Landsberg sowie für die Produktion der Verbrenner mit hydrostatischem Antrieb in Moosburg umgesetzt.

Nun stelle ich Ihnen einige ausgewählte Produktneuheiten des Jahres 2012 vor. Der EKS 210a ist das erste fahrerlose Transportsystem, das auf Basis eines serienmäßigen Kommissionierers bei Kunden im Einsatz ist. Der Elektrostapler EFG 425-430 ist ein gutes Beispiel für unsere Anstrengungen im Bereich Energieeffizienz – er verbraucht über 10 Prozent weniger Energie als das Vorgängermodell und ist führend im Wettbewerbsvergleich. Schließlich haben wir 2012 die Palette unserer „Hydrostaten“ mit dem VFG der 5er-Baureihe komplettiert und damit unser Angebot im Verbrenner-Segment weiter ausgebaut. Dieses Fahrzeug wird von der Kundschaft sehr gut angenommen.

Auch im Bereich Informationstechnologie wurden im vergangenen Jahr entscheidende Weichen für die Zukunft gestellt. Das Flottenmanagementsystem ISM Online zur elektronischen Verwaltung der Fahrzeugflotte stößt auf großes Interesse bei unseren Kunden und hat hohes Potenzial in unserem Kundendienstgeschäft. Mit der Überarbeitung unseres Internetauftritts nutzen wir diesen Kanal verstärkt, um neue Kunden zu gewinnen. Mit der Zusammenführung der SAP-Systeme an unseren Produktionsstandorten in Deutschland, China und den USA ermöglichen wir Synergieeffekte, die zu einer weiteren Effizienzsteigerung beitragen werden.

Ein ganz wichtiger Schritt für unser Unternehmen war zum Jahreswechsel 2012/2013 die Komplettübernahme der ISA – Innovative Systemlösungen für die Automation GmbH, die Softwarelösungen für Lager- und Materialflusstechnik entwickelt. Mit dieser Akquisition stärken wir unser Logistiksystemgeschäft, das von enormer Bedeutung für Jungheinrich ist, denn hier unterscheiden wir uns von den Wettbewerbern, hier haben wir ein klares Alleinstellungsmerkmal. Mit unseren Lösungen „aus einer Hand“, wie dem Warehouse-Management-System oder dem Staplerleitsystem, wollen wir auch zukünftig die Nase vorn haben. Dieses Geschäft hat sich in den letzten Jahren sehr gut entwickelt und bietet großes Wachstumspotenzial für die Zukunft. Wir freuen uns, dass die kompetenten Mitarbeiter der ISA GmbH nun ganz zur Jungheinrich-Familie gehören.

Lassen Sie uns nun gemeinsam einen Blick auf die erfreulichen Geschäftszahlen des Jahres 2012 werfen.

Dazu zunächst ein Hinweis: Seit dem 1. Januar 2013 haben wir die Berichterstattung angepasst, zum einen aufgrund geänderter Bilanzierungsvorschriften, zum anderen um die Transparenz insbesondere im

Segment „Finanzdienstleistungen“ zu erhöhen. Diese Änderungen betreffen das Eigenkapital, die Rückstellungen für Pensionen, den Ausweis von Zinserträgen und Zinsaufwendungen für „Finance Lease“-Kundenverträge sowie die Zinsaufwendungen für Nettopensionsverpflichtungen, langfristige Personalrückstellungen und für Mietgeräte. Aufgrund dieser Änderungen mussten die Zahlen für 2012 angepasst werden, um eine Vergleichbarkeit des laufenden Jahres mit dem Vorjahr zu gewährleisten. Wie Sie sehen, gibt es Veränderungen beim Umsatz und beim EBIT, diese Werte fallen dann jeweils höher aus. Auf EBT und Ergebnis nach Steuern haben die Änderungen kaum Auswirkungen.

Der Auftragseingang stieg 2012 über alle Geschäftsfelder hinweg um 3 Prozent und erreichte 2,25 Milliarden Euro. Besonders positiv entwickelte sich der Auftragseingang im Logistiksystemgeschäft sowie bei den verbrennungsmotorischen Staplern.

Der stückzahlbezogene Auftragseingang sank aufgrund der konjunkturbedingt rückläufigen Nachfrage auf 73.244 Fahrzeuge. Dabei ist zu berücksichtigen, dass 2012 nach der kräftigen Aufstockung im Vorjahr deutlich weniger Fahrzeuge in die Mietflotte eingestellt wurden. Das Produktionsvolumen folgte zeitversetzt der Entwicklung beim Auftragseingang und lag mit 73.169 Staplern leicht unter dem Vorjahreswert.

Alle Geschäftsfelder trugen zum erfreulichen Umsatzwachstum von 5 Prozent bei. Der Zuwachs beim Neugeschäft betrug 8 Prozent, wesentlicher Treiber war hier das Logistiksystemgeschäft. Der Kundendienstumsatz wies ein kontinuierliches Wachstum auf und stieg um 5 Prozent. Das Miet- und Gebrauchtgerätegeschäft wuchs um insgesamt 8 Prozent, was maßgeblich auf das besonders starke Mietgeschäft zurückzuführen war.

Die Umsatzaufteilung nach Regionen zeigt einen Trend hin zu den Wachstumsregionen. Osteuropa baute seinen Anteil am Gesamtumsatz von 12 auf 13 Prozent aus. Der Umsatz im Rest der Welt stieg erneut um über 20 Prozent und damit deutlich stärker als im Gesamtkonzern. Das zeigt, dass wir die Chancen, die sich uns vor allem in Asien bieten, konsequent nutzen. Diesen Weg werden wir weiter verfolgen.

Der Personalbestand erhöhte sich zum Jahresende 2012 auf 11.261 Beschäftigte. Neue Mitarbeiter wurden überwiegend im Vertrieb und hier besonders in Wachstumsregionen Asiens sowie in Russland und Brasilien eingestellt. Damit haben wir im vergangenen Jahr über 500 neue Arbeitsplätze geschaffen. Auch das ist sehr erfreulich!

Meine Damen und Herren,
schauen wir uns nun das Geschäftsergebnis näher an. Dabei werde ich zunächst auf die im Jahresabschluss 2012 berichteten Zahlen eingehen. Zusätzlich sind jeweils rechts die angepassten Werte für 2012 angegeben, um die Vergleichbarkeit mit dem laufenden Geschäftsjahr zu gewährleisten.

Jungheinrich erzielte im Berichtszeitraum mit einem Ergebnis vor Finanzergebnis und Ertragsteuern (EBIT) von 150 Millionen Euro das höchste operative Ergebnis der Firmengeschichte. Die EBIT-Rendite erreichte 6,7 Prozent.

Die entsprechende Kapitalrendite auf das eingesetzte zinspflichtige Kapital (ROCE) betrug 24 Prozent. Die langfristige Zielsetzung einer Kapitalrendite von mehr als 20 Prozent wurde somit erneut übertroffen.

Die Eigenkapitalquote weisen wir einmal für den gesamten Jungheinrich-Konzern und einmal bereinigt um die Werte des Segmentes „Finanzdienstleistungen“ aus. Beide Zahlen liegen über den Vorjahreswerten. Mit über 40 Prozent für das Segment „Intralogistik“ weisen wir einen für den deutschen Maschinenbau guten Wert auf.

Die Finanzsituation des Unternehmens stellt sich weiterhin sehr positiv dar. Der Konzern wies bereinigt um die Verbindlichkeiten aus Finanzdienstleistungen keine Nettoverschuldung auf, sondern einen nochmals gestiegenen Cash-Überhang in Höhe von 183 Millionen Euro.

Unter dem Strich steht ein Resultat, über das wir uns freuen können: Das Ergebnis nach Steuern übertraf mit 110 Millionen Euro erneut den bisherigen Höchstwert aus dem Vorjahr.

An diesem guten Ergebnis sollen Sie, verehrte Aktionäre, angemessen beteiligt werden. Daher schlagen Vorstand und Aufsichtsrat dieser Hauptversammlung vor, für das Jahr 2012 eine Dividende von 0,86 € je nennbetragsloser Vorzugsaktie und eine Dividende von 0,80 € je nennbetragsloser Stammaktie zu beschließen – das ist eine Steigerung um 10 Cent je Aktie.

Was den Kursverlauf der Jungheinrich-Aktie angeht, kann ich Ihnen ebenfalls Positives berichten: Das Börsenjahr 2012 verlief sehr erfolgreich. Im Jahresverlauf stieg an den internationalen Finanzmärkten die Zuversicht, dass die Staatsschuldenkrise in Europa ihren Höhepunkt überschritten hat. Im Zuge der Aufwärtsentwicklung an den Aktienmärkten und in Verbindung mit der positiven Geschäftsentwicklung des Konzerns stieg der Kurs der Jungheinrich-Aktie auf

einen Jahresschlusskurs von 29,46 Euro. Mit einem Kursgewinn von 56 Prozent schnitt die Aktie deutlich besser ab als die deutschen Aktienindizes.

In den ersten Monaten des Jahres 2013 setzte sich der positive Trend fort. Die Jungheinrich-Aktie profitierte von der positiven Grundstimmung an der Börse zu Jahresbeginn und verzeichnete kräftige Kurserlöse. Nach einer vorübergehenden Eintrübung des Börsenumfelds stiegen die Kurse im Mai nochmals deutlich an. Am 28. Mai 2013 erreichte die Jungheinrich-Aktie mit einem Kurs von 37,69 Euro ein neues Allzeithoch. Am 31. Mai 2013 lag der Kurs bei 36,20 Euro. Daraus resultiert ein Wertzuwachs von fast 23 Prozent seit Jahresende 2012. Die Jungheinrich-Aktie entwickelte sich damit wiederum besser als die deutschen Aktienindizes.

Meine Damen und Herren,
soviel zum hinter uns liegenden Geschäftsjahr. Sehen wir uns nun die Entwicklung in den ersten Monaten des Jahres 2013 an.

Die weltweite Nachfrage nach Flurförderzeugen stieg in den ersten vier Monaten des Jahres leicht an. Die Marktentwicklung verlief allerdings weiterhin regional uneinheitlich: Europa, der Hauptabsatzmarkt für Jungheinrich, verzeichnete insgesamt – trotz einer um 9 Prozent höheren Nachfrage in Osteuropa – einen Rückgang um 2 Prozent. Das Marktvolumen in Asien stieg um 2 Prozent, getrieben vom Wachstum des chinesischen Marktes um 5 Prozent, während Nordamerika seine gute Entwicklung des Vorjahres fortsetzte und einen Zuwachs von 12 Prozent aufwies.

Bei den lagertechnischen Geräten wurde das hohe Vorjahresniveau nochmals übertroffen, getrieben durch hohe Zuwachsraten in China und Osteuropa. Die Nachfrage nach verbrennungsmotorischen Gegengewichtsstaplern stieg leicht an.

Der Start in das Geschäftsjahr 2013 war für Jungheinrich beeinflusst durch den schwachen Auftragseingang bei Neufahrzeugen im 4. Quartal 2012. Die Umsatzerlöse lagen mit 700 Millionen Euro leicht unter den außerordentlich guten Zahlen des Vorjahreszeitraums. Der wertmäßige Auftragseingang lag mit 775 Millionen Euro dagegen um 3 Prozent über dem Vorjahreswert.

Der stückzahlbezogene Auftragseingang im Neugeschäft erreichte fast das Vergleichsvolumen des Vorjahres und spiegelte damit in etwa die Marktentwicklung in Europa wider. Der Rückgang des Produktionsvolumens um 10 Prozent ist auf die schwache Nachfrage nach Neufahrzeugen im 4. Quartal 2012 zurückzuführen.

Der Auftragsbestand des Neugeschäftes zum 30. April 2013 belegt, dass der Auftragseingang bei Flurförderzeugen sich wieder belebt hat und sich die Auftragslage in den ersten vier Monaten gut entwickelt hat. Wir gehen davon aus, dass sich diese positive Entwicklung weiter fortsetzen wird. Gegenüber dem 31. Dezember 2012 ergab sich ein Zuwachs um 79 Millionen Euro bzw. 27 Prozent auf 377 Millionen Euro. Der Vorjahreswert von 353 Millionen Euro wurde um 24 Millionen Euro bzw. 7 Prozent übertroffen. Das ist eine gute Basis für die Produktionsauslastung der Werke in den kommenden Monaten.

Auf dieser Grundlage erwarten wir einen wertmäßigen Auftragseingang sowie einen Umsatz jeweils zwischen 2,1 und 2,3 Milliarden Euro. Unser Auftragsbestand sowie die Prognosen aus unseren Vertriebseinheiten bestätigen unsere bisherigen Erwartungen: Wir rechnen für das Gesamtjahr 2013 mit einem EBIT zwischen 165 und 175 Millionen Euro nach einem vergleichbaren Wert von 177 Millionen Euro im Jahr 2012.

Wir werden unsere auf zukünftiges Wachstum ausgerichtete Strategie beibehalten und investieren wie im Vorjahr zwischen 80 und 100 Millionen Euro, vorwiegend in unsere strategischen Großprojekte. Die Forschungs- und Entwicklungsausgaben bleiben ebenfalls auf dem hohen Niveau von 2012.

Wie Sie sehen, sind wir gut auf die vor uns liegenden Herausforderungen vorbereitet. Allerdings sind hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung einige Chancen und Risiken zu berücksichtigen, auf die ich nunmehr eingehen werde.

Wie ich bereits betont habe, liegen große Chancen im Ausbau des Geschäfts in den Wachstumsmärkten, insbesondere in Osteuropa, Asien und Amerika. Mögliche Potenziale liegen in einer steigenden Inlandsnachfrage in den Schwellenländern China, Indien und Brasilien. Risiken bestehen allerdings weiterhin durch mögliche Negativeffekte aufgrund der Staatsschuldenkrise im Euroraum, die in der Folge auch für eine Abkühlung der Weltwirtschaft sorgen könnten.

Dies zeigt sich bei den Einschätzungen zur zukünftigen weltweiten konjunkturellen Entwicklung. Für die Wirtschaft in der Eurozone wird eine leicht rückläufige Entwicklung vorhergesagt, wobei für Deutschland nach wie vor ein leichtes Wachstum erwartet wird. Die Wirtschaft in Russland dürfte um fast 3 Prozent wachsen. Die Entwicklung in China sollte stabil bleiben oder sich allenfalls geringfügig verlangsamen, während in Indien eine steigende Wachstumsrate erwartet werden kann.

Auf Basis der Konjunkturprognosen für 2013 erwarten wir auf dem Weltmarkt für Flurförderzeuge eine ähnliche Entwicklung: Das Wachstum wird in Asien und besonders in Nordamerika generiert werden, während sich die Nachfrage in Europa voraussichtlich seitwärts bewegen wird.

Meine Damen und Herren,
kommen wir nun zu den Schwerpunkten unserer Arbeit im laufenden Jahr.

Mit dem Abschluss unserer Großprojekte – dem Ersatzteilzentrum in Kaltenkirchen, dem neuen Produktionswerk in China und dem Werk für Logistiksystemgeräte in Degernpoint – werden die notwendigen Voraussetzungen für den Ausbau unseres Geschäfts geschaffen. Die Vertriebsmannschaft wird weiter verstärkt, besonders in unseren Wachstumsmärkten, allen voran China und Russland. Weltweit unterstützen wir den Absatz unserer Verbrenner mit einer globalen Marketingkampagne unter dem Motto „One World – one Forklift“. Das stark wachsende Logistiksystemgeschäft bietet besonders gute Perspektiven für Jungheinrich. Mit der Integration der ISA GmbH in den Konzern mit über 60 neuen Mitarbeitern werden wir das Geschäft mit logistischen Gesamtlösungen weiter voranbringen. Darüber hinaus richten wir besonderes Augenmerk auf den Ausbau des Kundendienstes und des Finanzdienstleistungsgeschäfts.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,
lassen sich mich nun einige Worte über unsere strategische Ausrichtung für die kommenden Jahre verlieren. Auch nach 60 Jahren gilt für unser Unternehmen mehr denn je: Unsere Produkte und Dienstleistungen sind konsequent auf das Ziel „Kundennutzen“ ausgerichtet. Dieses Ziel erreichen wir mit großer Innovationsfreude, starker Leistungsorientierung und einem hohen Maß an Professionalität. Nur so sichern wir für unser Unternehmen die erforderliche Profitabilität, und dadurch unsere Unabhängigkeit und eine wirklich nachhaltige Kontinuität.

Eine wesentliche Grundlage zur Erreichung unserer Ziele ist eine motivierte, authentische Führungsmannschaft, die Verantwortung trägt und die Grundwerte des Unternehmens überzeugend vermittelt. Dies drückt sich in dem Führungsleitbild aus, das wir vor wenigen Jahren überarbeitet und auf den Punkt gebracht haben. Nach diesen Leitsätzen handeln wir: Vertrauen schaffen, Vorbild sein, Verantwortung tragen und Mehrwert erzeugen!

Auf dieser Basis haben wir unsere Vision für die Zukunft entwickelt: Wir wollen nachhaltig einer der drei führenden Dienstleister und Lösungsanbieter der Intralogistik weltweit bleiben. Diesen Weg beschreiten wir als unabhängige

Gesellschaft mit dem Charakter eines Familienunternehmens, die dem Werteverständnis unseres Gründers Dr. Friedrich Jungheinrich folgt. Unsere Unternehmensstrategie ist daher langfristig und auf organisches Wachstum ausgerichtet.

Im Rahmen der sehr umfangreichen strategischen Planungsarbeit in den letzten Jahren haben wir für den gesamten Konzern, für jeden Bereich und für jede Vertriebseinheit, eine detaillierte Maßnahmenplanung bis zum Jahr 2015 entwickelt. Sie besteht aus einer strategischen Analyse von Markt, Wettbewerb und dem eigenen Unternehmen sowie der daraus abgeleiteten strategischen Planung. Die Ziele für die kommenden Jahre sind festgelegt, die sich daraus ergebenden Maßnahmen werden nun sukzessive abgearbeitet. Derzeit sind wir dabei, unsere Planung bis zum Jahr 2020 fortzuschreiben. Die wesentlichen Elemente dieser Planung werde ich Ihnen kurz erläutern.

Grundlage für nachhaltiges Wachstum von Jungheinrich sind die Entwicklung neuer Produkte und die Ausweitung unserer Produktpalette. Im Fokus stehen hierbei insbesondere die verbrennungsmotorischen Stapler sowie das Logistiksystemgeschäft, das sowohl Fahrzeuge als auch IT-basierte Gesamtlösungen für das Lager umfasst. Wir werden zudem unser Geschäft in Europa ausbauen und unseren Vertrieb in Asien weiter stärken.

Um unsere Position als Vollsortimenter im Bereich Flurförderzeuge weiter zu stärken, werden wir unsere Anstrengungen in Forschung und Entwicklung auf dem derzeitigen Niveau beibehalten. Unsere Schwerpunkte in den nächsten Jahren sind die Entwicklung neuer Fahrzeuge mit Lithium-Ionen-Technologie, neuer Stapler mit dem fahrerlosen Transportsystem Auto Pallet Mover sowie von Elektrostaplern, die noch leistungsstärker und energiesparender sein werden als die jetzigen Modelle.

In unserer Produktpalette ist das Segment der verbrennungsmotorischen Gegengewichtsstapler für unser zukünftiges Wachstum von zentraler Bedeutung. Zum weiteren Ausbau dieses Geschäfts haben wir eine weltweite Kampagne zur Markteinführung neuer Fahrzeuge gestartet, die für jedes Land und jeden Absatzmarkt mit spezifischen Maßnahmen umgesetzt wird. Mit dem neuen „VFG-Wandler“ bringen wir 2014 zudem ein Gerät auf den Markt, das unsere Wettbewerbsfähigkeit und Marktchancen in diesem Produktsegment deutlich erhöhen wird.

Die zunehmende Nachfrage nach Gesamtlösungen für die Intralogistik und der Trend zur Automatisierung von Lägern belegen die wachsende Bedeutung des

Logistiksystemgeschäftes. Da dieses Geschäft mit überdurchschnittlichem Wachstum einen besonders wichtigen Schwerpunkt unserer langfristigen Ausrichtung bildet, haben wir begonnen, unsere Aktivitäten in diesem Bereich organisatorisch neu aufzustellen. Die Entwicklung übergreifender, auf den Kunden zugeschnittener Lösungen umfasst die gesamte Wertschöpfungskette der Intralogistik von der Planung und Projektierung über die Systemintegration bis zu Wartung und Service. Dieses Geschäft differenziert Jungheinrich von seinen Wettbewerbern und bietet uns daher besonders großes Potenzial.

Des Weiteren gilt es, in unseren Kernmärkten in Europa unsere Position weiter zu stärken. Für Osteuropa bedeutet das, nicht nur mit dem Markt zu wachsen, sondern vielmehr weitere Marktanteile zu gewinnen. In den Emerging Markets wollen wir nicht nur dabei sein, sondern vorausleiten! Unser Ziel ist es darüber hinaus, vor allem in Westeuropa mit einer weiteren Verbesserung unserer Prozesse und einer noch tieferen Marktdurchdringung unser Geschäft in Europa insgesamt auszubauen.

Im Mittelpunkt unserer Asienstrategie steht der weitere Ausbau im Wachstumsmarkt China. Unser neues Werk in Qingpu wird aber nicht nur den chinesischen Markt mit Fahrzeugen bedienen, sondern darüber hinaus die gesamte Asien-Pazifik-Region. Parallel treiben wir in China den Ausbau unseres Direktvertriebs mit der Eröffnung weiterer Niederlassungen voran. Derzeit sind dort bereits fast 300 Mitarbeiter für uns im Vertrieb tätig – mit steigender Tendenz. Daneben gewinnen andere Märkte für uns an Bedeutung, zum Beispiel Indien, wo wir 2012 unsere eigene Vertriebsgesellschaft gegründet haben. Von Singapur aus steuern wir mit unserer etablierten Vertriebsgesellschaft den weiteren Ausbau in der Asien-Pazifik-Region, besonders durch eine verstärkte Händlerbetreuung. Wachsende Märkte wie Korea, Indonesien und Australien, in denen wir unsere Produkte über Händler vertreiben, spielen eine immer größere Rolle für unser Geschäft in dieser Region.

Meine Damen und Herren,

kommen wir nun zu einem anderen Aspekt unserer unternehmerischen Tätigkeit. Nachhaltiges, wirtschaftliches Handeln bedeutet für unser Unternehmen auch, gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen. So engagieren wir uns bei Hilfsorganisationen mit logistischem Know-how und im Bereich Bildungsförderung. Hier möchte ich zum einen die Arbeit der Dr. Friedrich-Jungheinrich-Stiftung besonders hervorheben, die Wissenschaft und Forschung sowie Bildung auf den Gebieten Elektrotechnik, Maschinenbau und Logistik auf vielfältige Weise fördert. Unser Dank an dieser Stelle gilt den beiden Gesellschafterfamilien, die gemeinsam mit der Firma Jungheinrich die Stiftung ins Leben gerufen und

großzügig finanziell ausgestattet haben. Im kommenden Jahr feiert die Dr. Friedrich Jungheinrich-Stiftung bereits ihr zehnjähriges Bestehen. Zum anderen haben wir unsere 2011 gestartete Kooperation mit action medeor erfolgreich fortgesetzt: Jungheinrich unterstützt das Medikamentenhilfswerk mit Logistik-Know-how und Lagertechnik, außerdem spenden zahlreiche Mitarbeiter die Cent-Beträge ihres Gehaltes im Rahmen der „Restcent-Aktion“ an die Hilfsorganisation.

Wie Sie gesehen haben, ist Jungheinrich im 60. Jahr seines Bestehens gut aufgestellt, steht aber gleichzeitig vor großen Aufgaben. Um diese zu bewältigen und die Vielzahl der Projekte umzusetzen, bauen wir auf unsere tatkräftige, hochmotivierte Mannschaft. Als Anerkennung für die Leistung unserer Belegschaft werden wir das 60. Jubiläum mit einigen Veranstaltungen begehen. Außerdem erhält jeder Mitarbeiter eine einmalige Sonderzahlung. Das Wissen, die Tatkraft und der tolle Zusammenhalt unserer Mitarbeiter machen den Wert unseres Unternehmens aus, und dafür danken meine Vorstandskollegen und ich der gesamten Belegschaft an dieser Stelle ganz herzlich.

Ebenso danken wir dem Aufsichtsrat für die konstruktive und engagierte Begleitung unserer Arbeit.

Ein besonderer Dank gilt ganz besonders Ihnen, verehrte Aktionäre und Gesellschafter, liebe Familien Lange und Wolf, die Sie unsere großen Vorhaben positiv begleiten und diese Investitionen ermöglichen, die die Zukunftsfähigkeit von Jungheinrich sichern.

Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit!

Presse-Rückfragen bitte an:

Jungheinrich AG, Markus Piazza, Leiter Unternehmenskommunikation
Tel.: 040 6948-1550, Fax: 040 6948-1599, markus.piazza@jungheinrich.de
www.jungheinrich.de