



Sperrfrist 10.15 Uhr

Dienstag, 24. Mai 2016

ORDENTLICHE HAUPTVERSAMMLUNG

Jungheinrich Aktiengesellschaft, Hamburg

24. Mai 2016

REDEMANUSKRIFT

HANS-GEORG FREY

Vorsitzender des Vorstandes

- Es gilt das gesprochene Wort -

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
Aktionärsvertreter und Gäste,
liebe Familien Lange und Wolf,
meine verehrten Damen und Herren,

im Namen des Vorstandes und der rund 14.500 Mitarbeiter der Jungheinrich AG heiße ich Sie zum zweiten Mal hier im Theater Neue Flora zu unserer Hauptversammlung herzlich willkommen. Wir freuen uns, dass Sie auch in diesem Jahr den Weg zu uns gefunden haben.

Zunächst präsentiere ich Ihnen die Zahlen des vergangenen Geschäftsjahres. Im zweiten Teil spreche ich zu Ihnen über die Entwicklung von Jungheinrich und möchte Ihnen zeigen, mit welchen Lösungen, Produkten und Ideen wir uns wappnen, um auch weiterhin den Erfolgsweg zu beschreiten.

Sie werden sehen: Jungheinrich ist weit mehr als ein Staplerhersteller und hat eine klare Strategie, um auch zukünftig erfolgreich zu wachsen.

TEIL I – DAS GESCHÄFTSJAHR 2015

Das Jungheinrich-Jahr 2015 war ein sehr erfolgreiches Jahr: In allen wichtigen Kennzahlen wurde ein starkes Wachstum erzielt.

Die Ausgangslage auf dem Weltmarkt für Flurförderzeuge blieb 2015 mit 1.100.000 Stück im Vergleich zum Vorjahr nahezu stabil.

In unserem Kernmarkt Europa konnten wir dagegen eine positive Entwicklung beobachten, die vor allem auf ein Anziehen der westeuropäischen Nachfrage um 11 Prozent zurückzuführen war. Das Marktvolumen in Osteuropa verringerte sich um 7 Prozent – bedingt durch den starken Rückgang in Russland um 39 Prozent. Der Markt für Flurförderzeuge in Nordamerika zeigte im Jahr 2015 mit plus 7 Prozent ein dynamisches Wachstum. Der größte globale Einzelmarkt – China – verzeichnete hingegen einen Rückgang um 13 Prozent, getrieben durch den Rückgang bei verbrennungsmotorischen Gegengewichtsstaplern.

Bei der Marktbetrachtung lohnt sich der Blick aufs Detail: Die Regionen Asien und Nordamerika haben die Vorkrisenzahlen überschritten. Europa ist – auch mit der sehr guten Entwicklung 2015 – noch unter dem Höchststand des Jahres 2007 vor Ausbruch der Finanzkrise. Hier in unserem Kernmarkt sehen wir daher noch viel Potenzial.

Der Auftragseingang über alle Geschäftsfelder stieg um 11 Prozent auf 2,81 Milliarden Euro. Auch bei der Anzahl der Fahrzeugbestellungen gab es eine deutliche Steigerung von 13 Prozent auf 97,1 Tausend Stück. Dadurch konnten wir erstmalig bei der Produktion die 90.000er-Marke übertreffen.

Insgesamt erreichte Jungheinrich einen Konzernumsatz von 2,75 Milliarden Euro – eine Steigerung um 10 Prozent.

Beim Umsatz nach Regionen nimmt die Bedeutung der außereuropäischen Märkte weiter zu. 2014 erwirtschafteten wir 9 Prozent außerhalb Europas, 2015 waren es schon 11 Prozent, mittelfristig wollen wir hier 15 Prozent erreichen.

Zu diesem Umsatzwachstum trugen alle Geschäftsfelder bei, vor allem das Neugeschäft mit einem Plus von 12 Prozent.

Besonders zu erwähnen sind die Sparten Logistiksysteme und Versandhandel, die zu unseren strategischen Schwerpunkten gehören:

Das Logistiksystemgeschäft, das die Planung, Projektierung und Realisierung sowie den Service kompletter Lager umfasst und in dem wir als umfassender Lösungsanbieter auf dem Markt auftreten, legte auf 381 Millionen Euro Umsatz zu. Ein Plus von 12 Prozent.

Im Versandhandel haben wir 2015 die Angebotspalette erneut ausgedehnt, indem in Polen, Spanien, Frankreich sowie Belgien Webshops etabliert wurden. Insgesamt konnten wir den Umsatz erneut zweistellig um 13 Prozent auf 57 Millionen Euro steigern. Damit sind wir mit dem Versandhandel in den letzten Jahren jeweils deutlich zweistellig gewachsen.

Für beide Sparten sehen wir große Chancen für weiteres Wachstum in der Zukunft.

Aufgrund dieser starken Entwicklung hat sich auch das Ergebnis erneut deutlich verbessert – und zwar um 10 Prozent auf 213 Millionen Euro (im Vorjahr waren es 193 Millionen Euro). Die EBIT-Umsatzrendite lag erneut bei 7,7 Prozent. Das Ergebnis nach Steuern stieg um 12 Millionen auf 138 Millionen Euro.

Unser erstes Jahr im MDAX verlief sehr erfreulich. Zwischen dem 31. Dezember 2014 und dem 31. Dezember 2015 hat die Jungheinrich-Aktie um 44 Prozent zugelegt.

Mit 77,61 Euro erreichte der Kurs am 7. Dezember 2015 ein Allzeithoch. Am 25. April 2016 erreichte die Aktie ihren bisherigen Höchststand mit 85,32 Euro.

Auch der Blick auf die vergangenen Jahre zeigt: Die Jungheinrich-Aktie ist ein solides Investment. Wenn Sie beispielsweise am 1. Januar 2006 Jungheinrich-Aktien gekauft und 10 Jahre gehalten haben, dann hat die Aktie eine durchschnittliche jährliche Rendite von rund 17 Prozent erreicht. Im Vergleich dazu der DAX 7 Prozent und der MDAX rund 11 Prozent.

Ein Wort zum angekündigten Aktiensplit, der heute auf der Tagesordnung steht. Mit dem geplanten Split im Verhältnis 1:3 wollen wir den Handel mit Jungheinrich-Aktien weiter fördern und die Aktie für Anleger noch attraktiver machen. Der Gesamtwert Ihrer Aktien

bleibt jedoch unverändert. Und auch an den Beteiligungsverhältnissen der Gesellschaft ändert sich nichts. Mit der Umsetzung des Aktiensplits wird unmittelbar nach der Hauptversammlung begonnen.

Entsprechend der guten Unternehmensentwicklung erreichte das Ergebnis je Vorzugsaktie für das Geschäftsjahr 2015 einen Wert von 4,08 Euro. Daher schlagen Vorstand und Aufsichtsrat vor, für das Jahr 2015 eine deutlich höhere Dividende auszuschütten in Höhe von

- 1,13 Euro je Stammaktie - Vorjahr: 0,98 Euro
- 1,19 Euro je Vorzugsaktie - Vorjahr: 1,04 Euro

Mit einer Gesamtausschüttung von 39,4 Millionen Euro (Vorjahr: 34,3 Millionen Euro) erhöht sich die Ausschüttungsquote von 27,3 auf 28,6 Prozent. Das belegt die Kontinuität unserer Dividendenpolitik. Zukünftig streben wir weiterhin eine Ausschüttungsquote zwischen 25 und 30 Prozent des Ergebnisses nach Steuern an.

Unser positiver Wachstumskurs setzt sich auch 2016 fort. Per Ende April erhöhte sich der wertmäßige Auftragseingang um 19 Prozent auf 1,07 Milliarden Euro (Vorjahr: 894 Millionen Euro). Der stückzahlbezogene Auftragseingang stieg im selben Zeitraum um 15 Prozent auf 37,1 Tausend Stück (Vorjahr: 32,3 Tausend Stück). In den ersten vier Monaten 2016 erhöhte sich der Umsatz um 10 Prozent auf 930 Millionen Euro (Vorjahr: 846 Millionen Euro). Die Produktionsstückzahlen legten per Ende April gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 7 Prozent auf 32,7 Tausend Fahrzeuge (Vorjahr: 30,6 Tausend Fahrzeuge) zu.

Sehr geehrte Damen und Herren, wir wachsen nicht nur stark, sondern wir wachsen auch stärker als der Markt und der Wettbewerb!

Deshalb prognostizieren wir für das laufende Jahr

- einen Auftragseingangswert zwischen 3,0 und 3,1 Milliarden Euro
- einen Umsatz von 2,9 bis 3,0 Milliarden Euro
- einen EBIT zwischen 220 und 230 Millionen Euro

TEIL II – STRATEGISCHE UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

Die Zahlen belegen, dass Jungheinrich stark unterwegs und gut aufgestellt ist. Das ist das Ergebnis einer klaren Strategie und konsequenter Führung. Unser Ziel für die Zukunft ist deutlich definiert: Wir wollen zur Nummer-1-Marke der Intralogistik in allen europäischen Märkten werden und langfristig zu den Top-3-Anbietern weltweit gehören.

Daher haben wir unsere Wachstumsstrategie „4/7“ entwickelt. Das bedeutet, dass wir im Jahr 2020 4 Milliarden Euro Umsatz erreichen wollen und dafür 7 Prozent Wachstum pro Jahr erzielen müssen.

Dabei setzen wir auf fünf Säulen:

- Intensivierung unseres Geschäfts im Kernmarkt Europa
- Ausbau unserer Aktivitäten in den Zukunftsmärkten Asien-Pazifik (APAC)
- Ausbau der Sparte „Logistiksysteme“
- Stärkung unserer Marktposition im Bereich „verbrennungsmotorische Gegengewichtsstapler“
- Ausweitung unserer Versandhandelsaktivitäten

Dafür haben wir für jede Einheit, jeden Bereich und jede Abteilung eindeutige Ziele und konkrete Maßnahmen bis 2020 definiert.

In diesem Zusammenhang spielen vier Themenschwerpunkte unserer Arbeit eine ganz besondere Rolle:

- Going Global: der Ausbau unserer weltweiten Direktvertriebsorganisation
- Produkte und Innovationen: die Ausweitung unserer Palette marktgerechter Produkte
- Human Resources: die nachhaltige Positionierung als globaler Arbeitgeber
- Werte und Verantwortung: unser werteorientiertes Handeln und unsere gesellschaftliche Verpflichtung

GOING GLOBAL

Jungheinrich ist ein Hamburger Familienunternehmen. Aber mit unseren rund 14.500 Mitarbeitern und weltweit 36 eigenen Vertriebsgesellschaften sind wir auch ein Global Player.

Schon früh erkannte unser Firmengründer Dr. Friedrich Jungheinrich die Bedeutung eines eigenen starken Vertriebs- und Servicenetzwerks. Er legte mit der Expansion nach Österreich vor genau 60 Jahren den Grundstein für das globale Jungheinrich-Netzwerk.

In der Folge wurden zahlreiche weitere Vertriebsgesellschaften gegründet, vor allem in Europa. Denn wir sind davon überzeugt, dass ein starkes Direktvertriebs- und Servicenetzwerk die richtige Vertriebsform für Jungheinrich und unser Geschäft ist. Daher bauen wir entlang der Konzernstrategie konsequent unser globales Netzwerk aus, um unsere Kunden noch umfassender und besser betreuen zu können.

Insgesamt haben wir in den vergangenen knapp zwei Jahren weltweit fünf neue Jungheinrich-Vertriebsgesellschaften eröffnet. Mit der Übernahme des Jungheinrich-Händlers in Rumänien zum Ende des letzten Geschäftsjahres konnten wir unsere Präsenz in Osteuropa stärken. Auf der anderen Seite des Globus haben wir im April 2015 durch den Erwerb unseres Händlers in Malaysia und im Oktober 2015 unseres Vertriebspartners NTP in Australien die Weichen für weiteres Wachstum in der so wichtigen Asien-Pazifik-Region gestellt. Neue Jungheinrich-Vertriebsgesellschaften in Südafrika und Chile stärken seit 2015 bzw. seit Anfang 2016 zusätzlich unsere Position als internationaler Direktanbieter.

Mittlerweile ist Jungheinrich in 36 Ländern der Welt mit einem eigenen Direktvertrieb vertreten und weitere Länder werden folgen.

Von besonderer strategischer Bedeutung hinsichtlich unserer Präsenz in der APAC-Region war die Gründung eines 50:50-Joint-Ventures im Vermietgeschäft mit dem größten chinesischen Staplerhersteller Anhui Heli Co. Ltd. Mit diesem Joint-Venture entsteht der größte Vermieter von Flurförderzeugen auf dem chinesischen Markt. Für Jungheinrich ist diese Partnerschaft ein wichtiger Schritt, um unsere Position auf dem weltweit größten Einzelmarkt für Flurförderzeuge zu stärken.

PRODUKTE & INNOVATIONEN

Für unseren zukünftigen Erfolg ist es von zentraler Bedeutung, dass wir unsere Produktpalette an hochinnovativen, marktgerechten Produkten ausbauen – stets zum Nutzen unserer Kunden.

Wir investieren daher weiter massiv in Forschung und Entwicklung und folgen damit einer guten Tradition. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung erreichten 2015 mit 55 Millionen Euro erneut einen Spitzenwert – im Vorjahr waren es 50 Millionen Euro. Konzernweit waren im letzten Jahr 434 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung tätig.

Dabei sei in Erinnerung gerufen, dass unser Firmengründer, Dr. Friedrich Jungheinrich, nicht nur die AMEISE erfunden und somit den Namen einer ganzen Produktgattung – der Handgabelhubwagen – geprägt hat. Auch der Jungheinrich-Schubmaststapler geht

auf seinen Erfindergeist zurück und wir feiern in diesem Jahr dessen 60-jähriges Jubiläum. Auch in der Folge gab es zahlreiche weitere hochinnovative Entwicklungen aus unserem Haus, im vergangenen Jahr haben wir 21 Produkt-Innovationen gezählt.

Aktuell haben wir den neuen Hochregalstapler EKX in den Markt gebracht, der eine Klasse für sich darstellt. Das Gerät, dessen Vorgänger bereits Marktführer war, weist zahlreiche Verbesserungen auf und hat den Abstand zum Wettbewerb weiter vergrößert.

Ein weiteres Highlight ist unsere „Two-Shifts-One-Charge“-Garantie. Wir geben bei über 85 Prozent unserer Elektrofahrzeuge eine Garantie darauf, dass die Fahrzeuge mit einer Batterieladung ganze zwei Schichten meistern – ein immenser Vorteil für den Kunden. Dies ist einzigartig auf dem Markt und unterscheidet uns klar vom Wettbewerb.

Nennenswert ist außerdem der Universalstapler EMD 115i mit Lithium-Ionen-Batterie, der kürzeste Universalstapler der Welt.

Auf der Software-Seite haben wir mit dem Warehouse-Management-System Series 2 nun eine Einsteigerlösung im Software-Bereich für Kunden, die nicht gleich die High-End-Anwendung benötigen.

Die Innovationskraft der Jungheinrich AG findet auch ihren Niederschlag in zahlreichen Preisen, die uns verliehen wurden:

- „Beste Logistik Marke“ – das ergab die Abstimmung des Fachmagazins LOGISTIK HEUTE und der Bundesvereinigung Logistik
- „Red Dot Award“ für den Kommissionierer ECE 225 und JetPilot
- „iF DESIGN AWARD“ ebenfalls für den Kommissionierer ECE 225
- „Best of Industry“ – Sieg in der Kategorie Materialfluss mit der Softwarelösung Logistik-Interface

Die Krönung unserer Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten finden wir in unserem stark wachsenden Logistiksystemgeschäft.

Im Mittelpunkt heutiger Abläufe in der Intralogistik stehen Digitalisierung und Automatisierung ganzer Wertschöpfungsketten sowie intelligente Vernetzung von Mensch und Maschine. Ein Blick in die Medien zeigt: Wer schneller liefert, gewinnt.

„Heute bestellt, morgen geliefert“ – ist ja fast schon Vergangenheit. Jetzt gilt es: „Heute bestellt, HEUTE geliefert“.

Mit jedem Klick auf den Bestellbutton eines Anbieters im Internet löst der Kunde einen komplexen logistischen Vorgang aus. Alle notwendigen intralogistischen Schritte dazwischen sieht der Kunde nicht, sie werden aber von Jungheinrich sowohl in der

Entwicklung als auch in der Umsetzung beherrscht. Das Beherrschen dieser Komplexität fassen wir und die Branche unter dem neu geschaffenen Begriff Intralogistik 4.0 zusammen. Aber lassen Sie es mich ganz direkt sagen: Für hochwertige und optimale Lösungen komplexer Aufgaben brauchen wir bei Jungheinrich keine neuen Begriffe. Denn dieses Thema lebt und beherrscht Jungheinrich – im Gegensatz zu manchem Wettbewerber – schon seit vielen Jahren.

Das fängt bei unserem Warehouse Management System an, dem Gehirn des Lagers. Es geht weiter über unser Logistik-Interface, das die Kommunikation mit unseren ganz oder teilweise automatisierten Flurförderzeugen herstellt und diese an den richtigen Lagerort in unserer Regalanlage schickt. Und es reicht bis zu Regalen mit Bediengeräten, die bis zu 40 Meter hoch Paletten vollautomatisch einlagern.

Jungheinrich bietet bereits seit vielen Jahren komplett intralogistische Systeme mit der dazugehörigen Intelligenz an und wir haben unser Systemgeschäft konsequent aufgebaut.

Wichtige Schritte in der jüngeren Vergangenheit waren:

- die vollständige Übernahme des Software-Spezialisten ISA in Graz im Jahr 2013 und die daraus resultierende Gründung der Jungheinrich Systemlösungen GmbH im Jahr 2014.
- die Gründung der eigenen Sparte „Logistiksysteme“.
- die Schaffung des entsprechenden Vorstandsratsorts „Logistiksysteme“ Mitte des Jahres 2015.

Zudem haben wir im vergangenen Jahr die Münchener MIAS Group übernommen und unser Portfolio um den Bereich Regalbediengeräte entscheidend erweitert. Wir sind überzeugt, dass dieser Trend zur Komplettlösung nachhaltig ist und sich in Zukunft noch verstärken wird. Uns bietet sich ein Weltmarkt, der auf Wachstum gepolt ist. Dies gilt übrigens auch für Asien.

HUMAN RESOURCES

Neben Forschung und Entwicklung machen Jungheinrichs Stärke die rund 14.500 Mitarbeiter aus. Es sind die Menschen, die in der Entwicklung, im Verkauf, in der Produktion, im Service sowie in anderen Bereichen im Unternehmen mit ihrer Leistung und ihrem Einsatz Jungheinrich prägen.

Wir wollen die besten Talente, die besten Köpfe für uns überall auf der Welt haben und gewinnen – sei es durch die Entwicklung eigener oder die Einstellung neuer Jungheinrich-Mitarbeiter. Das sogenannte „Race for Talents“ ist eine große Herausforderung für jedes Unternehmen.

Deshalb müssen gerade familiengeprägte Unternehmen wie Jungheinrich neue Wege finden, sich bei der Rekrutierung von jungen Talenten gegen die konkurrierenden Spieler am Arbeitsmarkt zu behaupten.

Wir Familienunternehmen müssen in der externen Kommunikation stärker betonen, was uns im Hinblick auf persönliche Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten von anderen großen Playern unterscheidet. Wir müssen eine eigene, individuell zugeschnittene Arbeitgebermarke entwickeln – denn nur ein Bewerber, der außer durch die fachliche Qualifikation auch vom Werteverständnis her zu dieser Marke passt, kann ein geeigneter Kandidat für uns sein.

Daher haben wir zum einen das Employer Branding in den Mittelpunkt unserer Personalarbeit gestellt. Zum anderen haben wir Trainingsangebote für Mitarbeiter deutlich ausgeweitet – insbesondere das Führungskräftetraining. Dies werden wir zukünftig noch weiter entwickeln.

Wir stärken unser erfolgreiches Trainee-Programm. Zwei Drittel unserer Trainees übernehmen im Laufe ihrer Karriere Führungspositionen bei Jungheinrich, vor allem im Ausland.

Wir sind auch ein moderner Arbeitgeber: Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist ein wichtiges Thema – das wir z.B. mit flexiblen Arbeitszeiten und –modellen adressieren. Mit Erfolg: Unsere Frauenquote liegt mit 19,6 Prozent über dem Branchendurchschnitt im deutschen Maschinenbau von 16,4 Prozent.

Auch beim Neubau der Konzernzentrale waren uns hochmoderne Arbeitsplätze sehr wichtig, damit das Miteinander schnell, transparent und flexibel funktionieren kann.

Seit 2009 hat Jungheinrich über 4.300 Arbeitsplätze weltweit geschaffen, in Deutschland sind es über 1.400.

Das Resultat unserer Arbeit: Jungheinrich ist einer der Top-Arbeitgeber Deutschlands und wird regelmäßig dahingehend ausgezeichnet. Zuletzt im Januar 2016: Laut Auszeichnung durch das Magazin „Focus“ sowie das Arbeitgeberbewertungsportal „Kununu“ gehört Jungheinrich zu den TOP 5 der Hamburger Arbeitgeber und den TOP 50 deutschlandweit.

VERANTWORTUNG & WERTE

Neben Unternehmergeist, Innovationskraft sowie hochklassigen Mitarbeitern ist eine weitere wichtige Stärke von Jungheinrich das klare Bekenntnis zum werteorientierten Handeln.

Wir leben Werte und wir schaffen Werte. Wir sind ein unabhängiges Familienunternehmen, langfristig orientiert und nachhaltig geführt, nach dem Grundsatz der finanziellen Solidität. Wir übernehmen gesellschaftliche Verantwortung.

Ein Projekt, das sowohl den Gesellschafterfamilien als auch der Unternehmensführung besonders am Herzen liegt, ist die Dr. Friedrich Jungheinrich-Stiftung. Ziel der Stiftung ist die Förderung von Wissenschaft, Forschung und Bildung auf den Gebieten Elektrotechnik, Maschinenbau und Logistik, und zwar insbesondere die Förderung des Ingenieurnachwuchses. Dank des Engagements unserer Familiengesellschafter zusammen mit der Jungheinrich AG konnte im Jahr 2014 das Stiftungsvolumen von 6 auf 10 Millionen Euro erhöht werden. Derzeit hat die Stiftung insgesamt 18 Stipendiaten, die von einem Jungheinrich-Mentor während des Förderzeitraums sowohl bei fachlichen als auch bei wissenschaftlichen Fragestellungen unterstützt werden.

Unsere langjährige Zusammenarbeit mit „action medeor“, dem größten europäischen Medikamentenhilfswerk, wurde auch 2015 weiter ausgebaut. Mit der Bereitstellung von Fördertechnik unterstützt Jungheinrich beispielsweise den Aufbau einer Medikamentenverteilerstelle im afrikanischen Malawi.

Ein besonderes Projekt ist die Unterstützung von Flüchtlingen. Hier gab und gibt es im Konzern zahlreiche Aktivitäten. Die Mitarbeiter der Konzernzentrale haben gemeinsam neben finanziellen Spenden Kleider- und Sachspenden gesammelt, die umgehend an die Hilfsorganisation „Arche“ in Hamburg weitergeleitet wurden. Insgesamt wurden mehrere Dutzend Kartons überreicht - eine großartige Teamleistung. Die finanziellen Spenden wurden seitens des Unternehmens verdoppelt. Zudem wurden Stapler für Einsätze wie z.B. in der Hamburger Kleiderkammer überlassen. Daneben haben wir die Stadt Hamburg mit Mobiliar zur Ausstattung städtischer Einrichtungen versorgt, das aus der ehemaligen Konzernzentrale stammt.

All dies ist Ausdruck unseres Werteverständnisses. Jungheinrich ist ein innovatives, werteorientiertes Familienunternehmen.

JUNGHEINRICH WAY OF LEADERSHIP

Dank einer klaren Strategie, starken Produkten und Lösungen, einem hochklassigen Team und nachhaltiger Führung ist Jungheinrich gut aufgestellt.

Wir wissen um die Chancen, die sich uns weltweit bieten, packen diese an und färben die Weltkarte jedes Jahr etwas gelber.

Wir forschen, entwickeln und setzen mit unseren Produkten sowie Lösungen Maßstäbe in der Branche. Wir haben ein starkes und hoch-motiviertes Team weltweit, das mit Leidenschaft Höchstleistungen bringen will und wird. Und wir lassen uns leiten von

Werten, die uns als Familienunternehmen von Mitbewerbern unterscheiden. All dies fließt ein in unsere Wachstumsstrategie und ist Grundlage für den zukünftigen Erfolg.

Wir sind uns darüber im Klaren, dass nur eine erfolgreiche Führung im Zusammenspiel mit der Konzernstrategie der wesentliche und entscheidende Faktor für den Erfolg von Jungheinrich sein wird.

Daher haben wir den „Jungheinrich Way of Leadership“ ins Leben gerufen.

Mit dem „Jungheinrich Way of Leadership“ bringen wir mehr Unternehmertum in unsere Führungsmannschaft, um die in der Organisation vorhandenen Potenziale besser zu heben. Im Mittelpunkt stehen dabei vor allem Eigenschaften wie Mut, Vertrauen, Verantwortung und Ergebnisorientierung. Wir wollen nicht nur viele gute Einzelspieler. Es gilt, ein geschlossenes Team zu formen, in dem jeder seinen Beitrag zum Ganzen leistet. Dann ist dieses Jungheinrich-Team auch in der Lage, kontinuierlich Top-Leistungen abzuliefern. Diese Weiterentwicklung unserer Führungs- und Unternehmenskultur ist, gepaart mit der Unternehmensstrategie, unser Schlüssel zum Erfolg.

JUNGHEINRICH IST WEIT MEHR ALS EIN STAPLERHERSTELLER

Sehr geehrte Damen und Herren, dieser Erfolg ruht auf vielen Schultern – daher nutze ich die Gelegenheit und bedanke mich herzlich bei allen unseren Mitarbeitern weltweit für ihren Einsatz und ihre Leistung. Ein herzlicher Dank geht ebenfalls an meine Vorstandskollegen und unsere Führungskräfte, die mit hohem Engagement und Professionalität den Erfolg von Jungheinrich maßgeblich vorantreiben.

Ebenso richten wir unseren Dank an den Aufsichtsrat, der unsere Arbeit in bewährter Weise konstruktiv und engagiert begleitet hat.

Nicht fehlen darf unser ganz besonderer Dank an Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre sowie an unsere Familiengesellschafter, liebe Familien Lange und Wolf.

Ganz zum Schluss eine Bitte von mir an Sie. Wenn Sie jemand nach Jungheinrich fragt, sagen Sie stets:

Jungheinrich ist weit mehr als ein Staplerhersteller!