

# ORDENTLICHE HAUPTVERSAMMLUNG

Jungheinrich Aktiengesellschaft, Hamburg

11. Mai 2021

## REDEMANUSKRIPT

DR. LARS BRZOSKA

Vorsitzender des Vorstandes

– Es gilt das gesprochene Wort –

## **I. BEGRÜSSUNG**

### **Wieder virtuell**

Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
als ich Sie im August letzten Jahres von dieser Stelle aus zur Jungheinrich Hauptversammlung 2020 begrüßte, tat ich das mit dem Hinweis, dass „außergewöhnliche Zeiten [...] außergewöhnliche Maßnahmen“ verlangen. Ich spielte damit auf die Tatsache an, dass Jungheinrich aufgrund der Corona-Pandemie erstmals in seiner Geschichte zu einer virtuellen Hauptversammlung geladen hatte und nicht wie sonst üblich gemeinsam mit Ihnen – unseren Aktionärinnen und Aktionären – zusammenkommen konnte.

Ich bin seinerzeit – knapp neun Monate ist das nun her – davon ausgegangen, dass die Welt heute schon etwas weiter in der Bewältigung der Corona-Pandemie wäre, als sie es tatsächlich ist, und dass die „außergewöhnlichen Zeiten“ mehr ein Teil unserer jüngeren Erinnerung und weniger unseres gegenwärtigen Lebens sein würden.

Länger als ein Jahr leben und arbeiten wir nun alle schon unter den Einschränkungen der Corona-Pandemie. Auch wenn dank der zunehmend effektiveren Impfkampagnen das Licht am Ende des Tunnels Schritt für Schritt heller erscheint, lautet die Lösung bis auf Weiteres noch „Zusammenstehen heißt Abstand halten“. Deshalb kommen wir auch heute wieder rein virtuell zusammen. Ich freue mich trotz oder gerade auch wegen der schwierigen Umstände, dass Sie dabei sind, und begrüße Sie herzlich hier aus der Jungheinrich Zentrale in Hamburg.

## **II. ENTSCLOSSENES CORONA-KRISENMANAGEMENT**

### **1. Eine der größten Herausforderungen der Firmengeschichte**

Das vergangene Jahr war in jeder Hinsicht außergewöhnlich und bleibt dabei hoffentlich für lange Zeit einzigartig. Sie merken, ich habe die Hoffnung für die zweite Hälfte dieses Jahres noch nicht aufgegeben. Man wird intensiv in den Geschichtsbüchern suchen und viele Jahrzehnte zurückblicken müssen, um ein Jahr zu finden, das in vergleichbarem Maße von einem einzelnen Ereignis so dominiert wurde wie das Jahr 2020 von der Corona-Pandemie. Die Auswirkungen waren und sind in vielen Bereichen immer noch beispiellos.

Auch für Jungheinrich ist die Corona-Krise eine der größten unternehmerischen Herausforderungen der Firmengeschichte. Bereits kurz nach dem Jahreswechsel 2019/2020 waren unsere Kolleginnen und Kollegen in China von ersten Lockdown-Maßnahmen betroffen. Die Verlängerung der nationalen Ferien zum Neujahrsfest betrafen Werke und Niederlassungen und waren das erste deutliche Anzeichen, dass da etwas Außergewöhnliches auf uns zukommen könnte.

Ab Anfang März 2020 wurde dann Europa – unser Kernmarkt – zum „Hotspot“. Erst Italien, dann Österreich, bald der gesamte Kontinent. Die bis dahin offenen Grenzen der EU wurden geschlossen, Ausgangssperren verhängt, in weiten Teilen kam das Wirtschaftsleben zumindest zeitweise zum Erliegen. Lieferketten rissen ab. Die Produktion in vielen Unternehmen wurde zum Teil für mehrere Wochen gestoppt.

Nicht so bei Jungheinrich. Wir waren in der Lage, in nahezu allen Bereichen unseren Geschäftsbetrieb durchgehend aufrechtzuerhalten.

## **2. Schutz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter & Sicherung der Lieferfähigkeit**

Das lag im Wesentlichen daran, dass wir die Situation nach den ersten Hinweisen sofort äußerst ernst genommen und deshalb frühzeitig damit begonnen hatten, notwendige Vorsorgemaßnahmen zu treffen.

Für uns gab es dabei stets zwei Prioritäten, die bis heute nichts von ihrer Gültigkeit eingebüßt haben:

- I. Die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, unserer Geschäftspartner, unserer Lieferanten und unserer Kunden maximal zu schützen und
- II. gleichzeitig den Geschäftsbetrieb aufrechtzuerhalten, um lieferfähig zu bleiben.

Beides haben wir in einem sehr hohen Umfang erreicht und auf beides können wir stolz sein.

### **3. Krisenstäbe**

Alle Maßnahmen seit März 2020 wurden aus einem extra zu diesem Zweck gebildeten zentralen Konzernkrisenstab gesteuert, um der Vielzahl an coronabedingten Herausforderungen umfassend, abgestimmt und schlagkräftig begegnen zu können. Parallel wurden lokale Krisenstäbe in allen Organisationseinheiten des Konzerns eingerichtet, mit deren Hilfe spezifische Herausforderungen vor Ort gemeistert wurden. Mit dem Ziel, die Stabilität der Teileversorgung für die Produktion in unseren Werken zu gewährleisten, haben wir eine spezielle „Supply Chain Task Force“ ins Leben gerufen. In allen diesen Krisenstäben wurden – und werden bis heute – die aktuellen Entwicklungen analysiert, das Vorgehen abgestimmt, die Maßnahmen beschlossen und die Umsetzung gesteuert. Das alles in enger Abstimmung und unter der Mitwirkung des Konzernbetriebsrates und der Arbeitnehmervertreter vor Ort.

Alle Akteure waren und sind angetrieben von dem Ziel, Jungheinrich sicher durch diese herausfordernde Zeit zu führen und genau das haben wir geschafft. Wir haben entschlossen und schnell auf die sich ständig verändernde Lage reagiert. Wir haben abgewogen, was das Beste für Jungheinrich ist, was wir tun und was wir lassen müssen. Die gesamte Mannschaft hat dabei einen hervorragenden Job gemacht, wofür ich mich an dieser Stelle noch einmal ganz herzlich bedanken möchte.

### **4. Maßnahmen zum Schutz der Belegschaft**

Unter der Leitung der Krisenstäbe wurden umfassende Präventionsmaßnahmen ergriffen, um einen maximalen Schutz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu erreichen. Alle staatlichen Arbeitsschutzvorgaben wurden bei Jungheinrich umgehend und konsequent umgesetzt, vielfach auch schon vor deren Inkrafttreten und dabei häufig weitreichender ausgelegt als gefordert. Wir haben es stets als selbstverständlich angesehen, dass wir nicht nur das Mindestmaß der Vorgaben erfüllen, sondern aus Fürsorge gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern den aus unserer Sicht bestmöglichen Schutz gewährleisten.

## **i. Mobiles Arbeiten**

Konzernweit wurde mobiles Arbeiten realisiert, wo immer dies umsetzbar war. Das ist weniger trivial, als es im ersten Moment vielleicht erscheinen mag. In sehr kurzer Zeit – im wahrsten Sinne des Wortes über Nacht – musste eine IT-Infrastruktur geschaffen werden, die es erlaubte, mehrere tausend Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dezentral von zu Hause aus arbeiten zu lassen. Für die Kolleginnen und Kollegen der IT war dies ein besonderer und erfolgreich gemeisterter Kraftakt, der über die Corona-Krise hinauswirkend das Arbeiten bei Jungheinrich nachhaltig verändern wird. Zunächst aber – und darum ging es – wurde so die Möglichkeit geschaffen, dass unsere Kolleginnen und Kollegen aus dem Innendienst seit März 2020 von zu Hause aus arbeiten können und dies auch konsequent und weiterhin sehr produktiv tun.

## **ii. Infektionsschutz am Arbeitsplatz**

Für Arbeitsbereiche, die nicht auf mobiles Arbeiten wechseln konnten – zum Beispiel in der Fertigung –, wurden an den Standorten umfangreiche Konzepte zum bestmöglichen Infektionsschutz und zur Aufrechterhaltung der Produktion umgesetzt. Dafür wurden Hygienekonzepte entworfen und implementiert, Schichtmodelle entzerrt, Teams neu aufgeteilt, räumliche Trennungen wenn möglich vorgenommen und in anderen Fällen Plexiglasscheiben als Schutzvorkehrungen installiert.

Auch unser Kundendienst musste sich ganz neuen Herausforderungen stellen: Um das Risiko für die Technikerinnen und Techniker selbst, aber auch für unsere Kundinnen und Kunden so gering wie möglich zu halten, wurden sie mit einem umfangreichen Hygieneset – unter anderem mit Desinfektionsmittel, Masken und später Selbsttests – ausgestattet.

Konzernweit haben wir im Jahr 2020 mehr als 215.000 Masken und rund 20.000 Liter Desinfektionsmittel beschafft. Zum Schutz aller Kolleginnen und Kollegen, unserer Geschäftspartner und Kunden.

## **iii. Testen**

Wir haben sehr früh – viele Wochen bevor dies gesetzlich verankert wurde – unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an den Jungheinrich Standorten Corona-Schnelltests angeboten. Die Kolleginnen und Kollegen hier in der Konzernzentrale beispielsweise, für die mobiles Arbeiten nicht vollumfänglich

umsetzbar ist, können sich zweimal in der Woche testen lassen. Die Tests werden von geschultem Personal durchgeführt. Wir haben inzwischen an allen Standorten eine entsprechende Infrastruktur, um auch hier Tests anbieten zu können. Dafür wurden vor Ort unter anderem entsprechende Vereinbarungen mit den ansässigen Ärzten getroffen.

#### **iv. Impfen**

Wenn es etwas gibt, was uns allen ermöglichen wird, diese Pandemie möglichst bald zu überwinden, dann ist es das Impfen.

Bereits im Januar haben wir deshalb beschlossen, dass Jungheinrich für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit die Kosten einer Corona-Impfung übernimmt, wenn diese dadurch lokal entweder ermöglicht oder beschleunigt werden kann.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die sich im Rahmen ihrer nationalen Impfkampagnen in Impfzentren oder bei ihren Hausärzten impfen lassen, werden zwei Stunden auf ihrem Zeitkonto gutgeschrieben, damit sie die Impfung auch während der Arbeitszeit durchführen lassen können.

Eine Unterstützung der gegenwärtigen nationalen Impfkampagnen durch unsere Betriebsärzte wird vorbereitet. Sobald Impfstoff verfügbar ist, sind es unsere Betriebsärzte auch.

### **5. Handeln im Sinne der Belegschaft und des Unternehmens**

Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
der Erfolg gibt uns recht. Aufgrund der zahlreichen Schutzmaßnahmen für unsere Beschäftigten konnte die Anzahl der Infektionen unter Jungheinrich Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit auf einem sehr niedrigen Niveau gehalten werden.

Das alles machen wir, weil wir es als unsere Fürsorgepflicht ansehen. Das Verantwortungsgefühl, das uns dabei als guter Arbeitgeber leitet, gilt unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, kommt aber gleichzeitig auch dem Unternehmen zugute. Denn wenn unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erkranken, dann schadet das selbstverständlich auch uns – ideell und wirtschaftlich. Deshalb bin ich mir sicher, dass Sie – liebe Aktionärinnen und Aktionäre – uns bei diesen Maßnahmen und den Überzeugungen, die sie leiten, unterstützen.

### **III. DAS GESCHÄFTSJAHR 2020**

Unser konsequentes Corona-Krisenmanagement ist ein wesentlicher Grund dafür, dass wir das Geschäftsjahr 2020 besser abschließen konnten als noch zu Beginn der COVID-19-Pandemie erwartet.

Es ist uns gelungen, die negativen Auswirkungen der Pandemie auf unser Geschäft erfolgreich zu begrenzen. Somit konnten wir auch im Verlauf des Geschäftsjahres unsere Erwartungen zum Geschäftsverlauf mehrfach wieder anheben. Nahezu alle Kennzahlen liegen in der oberen Hälfte des jeweiligen Prognosenkorridores, zum Teil wurden die Ziele übertroffen. Vor dem Hintergrund der offenkundig herausfordernden Rahmen- und Marktbedingungen können wir aus unserer Sicht mit dem Geschäftsverlauf des vergangenen Jahres sehr zufrieden sein.

#### **1. Auftragseingang**

Der stückzahlbezogene Auftragseingang im Neugeschäft, der die Bestellungen für Neufahrzeuge einschließlich Mietfahrzeuge enthält, blieb mit 111.400 Fahrzeugen um 9 Prozent hinter dem Vorjahreswert zurück. Ausschlaggebend hierfür war die aufgrund der Unsicherheit durch die COVID-19-Pandemie gebremste Nachfrage in Europa und die im Jahresvergleich deutliche Reduzierung der eigenen Bestellungen für unsere Mietflotte.

Der wertmäßige Auftragseingang, der die Geschäftsfelder Neugeschäft, Miete und Gebrauchtgüter sowie Kundendienst umfasst, blieb im Jahr 2020 aufgrund eines starken Schlussquartals mit insgesamt 3.78 Mrd. Euro nur leicht hinter dem Vorjahr zurück. Der Auftragsbestand des Neugeschäftes zum 31. Dezember 2020 belief sich auf 821 Mio. Euro und lag damit 34 Mio. Euro über dem Vorjahr.

#### **2. Umsatz**

Der Konzernumsatz belief sich im Geschäftsjahr 2020 auf 3,81 Mrd. Euro. Das entspricht einem Rückgang von rund 7 Prozent. Wesentlicher Grund für den niedrigeren Konzernumsatz war der coronabedingte Umsatzrückgang im Neugeschäft. Auch der Umsatz im Miet- und Gebrauchtgütergeschäft ging zurück. Der Kundendienst lag dagegen im Gesamtjahr über dem Vorjahreswert, trotz pandemiebedingter Einschränkungen beim Zugang zu Kundenstandorten im 2. Quartal 2020. Der Anteil des Kundendienstes am Konzernumsatz stieg zum Jahresende auf 29 Prozent.

### **3. Ergebnis**

Das EBIT erreichte 218 Mio. Euro und war vor allem durch die gegenüber dem Vorjahr geringere Auslastung der Werke und den damit einhergehenden Rückgang der Margen belastet. Berücksichtigt sind darüber hinaus Aufwendungen aus einmaligen Belastungen in Höhe von insgesamt 49 Mio. Euro sowie die Zahlung einer Corona-Prämie an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Höhe von 13,5 Mio. Euro. Das stabile Kundendienstgeschäft sowie die frühzeitig durch uns ergriffenen Kostensenkungs- und Effizienzmaßnahmen konnten weitere Ergebniseinbußen jedoch erfolgreich begrenzen. Die EBIT-Rendite lag mit 5,7 Prozent unter dem Vorjahreswert von 6,4 Prozent. Der ROCE lag trotz des geringeren EBIT mit 13,5 Prozent nur leicht unter dem Vorjahreswert in Höhe von 13,7 Prozent.

Das Ergebnis nach Steuern belief sich auf 151 Mio. Euro. Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit erreichte im Berichtsjahr 551 Mio. Euro und erhöhte sich damit deutlich um 206 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr, in dem wir noch 345 Mio. Euro verzeichneten.

Zum 31. Dezember 2020 wurde zudem ein Nettoguthaben in Höhe von 194 Mio. Euro erzielt, zum Vergleichszeitpunkt im Vorjahr hatte der Konzern noch eine Nettoverschuldung von 172 Mio. Euro ausgewiesen. Das entspricht einer Verbesserung um 366 Mio. Euro. Treiber dieser sehr guten Entwicklung waren die verringerten Investitionen, die Reduzierung der Mietflotte sowie die Freisetzung von Working Capital.

Das ist bedeutend, weil gerade in konjunkturell schwierigen Zeiten einer starken Bilanz und soliden Liquidität bekanntermaßen ein hoher Stellenwert zukommt. Uns war und ist wichtig, dass wir auch in Krisenzeiten in der Lage sind, strategische Maßnahmen unabhängig umsetzen zu können. „Cash is King“ war und ist deshalb unsere Devise, die wir mit Erfolg umsetzen konnten.

### **4. Dividende**

Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
der Vorstand der Jungheinrich AG schlägt vor, eine Dividende in Höhe von 0,41 Euro je Stammaktie und 0,43 Euro je Vorzugsaktie auszuschütten.

Aus dem Dividendenvorschlag ergibt sich eine Gesamtausschüttung in Höhe von 43 Mio. Euro. Die Ausschüttungsquote von 28 Prozent liegt damit im



Rahmen unserer Zielsetzung, zwischen 25 und 30 Prozent des Ergebnisses nach Steuern an die Aktionäre auszuschütten.

Wir freuen uns, dass wir auch nach diesem herausfordernden Jahr unsere Politik der kontinuierlichen Dividendenzahlungen fortsetzen können. Eine verlässliche Beteiligung der Aktionäre am Unternehmenserfolg ist für uns wesentlich.

## **5. Prognose 2021**

Wie Sie unserer Ad-hoc-Meldung vom 22. April und der Veröffentlichung der Quartalszahlen vom 7. Mai bereits entnehmen konnten, verzeichnete Jungheinrich einen sehr guten Start in das Jahr 2021.

Aufgrund des starken Auftragseinganges im 1. Quartal 2021 und einer auch für den weiteren Jahresverlauf erwarteten hohen Nachfrage nach unseren Produkten und Dienstleistungen haben wir unsere Prognose für das Jahr 2021 bereits jetzt angehoben.

Der Vorstand rechnet auf Basis der aktualisierten Unternehmensplanung für das Gesamtjahr 2021 nunmehr mit einem Auftragseingang zwischen 4,2 Mrd. und 4,5 Mrd. Euro, die bisherige Bandbreite lag zwischen 3,9 Mrd. und 4,1 Mrd. Euro.

Der Konzernumsatz dürfte sich aufgrund der großen Herausforderungen in der Lieferkette innerhalb einer Bandbreite von 4,0 Mrd. bis 4,2 Mrd. Euro statt wie bisher angenommen zwischen 3,9 Mrd. und 4,1 Mrd. Euro bewegen.

Das EBIT wird 2021 nach aktueller Einschätzung zwischen 300 Mio. und 350 Mio. Euro liegen. Bisher waren wir von 260 Mio. bis 310 Mio. Euro ausgegangen.

Demgemäß wird eine EBIT-Rendite in der Bandbreite von 7,5 bis 8,3 Prozent erwartet statt 6,7 bis 7,6 Prozent.

Das Ergebnis vor Steuern dürfte 280 Mio. bis 330 Mio. Euro erreichen. Die EBT-Rendite soll zwischen 7,0 und 7,9 Prozent statt bei 6,2 bis 7,1 Prozent liegen. Der Vorstand geht von einem ROCE-Wert zwischen 17 und 21 Prozent statt 14 und 18 Prozent aus.

Des Weiteren rechnen wir zum Geschäftsjahresende 2021 mit einem Nettoguthaben von deutlich über 300 Mio. Euro.

Zugrunde gelegt wird bei dieser aktualisierten Prognose insbesondere, dass es im Jahresverlauf zu keinen weitreichenderen Lockdown-Maßnahmen bis hin zu Werksschließungen kommt und die Lieferketten des Konzerns intakt

bleiben. Unsere Maßnahmen zur Sicherstellung der Lieferfähigkeit von Jungheinrich setzen wir uneingeschränkt fort.

#### **IV. DANK AN DAS JUNGHEINRICH TEAM**

Es ist dem herausragenden Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu verdanken, dass wir im Jahr einer der größten medizinischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Krisen seit dem Zweiten Weltkrieg gemeinsam ein solches Resultat erreichen konnten.

Ich habe die besondere Leistung unserer Belegschaft schon an verschiedenen Stellen hervorgehoben und will dies auch heute gerne noch einmal tun.

Dank des großartigen Einsatzes unserer gesamten Mannschaft konnten sich unsere Kunden, insbesondere die aus systemrelevanten Bereichen der Logistik, des Handels sowie der Lebensmittel- und Pharmaindustrie, auf Jungheinrich verlassen. Als Dank für diesen außergewöhnlichen Einsatz und als Anerkennung für die zusätzliche Belastung durch die Krise haben wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zum Jahresende deshalb eine Corona-Sonderprämie ausgezahlt. Wir sind stolz auf unser Team, gemeinsam werden wir auch alle kommenden Herausforderungen meistern und noch vieles in der Zukunft erreichen.

#### **V. STRATEGIE 2025+**

Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
die COVID-19-Pandemie hat uns trotz aller mit ihr verbundenen Herausforderungen nicht davon abgehalten, die weitere Zukunft von Jungheinrich zu gestalten.

Im Jahr 2020 haben wir im Zuge dessen unsere „Strategie 2025+“ erarbeitet und diese im Herbst vorgestellt.

Darin haben wir unsere Ziele für die kommenden Jahre formuliert und den Weg definiert, wie wir diese Ziele erreichen werden.

Am Ende des Weges wird Jungheinrich ein noch profitableres, effizienteres und nachhaltigeres Unternehmen sein. Dafür treten wir an.

## **1. Zieldimensionen**

Mit der Strategie 2025+ wollen wir nachhaltig Werte für alle unsere Stakeholder schaffen: für unsere Kunden, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, unsere Aktionäre und Geschäftspartner und die Gesellschaft insgesamt.

Diesem Leitbild folgend, haben wir fünf Zieldimensionen identifiziert, denen wir uns ganzheitlich verpflichtet fühlen. Wir wollen

1. unsere Kunden begeistern,
2. langfristig profitabel wachsen,
3. uns durch Innovationen differenzieren,
4. kundenorientierte digitale Prozesse im Rahmen unserer Transformation etablieren und
5. ein partnerschaftliches Miteinander pflegen.

## **2. Handlungsfelder**

Für die erfolgreiche Umsetzung der Strategie 2025+ und im Hinblick auf unser Konzernzielsystem ist es entscheidend, dass die Strategie bereichsübergreifend konzipiert wurde und darauf abzielt, in koordinierten, aufeinander abgestimmten Schritten implementiert und weiterentwickelt zu werden.

### **i. Automatisierung**

Automatisierung ist das zentrale Zukunfts- und Wachstumsfeld für Jungheinrich. Wir erwarten in diesem Bereich, der Fahrerlose Transportsysteme, automatisierte Lager, Robotik und Software umfasst, ein überproportionales Marktwachstum. An diesem Wachstum wollen und werden wir partizipieren. Deshalb treiben wir den Ausbau unseres Automatisierungsportfolios in allen relevanten Bereichen konsequent voran.

Erst letzte Woche haben wir unser neues Fahrerloses Transportfahrzeug – den EKS 215a – vorgestellt: eine vollständige Neuentwicklung und das erste Fahrerlose Transportfahrzeug von Jungheinrich, das kein Serienfahrzeug mehr als Basis hat. Das Interesse ist groß: Noch vor der Markteinführung haben wir einen ersten Großauftrag an Land gezogen.

So arbeiten wir am Lager der Zukunft und erschließen neue Märkte und erlangen eine noch stärkere Marktposition. Gleichzeitig vertiefen wir unsere Kooperationen mit Partnern aus unterschiedlichen Branchen. Ein Beispiel dafür ist unsere Beteiligung am Münchener Robotik-Start-up Magazino, das intelligente, mobile Roboterlösungen entwickelt, fertigt und vertreibt. Mit Magazino haben wir auch eine breite strategische Kooperation im Bereich der mobilen Automatisierung vereinbart. Mit DMG Mori und TRUMPF – zwei Markt- und Technologieführern ihrer Branche – kooperieren wir bereits auf dem Gebiet der Fahrerlosen Transportsysteme.

## **ii. Digitalisierung**

Eng verknüpft mit den strategischen Initiativen im Handlungsfeld Automatisierung ist die Digitalisierung der Schlüsselfaktor für neue Produkte und Geschäftsmodelle. Unser Ziel für die kommenden Jahre ist es, Jungheinrich für die Intralogistik der Zukunft bestmöglich zu positionieren. Dafür werden wir bestehende Produkte und Lösungsmodule mit neuen Systemansätzen kombinieren. Für unsere Kunden geht es um eine optimale Integration und Anbindung über die gemeinsamen Schnittstellen. Ein vollumfänglich digitales Abbild unserer Kundensysteme zum Beispiel mit dem Jungheinrich Warehouse Management System (WMS) und Jungheinrich Warehouse Control System (WCS) optimiert zunehmend die Prozesse unserer Kunden. Die Bandbreite der digitalen Lösungsangebote reicht darüber hinaus von der Empfehlung zur besseren und auch präventiven Wartung sowie Instandhaltung von Flotten bis zum global optimierten, an uns ausgelagerten Flottenmanagement für den Kunden. Neue Assistenzsysteme ergänzen den digital gesteuerten Abgleich von in Echtzeit erhobenen Daten mit vorhandenen Zielvorgaben. Neue digitale Angebote gewährleisten schließlich auch mehr Flexibilität für den Kunden, so zum Beispiel „Pay-per-Use“ oder „E-Rental“.

## **iii. Elektrifizierungskompetenz**

Wir stehen am Beginn des Zeitalters der Elektromobilität, das heißt, die Welt und die Märkte bewegen sich zusehends schneller dahin, wo Jungheinrich schon seit seiner Gründung technologisch zu Hause ist. Die Elektrifizierung der Intralogistik ist seit jeher eine unserer wichtigsten Kernkompetenzen: Jungheinrich ist seit vielen Jahren Vorreiter für Energielösungen im Lager. Wir waren der erste Hersteller unserer Branche, der ein Serienfahrzeug mit Lithium-Ionen-Batterie auf den Markt brachte. Das war vor genau 10 Jahren. Kein anderes Unternehmen in der Intralogistik setzt seitdem so konsequent

auf die Lithium-Ionen-Batterie wie Jungheinrich. Und wir werden unsere führende Branchenposition in dieser Technologie weiter ausbauen. Unser Ziel ist es, bis 2025 eine Lithium-Ionen-Ausrüstungsquote bei Neufahrzeugen von mehr als 70 Prozent zu erreichen. Dafür werden wir in den kommenden Jahren weitere Fahrzeugmodelle mit vollintegrierter Lithium-Ionen-Technologie auf den Markt bringen. In diesem Jahr werden mit den Elektro-Deichselstaplern EREi und ERDi zwei besonders volumenstarke Modelle dieser New Concept Fahrzeuge auf den Markt gebracht.

Großes Wachstumspotenzial sehen wir auch in der Elektrifizierung von Arbeitsmaschinen außerhalb der Intralogistik. In unserem Bereich „Powertrain Solutions“ stellen wir unsere langjährige Expertise auch anderen Herstellern, unter anderem aus der Bau- und Landmaschinenindustrie, zur Verfügung und verhelfen so der Elektromobilität auch branchenübergreifend zum Durchbruch.

#### **iv. Effiziente Prozesse**

Wir treiben die digitale Transformation konzernweit voran und erhöhen in diesem Zuge unsere Kundenzentrierung und zugleich unsere Prozesseffizienz. Dazu werden wir die bereits in Umsetzung befindlichen Programme, insbesondere DEEP („Digitale Ende-zu-Ende-Prozesse“) und N-Ex-T („Netzwerk-Exzellenz-Technik“), weiter forcieren. Beide Programme gehen Hand in Hand und treiben die digitale Transformation auf Konzernebene und in der Technik voran, um Jungheinrich ganzheitlich noch kundenzentrierter, produktiver und nachhaltiger zu machen.

#### **v. Weltweite Präsenz**

Neben der Festigung unserer Marktposition in Europa ist es unser Ziel, unsere internationale Präsenz auszubauen. Dafür wollen wir verstärkt in China und Nordamerika wachsen. Dieses Ziel wollen wir auch über Investitionen in gezielte Akquisitionen und/oder strategische Partnerschaften erreichen. Im Zuge der verstärkten Internationalisierung werden wir zudem den Anteil internationaler Führungskräfte in der Konzernbelegschaft ausbauen.

#### **vi. Nachhaltigkeit**

Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
mit unserer Konzernstrategie 2025+ haben wir uns dem Ziel verpflichtet, nachhaltig Werte zu schaffen – für unsere Kunden, unsere Mitarbeiterinnen und

Mitarbeiter, unsere Aktionäre und Geschäftspartner, aber auch für die Gesellschaft insgesamt. Bei alldem ist es unser Anspruch, ökonomische, ökologische und soziale Entwicklungen miteinander in Einklang zu bringen und die Bedürfnisse aller Stakeholder in den Mittelpunkt unserer Arbeit zu stellen. Dabei haben wir uns insbesondere der effizienten Ressourcennutzung verschrieben.

Dabei definiert das Handlungsfeld zugleich als Klammer wie auch als Anspruch die Maßgaben für alle im Rahmen der Strategie 2025+ umzusetzenden Projekte. Entlang der drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales etablieren wir einen interdisziplinären Prozess, der diese drei Aspekte in alle Entscheidungen entlang unserer Wertschöpfungskette mit einbringen wird.

Jungheinrich ist von jeher ein nachhaltig orientiertes Familienunternehmen. Zukünftig werden wir unser aktives Nachhaltigkeitsmanagement zu einem zentralen Punkt auch in der Außenwahrnehmung machen.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie umfasst die Schwerpunkte Klimaneutralität, Integration eines systematischen Nachhaltigkeitsmanagements, Transparenz und Verantwortung in der Lieferkette sowie die verstärkte Implementierung der Nachhaltigkeit in der Marke Jungheinrich.

Nachhaltige Intralogistik ist gelb, meine Damen und Herren. Dafür stehen wir.

### **3. Unser Leitbild**

Drei Überzeugungen leiten uns dabei:

*Nachhaltiges Handeln und wirtschaftlicher Erfolg gehören zusammen.*

Als Familienunternehmen reicht unser Blick über Generationen hinweg. Der Fokus auf kurzfristige Gewinne entspricht weder unserem kaufmännischen Selbstverständnis noch unserem unternehmerischen Wertekanon. Stattdessen wollen wir die Welt, in der wir alle gemeinsam leben und arbeiten, positiv mit unseren Produkten und Lösungen mitgestalten. Wir sind überzeugt, dass unser aller Wohlstand nicht zuletzt von einer intakten Umwelt, von einem sicheren sozialen Umfeld und von stabilen politischen Rahmenbedingungen abhängig ist. Es liegt deshalb in unserem ureigenen Interesse, profitables Wachstum stets mit ökologischen und sozialen Aspekten in Einklang zu bringen.

*Unser Leistungsspektrum erfüllt hohe ökonomische, ökologische und soziale Ansprüche.*

Für mehr und mehr Menschen ist Nachhaltigkeit inzwischen ein bestimmendes Kriterium ihrer Kaufentscheidung. Seit jeher zielt unser Geschäftsmodell darauf ab, mithilfe technischer Innovationen die Arbeit unserer Kunden zu unterstützen und ihnen auf diese Weise zu helfen, sowohl nachhaltig als auch profitabel zu wachsen. Daher steht seit unserer Gründung die Energie- und Ressourceneffizienz im Mittelpunkt unserer Arbeit. Dies treibt uns auch heute ungebrochen an und zeigt sich in Elektrofahrzeugen mit branchenführender Klimabilanz und energiesparenden Automatisierungslösungen. Dies alles gelingt uns, da wir den gesamten Wertschöpfungsprozess so nachhaltig wie möglich gestalten – vom Einkauf des Materials über die Produktplanung bis hin zum Aufarbeiten gebrauchter Fahrzeuge. Dieser Weg führt uns und unsere Kunden nicht nur zu effizienten, sondern auch zu ressourcenschonenden Produkten und Lösungen.

*Verantwortung und Verlässlichkeit bilden das Fundament unserer Zusammenarbeit.*

Erfolg ist keine Einbahnstraße, er setzt gemeinsame und gegenseitige Verantwortung und Verlässlichkeit voraus. Das gilt für Menschen wie für Unternehmen. Diesem Bild folgend, verpflichten wir uns zu einem partnerschaftlichen Miteinander – in der Belegschaft wie auch mit unseren Kunden, Lieferanten und allen anderen Geschäftspartnern. Dabei bilden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Rückgrat des Unternehmens. Ob in der Produktion und im Lager, im Kundendienst oder am Schreibtisch: Als Kolleginnen und Kollegen arbeiten wir Hand in Hand. Der respektvolle, wertschätzende und vertrauensvolle Umgang miteinander ist kennzeichnend für die Unternehmenskultur bei Jungheinrich. Unternehmerische Beziehungen gehen wir mit denjenigen Partnern ein, die unsere Ziele teilen. Gemeinsam arbeiten wir so an transparenten und verlässlichen Lieferketten. Wir wollen keine Konfliktmineralien in unseren Produkten und achten auf die Wahrung der Menschenrechte. Profitabilität auf dem Rücken anderer zu generieren, lehnen wir ab. Unser Erfolg basiert auf dauerhaft ausgelegten, vertrauensvollen Partnerschaften. Denn wir wissen: Nur gemeinsam lässt sich Großes bewegen.

Diese Überzeugungen zu leben, ist wesentlich für unser Selbstverständnis. Als Teil der internationalen Kampagne „50 Sustainability & Climate Leaders“ bekennen wir uns zu den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen. Unsere Fahrzeuge stehen für Energieeffizienz und wir tragen entscheidend

zur Dekarbonisierung in der Intralogistik bei. Zudem helfen wir mit unseren Erfahrungen und Kompetenzen auch bei der Elektrifizierung anderer Branchen. Unsere Automatisierungslösungen bringen Waren nicht nur schneller ans Ziel, sondern auch mit geringerem Stromverbrauch. Mit digitalen Lösungen, nicht zuletzt mit künstlicher Intelligenz in unseren Lagern, erhöhen wir zugleich Sicherheit und Effizienz. Unsere Produkte sind so konzipiert und gefertigt, dass viele von ihnen auch ein zweites und drittes Leben meistern. Mit einem stringenten Nachhaltigkeitsmanagement werden wir unsere Ziele, Kennzahlen und Maßnahmen konzernweit steuern.

Nachhaltigkeit ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Nachhaltigkeit ist Teil der Jungheinrich-DNA und Grundlage für unsere Aktivitäten. Nachhaltig Werte zu schaffen, ist unser Ziel. Dabei geht es nicht vorrangig darum, in Listen und Rankings oben zu stehen, sondern Nachhaltigkeit gemeinsam voranzutreiben.

Unsere Strategie 2025+ formuliert diesen Weg für Jungheinrich. Sie setzt sowohl klare als auch ehrgeizige Ziele und sichert unsere profitable Entwicklung. Gleichzeitig definiert sie, wie wir unsere Stärken dafür einsetzen, ein verlässlicher Teil der Gesellschaft zu sein. Dabei unterscheidet uns von anderen Unternehmen häufig nicht, was wir tun, sondern wie wir bei Jungheinrich die Dinge anpacken und mit welcher Haltung und Einstellung wir an die Umsetzung herangehen. Dieser Auftrag bringt uns Tag für Tag zusammen.

Auf diesem Weg erreichen wir die zentralen Zielgrößen der Strategie 2025+. Dazu gehört, dass der Umsatz des Konzerns bis zum Jahr 2025 auf über 5 Mrd. Euro wachsen soll. Die EBIT-Rendite wollen wir in diesem Zeitraum auf über 8 Prozent und die EBT-Rendite auf über 7,5 Prozent verbessern.

Angesichts des sehr guten Starts in das Jahr 2021 werden wir diese Zielgrößen im Laufe des Jahres aber auch noch einmal überprüfen.

## **VI. ABSCHLUSS UND DANK**

Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
das Jahr 2020 hat uns eindrucksvoll gezeigt, zu welch großartigen Leistungen Jungheinrich als Team fähig ist und wie viel Engagement, Leistungsbereitschaft und Leidenschaft unsere Kolleginnen und Kollegen jeden Tag aufs Neue einzubringen bereit sind, um dieses Unternehmen – Ihr Unternehmen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre – voranzubringen.



Ich habe Ihnen auf der vergangenen Hauptversammlung versprochen, dass Jungheinrich gestärkt aus der Corona-Krise hervorgehen wird. Die Zahlen des 1. Quartals 2021 sind sicherlich ein guter Beleg dafür, dass ich mit dieser Aussage richtig lag. Heute verspreche ich Ihnen, dass wir mit diesem Team und dieser Belegschaft auch weiterhin große Erfolge erzielen werden. Unsere Strategie 2025+ zeigt den Weg dahin auf.

Ich möchte Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären, ganz herzlich für Ihre Treue und für Ihr Vertrauen in unser Unternehmen danken. Ein ganz besonderer Dank geht vor diesem Hintergrund an unsere beiden Gesellschafterfamilien Lange und Wolf. Zudem danke ich dem Aufsichtsrat für die vertrauensvolle und enge Zusammenarbeit im vergangenen Jahr. Dieses Jahr ist ein weiteres außergewöhnliches Jahr. Lassen Sie es uns gemeinsam erfolgreich gestalten.

Vielen Dank und bleiben Sie gesund!