



Einhell
CORDLESS EXCELLENCE.



AGENDA

- 1) Wesentliche Fakten**
- 2) Geschäftszahlen**
- 3) Unser Weg zur zweiten Milliarde**
- 4) Marktzahlen**
- 5) Zusammenfassung**

1. WESENTLICHE FAKTEN



1. Wesentliche Fakten

1.1 Kurzprofil

- Geschäftsmodell: Führender Hersteller und Anbieter von Elektrowerkzeugen und Gartengeräten für den DIY-Bereich, bekannt für Innovation, Qualität und konsequente Kundenorientierung.
- Gründung: 1964
- Mitarbeiter weltweit: > 2.700
- Tochterunternehmen: 49
- Umsatz & EBT:

Jahr	Umsatz in Mio. €	EBT
2022	1.032,5	8,5%
2023	971,5	7,8%
2024	1.109,7	8,9%
2025e	1.150,0 - 1.175,0	ca. 9,0%

- Research Studie: M.M. Warburg & Co.
Hauck & Aufhäuser



1. Wesentliche Fakten

1.2 Die Einhell Aktie – Nachhaltige Dividenden und Kurssteigerungen

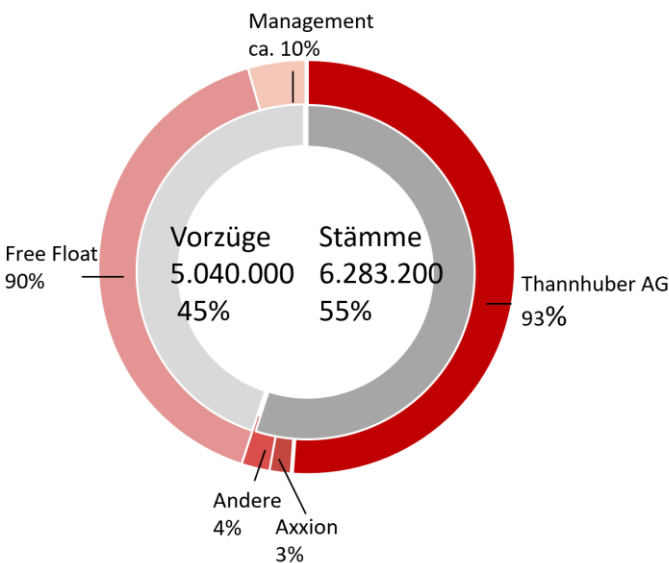
KURSVERLAUF BIS 2025 IN EUR

„Langfristige nachhaltige Wertsteigerung“



AKTIONÄRE

„Stabile Aktionärsstruktur durch Gründerfamilie als Stammaktionäre“



Dividenden-Historie

Für die jeweiligen Geschäftsjahre wurden folgende Dividenden ausgeschüttet:

In Euro	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Gesamt	2.138.976	2.893.856	2.893.856	2.138.976	1.384.096	1.384.096	2.138.976	2.893.856	4.403.616	5.158.496	5.158.496	8.178.016	9.687.776	10.820.096	10.820.096	16.859.136
Stammaktien	0,18	0,25	0,25	0,18	0,11	0,11	0,18	0,25	0,38	0,45	0,45	0,71	0,85	0,95	0,95	1,48
Vorzugsaktien	0,20	0,27	0,27	0,20	0,13	0,13	0,20	0,27	0,40	0,47	0,47	0,73	0,87	0,97	0,97	1,50

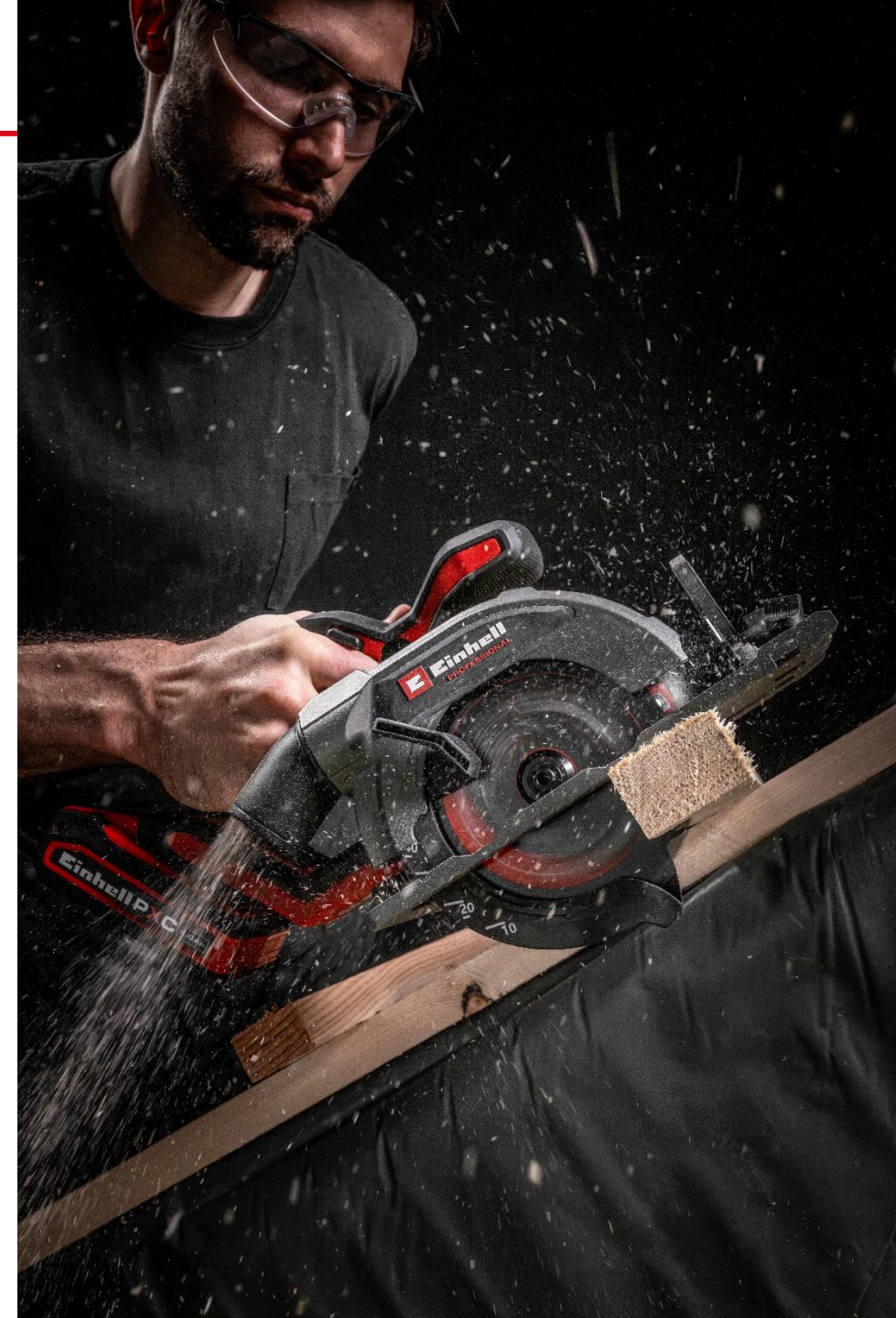
2. GESCHÄFTSZAHLEN



2. Geschäftszahlen

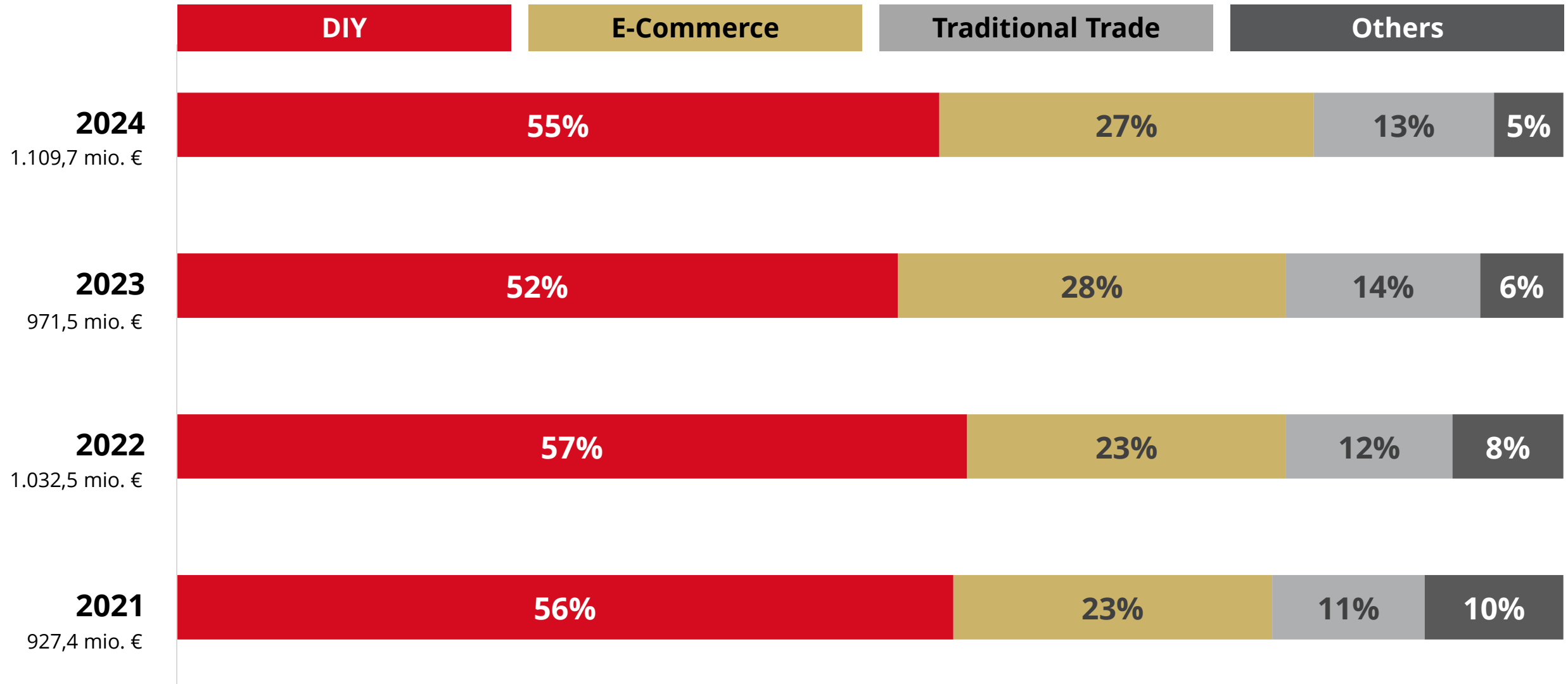
2.1 Gegenüberstellung 2023 vs. 2024

	2023	2024
Umsatz in Mio. €	971,5	1.109,7
EBT %	7,8%	8,9%
Dividende (Vorzugsaktie / Stammaktie)	0,97€ / 0,95€	1,50€ / 1,48€



2. Geschäftszahlen

2.2 Entwicklung Vertriebskanäle



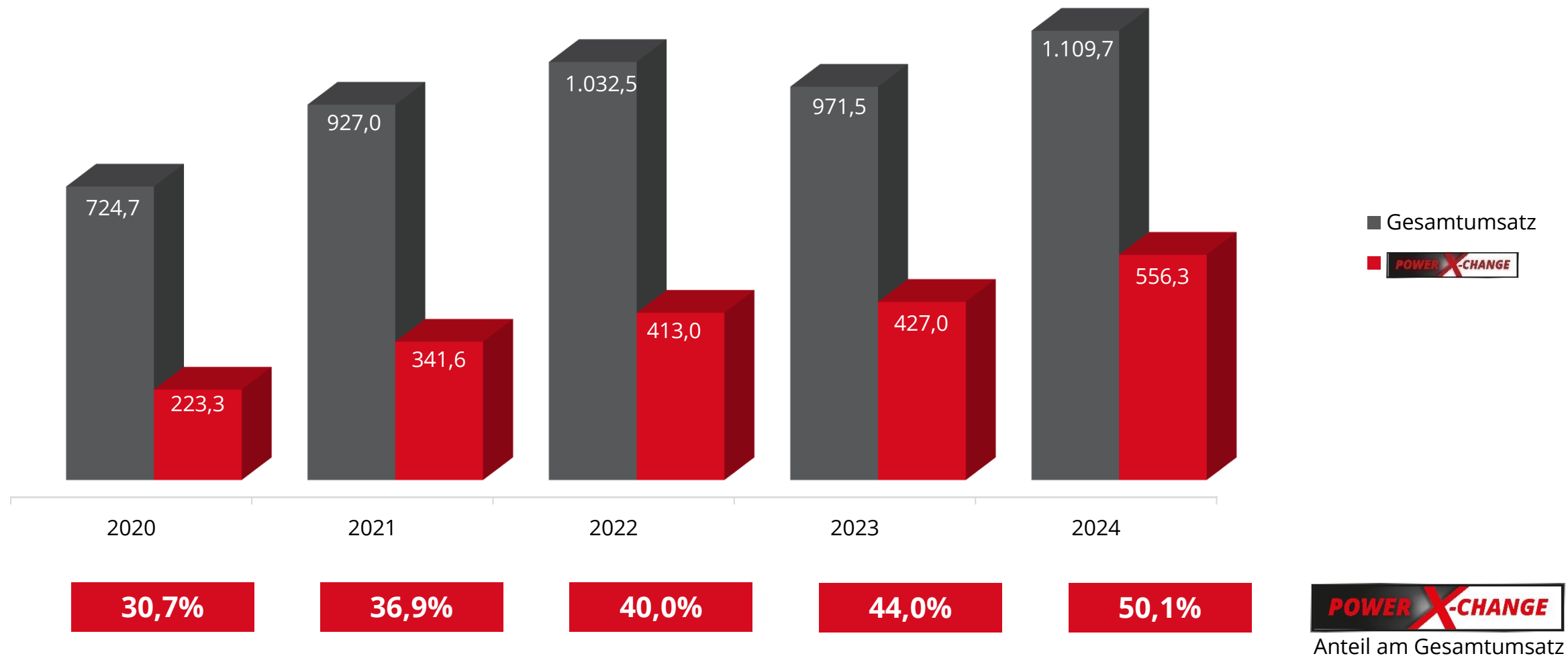
2. Geschäftszahlen

2.3 Markenentwicklung Einhell vs. Private Label

Umsatzanteil	2010	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
 Einhell	68,4%	77,8%	80,5%	82,9%	86,7%	89,5%	91,9%	92,3%	93,2%	93,5%
Private Label	31,6%	22,2%	19,5%	17,1%	13,3%	10,5%	8,1%	7,7%	6,8%	6,5%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

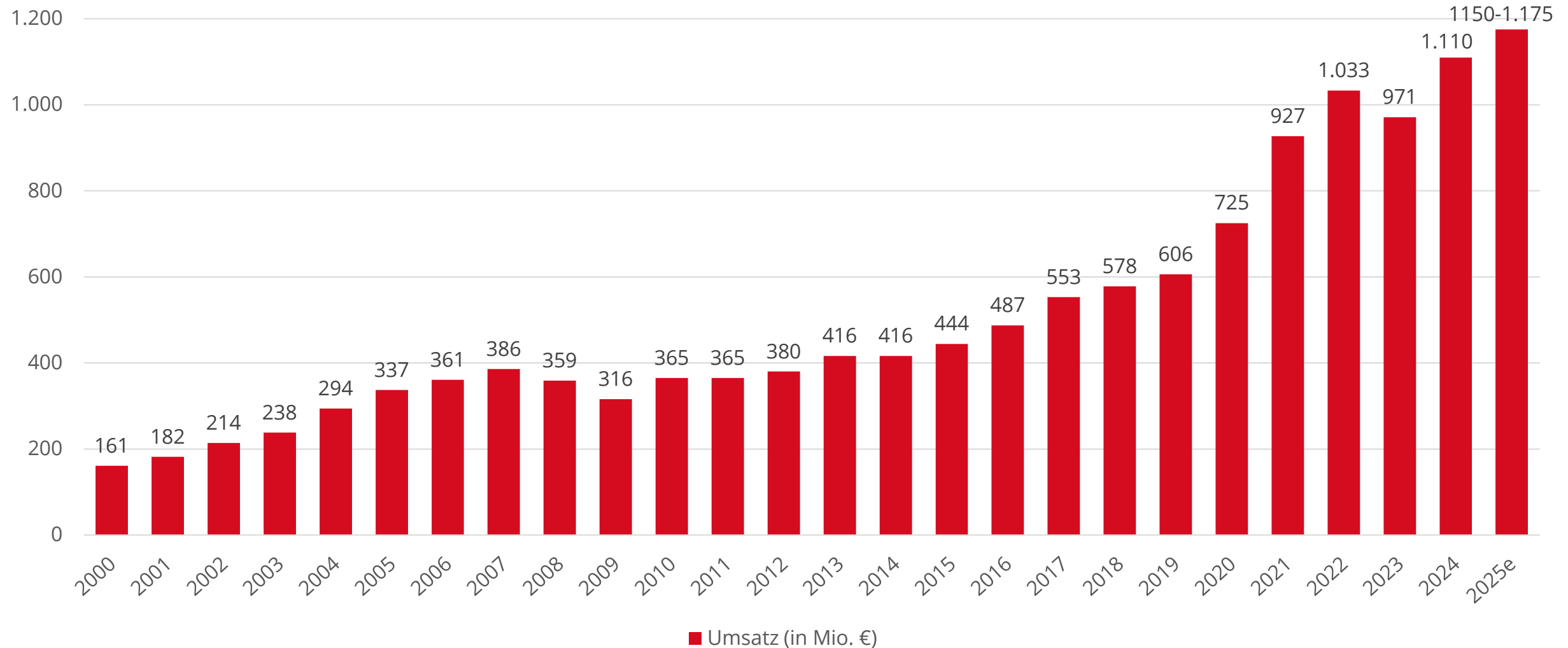
2. Geschäftszahlen

2.4 Umsatzentwicklung Power X-Change



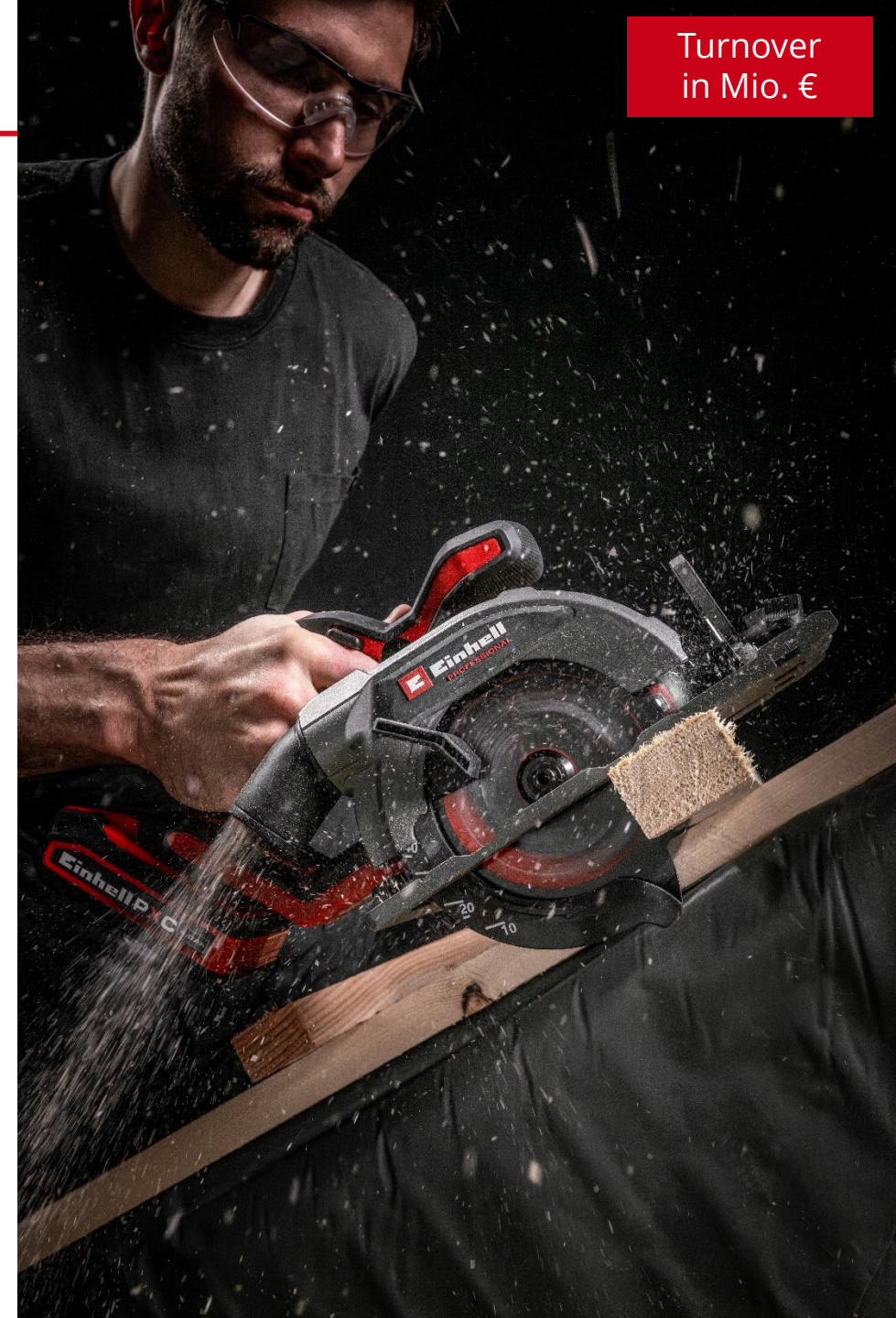
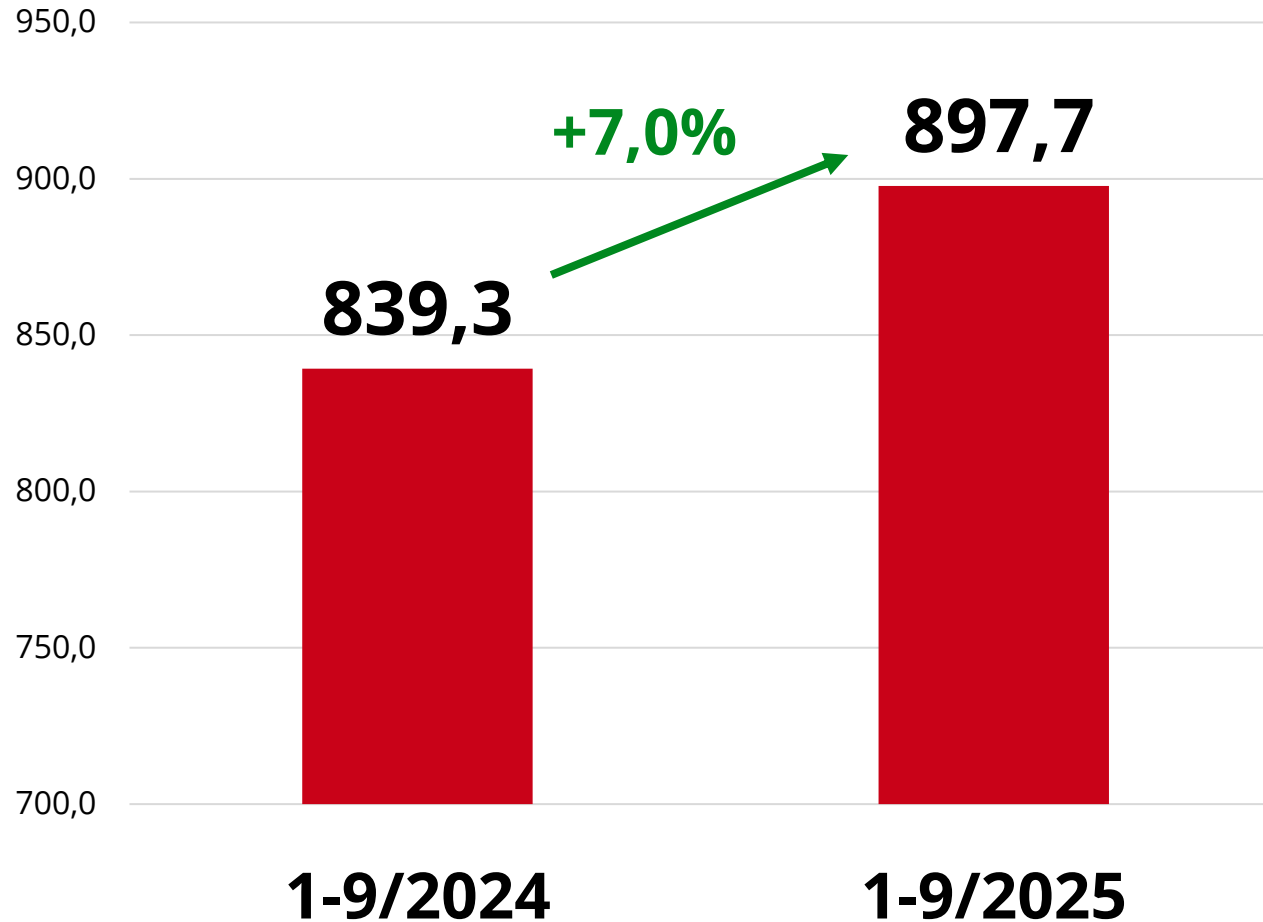
2. Geschäftszahlen

2.5 Umsatzentwicklung seit 2000



2. Geschäftszahlen

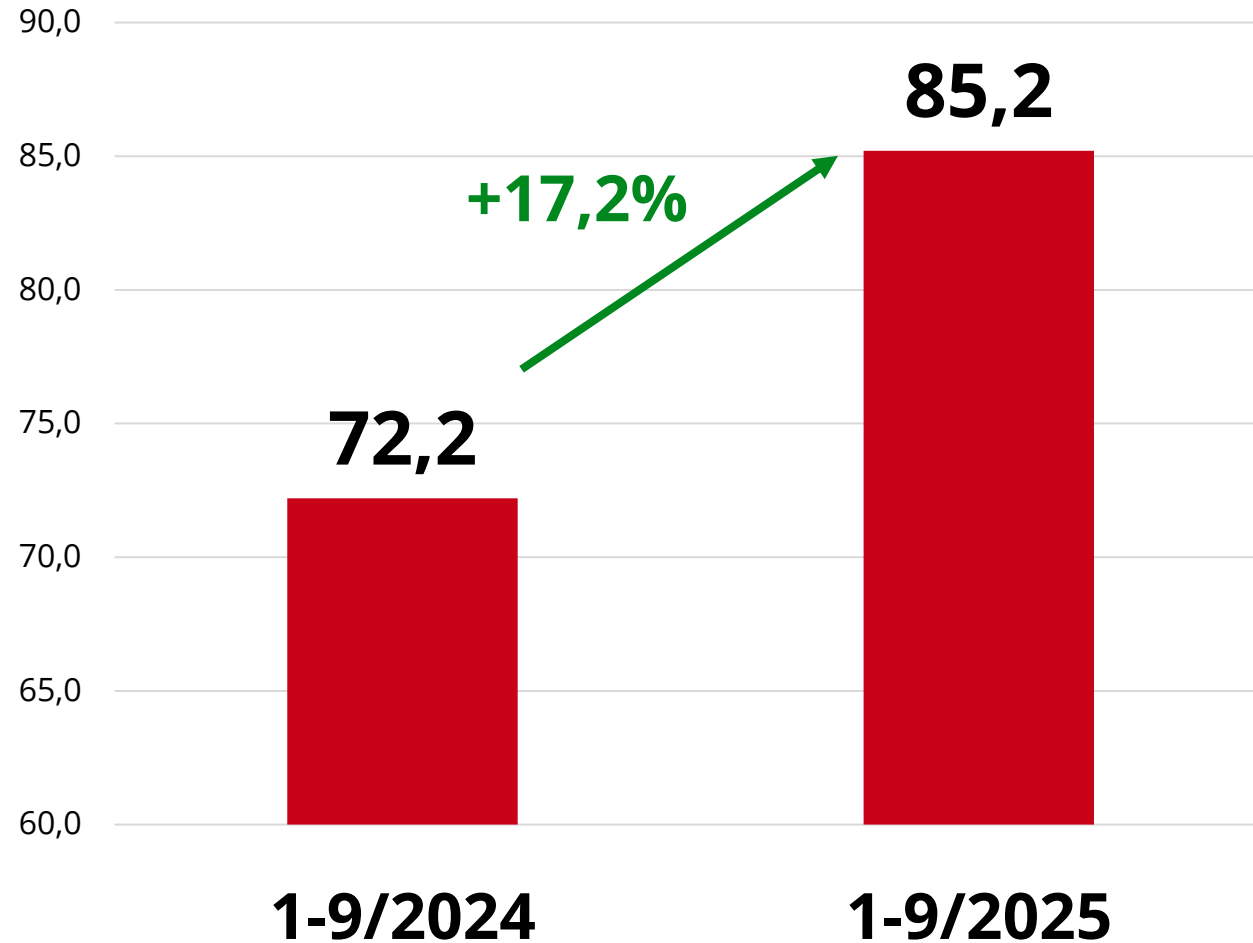
2.6 Aktuelle Situation - Umsatz zum **30.09.2025**



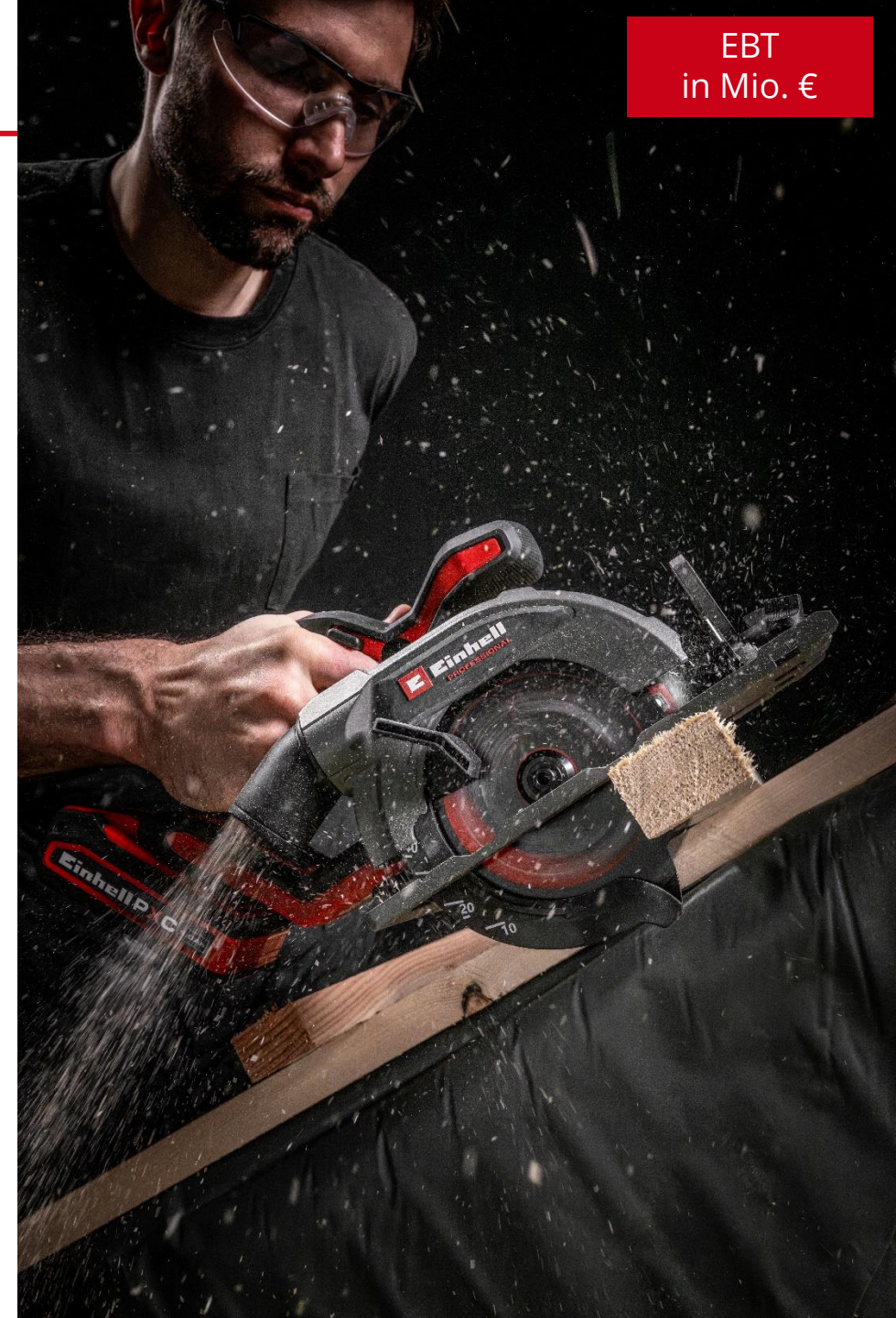
Turnover
in Mio. €

2. Geschäftszahlen

2.7 Aktuelle Situation – EBT zum 30.09.2025



EBT
in Mio. €



3. UNSER WEG ZUR 2. MILLIARDE

3.1 ALLGEMEINE FAKTEN



3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.1 Akku-Strategie

UMSATZ 2029: > 2.000 MIO EUR

VISION

Mindestens ein Power X-Change Akku in jedem Haus / jeder Wohnung mit Garten.

MISSION

Wir bieten unseren Kunden kabellose Freiheit für alle Arbeiten im und rund ums Haus, wo immer unser Kunde mobil und frei sein möchte. Mit der kompetentesten Akkuplattform nur von Einhell, helfen wir 100 Millionen Haus- und Gartenbesitzern weltweit, Spaß zu haben und ihre Heimwerkerprojekte und Gartenarbeit mit kabelloser Freiheit zu genießen.

STRATEGISCHE SÄULEN

Internationale Expansion

Kompetenter & markenunabhängiger
Experte für Elektrowerkzeugzubehör

Appearance Excellence –
Produkte und PoS

Bester Arbeitgeber in der DIY-Branche

Nachhaltigkeit

Volle Konzentration auf
Fokusproduktgruppen

Strategische Partnerschaften mit
Stakeholdern

Bester digitaler Anbieter in der
DIY-Branche

Bester Service in der DIY-Branche

Reduzierung der
Beschaffungsabhängigkeit von China

Akku-Kompetenz mit Power X-Change

Internationale Positionierung von Einhell
als A-Marke

Digitalisierung der
Unternehmensprozesse

Optimierung der Konzernwarenströme

Fokussierung auf DIY, E-Commerce und
Fachhandel

3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.1 Umsatzpotenziale & Ziele

» Bis 2030 werden wir in allen relevanten Baumärkten mit eigenen Vertriebsgesellschaften vertreten sein.

» Zielmärkte von Tochtergesellschaften / Partnern für 2025–2027:



USA



Mexiko



Saudi-Arabien



VAE



Ägypten



Indien

Umsatz 2024

1.109,7 Mio. €



Organisches
Wachstum

> 800 Mio. €



Anorganisches
Wachstum

> 200 Mio. €

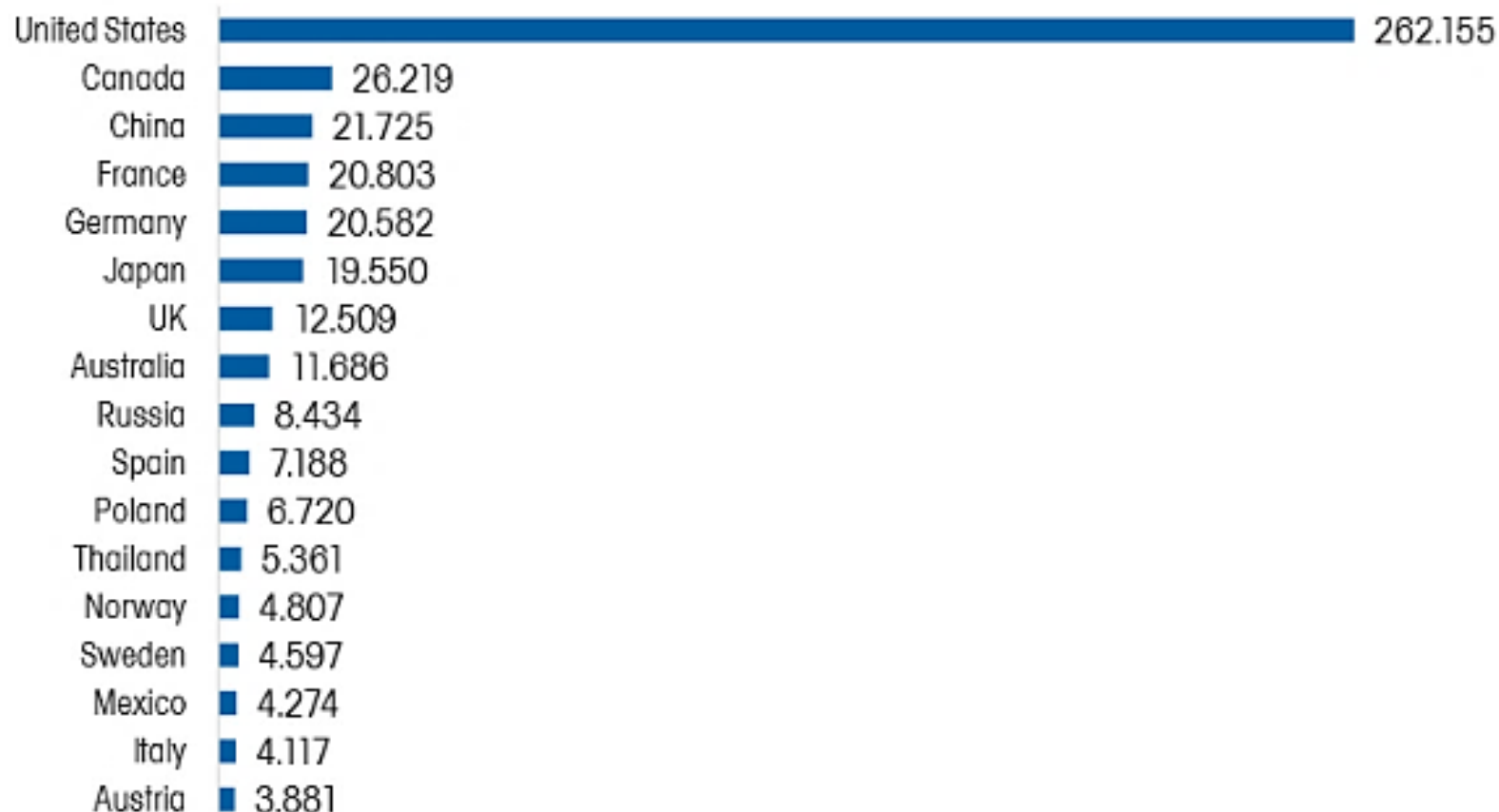
» 2.000 Mio. €



3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.1 Wichtigste nationale Märkte – nach DIY-Umsatz

2024 main DIY market sizes (in EUR bn)



IN SHORT

USA

53% of global market

Top 5 countries

71% of global market

Top 10 countries

82% of global market

3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.1 Neue strategische Entwicklung

1



D2C
(Direktvertrieb)

Für das Einhell **D2C-Business** planen wir > **120 Mio. EUR** in den nächsten fünf Jahren

- Eigene Onlineshops in allen Ländern
- Fokus auf Marktplätze (Verkäuferkonten)
- Firmen-Benefit-Shops
- Liveshopping auf Social Media / Eigener Onlineshop

2



Einhell
PROFESSIONAL

Für **Einhell Professional** planen wir > **30% des PXC-Umsatzes** in den nächsten fünf Jahren

- Mit unserem Professional-Sortiment betreten wir ein neues Feld.
- Es wird noch viele Hürden geben, was die **Qualität und Überzeugung unserer Kunden** von unserer **Professional-Strategie** angeht – **aber wir geben nicht auf!**

3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.1 Neue strategische Entwicklung

3

Neue Produkt-
kategorien
entwickeln

4

Volumen
außerhalb Chinas

Wir fokussieren uns auf **neue Kategorien** mit
großem **Umsatz- und Margenpotenzial**

Mehr als 25% unseres **weltweiten Volumens**
werden von außerhalb Chinas kommen



PXC-Reinigung



Aufbewahrung



Messung



Werkzeugkoffer

- E Eigene Akku-Produktion in Ungarn seit 2024
- E Start eines eigenen Unternehmens in Vietnam

3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.1 Neue strategische Entwicklung

5



Lieferketten- optimierung

Wir optimieren unsere Lieferketten hinsichtlich
Kapazität, Leistung und Kosten

- Konsolidierung von Lagern
- Lieferung an Kunden >95% pünktlicher
- Sinkende Importe aus China
- MOQ-Lösung für max. PXC-Kompetenz in allen Ländern

6



SAP- Implementierung

SAP S/4HANA wird unser wichtigstes ERP-System sein, das uns unseren zukünftigen Umsatzwachstum ermöglicht

- Finalisierung in China / Asien bis Ende 2025 und Ablösung von WBOS durch SAP Commerce Cloud
- Einführung bei EAG bis Ende 2026 und anschließend schrittweise Einarbeitung der Tochtergesellschaften

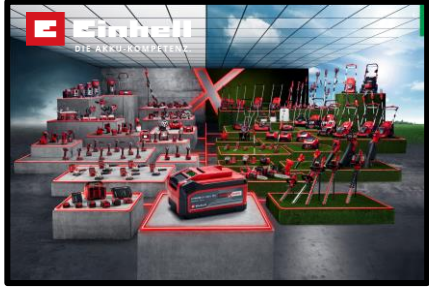
3. UNSER WEG ZUR 2. MILLIARDE

3.2 MARKENAUFBAU



3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.2 Markenaufbau



Markenpositionierung

Bedeutende Ausweitung unserer Positionierung als „Kabellose Exzellenz“ auf internationaler Ebene (Positionierung in **dominanten Märkten**)



Preispositionierung

„**Markenqualität zum besten Preis**“ als klare Preispositionierung **Einhell** und **Einhell PROFESSIONAL**



Zielgruppen

- **Private Haushalte & Gartenbesitzer → Einhell**
- **Handwerker → Einhell PROFESSIONAL**



Markenmerkmal neben „Kabellose Exzellenz“:

Wir bieten unseren Kunden und Endverbrauchern das **beste Service-Erlebnis** unserer Branche. „**Wir machen unsere Kunden zu Einhell-Fans!**“

3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.2 Partnerschaft mit Mercedes & FC Bayern

» Als **Positionierungsbeschleuniger** verfügen wir über **zwei Markenkooperationen** die uns dabei helfen, (1) unsere Marke schneller dort zu positionieren, wo wir sie haben wollen und (2) unser Image zu verbessern.



**MAXIMALE PERFORMANCE
TECHNOLOGIE
LEISTUNG
AUSDAUER**

GLOBALER FOKUS



**KOMPETENZ
DOMINANZ
ERFOLG
LEIDENSCHAFT**

D/A/CH FOKUS

3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.2 Partnerschaft mit Mercedes-AMG Petronas F1 Team



Official Tool Expert



AMG
PETRONAS
FORMULA ONE TEAM

3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.2 Partnerschaft mit Mercedes-AMG Petronas F1 Team

» Sichtbarkeit in der Formel 1



Auf dem Formel-1-Auto und auf dem Werkzeugwagen



Bei der Live-Übertragung im TV

3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.2 Partnerschaft mit Mercedes-AMG Petronas F1 Team

» Sichtbarkeit in der Formel 1



Auf dem Helm der Mechaniker



Werkzeuge im Einsatz



Einhell

CORDLESS EXCELLENCE.

POWER **X-CHANGE**



Official Tool Expert

Einhell



AMG
PETRONAS
FORMULA ONE TEAM

3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.2 Partnerschaft mit FC Bayern München



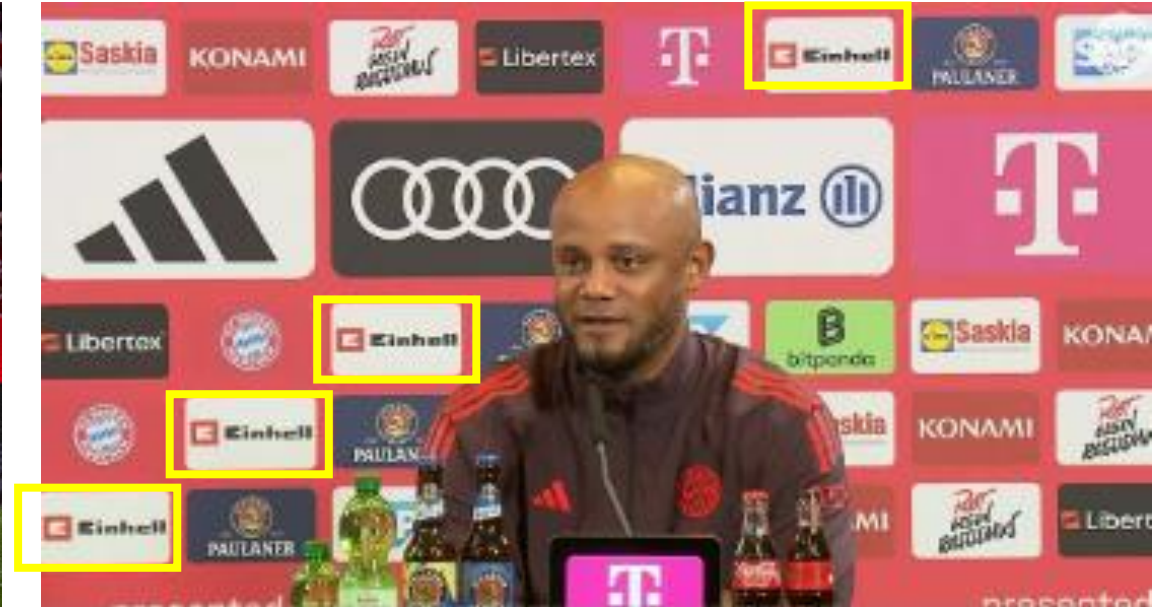
Official Home & Garden Expert

3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.2 Partnerschaft mit FC Bayern München

» Markenbildung – verbesserte Sichtbarkeit als Platinum Partner

- **LED-Tafel:**
Bildschirmzeit: 4 Min. LED-Bandenwerbung bei Heimspielen des FC Bayern in der deutschen Bundesliga
- **Logo auf Pressehintergründe:**
z.B. Pressekonferenzhintergrund, flash zone interviews, mixed zone
- **Videowand im Stadion**
Bildschirmzeit: variabel bei jedem Spiel



3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.2 Kommunikation über 360-Grad-Kampagnen

» Wir nutzen diese Partnerschaften für die Kommunikation über **360-Grad-Kampagnen**. **International** liegt unser **Fokus** vor allem auf der Partnerschaft mit dem **Mercedes-AMG Petronas F1 Team**.



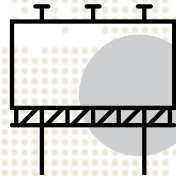
1. TV & STREAMING



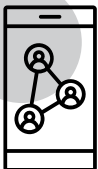
4. POS



2. PR & PRINT



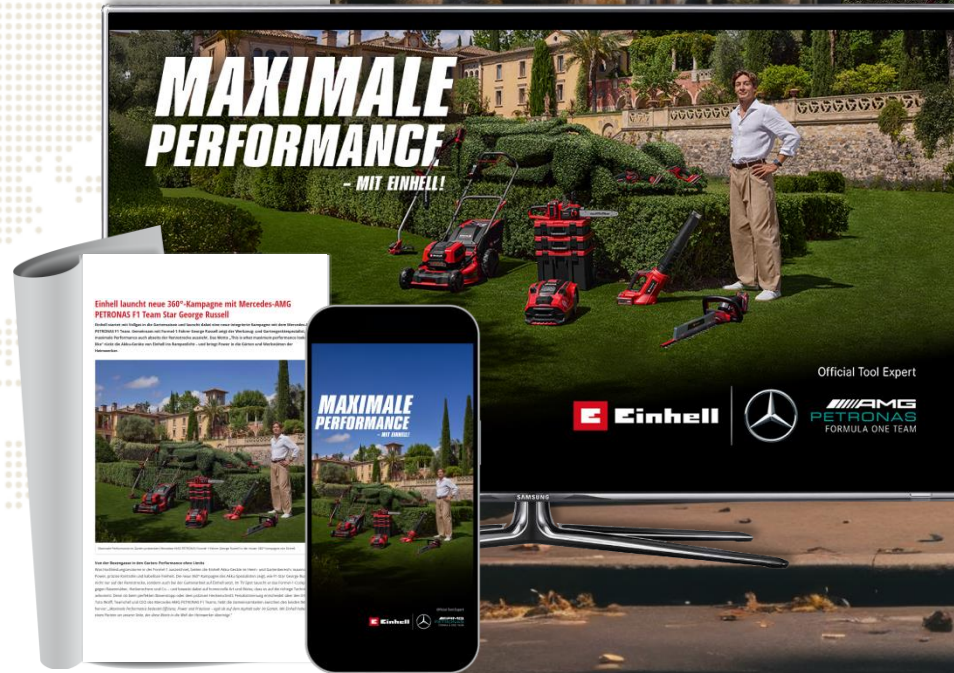
5. OUT OF HOME



3. ONLINE & SOCIAL MEDIA



6. PARTNER CHANNELS



3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.2 Internationale A-Marken

Unser **klares Ziel** ist es, innerhalb der **nächsten 4-5 Jahre** zu unseren A-Marken-Wettbewerbern aufzuschließen und **Teil der internationalen DIY-Champions-League zu werden!!**

2025

2029

 **Einhell**



 **Einhell**





BOSCH

StanleyBlack&Decker





BOSCH

StanleyBlack&Decker

3. UNSER WEG ZUR 2. MILLIARDE

3.3 SORTIMENT



3. Unser Weg zur zweiten Milliarde



3.3 Kabellose Exzellenz – Marktführerschaft

Positionierung von Einhell als die „kabellose Exzellenz“ und Erreichen der Marktführerschaft **mit Power X-Change in allen Ländern** mit eigener Niederlassung.



3. Unser Weg zur zweiten Milliarde



3.3 Kabellose Exzellenz – Plattformstrategie



Wir bieten die **umfassendste** und **kompetenteste Akku-Plattform** für Haus, Garten und Werkstatt!

2025

350+
SKU's

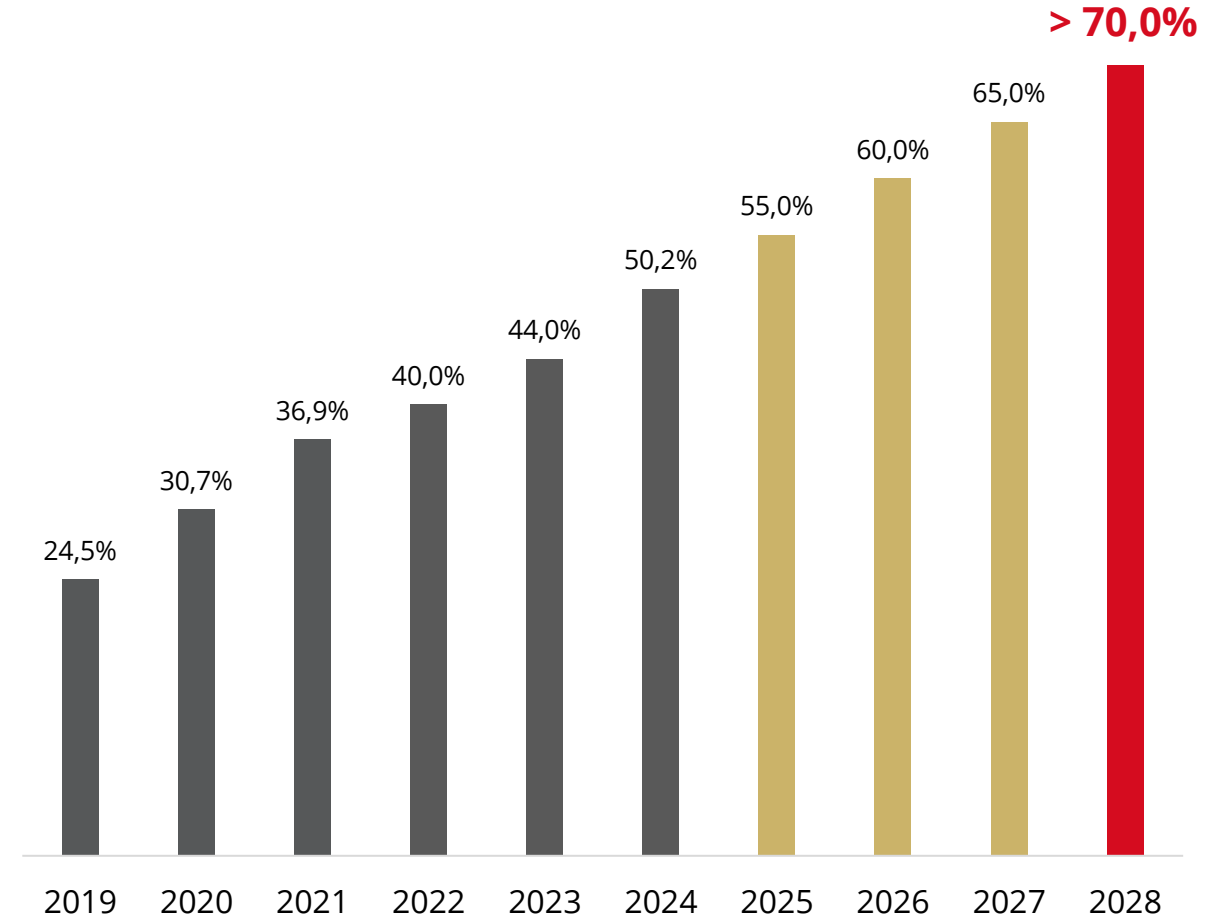
2027

450+
SKU's

Innerhalb dieser Plattform ist es sehr wichtig, dass wir **für jede Aufgabe** in Haus, Garten und Werkstatt **eine Lösung** anbieten, bei der der Kunde **kabellose Freiheit** benötigt und wünscht.

3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.3 Kabellose Exzellenz – Umsatzanteil



3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

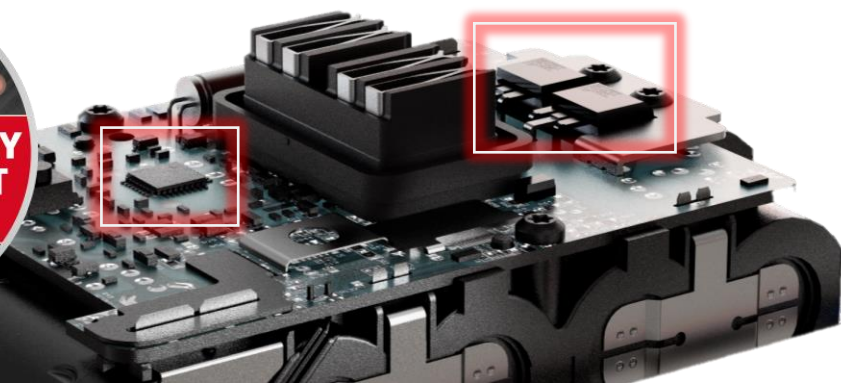
3.3 Kabellose Exzellenz – Akkutechnologie

Das Herzstück der Plattform sind unsere PXC-Akkus. Deshalb verwenden wir in unseren Akkus ausschließlich die besten Komponenten, wie Li-Ion-Zellen der neuesten Generation mit hoher Leistungsfähigkeit, kombiniert mit unserer intelligenten, mikroprozessor-gesteuerten Batterieelektronik, dem Active Battery Management System. Dadurch gehört unser Akku zu den sichersten der Branche und gewährleistet außerdem:

- Länger Laufzeiten - **Ausdauer**
- Mehr Kraft - **Leistung**
- Längere **Lebensdauer**
- Besserer Staub- und Feuchtigkeitsschutz



MAX. SICHERHEIT & LANGLEBIGKEIT



3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.3 Kabellose Exzellenz – Eigene Akku-Produktion

» Da der Akku das **Herzstück unserer Plattform** ist, entwickeln wir nicht nur die Technologie, sondern **erhöhen auch den Anteil der Eigenproduktion.**



Seit 2023: Akku-Produktion in **Kunshan, China.**

Im Jahr **2024**, werden bereits **jährlich 1,2 Mio. PXC-Akkus** produziert.
Ziel: Diese Zahl in den kommenden Jahren zu **verdoppeln**.



Seit 2024: Akku-Produktion in **Nagykanizsa / Ungarn**

Im Jahr **2025** werden dort **mehr als 1 Mio. PXC-Akkus** produziert.

ZIEL

Verkauf von mehr als 7 Mio. PXC-Akkus im Jahr 2025 und langfristige Steigerung auf über 13 Mio. PXC-Akkus.

POWER X-CHANGE

SEALED
TECHNOLOGY



3Ah + 4Ah SEALED
POWER X-CHANGE PLUS BATTERY

3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.3 Kabellose Exzellenz

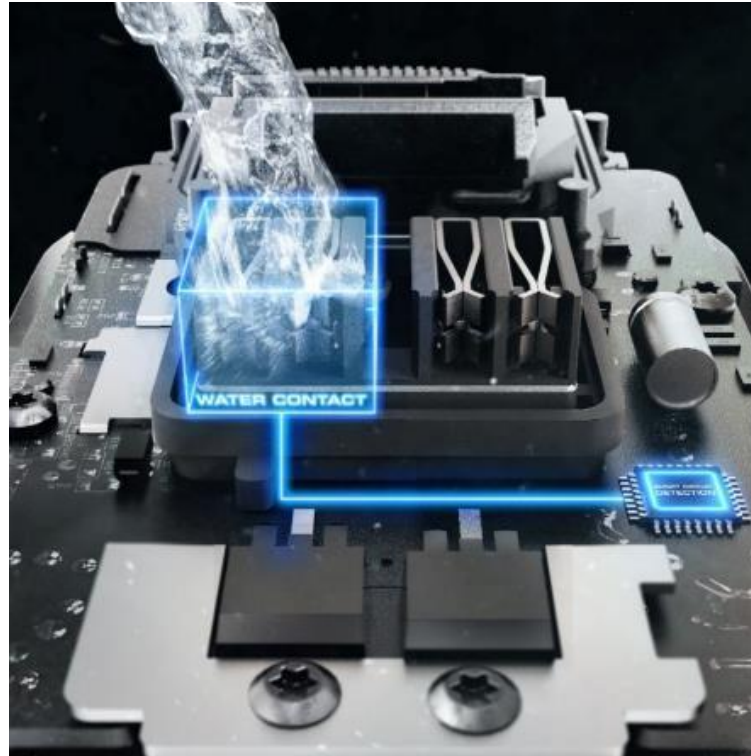
» Features der 3Ah + 4Ah SEALED PXC Plus Akkus

KURZSCHLUSSERKENNUNG

1. Wasserkontakt



2. Erkennung



3. Abschalten



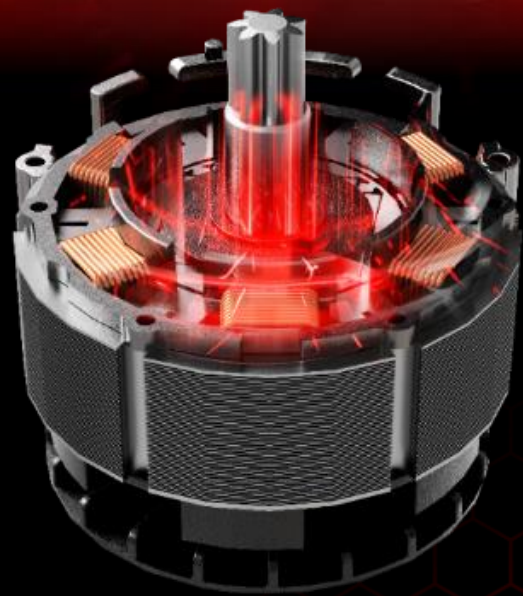
4. Kein Schaden, nach dem Trocknen WIEDER EINSATZBEREIT

USP!
Patentiert



Einhell

PROFESSIONAL



PUREPOWER
BRUSHLESS

POWER X-CHANGE



3. Unser Weg zur zweiten Milliarde

3.3 Einhell PROFESSIONAL

DIE LETZTEN 20 JAHRE:

2002

Wir haben alles getan, um uns als starke DIY-Marke zu etablieren.



Einhell

2021 - 2023



NUN IST ES ZEIT FÜR DEN NÄCHSTEN SCHRITT:

2024

Wir entwickeln ein starkes Produktsortiment für ambitionierte Heimwerker, Handwerker und Landschaftsgärtner



Einhell
PROFESSIONAL

2030 - 2032



**CHALLENGE
ACCEPTED!**



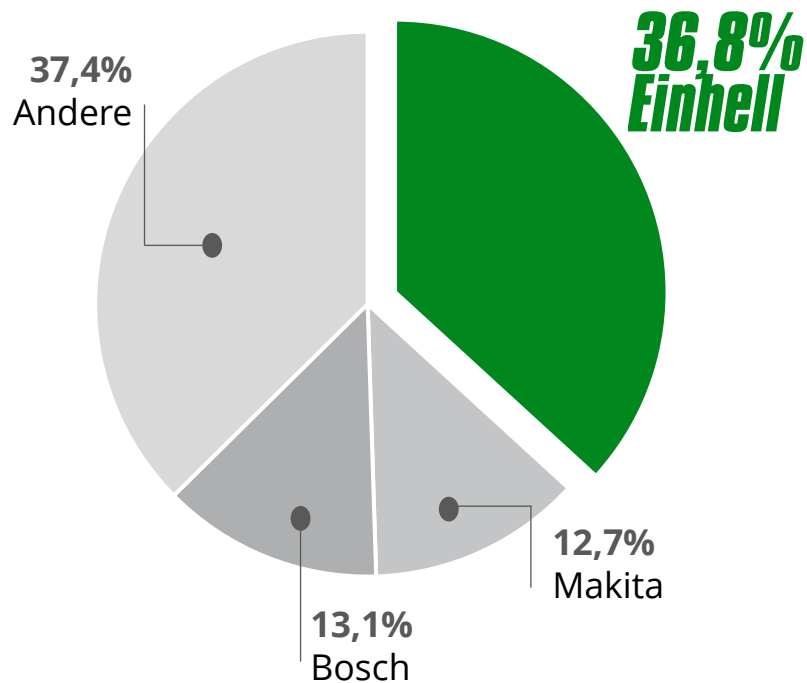
4. MARKTZAHLN



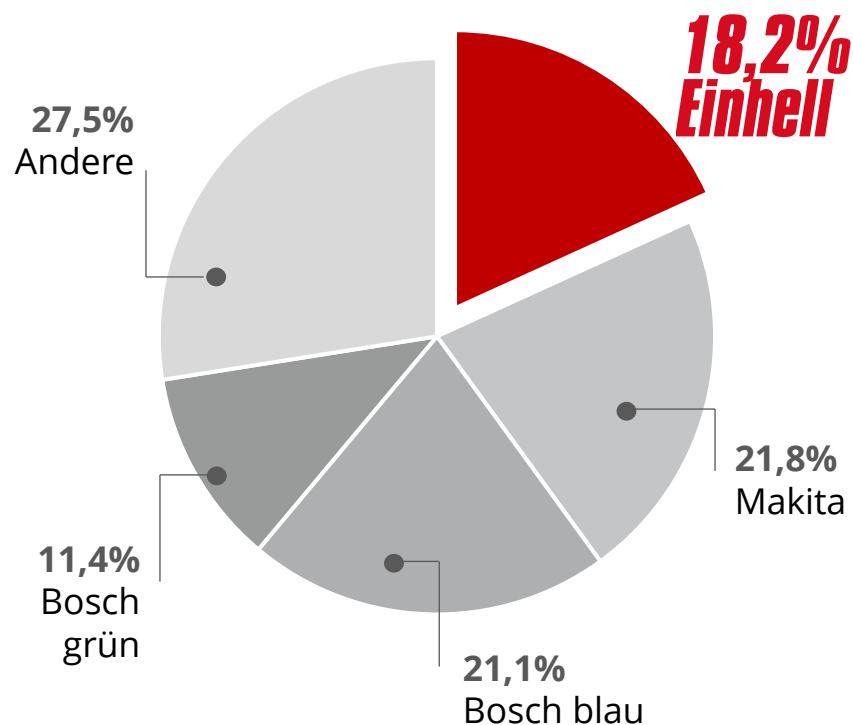
4. Marktzahlen

4.1 Marktführerschaft - Akku-Werkzeuge & Gartengeräte in Deutschland

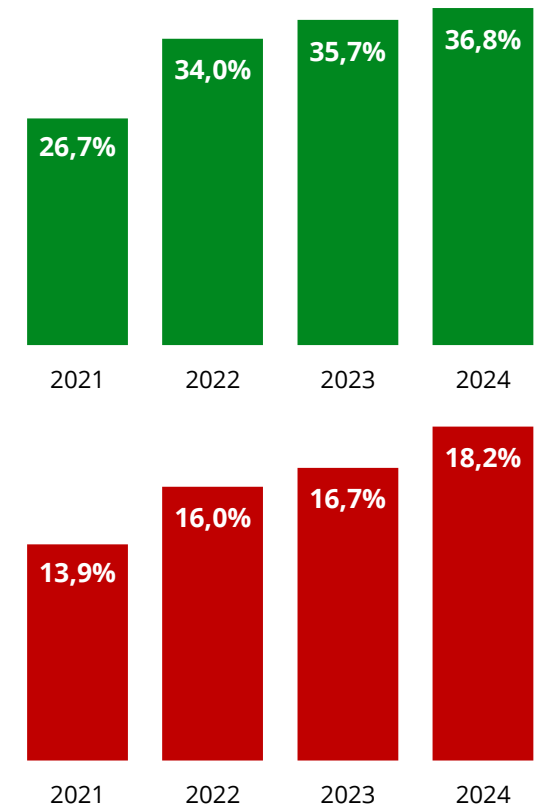
Marktanteil Jan-Dez 2024
Akku-Gartengeräte



Marktanteil Jan-Dez 2024
Akku-Werkzeuge



Entwicklung des Marktanteils von
Einhell 2021 - 2024



Gesamtmarkt kumuliert (Garten & Werkzeug)

>> EINHELL - DIE #1
Vor Bosch & Makita

AKKU-KOMPETENZ. NUR VON EINHELL.

5. ZUSAMMENFASSUNG



5. Zusammenfassung

5.1 Ziele & Ergebnisse 2024

- Umsatz > 1 Mrd. € ✓
- EBT ca. 8% ✓
- Erhöhung PXC-Anteil > 50% ✓
- Erweiterung PXC-Sortiment um + ca. 50 Skins ✓
- TV-Kampagne in 12 Ländern ✓
- Start der Akkufertigung in Ungarn ✓
- Weiter M&A-Suche in den USA
- Aktiensplit 1:3 ✓



5. Zusammenfassung

5.2 Ziele 2025

- Umsatz > 1.150 – 1.175 Mio. €
- EBT ca. 8,5 - 9,0%
- PXC: > 350 Geräte bis Ende 2025
- Einhell PROFESSIONAL: > 100 Geräte bis Ende 2025
- Erfolgreiche M&A-Suche in den USA
- SAP-Rollout zentrale Einkaufsgesellschaft
- Ausbau Influencer-Netzwerk (> 10 Mio. Reichweite)
- Produktion in Ungarn: > 1 Mio. gefertigte PXC-Akkus



5. Zusammenfassung

5.3 Das spricht für Einhell:



Internationale Expansion

- Weiterhin hohe Marktchancen durch Internationalisierung
- Hohe Chancen durch Skalierung der Umsatzbasis auf Grundlage des aktuellen Sortiments
- Erfolgreicher Track-Rekord über viele Jahre



Kabellose Exzellenz

- Führende Rolle bei Akku-Plattformen
- Hohe Markt- und Umsatzwachstumsraten im Bereich Akku-Geräte



Markenstrategie

- Aufbau von Einhell zur internationalen A-Marke
- Hohe Marktanteilsgewinne bei kabellosen Geräten der Marke Einhell



Finanzielle Stärke

- Hohe Eigenkapitalquote
- Nachhaltige, langfristig positive Cashflows
- Langfristig ausgerichtete Dividendenpolitik (20 – 30% des Konzernjahresüberschusses)

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!



Disclaimer

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen.
Solche vorausschauenden Aussagen beruhen auf bestimmten Annahmen und Erwartungen zum Zeitpunkt der Präsentation.

Sie sind daher mit Risiken und Ungewissheiten verbunden und die tatsächlichen Ergebnisse können erheblich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen abweichen.

Eine Vielzahl dieser Risiken und Ungewissheiten wird von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss des EINHELL-Konzerns unterliegen und heute auch nicht verlässlich abgeschätzt werden können.
Dazu zählen unter anderem künftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Entwicklungen sowie gesetzliche und politische Entscheidungen.

Alle Beträge werden, soweit nicht anders angegeben, in Mio. Euro (Mio. €) ausgewiesen.
In diesem und in anderen Berichten kann es aufgrund von Rundungen bei Summenbildungen und bei der Berechnung von Prozentangaben zu geringfügigen Abweichungen kommen.