

FIN

2016



UNTERNEHMENS- BERICHT 2016

DER ROTE HILTI KOFFER



**Seit 45 Jahren ist er ein wichtiges Markenzeichen von Hilti.
2017 bekommt er ein neues Design.**

Wer ihn sieht, denkt an innovative Produkte und hohe Qualität. Er ist zum internationalen Markenbotschafter von Hilti geworden und von den Baustellen dieser Welt nicht mehr wegzudenken. Im Zuge der Markenstrategie-Überarbeitung wurde auch der rote Hilti Koffer neu gestaltet und mit verbesserten Eigenschaften ausgestattet. Ab Ende 2017 werden die ersten Geräte im neuen Koffer auf den Markt kommen.

Grund genug, dieser Markennikone eine im wahrsten Sinne des Wortes tragende Rolle im Unternehmensbericht zu geben. Aus mehr als 3000 alten Hilti Geräteköffern entstanden in einem speziellen Bearbeitungsverfahren die Deckel für die diesjährigen Berichte. Jeder einzelne ist ein Original, jahrelang im Gebrauch von Baustelle zu Baustelle und von Einsatz zu Einsatz gewandert. Die mehr oder weniger starken Gebrauchsspuren zeugen vom harten Baustellenalltag und machen jeden Unternehmensbericht zu einem Unikat. Damit erzählt der diesjährige Jahresreport nicht nur inhaltlich, sondern auch äusserlich die faszinierenden Geschichten rund um ein starkes Unternehmen mit einer starken Marke.



Scannen Sie den QR-Code und erfahren Sie mehr über den roten Hilti Koffer sowie die Produktion dieses Unternehmensberichts.

INHALT

2	Editorial
5	Das Jahr in Zahlen
8	Interview mit dem CEO
10	Highlights 2016
36	Konzernleitung
38	Verwaltungsrat
40	Unternehmerische Verantwortung
52	Finanzkennzahlen

LIEBE LESERINNEN UND LESER

Hinter uns liegt ein spannendes und sehr erfolgreiches Jahr in einem weiterhin anspruchsvollen Umfeld. Wir konnten wie erhofft die Früchte der Investitionen der vergangenen Jahre ernten und unser Umsatzwachstum beschleunigen. Bereinigt um Währungseffekte und den Verkauf unseres amerikanischen Solarunternehmens Unirac erzielten wir eine Umsatzsteigerung von 7,1 Prozent.

Diese Wachstumsbeschleunigung resultiert aus deutlich zweistellig gestiegenen Ausgaben für Forschung und Entwicklung und einer Aufstockung unseres globalen Vertriebsteams um über 1000 neue Kolleginnen und Kollegen seit dem Start unserer überarbeiteten Unternehmensstrategie Champion 2020 Ende 2013. Gleichzeitig konnten wir im Berichtsjahr erneut unsere Profitabilität steigern, operativ um 10 Prozent und beim Reingewinn um 17 Prozent. Mit 13 Prozent ROS und 21 Prozent



ROCE liegen wir bei unseren beiden Renditezielgrössen nun am oberen Rand des angestrebten Zielkorridors.

Positive Wachstumsbeiträge kamen erfreulicherweise aus fast allen Regionen. Lediglich in Lateinamerika mussten wir einen Rückgang aufgrund des extrem schwierigen Marktumfelds in Brasilien hinnehmen. Hervorzuheben ist das erneut zweistellige Wachstum in Nordamerika (ohne Unirac-Effekt), wo wir zum einen von der weiterhin guten Baukonjunktur profitierten und zum anderen auch intern sehr erfreuliche Fortschritte erzielen konnten.

Wir haben unsere Kunden im Berichtsjahr mit rund 60 Neuprodukten begeistert – vom ersten Akku-Bolzensetzgerät BX 3 über unser neues chemisches Dübelsystem RE 500 und die Totalstation PLT 300 zur Übertragung von Planungsdaten auf die Baustelle bis hin zu unserem

komplett überarbeiteten Kombi- und Bohrhammer-Portfolio. Herausstellen möchten wir die Lancierung unserer Systemlösung ON!Track, einer Kombination aus Software, Hardware und Hilti Dienstleistungen, mit der unsere Kunden sehr effizient ihre gesamten Betriebsmittel organisieren können. Bereits im ersten Jahr konnten sich über 2300 Kunden vom Mehrwert dieser Lösung überzeugen.

Die wichtigste Leistung des Jahres lässt sich aber einmal mehr nicht in Zahlen niederschreiben: das unermüdliche Engagement der inzwischen weltweit mehr als 24 000 Mitarbeitenden. Sie machen den Erfolg in allen Geschäftsfeldern und die Begeisterung unserer Kunden erst möglich. Die hohe Motivation und Identifikation unseres globalen Teams wurde 2016 mit Platz 10 unter Europas besten multinationalen Arbeitgebern bei Great Place to Work bestätigt.

Im vergangenen Jahr blickten wir zudem auf 75 bewegende Jahre Unternehmensgeschichte zurück. Das taten wir mit Dankbarkeit und Stolz auf das Erreichte und der Überzeugung, dass nicht das Firmenjubiläum allein Anlass zur Freude ist, sondern auch die Tatsache, dass wir uns heute nach mehr als sieben Jahrzehnten jünger und dynamischer fühlen als je zuvor.

Somit schliessen wir das Geschäftsjahr 2016 mit grosser Zufriedenheit und Zuversicht ab. Mit diesem positiven Rückblick gilt unser Dank vor allem unseren Mitarbeitenden, Partnern und Kunden weltweit.



Pius Baschera
Präsident des Verwaltungsrats



Christoph Loos
Vorsitzender der Konzernleitung

DAS UNTERNEHMEN

Hilti entwickelt und produziert technologisch führende Produkte, Systeme, Software und Serviceleistungen, die der Bauindustrie und der Energiebranche überlegenen Mehrwert bieten.

Hilti steht für Innovation, Qualität und direkte Kundenbeziehungen. Rund zwei Drittel der weltweit mehr als 24 000 Mitarbeitenden sind im Vertrieb und im technischen Service tätig. So entstehen täglich mehr als 230 000 Kundenkontakte, auf deren Grundlage laufend neue Lösungen entwickelt werden. Dafür investiert das Unternehmen jährlich mehr als 5 Prozent des Umsatzes in Forschung und Entwicklung.

Der Hauptsitz der Hilti Gruppe befindet sich in Schaan, Liechtenstein, wo das Familienunternehmen 1941 von den Brüdern Eugen und Martin Hilti gegründet wurde. Sämtliche Aktien des Konzerns befinden sich im Besitz des Martin Hilti Familien Trusts, der die langfristige Weiterführung und Weiterentwicklung des Unternehmens sicherstellt.

Die Strategie des Konzerns ist auf die nachhaltige Wertgenerierung durch Marktführerschaft und Differenzierung ausgerichtet. Übergeordnetes Ziel ist dabei, die Kunden täglich aufs Neue zu begeistern und langfristig eine bessere Zukunft zu bauen.

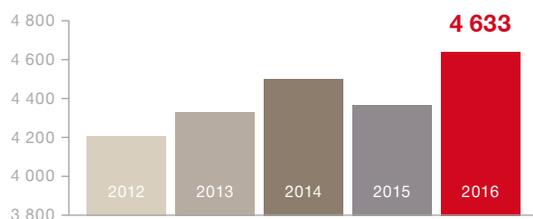
Entsprechend verbindet Hilti wirtschaftlichen Erfolg mit ganzheitlicher Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt. Offenheit, Ehrlichkeit und Toleranz im gegenseitigen Umgang gelten für Teammitglieder, Partner und Lieferanten gleichermaßen.

In der Überzeugung, dass unternehmerisches Wachstum auch persönliches Wachstum bedingt, setzt Hilti auf eine mitarbeiter- und leistungsorientierte Unternehmenskultur. Die Werte Integrität, Mut zur Veränderung, Teamarbeit und hohes Engagement bilden dabei das Fundament, das von allen Mitarbeitenden weltweit mitgetragen wird.

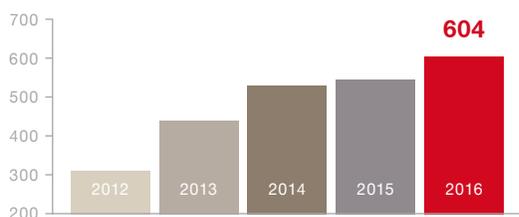


Die Unternehmensstrategie Champion 2020

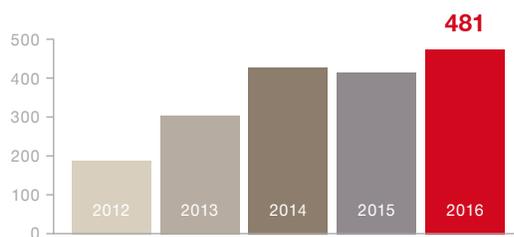
DAS JAHR IN ZAHLEN



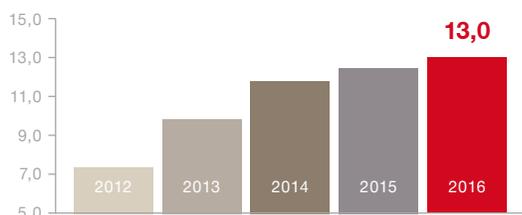
Nettoumsatz in Mio. CHF



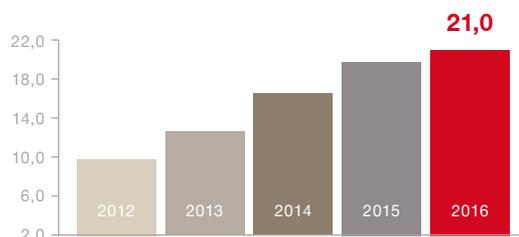
Betriebsergebnis in Mio. CHF



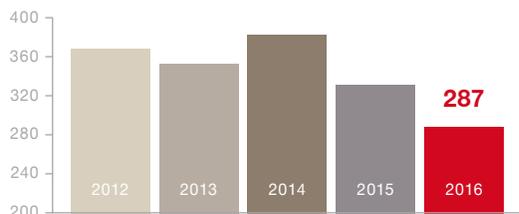
Reingewinn in Mio. CHF



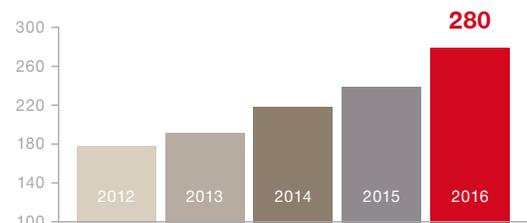
Umsatzrendite (ROS) in %



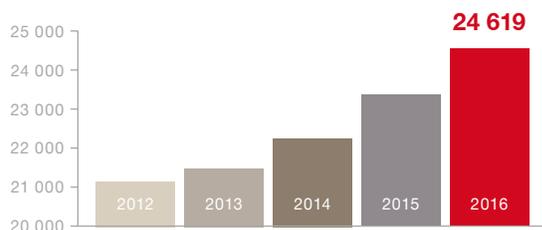
Kapitalrendite (ROCE) in %



Freier Cashflow in Mio. CHF



Ausgaben für Forschung und Entwicklung in Mio. CHF



Anzahl Mitarbeitende per 31. Dezember

SYSTEMLÖSUNGEN FÜR DIE PROFESSIONELLE BAUINDUSTRIE

Das Portfolio von Hilti wird in sieben Business Units gemanagt. Mit Elektrogeräten, Zubehör, Verbrauchsmaterialien und Software deckt das Unternehmen ein weites Feld von Anwendungen ab und ist in sämtlichen Phasen eines Bauprojekts sowie in allen Baubranchen präsent. Planer und Architekten werden ebenso angesprochen wie die Bauprofis im Hoch- und Tiefbau, im Innenausbau oder der Sparten Elektroinstallation, Stahl-Metall und Sanitär-Heizung-Klima. Auch Diamant-Dienstleister und Kunden der Energieindustrie finden bei Hilti eine Vielzahl von spezifischen Produkten. Ergänzt wird das Angebot durch umfassende Services wie Flottenmanagement und softwarebasierte Lösungen sowie das weltweite Logistik-Netzwerk.

Dübeltechnik

In der Befestigungstechnik setzt Hilti mit seinen Lösungen neue Standards. Das Produktportfolio umfasst chemische und mechanische Dübel sowie Ankerschienen für die Einlegemontage. Viele davon sind auch auf extreme Einsatzbedingungen wie Erdbeben ausgelegt. Für Architekten und Planer stehen neben Softwareprodukten wie PROFIS Anchor zur Dübelbemessung auch umfassende technische Dienstleistungen durch Hilti Ingenieure und Technikexperten zur Verfügung.



Direktbefestigung & Schraubtechnik

Die mit vergleichsweise umweltfreundlichen Kartuschen, Batterie oder Gas betriebenen Systeme von Hilti machen die Direktbefestigung auf Stahl und Beton einfach, sicherer, schnell und produktiv. Erschütterungen, Lärm und Staubbildung sind gegenüber herkömmlichen Montagen auf ein Minimum reduziert. Im Bereich der Schraubtechnik sorgen aufeinander abgestimmte Geräte und Befestigungselemente für innovative Lösungen im Innenausbau oder an der Gebäudehülle.

Brandschutzsysteme

Um der Verbreitung von Feuer, Rauch und Giftgasen vorzubeugen, bietet Hilti Brandschutzsysteme und Beratung für Bauherren, Architekten und Planer an. Die Brandschutzlösungen werden intensiv getestet und entsprechen den aktuellen Normen für umweltverträgliches Bauen und Energieeffizienz in den angebotenen Ländern. Neue Softwarelösungen unterstützen die effiziente Auslegung und anschließende Dokumentation von sämtlichen Brandschutzmassnahmen in Gebäuden.



Elektrogeräte & Zubehör

Elektrogeräte von Hilti zeichnen sich durch optimale Leistung und Anwenderkomfort aus. Sie sind stabil, langlebig und mit Sicherheitsfunktionen wie der elektronischen Schnellabschaltung ATC (Active Torque Control) oder der Vibrationsreduktion AVR (Active Vibration Reduction) ausgestattet. Die Geräte und das auf die optimale und effiziente Nutzung ausgelegte Zubehör machen das Meißeln, Schleifen und Bohren zu einer sichereren und produktiven Angelegenheit.



Diamanttechnik

Die Diamanttechnik von Hilti ermöglicht präzises, staub- und erschütterungsreduziertes Bohren, Trennen, Schleifen und Sägen von Beton und anderen mineralischen Baustoffen. Optimal aufeinander abgestimmte Geräte und Hightech-Diamantschneidwerkzeuge gewährleisten hohe Leistung sowie einen einfachen und sichereren Betrieb bei gleichzeitig geringem Werkzeugverbrauch.



Messtechnik

Mit Laser-, Radar- und optischen Geräten unterstützt Hilti Bauprofis in allen Bauphasen: angefangen beim Ausstecken für den Aushub über das Einmessen von Fundamenten, das Detektieren von Hindernissen und Nivellieren im Innenausbau bis hin zu Renovierung und Instandhaltung. Mit dem BIM-Prozess (Gebäudedatenmodellierung) bringt Hilti die digitale Planung auf die Baustelle.



Installationstechnik

Die modularen Installationssysteme von Hilti bieten flexible und effiziente Lösungen zur Befestigung von Rohrleitungen, Lüftungskanälen, Sprinkleranlagen und Elektroinstallationen. Das Produktprogramm wird durch technische Beratung und Logistikdienstleistungen sowie Software für das Design und die Berechnung der Befestigungen ergänzt.

„AUF ALLEN EBENEN GUT AUFGESTELLT“

Im Interview spricht CEO Christoph Loos über die Fortschritte in der Strategiearbeit, gibt einen Ausblick auf 2017 und erklärt, warum Hilti bereit für die Zukunft ist.

Der rote Koffer auf dem Cover stellt den Unternehmensbericht ins Licht der starken Marke. Wofür steht der Name Hilti?

/
Innovationskraft, Differenzierung und starke Kundenbeziehungen. Wenn ein Kunde unseren roten Koffer öffnet, erwartet er in der Regel mehr als ein qualitativ hochwertiges Gerät. Er möchte etwas, das sich abhebt vom Wettbewerb: bessere Leistung, besondere Ausstattung, höhere Sicherheit, mehr Services und ergänzende Software. Diesen Ansprüchen zu genügen, treibt uns täglich an. Hilti bietet starke Partnerschaft und echten Mehrwert.

Dieses Ziel ist auch fest in unserer Unternehmensstrategie Champion 2020 verankert.

Wo steht Hilti mit der Umsetzung der Strategie Champion 2020?

/
Denke, Sprache und Prioritäten unserer Strategie sind gruppenweit sehr gut etabliert. Wir haben 2016 hochkonzentriert weiter daran gearbeitet, Champion 2020 zu implementieren. Das zahlt sich aus: Wir konnten unser Umsatzwachstum beschleunigen und sind stärker gewachsen als viele unserer Wettbewerber. Alle Mitarbeitenden haben 2016 Grossartiges geleistet,

um Champion 2020 weiter voranzutreiben. Dieses Engagement und die Energie braucht es auch in den kommenden Jahren, um unsere ehrgeizigen Ziele zu erreichen. Es ist nicht zu erwarten, dass die Rahmenbedingungen für unser Geschäft einfacher werden. Viele ungelöste Probleme in der Welt wie unaufhaltsam steigende Schuldenberge, erschreckende Deglobalisierungstendenzen sowie deutlich zunehmende politische Spannungen werden die globale Wirtschaft und damit die Baubranche beeinflussen.



„Wir konnten unser Umsatzwachstum beschleunigen und sind stärker gewachsen als viele unserer Wettbewerber.“

Was nimmt sich Hilti für 2017 vor?

/
Mit Champion 2020 haben wir uns vorgenommen, uns auch in einem anspruchsvollen Umfeld besser als der Markt und unsere Hauptwettbewerber zu entwickeln. Wir nutzen die finanzielle Stärke des Unternehmens, um unser Angebot aus erstklassigen Produkten, mehrwertstiftenden Dienstleistungen und leistungsstarker Software immer weiter auszubauen und dabei die Möglichkeiten vieler neuer Technologien zu nutzen. Gleichzeitig vergrößern wir stetig unser globales Vertriebsteam, um für immer mehr Kunden ein verlässlicher Partner sein zu

können. Diese Hauptstossrichtungen werden wir auch 2017 fortführen. Falls die Wachstumsprognosen für den globalen Bauproduktmarkt von 3 bis 4 Prozent eintreffen, liegt unser Wachstumsziel in Lokalwährungen bei 6 bis 8 Prozent.

Im Jahr des 75. Jubiläums erklärte Hilti, „Bereit für die Zukunft“ zu sein. Was steckt dahinter?

/
Die Überzeugung, dass wir auf allen Ebenen gut aufgestellt sind: Unser Geschäft wächst stetig und nachhaltig, wir stehen finanziell auf soliden Füßen, wir sind nahe bei unseren Kunden und treiben hoch

innovative Angebote voran. Dabei hören wir nie auf, uns zu hinterfragen und passen an wo nötig, um immer besser zu werden und unser Unternehmen laufend weiterzuentwickeln. Wir haben eine hohe Energie im Unternehmen, ein hoch motiviertes Team und die besten jemals gemessenen Werte in der Kundenzufriedenheit. All das macht uns, passend zum Motto unseres Jubiläums, „Bereit für die Zukunft“.

HIGHLIGHTS 2016

Unterirdische Paläste

Moskau ist berühmt für seine Metro und seine als „unterirdische Paläste“ bekannten, prachtvollen Stationen. Das U-Bahn-System der russischen Hauptstadt zählt mit weit über zwei Milliarden Fahrgästen jährlich zu den meistgenutzten U-Bahnen weltweit. Bis 2020 werden dort neue Bahnhöfe gebaut und bestehende renoviert. Hilti unterstützt das Grossprojekt mit einer Vielzahl an Lösungen: Stromschienen werden in Tunneln sicher und effizient befestigt, Systemtechniken und Zubehör verbaut, Tunnelwände montiert und nachträgliche Bewehrungsanschlüsse fixiert.



3,3

Millionen Mal

haben Kunden im Jahr 2016 Softwarelösungen von Hilti genutzt (2015: 2,5 Mio.).

Vollendet bis ins Detail

Innovativ, flexibel und effizient: Diese drei Eigenschaften verbindet der Schlagdübel SD-5, den Hilti gemeinsam mit dem Baustoffhersteller Saint-Gobain Weber AG entwickelt hat. Das Produkt ist auf allen Untergründen einsetzbar und wird mit nur zwei Schlägen verarbeitet. Der SD-5 schont so Kräfte und spart Zeit. Der Schlagdübel wurde vom Plus X Award, einem der weltweit grössten Innovationspreise für Technologie, Sport und Lifestyle, als bestes Produkt 2015/2016 ausgezeichnet.

Über

3,5

Millionen Mal

besuchten Kunden die **rund 730 Hilti Stores** im Jahr 2016.





Aussergewöhnlich flexibel

Die neue Hilti Montageschiene MQ-41-L erweitert das bereits bestehende, umfangreiche Schienensystem-Portfolio. Sie ist für den Innenbereich geeignet und kann dank ihrer optimierten Form noch flexibler im Rohrleitungs- und Lüftungsbau eingesetzt werden.



246 m hoch
 15 000 m³ Beton
 2640 t verbauter Stahl
 20 000 m verbaute Hilti Ankerschienen

Rekordverdächtig von A nach B

Kabinen, die sich vertikal oder horizontal bewegen können, Anlagen mit und ohne Seil und mit Geschwindigkeiten bis zu 18 Metern pro Sekunde: All dies und weitere revolutionäre Aufzugstechnologien erforscht und entwickelt der deutsche Industriekonzern Thyssenkrupp ab 2017 im hierfür errichteten Testturm in Rottweil, Deutschland. Die im Testturm verbauten HAC Ankerschienen von Hilti helfen dabei, die Beförderungstechnologien von morgen zu erforschen.

Mehr Informationen:

<http://testturm.thyssenkrupp-elevator.com>

280

Millionen

Schweizer Franken investierte Hilti 2016 in Forschung und Entwicklung, 17 Prozent mehr als im Vorjahr.

Mit Transparenz zu mehr Effizienz – und Erfolg

Hilti ON!Track ist mittlerweile auf vier Kontinenten – Europa, Nordamerika, Asien und Afrika – verfügbar. Die Systemlösung zur einfachen und herstellerunabhängigen Verwaltung von Betriebsmitteln hat auch 2016 mehr und mehr Kunden begeistert. Entsprechend positiv fällt die Bilanz gut anderthalb Jahre nach der Einführung aus.

In 11 Sprachen verfügbar
 Über 2300 aktive Kunden
 30 000 Nutzer
 683 000 erfasste Betriebsmittel
 27 841 000 erfasste Gebrauchsmittel
 1 252 000 000 erfasste Verbrauchsmittel
 5 430 000 Mal bewegten sich Betriebsmittel im Jahr 2016 laut ON!Track von einem Ort zum anderen.

Alle Angaben Stand Dezember 2016



EINE STARKE MARKE

Hilti hat seinen Markenauftritt überarbeitet. Mit neuen Inhalten und einem frischen Design möchte Hilti die Marke vielfältiger, moderner und dynamischer machen.

In mehr als sieben Jahrzehnten hat Hilti sich zu einer angesehenen globalen Marke entwickelt und gilt als einer der Benchmarks in der Baubranche. Das markenrechtlich geschützte Hilti Logo, der unverwechselbare Gerätekoffer und das „Hilti Rot“ haben sich mittlerweile als ikonische Markenelemente etabliert.

Seit der letzten Markenstrategie vor mehr als zwölf Jahren haben sich jedoch Märkte und Umfeld stark verändert. Neue Geschäftsfelder, neue Kundenbedürfnisse, neue Informations- und Kommunikationstechnologien



sind hinzugekommen. Dem muss auch der Hilti Markenauftritt Rechnung tragen.

So steht im Kern des überarbeiteten Markenauftritts eine Markenpositionierung rund um die Themen Differenzierung und Kundenorientierung sowie ein moderneres und dynamischeres Design. Das Kommunikationsspektrum richtet sich neben innovativen Produkten und Leistungen verstärkt auf wichtige Differenzierungsmerkmale von Hilti, wie zum Beispiel den direkten Kundenkontakt, das hohe Engagement der Mitarbeitenden oder die Ak-

tivitäten im Hinblick auf die unternehmerische Verantwortung. Moderne Kommunikationskanäle und digitale Medien werden breiter und umfassender als bisher eingesetzt.

Im Hinblick auf Kosten und Machbarkeit wird sich die Umsetzung des neuen Markenauftritts auf die verschiedenen Kommunikationselemente Schritt für Schritt vollziehen. Spätestens Ende 2019 sollen dann alle Kontaktpunkte auf das neue Markendesign umgestellt sein.

Der neue Markenauftritt von Hilti wird über vielfältige Kommunikationselemente vermittelt – so zum Beispiel mit dem bekannten roten Gerätekofter, im Hilti Store oder auch im digitalen Umfeld auf der Website.



Vorne der erste rote Hilti Koffer aus Metall und danach die vier Generationen der Kunststoffkoffer in chronologischer Reihenfolge.

Der rote Koffer

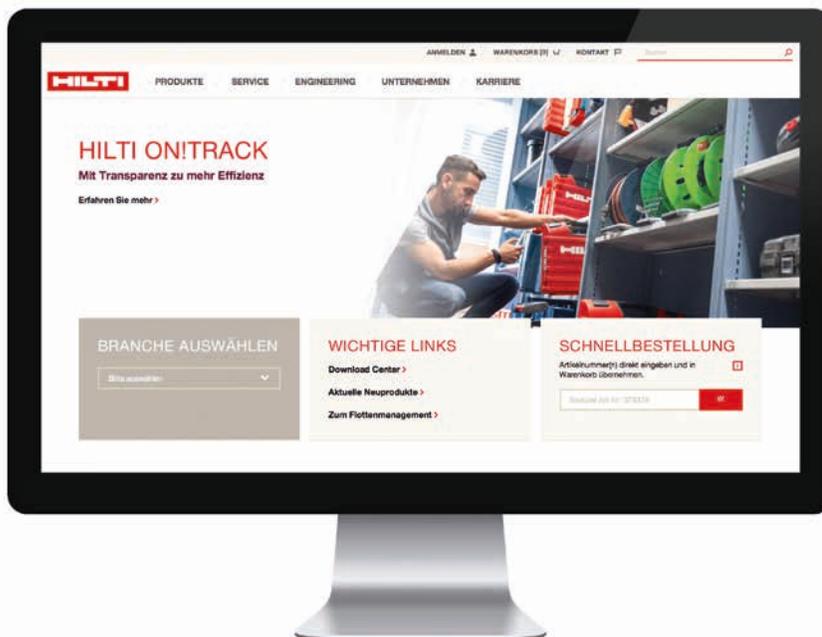
Der erste rote Hilti Koffer war aus Metall und von 1967 bis 1972 im Einsatz. Danach lieferte Hilti als erstes Unternehmen überhaupt die Geräte in Kunststoffkoffern aus. Die Robustheit und das geringere Gewicht räumten die Vorbehalte gegenüber „Plastik“ schnell aus. Die Legende besagt, dass die Idee, den Koffer als wiederkehrendes Motiv einzusetzen, auf eine in den Sechzigerjahren erfolgreiche Fernsehserie namens „Der Mann mit dem Koffer“ zurückgeht. Wie die Werkzeuge, die der Koffer beinhaltet, erhielt auch er selbst im Lauf der Zeit immer wieder ein verbessertes Design. Im Zuge des überarbeiteten Markenauftritts wird die nächste Generation des roten Hilti Markenzeichens auf den Markt kommen.



Der „Mann mit dem roten Koffer“ zierte das Cover einer Hilti Broschüre im Jahr 1977.

Hilti Store

Ob im neuseeländischen Christchurch, im US-amerikanischen New York oder im südafrikanischen Durban – weltweit öffnen jeden Tag über 700 Hilti Stores ihre Pforten für Kunden und Fans. Deren Erscheinungsbild wird im Rahmen des erneuerten Markenauftritts ebenfalls Stück für Stück angepasst. Ziel ist es, das Kundenerlebnis in den Hilti Stores zu verbessern. Entsprechend legt das neue Konzept besonderes Augenmerk auf optimierte Produktdemonstrationen, Besucherführungen und Beratungsmöglichkeiten. Auch digitale Kanäle spielen eine wichtigere Rolle: Informationen zum Beraten und Verkaufen können von den Hilti Mitarbeitenden mobil über Tablets abgerufen werden.



Hilti Website

Mit der neuen Website hat der veränderte Markenauftritt zum Jahresende auch ein „Online-Gesicht“ erhalten. Moderne Optik, neue Inhalte und Funktionen begeistern seitdem die Besucher des Internetauftritts. Inhalte werden über Empfehlungen und Schnellzugriffe auf Zielgruppen zugeschnitten. Kunden finden nach

dem Login individuell zusammengestellte Informationen und können ihre Daten einfacher managen. Beim Entdecken der richtigen Lösungen hilft neben der intelligenten Suchfunktion auch die verbesserte Inhaltsaufbereitung. Ein besonderer Fokus lag auf mobilen Endgeräten. Im Sinne des „Mobile First“-An-

satzes wurde das Webdesign im ersten Schritt für Smartphones sowie Tablets entwickelt und im zweiten Schritt für PCs. Damit wird sichergestellt, dass die Website auf allen Endgeräten ein optimales Nutzererlebnis bietet.

HIGHLIGHTS AUS DEM JUBILÄUMSJAHR

Happy Birthday: Hilti feierte 2016 sein 75-jähriges Bestehen und zeigte auf vielfältige Art und Weise, warum das Unternehmen bereit für die Zukunft ist. Mitarbeitende, Kunden, Partner, Presse und Freunde des Unternehmens – Hilti richtete seine Jubiläumsaktivitäten an alle.



„75 Jahre Hilti: Das ist für uns ein besonderer Moment des Innehaltens und des Rückblicks auf vergangene Erfolge. Aber vor allem auch ein Moment, in dem wir voller Zuversicht und Neugier in die Zukunft schauen. Wir sind mit unserem grossartigen weltweiten Team, unserer finanziellen Stärke und der auf Langfristigkeit angelegten Eignerstruktur fitter und jünger als je zuvor. Gute Gründe, um unser Jubiläum mit Stolz und Freude zu begehen.“

Michael Hilti
Schaan, Liechtenstein



1 ... 2 ... 3 ... 4 ... all together

Der eigens komponierte Hilti Song zum Jubiläum: Teams aus aller Welt feiern und tanzen im „Hilti Around the World“-Musikvideo. Über Youtube insgesamt rund 20000 Mal abgerufen, zeugen Song und Video von der Begeisterung und der Identifikation der Mitarbeitenden für und mit Hilti.



Firmenchronik

Auf über 180 Seiten werden Anfänge, Erfolge, aber auch Rückschläge in der Unternehmensgeschichte beleuchtet. Kernstück des Buches sind jedoch die vielen Menschen, die das Unternehmen begleiteten, formten und heute noch prägen. Private Einblicke der Familie Hilti, zahlreiche Geschichten und Anekdoten von Mitarbeitenden sowie Innovationen und Kuriositäten machen die erste Firmenchronik des Unternehmens zu einem interessanten Sammelwerk. Dabei zeigt sich, dass 75 Jahre des Lernens und der Weiterentwicklung Hilti zu dem gemacht haben, was es heute ist: jünger und dynamischer denn je.

Geschenk mit vier Rädern

Schon damals unverkennbar Hilti: Ein im Jahr 1959 erstmals eingesetzter Volkswagen-Bus stand die vergangenen Jahre im Eingangsbereich des Testlabors und Reparaturzentrums in Tulsa, Oklahoma. Im Rahmen der Jubiläumsfeierlichkeiten überreichte Cary Evert (rechts), Leiter der Marktregion Nordamerika, Michael Hilti das besondere Geschenk im Namen seines Teams. Der VW-Bus ist ein Symbol dafür, wie sehr schon damals der Service im Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns bei Hilti stand.



Fröhlich gefeiert

Der Hauptsitz von Hilti im liechtensteinischen Schaan war Anfang September Schauplatz vielfältiger Jubiläumsfeierlichkeiten. Internationale Kunden und Pressevertreter sowie Partner aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft waren zu zahlreichen Events am Standort geladen. Höhepunkt war schliesslich ein Tag der offenen Tür, bei dem rund 7000 Mitarbeitende, ihre Familien und Freunde die Gelegenheit nutzten, das Firmenareal zu erkunden und die vielen angebotenen Aktivitäten, Ausstellungen und Shows zu besuchen. Aber auch international wurde das Firmenjubiläum mit zahlreichen Mitarbeiter- und Kundenveranstaltungen gefeiert.

STOPPT DAS DATENCHAOS

Messen, dokumentieren und teilen: Mit dem neuen Laserdistanzmessgerät PD-C werden komplexe Messvorgänge auf der Baustelle enorm vereinfacht. Auch wenn das Bauwerk Jahrhunderte alt ist.



Von links: Moritz Dietrich, Geschäftsführer der Gerüstbaufirma Hopfenzitz, und Roberto Nofi, Hilti Verkaufsberater (Segment Bau).





Das Laserdistanzmessgerät PD-C wurde im Wettbewerb „Red Dot Award: Communication Design 2016“ mit einem „Best of the Best“-Award in der Kategorie „Interface Design“ für die ausgeklügelte Schnittstellenlösung ausgezeichnet.

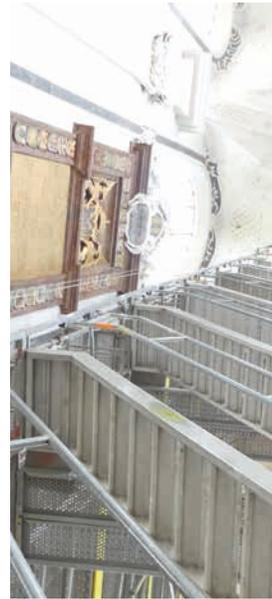


reddot award 2016
best of the best interface design

Oben schwebt Jesus. In warmen Farben, als Deckenfresko aus dem Jahr 1724, umrahmt von signalweissem Stuck. Unten am Boden, 14 Meter tiefer, ist alles grau und staubig. Der Untergrund der Dominikanerkirche in Augsburg, Deutschland, war im Dezember 2012 eingebrochen. Seitdem ist das Gotteshaus geschlossen. Wo einst tonnenschwere Stein- denkmäler ausgestellt waren, steht jetzt ein massives Metallgerüst. Bis unter die Decke. Aufgestellt von Moritz Dietrich und seinem Team der Gerüstbaufirma Hopfenzitz. Figuren, Fenster, Säulen und Decken müssen von Restauratoren auf einer Fläche

von insgesamt 400 Quadratmetern begutachtet werden, um die Sanierungskosten abschätzen zu können.

Eine passgenaue Planung der stählernen Gestelle ist deshalb zwingend notwendig. Denn alle Positionen im verwinkelten Kirchenbau müssen für die Arbeiten zugänglich sein. Eine Herausforderung; das Gebäude aus dem 16. Jahrhundert ist stark beschädigt. Und „hier ist kein Fussboden drin“, sagt Moritz Dietrich, „überall sind Löcher, darunter Gruften. An sämtlichen Stellen ergeben sich unterschiedliche Höhen.“ Auch auf alte Kirchenpläne kann sich der Chef der





Hauptmerkmale des PD-C

- Hochauflösender Touchscreen
- Digitale Zielkamera
- Android-basiertes Betriebssystem
- Direkte und indirekte Messungen, Flächen- und Volumenfunktion
- Kommentarfunktion
- Interner Speicher für bis zu 3000 Messungen
- Daten per USB oder Bluetooth teilen
- Fotos mit Messdaten als Bilddateien exportieren



Augsburger Gerüstbaufirma Hopfenzitz nicht verlassen. Der Ingenieur greift deshalb auf technische Unterstützung von Hilti zurück: das neue Laserdistanzmessgerät PD-C. Es vereint die Bedienoberfläche eines Smartphones mit den Messfunktionen eines Distanzlasers. Der Nutzer nimmt detailgetreue Baustellenfotos auf, misst Distanzen, hinterlegt die Werte per Touchscreen auf hochauflösenden Fotos und überträgt diese Daten an Geräte seiner Wahl. Die Monteure vor Ort wissen somit, was zu tun ist – und wo genau. „Ich muss nichts mehr aufwendig am Telefon erklären“, sagt Moritz Dietrich. Der Gesamtprozess auf der Baustel-

le werde so ungemein beschleunigt. Dies sei das Ziel der Entwicklung des PD-C gewesen, betont Marco Kerschbaumer, globaler Projektmanager bei Hilti: „Der Kunde kann die Daten wesentlich effizienter dokumentieren und den digitalen Datenfluss an die firmeneigenen Systeme anbinden.“

Wird der Zeitplan für Sanierung und Umbau eingehalten, öffnet die Dominikanerkirche im Jahr 2022 wieder ihre Pforten. Dann können Besucher auch wieder die bunten Fresken an der Decke bestaunen. Ganz ohne Staub.



DAUMEN HOCH

Hilti setzt verstärkt auf E-Business und Onlinekanäle in der Kundenkommunikation. Einer der Vorreiter in diesem Bereich ist Hilti Grossbritannien.

Vier Produktfotos, ein Link und etwas Text: „Das Hilti Radio ist da“. Social-Media-Managerin Jess Matthewman klickt auf den „Veröffentlichen“-Button. Und schon ist der Beitrag auf dem Facebook-Kanal von Hilti Grossbritannien online. Die Reaktionen folgen prompt. Jess Matthewman sieht die Begeisterung der Nutzer auf ihrem Bildschirm. Zahlreiche Daumen-hoch-Emojis für den baustellen-tauglichen, robusten und praktischen Radioapparat mit Ladefunktion für Geräteakkus blinken auf. Innerhalb einer knappen Woche kamen über diesen Weg im Dezember 2016 über 350 Gespräche und 100 konkrete Bestellungen auf digitalem Wege zustande. Für ein vergleichbares Resultat über klassische Akquise hätten Kundenbetreuer Wochen, wenn nicht sogar Monate gebraucht. Digitalisierung und E-Business haben den Vertrieb bei Hilti Grossbritannien grundlegend verändert. Während 2004 Social Media noch in den Kinderschuhen steckte und Hilti Grossbritannien ausschliesslich offline Produkte und Services verkaufte, machte E-Business sieben Jahre später bereits 11 Prozent des Umsatzes aus. Bis 2016 ist das Onlinegeschäft mit einem Anteil von fast 50 Prozent markant



Digital vor Ort

Bisher war die Verkaufstheke in Hilti Stores das zentrale Element für die Interaktion mit Kunden – nur hier hatte man am Computer Zugriff auf Kundendaten, Gerätelisten und Produktinformationen. Seit 2016 können Mitarbeitende in den Hilti Stores auch auf Tablets zurückgreifen. Die Interaktion mit Kunden und der Verkauf sind dadurch noch flexibler und praktisch überall im Hilti Store möglich – sämtliche Informationen können jederzeit abgerufen und Aufträge erfasst werden. Nicht nur Hilti Stores, auch Verkaufsberater werden nach und nach mit Tablets ausgerüstet.

gestiegen. „Verfügbarkeit, Messbarkeit, Skalierbarkeit und Individualisierung sind nur einige der Vorteile digitaler Plattformen“, erklärt Kris Levey, Leiter Digitalteam Hilti Grossbritannien und Nordeuropa. „Sie haben sich zu einem echten Mehrwert für unsere Kunden und unser Geschäft entwickelt.“

Facebook, Twitter, Youtube und LinkedIn eröffnen neue Möglichkeiten der Interaktivität. „Batteriebetriebene Geräte – wann habt ihr solche zum ersten Mal benutzt und was war anders im Vergleich zu strombetriebenen Geräten? Welches Gerät ist euer Favorit? Und was würdet ihr euch für die Zukunft wünschen?“ – nur ein Umfragebeispiel, das über Social-Media-Kanäle wertvolle Antworten aus dem Markt einholte. Auch das Angebot von Schulungs- und Informationsmaterialien ist breiter gefächert. Mehr als 2500 Kunden – Tendenz steigend – greifen beispielsweise bereits auf die technischen Webinare von Hilti Grossbritannien zurück. Sie schauen sich aufgezeichnete und Live-Beiträge an oder stöbern in der Online-Bibliothek. Einmal auf der britischen Hilti Website, werfen viele auch einen Blick in das digitale „Innovation Magazine“, das anhand von Animationen, Bildergalerien, Audio- und Videomaterial Hilti Lösungen zum Leben erweckt. „Ob on- oder offline: Wir sind da, wo unsere Kunden sind – jederzeit, überall und auf jedem Endgerät“, fasst Kris Levey zusammen. Und so sammelt Hilti Grossbritannien immer mehr Daumen-hoch-Emojis – auf allen Kanälen.

Hilti Great Britain hat 4 neue Fotos hinzugefügt.
19. Dezember 2016 um 12:49 · ©

📌 The Hilti Radio Charger: it's here! We're so excited to be able to say the 230v version is now available for an exclusive digital pre-order! With DAB, AUX, USB and more, plus the ability to charge 12v - 36v batteries, it is the rockstar of site radios. Be quick though, there are only 200 available to be shipped at the end of January - make sure you're getting one!
<http://fal.cn/radio1>

(110v also available soon. Full stock available from February. Follow Hilti Great Britain to stay informed!)

Übersetzung anzeigen

HIGHLIGHTS 2016

Höhlen(bau)kunst

Im Südwesten Frankreichs befindet sich unter der Erde ein wahrer Schatz: die Höhlen von Lascaux mit prähistorischen Wandmalereien. Zur Sicherung des Erhalts der 1940 entdeckten Originalstätte ist seit Anfang der Achtzigerjahre eine Nachbildung geöffnet – die CO₂-Ausstöße der zahlreichen Besucher beschädigten die Malereien. Ende 2016 wurde mit Lascaux IV vor Ort ein neues Museumszentrum eingeweiht, das neben der nachgebauten Höhle auch internationale Höhlenkunst sowie Informationen zur Entdeckung des Homo sapiens präsentiert. Hilti unterstützte den Museumsbau mit Dübel-, Injektions-, SAFEset- und Softwarelösungen, um Lascaux IV unter anderem ausreichend vor Lärm und Vibrationen zu schützen.



Mehr als **10 000 m³ Beton** und mehr als **700 t Stahl** verbaut

HILTI

LOG IN OR REGISTER

E-mail address

example@email.com

Password

Your account will be locked after 5 incorrect attempts

Remember me

LOGIN

REGISTER

188 000 Mal pro Woche wird der Hilti ID Service genutzt.

1,2 Millionen Hilti Identitäten werden im Hilti Cloud ID Service verwaltet.

Alle Angaben Stand Dezember 2016

Mit einem Klick alles im Blick

Nur einmal einloggen und bequem auf eine Vielzahl an Informationen zugreifen: Das können Kunden seit April 2016 dank des Hilti ID Services. Nach dem Log-in erhält der Kunde Zugriff auf alle für ihn individualisierten und relevanten Softwareanwendungen. Die Technik ist Teil der Hilti Cloud, die neben dem ID Service sämtliche von Kunden und Hilti gemeinsam genutzten Softwarekomponenten umfasst – zum Beispiel die Schnittstellen zum globalen SAP-System.



Neuer Masstab in der Baustellenproduktivität

Schnell, leicht und leise: Mit bis zu 50 Prozent mehr Geschwindigkeit, 20 Prozent weniger Gewicht und den geringsten Vibrationen verglichen mit ähnlichen Geräten setzt der Hilti Kombihammer TE 30-ATC (ATC steht für kontrollierte automatische Drehmomentabschaltung) auf der Baustelle neue Masstäbe in puncto Produktivität und Verletzungsprävention. Ob Ankerlöcher bohren, Armierungseisen einbauen oder Stahlarbeiten – das Gerät lässt jede Aufgabe nahezu mühelos erscheinen.



Bildnachweis: Hilti Art Foundation

„Kirchner, Léger, Scully & mehr“

Seit Dezember 2016 präsentiert die Hilti Art Foundation in Vaduz, Liechtenstein, unter dem Titel „Kirchner, Léger, Scully & mehr“ ihre neue Ausstellung. Auf drei Etagen werden insgesamt 38 Kunstwerke von der klassischen Moderne bis zur Gegenwart gezeigt. Die Ausstellung läuft bis zum 8. Oktober 2017.

77%

der Kunden würden demnächst wieder bei Hilti kaufen.

70%

der Kunden würden Hilti weiterempfehlen.

70%

der Kunden sind sehr zufrieden mit den Hilti Verkaufsberatern.

66%

der Kunden sind sehr zufrieden mit der technischen Beratung von Hilti.

Alle Ergebnisse aus der ICOS-Umfrage 2016 (Integrated Customer Opinion Survey)

BOHREN FÜR EUROPA

Der Gotthardbasistunnel ist das bisher teuerste Bauwerk der Schweiz und der weltweit längste Tunnel. Ein Rekordprojekt – unterstützt von Hilti.





Bautechnische Meisterleistung

Die digitale Tachonadel des Zugs stockt bei Tempo 170 Kilometer pro Stunde. Am Eröffnungstag ist die Geschwindigkeit noch vergleichsweise gemächlich. Von den Details seiner Arbeit sieht Camillo Censi, Direktion Bahntechnik, Censi Group, heute nicht viel. Doch die vorbeiziehenden Notlichter an der Tunnelwand beleuchten das Lächeln in seinem Gesicht. „Ich bin stolz, dass wir dabei waren. Es ist ein richtig tolles Gefühl, durch den fertigen Tunnel zu fahren, nach fast neun Jahren Arbeit.“

2600 Arbeiter waren in Spitzenzeiten an der bautechnischen Meisterleistung beteiligt. Camillo Censi ist

einer von ihnen. 57 Kilometer lang sind die beiden einspurigen Röhren des Tunnels. Auf einer Strecke von etwa zehn Kilometern hat das 100-köpfige Team um Camillo Censi Gleise befestigt und Kabelschächte installiert, unterstützt von Hilti. Mit 150 Kombihämmern bohrten die Arbeiter über 30 000 Löcher in das Gotthardmassiv. Alles lief nach Plan. „Verzögerungen können wir uns bei unseren Baustellen nicht leisten, deshalb ist der Service von entscheidender Bedeutung“, sagt der Ingenieur. Die Qualität der Produkte ermöglichte es dem Bauleiter, sicher und ohne Sorgen an der Strecke zu arbeiten. Hochwertige Geräte haben für Camillo Censi deshalb oberste Priorität.



„Verzögerungen können wir uns bei unseren Baustellen nicht leisten, deshalb ist der Service von entscheidender Bedeutung.“

Camillo Censi
Direktion Bahntechnik,
Censi Group



Zahlen und Fakten

Direktbefestigung: mehr als 5 Mio. Nägel

Elektrogeräte & Zubehör: 700 Batterien und 150 Kombi-hämmer im Einsatz, mehr als 30 000 Bohrlöcher

Dübel: mehr als 900 000 mechanische Anker



Der Tunnel verbindet das Nordportal in Erstfeld mit dem Südportal in Bodio. Fast ohne Steigungen, was Tempo 250 Kilometer pro Stunde ermöglicht. Darüber liegen bis zu 2300 Meter Fels, so viel wie nirgends sonst auf der Welt. Infolge der immensen Tunneltiefe waren bauliche Lösungen von Hilti für den Ernstfall gefragt: „Menschen, die mit dem Zug reisen, sind in diesem Tunnel sicher. Dazu haben wir mit unseren Installationen beigetragen“, sagt Martino

Incarbone, Regional Sales Manager bei Hilti Schweiz. In Beton wurden Notlichter und Sicherheitsgeländer befestigt – mit Dübeln von Hilti.

Camillo Censi arbeitet schon am nächsten Tunnelprojekt, dem 15,4 Kilometer langen Ceneri-Basistunnel, der Verbindung von Locarno und Lugano. Geplante Inbetriebnahme: 2020. Dann will Camillo Censi wieder durch einen Tunnel fahren. Im Eröffnungszug.

KEIN SPIEL MIT DEM FEUER

Wenn 600 Bauarbeiter in einem Hotel-Kasino-Komplex mit 1700 Zimmern Brandschutzprodukte installieren sollen, ist das eine Herausforderung. Durch die enge Zusammenarbeit von Planern, Prüfungsexperten und Hilti blieb nichts dem Zufall überlassen.



„Die Grösse, der straffe Zeitplan und die Komplexität des Bauprojekts waren eine enorme Aufgabe“, erklärt Adrian Huson, Projektmanager bei Wynn Design & Development (WDD). Die Dimensionen des 4 Mrd. US-Dollar schweren Prestigehotels Wynn Palace in Cotai, Macau (autonome Region in Südchina), lassen erahnen, dass es unzählige Stellen gab, an denen passive Brandschutzmassnahmen zu installieren waren.

Diese mussten den Anforderungen des International Building Code (IBC) entsprechen, der zahlreiche Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften enthält. Das erforderliche Fachwissen und die Erfahrung wa-

ren sowohl in der Planung als auch bei der Ausführung notwendig. „Hierbei profitierte unser Team erheblich vom Knowhow der Hilti Mitarbeitenden. Sie unterstützten uns nicht nur bei der Auswahl der richtigen Systeme und Produkte, sondern auch in der korrekten Anwendung auf der Baustelle“, sagt Adrian Huson.

In Workshops wurden rund 600 Arbeiter in Theorie und Praxis geschult, um die Installationen auf dem erforderlichen Niveau auszuführen. Das Hilti Team war auch zur Stelle, wenn von den Plänen abgewichen werden musste und eine Sonderlösung notwendig war.

Auch die Firma PHC (Macau) Ltd., die die Brandschutzvorkehrungen überprüfte, profitierte von den Hilti Trainings. Den Inspektoren wurde in Seminaren vermittelt, worauf zu achten ist, um eine den Sicherheitsstandards entsprechende Kontrolle der Systeme vorzunehmen. PHC-Inhaber Phil Harvey sagt: „Dadurch konnten wir wesentlich einfacher Probleme lösen, Unklarheiten beseitigen und im gesamten Gebäudekomplex die vorschriftsgemässe Ausführung des Brandschutzes gewährleisten.“ Für ihn steht fest: „Die Unterstützung durch Hilti war unverzichtbar.“



Bildnachweis: Adrian Huson



Das Hilti Team schulte die Arbeiter vor Ort hinsichtlich der korrekten Ausführung der Brandschutzinstallationen.

HIGHLIGHTS 2016



Hoch hinaus mit Hilti

In Seattle im US-Bundesstaat Washington entstehen derzeit ein multifunktionales Gebäude mit 45 Stockwerken und das grösste Hotel der Stadt. Seit Mitte 2015 ist Hilti Partner des Eigentümers und des Generalunternehmers, um den Bau mit produktiven und innovativen Lösungen voranzutreiben. Das neue architektonische Glanzstück in der „Emerald City“ entsteht mithilfe von Hilti Produkten, Verbrauchsmaterialien und Flottenverträgen.

Platz
10

belegte Hilti 2016 in der Kategorie „Beste Multinationale Arbeitgeber“ in der Europa-Liste des Instituts Great Place to Work.

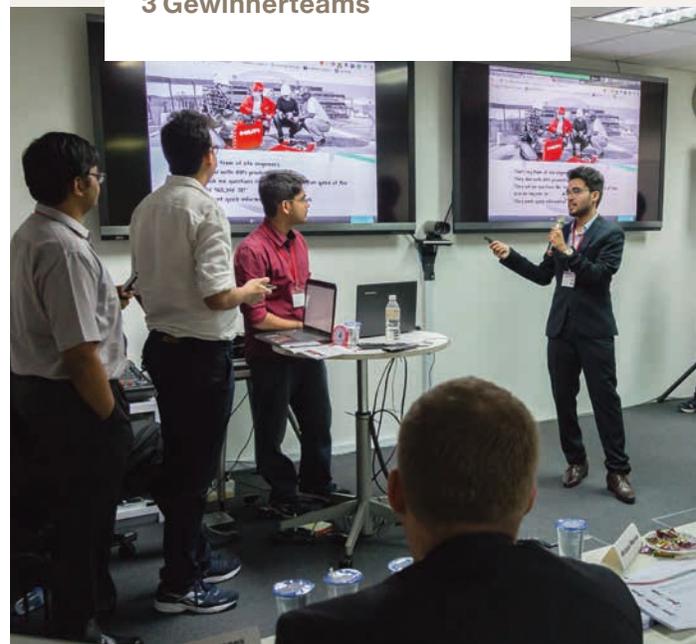
Wettbewerbserfolg

Die Entwicklung einer mobilen Hilti App war beim vierten globalen Studentenwettbewerb der Hilti IT gefragt. Das hohe Niveau der Beiträge begeisterte die Jury aus Professoren und Hilti Führungskräften. Im Februar 2016 wurden aus den eingereichten Apps für Kunden und Vertriebsmitarbeitende beim Finale in Kuala Lumpur, Malaysia, drei Gewinner gekürt. Ausserdem absolvierten elf Teilnehmende der „Mobile App Competition“ Praktika bei Hilti. Einige von ihnen sind mittlerweile fest angestellt im Unternehmen.

220 Studenten aus 11 Ländern
85 Eingaben
3 Gewinnerteams

~8
Millionen

Kundenkontakte hatte der Hilti Kundenservice 2016 weltweit.
Knapp 1300 Mitarbeitende in 49 Ländern betreuen die Kunden per Telefon, E-Mail, Web-Chat und Fax.





Dmitry Kamaev, Disponent bei der Baufirma LBK „Michko“ Ltd.

DA SEIN, WO DER KUNDE IST

Die direkte Kundenbeziehung ist ein elementarer Bestandteil der Unternehmensstrategie von Hilti. Um noch mehr Kunden zu erreichen, geht der Logistikservice in Russland nun neue Wege.

150 Kilometer liegen zwischen dem nächstgelegenen Hilti Warenhaus und Moskau, dem Arbeitsort von Dmitry Kamaev, Disponent bei der Baufirma LBK „Michko“ Ltd. Im grössten Land der Welt ergeben sich enorme logistische Herausforderungen. Hilti will Kunden wie ihm entgegenkommen – mit einem neuen Service, genannt PUDO (pick up and drop off points). Ein Abhol- und Zustellservice, der gerade in entlegenen Gebieten Kunden die ge-

wohnten Leistungen von Hilti bietet – Geräte, Zubehör oder auch Reparaturen.

„Wir beliefern Shops, Tankstellen oder auch Blumenläden“, sagt Fabrice Atallah, Globaler Logistikleiter Services Hilti. Eben Standorte, die für jeden Kunden leicht zu erreichen sind. Deren Anzahl wächst ständig, der Service ist auf Wachstumskurs. „PUDO soll die Zufriedenheit unserer Kunden steigern und unser Leis-

tungsversprechen erweitern“, so der Logistikleiter. Dmitry Kamaev findet den Service sehr praktisch: „Wenn die Bestellung eintrifft, bekomme ich per SMS oder Anruf mitgeteilt, wo die Lieferung verfügbar ist. Ich entscheide dann selbst, wann ich die Bestellung abhole.“ Hilti ist also immer da, wo der Kunde seine Lieferung benötigt: für Fabrice Atallah „eine Win-win-Situation“. 2017 kommen weitere Länder hinzu. So ist Hilti noch näher am Kunden.

„LERNEN IST KEINE EINBAHNSTRASSE“

Generationenmix bei Hilti

Hilti setzt auf Vielfalt als Erfolgsfaktor. Das Unternehmen schafft ein inklusives und inspirierendes Arbeitsumfeld, das zudem die Diversität der Märkte widerspiegelt, in denen Hilti tätig ist. Das zahlt unmittelbar auf den Geschäftserfolg ein.



Frank D. McMahon aus der Generation Babyboomer

Diversity & Inclusion (D&I) ist fest in der Unternehmensstrategie Champion 2020 verankert. Hilti setzt dabei einen besonderen Fokus auf die Stärkung von D&I in den drei G: Geschlecht, Global und Generation.

Frank D. McMahon (Director of Engineering Support and Special Projects, Hilti Nordamerika) und Sanda Bjelan (Customer Relationship Manager, Hilti Belgien) sind Vertreter zweier Altersgruppen bei Hilti. Im Gespräch erläutern sie ihre Sicht auf die generationenübergreifende Zusammenarbeit.

Sanda Frank, du arbeitest schon seit 29 Jahren in verschiedenen Funktionen bei Hilti und kennst das Unternehmen wie deine Westentasche – ich dagegen bin gerade mal zwei Jahre dabei. Wie unterscheidet sich die Arbeit bei Hilti heute im Vergleich zu damals?

Frank Ich empfinde vor allem die Weiterentwicklung unserer technischen Standards, die gerade von den jüngeren Kolleginnen und Kollegen – also den Millennials – stark vorangetrieben wird, als einen der Hauptunterschiede. Die Unternehmenskultur hat sich seither hinge-

gen kaum verändert. Unsere Werte verkörpern immer noch das starke Fundament, auf dem unser Unternehmen gebaut ist ...

Sanda ... und sie öffnen Türen, egal wo in der Hilti Welt wir uns befinden. Denn das ist mir aufgefallen: Ganz gleich, wo man hinkommt, Hilti ist wie eine grosse Familie. Auch wenn wir in unterschiedlichen Ländern arbeiten: Unsere Werte schaffen ein gemeinsames Verständnis und fördern die Kommunikation.



Sanda Bjelan aus der Generation Millennials

Frank Deine Analogie zur Familie gefällt mir. Besonders wenn ich daran denke, wie wir alle dazu beitragen. Der Vergleich passt umso mehr, weil er zeigt, wie ein Team aus Menschen unterschiedlichen Alters erfolgreich funktionieren kann. Wo siehst du die grössten Vorteile in der generationenübergreifenden Zusammenarbeit?

Sanda Ich schätze es sehr, dass ich von der älteren Generation lernen kann. Ihr verfügt über das nötige Branchenwissen und die Erfahrung mit unseren Prozessen.

Frank Da hast du recht. Aber die Zusammenarbeit über Generationen hinweg kann nur erfolgreich sein, wenn auch wir Älteren von euch Jüngeren und euren Impulsen lernen. Denn das Lernen ist für mich keine Einbahnstrasse. Beide Seiten müssen offen für neue Denk- und Handlungsmuster sein – ein enorm wichtiger Aspekt, wenn wir die Erfahrung, die Ideen und das Wissen aller Generationen nutzen wollen.

Sanda Dem kann ich nur zustimmen: Ein Perspektivenwechsel kann den eigenen Horizont immens erweitern. Die vielen Team- und Netz-

Generationenvielfalt bei Hilti:

Flexible Arbeitszeitmodelle, internationale Netzwerke und Mentoringprogramme unterstützen die Implementierung von Diversity & Inclusion und so auch die Förderung der Generationenvielfalt bei Hilti.

Zahlen und Fakten:

Durchschnittliches Alter:
37 Jahre und 5 Monate

Generationenanteil:
Traditionalisten: 0,1 %
Babyboomer: 11,1 %
Generation X: 25,8 %
Millennials: 63 %

Generationenanteil bei Neueinstellungen 2016:
Traditionalisten: 0 %
Babyboomer: 1,5 %
Generation X: 10,3 %
Millennials: 88,2 %

werk-Events bei Hilti fördern den Austausch und den Wissenstransfer weltweit. Alles in allem: Wie weit ist Hilti beim Thema D&I aus deiner Sicht?

Frank Ich glaube, unser D&I-Ansatz ebnet schon heute den Weg für ein inklusiveres Arbeitsumfeld. Die Förderung von heterogenen Teams, auch im Hinblick auf verschiedene Altersgruppen, ist dabei nur ein wichtiger Schritt von vielen. Wenn wir das aufrechterhalten und kontinuierlich ausbauen, wird unser Geschäft davon meiner Meinung nach auch auf lange Sicht enorm profitieren.

KONZERNLEITUNG

„Mein Highlight 2016 war die exzellente Weiterentwicklung unseres Geschäfts in Nordamerika. Wir sind so stark wie nie zuvor in diesem dynamischen Wachstumsmarkt.“

„Mein Highlight 2016 war, zu sehen, wie vertrauensvoll und offen wir mit unseren Kunden weltweit zusammenarbeiten. Diese Partnerschaften machen unseren langfristigen Erfolg aus.“

„Mein Highlight 2016 war der Aufbau unseres weltweiten Software-Teams. Dies ist für uns ein bedeutender Schritt in die Zukunft des digitalen Bauens.“

Dr. Stefan Nöken
Mörschwil, Schweiz

Stefan Nöken (1965, Deutschland) ist seit Anfang 2007 Mitglied der Konzernleitung. Er verantwortet die Bereiche Befestigungstechnik und Logistik.

Seine Laufbahn bei Hilti begann Nöken im Jahr 2000 als Leiter Corporate Engineering. 2004 übernahm er die Verantwortung für das Supply Chain Management mit den weltweiten Werken, dem Einkauf und der globalen Logistik.

Jörg Kampmeyer
Schaan, Liechtenstein

Jörg Kampmeyer (1968, Deutschland) ist seit April 2011 CFO und Mitglied der Konzernleitung. Er ist für die Bereiche Finanzen, Personal, IT und Konzernentwicklung verantwortlich.

2002 begann Kampmeyer seine Laufbahn bei Hilti als Leiter der Konzernentwicklung. Ab 2003 verantwortete er das strategische Marketing des Konzerns. 2006 erfolgte der Wechsel nach Deutschland, wo er zunächst eine Vertriebsregion leitete und im Jahresverlauf die Geschäftsführung von Hilti Deutschland übernahm. Ab 2010 verantwortete er zusätzlich die Marktregion Zentraleuropa.

Matthias Gillner
Grabs, Schweiz

Matthias Gillner (1967, Deutschland) ist seit April 2011 Mitglied der Konzernleitung. Zunächst für die Bereiche Elektrogeräte und Konzernforschung verantwortlich, hat er seit Beginn 2014 den Bereich Emerging Markets sowie das globale Energie- & Industriegeschäft übernommen.

Er begann seine Karriere bei Hilti im Jahr 2000 als Leiter der Konzernentwicklung. Mitte 2001 übernahm Gillner die Position des Personalleiters im Konzern und wechselte anschliessend in die Business Unit Messtechnik. Von 2006 bis Ende 2013 war er Leiter der Business Area Elektrogeräte & Zubehör.

„Mein Highlight 2016 war die Beschleunigung unseres globalen Wachstums und damit die Bestätigung, dass unsere Investitionen Früchte tragen.“

„Mein Highlight 2016 war das Jubiläumsfest am Hauptsitz, das rund 7000 Gäste, darunter Mitarbeitende und ihre Familien, anlockte. Der Spirit an dem Tag war einfach überwältigend!“

„Mein Highlight 2016 waren die vielen Begegnungen mit unseren Teammitgliedern weltweit. Ihre Leidenschaft für den Job, ihr Engagement und ihre Energie sind nicht nur ansteckend, sondern auch sehr motivierend!“

Dr. Christoph Loos

Vorsitzender der Konzernleitung
Schaan, Liechtenstein

Christoph Loos (1968, Deutschland) übernahm im Januar 2014 den Vorsitz der Konzernleitung, der er seit 2007 angehört. In den ersten vier Jahren seiner Amtszeit verantwortete er die Bereiche Finanzen, Personal, IT und Konzernentwicklung. Ab 2011 übernahm er den Bereich Emerging Markets sowie das globale Energie- & Industriegeschäft.

Loos ist seit 2001 im Konzern, leitete zunächst den Bereich Konzernentwicklung und baute danach das strategische Marketing auf. Ende 2003 wechselte er als Leiter einer Vertriebsregion nach Deutschland, ab 2005 übernahm er dort die Geschäftsführung.

Jahangir (Jan) Doongaji

Maienfeld, Schweiz

Jahangir (Jan) Doongaji (1967, Indien/Schweiz) ist seit Anfang 2014 Mitglied der Konzernleitung und für die Bereiche Elektrogeräte und Konzernforschung verantwortlich.

Er begann 2000 seine Laufbahn bei Hilti und leitete zunächst in der Marktorganisation Schweiz den Kundendienst. 2002 wechselte Doongaji nach Schaan und verantwortete verschiedene Positionen in den Business Units. Zuletzt leitete er die Business Unit Power Tools & Accessories.

Marco Meyrat

Chur, Schweiz

Marco Meyrat (1963, Schweiz) ist seit Anfang 2005 Mitglied der Konzernleitung. Er ist für die Märkte in Europa und Nordamerika verantwortlich.

Seine Karriere bei Hilti begann Meyrat 1989 als Produktmanager am Hauptsitz in Schaan. Nach verschiedenen Positionen in den Hilti Länderorganisationen Frankreich und Deutschland wurde er 1999 zum Geschäftsführer der Marktorganisation Schweiz ernannt. 2002 übernahm er die Geschäftsführung der deutschen Marktorganisation.

VERWALTUNGS- RAT

Während ihres Besuches in den USA, v.l.n.r.: Dr. Michael Jacobi, Kim Fausing, Calvin Grieder, Prof. Dr. Pius Baschera, Michael Hilti, Heinrich Fischer, Barbara Milian Thoralfsson und Dr. Tis Prager.



Dr. Michael Jacobi
Binningen, Schweiz

Michael Jacobi (1953; wiedergewählt bis zur Generalversammlung 2019) wurde 2007 in den Verwaltungsrat berufen. Er studierte Betriebsökonomie an der Universität St. Gallen und an der University of Washington, Seattle, und promovierte 1979 in St. Gallen. Von 1978 bis 2007 nahm er in Brasilien, den USA und der Schweiz verschiedene Führungsaufgaben im Finanzbereich der Ciba-Geigy AG, später in der Ciba Spezialitätenchemie AG, Basel, wahr. Von 1996 bis 2007 war er deren weltweiter Finanzchef. Heute ist Michael Jacobi selbstständiger Unternehmensberater. Seit 2003 ist er Mitglied des Verwaltungsrats der Sonova Holding AG, Stäfa, seit Dezember 2008 Trustee des Martin Hilti Familien Trusts und seit 2009 Mitglied des Verwaltungsrats der Actelion Pharmaceuticals Ltd in Allschwil.

Kim Fausing
Sønderborg, Dänemark

Kim Fausing (1964; gewählt bis zur Generalversammlung 2019) wurde 2010 in den Verwaltungsrat gewählt. Er studierte Maschinenbau am Aarhus Teknikum in Dänemark und besitzt seit 1996 einen MBA der Henley Business School in London. Seine berufliche Karriere führte ihn 1990 zur Hilti Gruppe, in der er bis 2007 verschiedene leitende Funktionen in Europa und Asien ausübte. Nach seinem Wechsel zur dänischen Danfoss Gruppe wurde Kim Fausing im Januar 2008 zum Chief Operating Officer und Mitglied der Konzernleitung ernannt. Er ist zudem Vizepräsident der SMA A/G in Kassel, Deutschland, und Vizepräsident der Velux Gruppe in Kopenhagen (Dänemark).

Calvin Grieder
Küsnacht, Schweiz

Calvin Grieder (1955; gewählt bis zur Generalversammlung 2019) wurde im April 2016 in den Verwaltungsrat berufen. Calvin Grieder studierte Verfahreningenieur an der Eidgenössischen Technischen Hochschule in Zürich (ETH). Danach hatte er verschiedene Führungspositionen in Schweizer und deutschen Unternehmen aus den Bereichen Regelungstechnik, Automation und Anlagenbau. 2001 wechselte Grieder von Swisscom zur Bühler Group, der er bis Ende Juni 2016 als CEO vorstand. Seit Februar 2014 ist er Präsident des Verwaltungsrats von Bühler. Er ist ausserdem Vizepräsident des Verwaltungsrats der Implen AG sowie seit März 2017 Verwaltungsratspräsident der Givaudan SA. Aufgrund seiner zukünftigen zeitintensiven Tätigkeit als Verwaltungsratspräsident von Givaudan hat Calvin Grieder sein Verwaltungsratsmandat bei der Hilti Aktiengesellschaft per 31.12.2016 niedergelegt.

Prof. Dr. Pius Baschera*
Präsident des Verwaltungsrats
Zürich, Schweiz

Pius Baschera (1950; wiedergewählt bis zur Generalversammlung 2019) ist Verwaltungsratspräsident der Hilti Aktiengesellschaft. Seine Ausbildung zum Maschineningenieur und Betriebswissenschaftler an der Eidgenössischen Technischen Hochschule in Zürich schloss er mit der Promotion ab. 1979 trat er als Leiter Produktions-Controlling in die Hilti Aktiengesellschaft ein. Vor seiner Ernennung zum Verwaltungsratspräsidenten war er 13 Jahre lang Vorsitzender der Konzernleitung. Pius Baschera ist bis März 2017 Mitglied des Verwaltungsrats der Roche Holding AG, Basel. Zudem ist er Verwaltungsratsmitglied bei der Schindler Group, Hergiswil, Mitglied des Beirats von Vorwerk & Co., Wuppertal, der Ardex GmbH, Witten, und Stiftungsratspräsident der ETH Zürich Foundation.

* Pius Baschera übergibt das Amt des Verwaltungsratspräsidenten mit der Generalversammlung 2017 an Heinrich Fischer, verbleibt aber als Mitglied im Verwaltungsrat und wird Sprecher des Martin Hilti Familien Trusts, des Alleinaktionärs der Hilti Aktiengesellschaft.



Michael Hilti
Schaan, Liechtenstein

Michael Hilti (1946; wiedergewählt bis zur Generalversammlung 2018) ist der Sohn des Unternehmensgründers Prof. Dr. h.c. Martin Hilti und seit 1990 Mitglied des Verwaltungsrats. Nach dem Studium der Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen war er für die Chase Manhattan Bank in London tätig, ehe er 1975 als stellvertretender Vorstand Marketing ins Familienunternehmen eintrat. Ein Jahr später wurde er in die Konzernleitung berufen, deren Vorsitz er von 1990 bis 1993 übernahm. Von 1994 bis 2006 präsierte er den Verwaltungsrat. Heute ist Michael Hilti ordentliches Verwaltungsratsmitglied, Trustee und Sprecher des Martin Hilti Familien Trusts, Mitglied des Stiftungsrats der Hilti Foundation sowie Präsident der Hilti Art Foundation. Michael Hilti war in zahlreichen Verwaltungs- und Beiräten tätig, wurde von der Universität St. Gallen mit dem Ehrensensator h.c. gewürdigt und von S. D. Fürst Hans Adam von und zu Liechtenstein mit dem Titel „Fürstlicher Kommerzienrat“ ausgezeichnet.

Heinrich Fischer*
Rüschlikon, Schweiz

Heinrich Fischer (1950; wiedergewählt bis zur Generalversammlung 2019) gehört dem Verwaltungsrat seit 2007 an. Sein Studium der Elektrotechnik und der Technischen Physik an der Eidgenössischen Technischen Hochschule in Zürich schloss er 1973 mit dem Ingenieurdiplom ab, um anschliessend berufsbegleitend an der Universität Zürich bis zum Lizentiatsabschluss 1976 Betriebswirtschaft zu studieren. Ab 1977 war er bei der Oerlikon Bührle Holding, der Balzers AG (1980 bis 1989) und schliesslich wieder bei der Oerlikon Holding (1990 bis 1995) in leitenden Managementfunktionen tätig. Von 1996 bis 2007 war er Vorsitzender der Konzernleitung der Saurer AG, Arbon. Heinrich Fischer ist Mitglied des Verwaltungsrats der Tecan AG, der Orell Füssli AG (Präsident) und der Sensirion AG.

Barbara Milian Thoralfsson
Oslo, Norwegen

Barbara Milian Thoralfsson (1959; wiedergewählt bis zur Generalversammlung 2017) wurde im September 2014 in den Verwaltungsrat berufen. Sie verfügt über einen MBA-Abschluss in Marketing und Finanzwesen der Columbia University, New York, und einen BA in Psychologie der Duke University in North Carolina. Barbara Milian Thoralfsson war als CEO in der Telekom-Industrie und im Konsumgütersektor tätig und hat als nicht-exekutives Verwaltungsratsmitglied von börsennotierten und privaten, internationalen Unternehmen reichhaltige Erfahrung gesammelt. Seit 2006 ist sie Unternehmerin im Industriersektor (Fleming Industrier AS, Oslo) und seit 2007 Industrieberaterin bei EQT Partners, Oslo. Sie ist Verwaltungsratspräsidentin von ColArt International Holdings Ltd, London, und Verwaltungsratsmitglied sowie Präsidentin des Audit Committee bei SCA AB, Stockholm. Weitere Verwaltungsratsmandate hält sie bei G4S Plc, London, und Norfolier GreenTec AS, Oslo.

Dr. Tis Prager
Zumikon, Schweiz

Tis Prager (1948; wiedergewählt bis zum 31.12.2018) gehört seit Juni 2006 dem Verwaltungsrat an. Er doktorierte 1975 an der rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich, erwarb 1978 das Zürcher Anwaltspatent und ist Gründungspartner der auf internationales Wirtschaftsrecht spezialisierten Anwaltskanzlei Prager Dreifuss mit Büros in Zürich und Bern. Tis Prager ist unter anderem Präsident der Scherer & Bühler AG, Meggen, der Hotel Zürich AG (Marriott), Zürich, der Emil Hitz AG, Bassersdorf, Mitglied des Verwaltungsrats der Bourquin Gruppe, Couvet, und der Diogenes Verlag AG, Zürich, sowie früherer Präsident der IE Engineering Group AG, Zürich, und der Caprez Ingenieure AG, Chur. Zudem ist er aktiv bei STEP, der Society of Trust and Estate Practitioners.

UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG

ZENTRALE
HANDLUNGS-
FELDER



Team members

**Mitarbeitende für Hilti
begeistern und entsprechend
ihrer Fähigkeiten entwickeln**



User health and safety

**Den Kunden Lösungen
für mehr Sicherheit und
Produktivität bieten**

Corporate Responsibility ist bei Hilti ein integraler Bestandteil des Geschäftsmodells. Nachhaltiger unternehmerischer Erfolg wird mit einer ganzheitlichen Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden, Kunden, Partnern und Lieferanten sowie Gesellschaft und Umwelt verbunden. Dieser Anspruch geht bereits auf den Firmengründer Martin Hilti zurück.

Die weltweit gelebte Unternehmenskultur bildet die Grundlage von Corporate Responsibility. Die Werte „Integrität“, „Mut zur Veränderung“, „Teamarbeit“ sowie „hohes Engagement“ definieren das tägliche Miteinander und Handeln der mehr als 24 000 Teammitglieder. Rechtmässiges ethisches Verhalten und fairer Wettbewerb sind essenzielle Aspekte bei allen Tätigkeiten.

Mit den Verhaltenskodizes für Mitarbeitende und Lieferanten hat das Unternehmen die geltenden Grundsätze für das tägliche Handeln sowie die Einhaltung von grundlegenden Anforderungen schriftlich festgehalten. Darüber hinaus verpflichtet sich Hilti als Mitglied des UN Global Compact zu Transparenz und korruptionsfreien Geschäftsprozessen sowie zur Erfüllung sozialer und ökologischer Standards.



Social responsibility

**Einen Beitrag zur nach-
haltigen gesellschaftlichen
Entwicklung leisten**



Compliance and business ethics

**Gesetzliche und ethische
Standards einhalten**



Environment

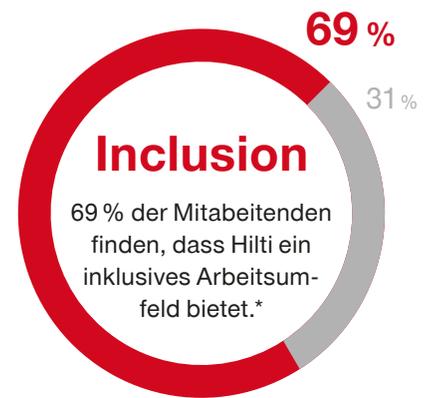
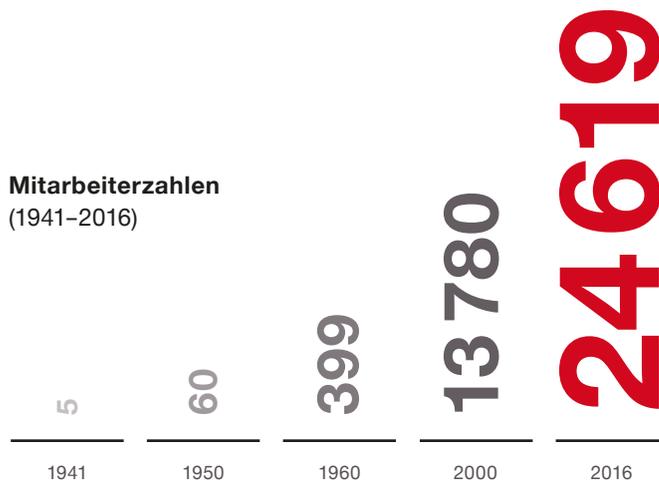
**Durch aktives Management
die Auswirkungen auf
die Umwelt kontrollieren**

HIGH-PERFORMING GLOBAL TEAM



Diversity & Inclusion

Mitarbeiterzahlen
(1941–2016)



124

Nationalitäten
im globalen
Team
(2015: 120)

13

Nationalitäten
in Konzernleitung,
Verwaltungsrat und
Top-Management
(2015: 13)

56

Nationalitäten
in der Konzern-
zentrale
(2015: 55)

23 %

Frauenanteil
(2015: 22 %)

17 %

Frauen in
Führungs-
positionen
(2015: 16 %)

Unternehmenskultur



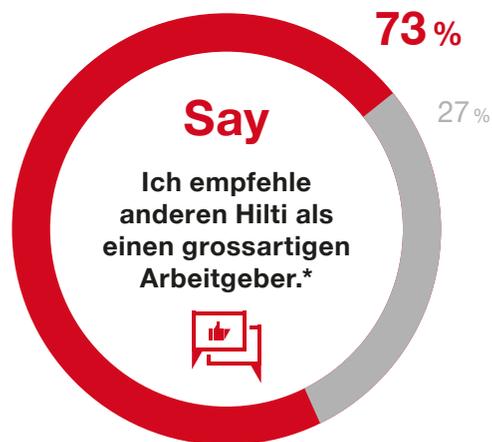
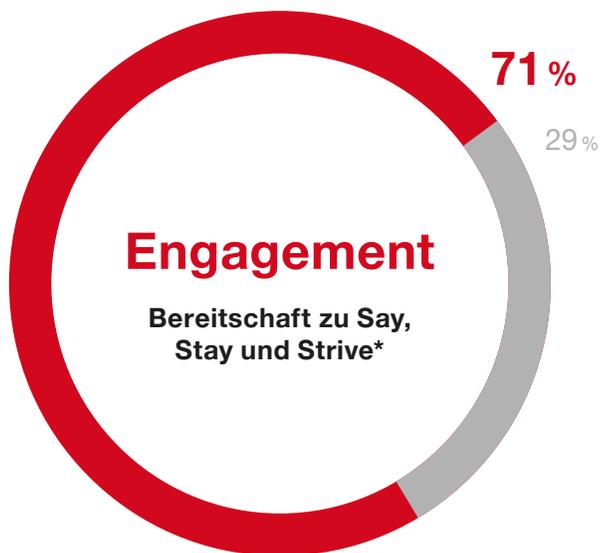
18 500

Arbeitstage wendeten die Mitarbeitenden für Unternehmenskultur-Workshops weltweit auf.

CHF 7,1 Mio.

Investition in Unternehmenskultur-Workshops

Engagement & Identifikation mit dem Unternehmen



90%

der Mitarbeitenden nahmen an der Mitarbeiterumfrage teil
(2015: 91 %)

starke Zustimmung
wenig bis keine Zustimmung

84%

erfolgreiche Integration von neuen Mitarbeitenden
(2015: 88 %)**

12%

Mitarbeiterfluktuation
(2015: 14 %)

77%

Managementpositionen, die mit internen Kandidatinnen und Kandidaten besetzt worden sind
(2015: 77 %)

* Ergebnisse aus der Hilti Mitarbeiterumfrage 2016: Wir haben die Methodik 2016 auf Mitarbeiterengagement umgestellt.

** Der Integrationserfolg misst die Anzahl der Mitarbeitenden, die während der letzten zwei Jahre bei Hilti eintraten und weiterhin im Unternehmen beschäftigt sind.

COMPLIANCE MANAGEMENT

Der Umgang mit finanziellen und Compliance-Risiken bei Hilti China

Bei der Auswahl des richtigen Projektpartners ist für Hilti nicht nur der kommerzielle Aspekt einer Zusammenarbeit wichtig. Entscheidend ist auch, ob mögliche Geschäftspartner die hohen Anforderungen des Unternehmens in Bezug auf Risikomanagement und Compliance erfüllen. Wie in allen Ländern ist dies auch in China wichtig, einem Land, das sich zwar wirtschaftlich gut und schnell entwickelt, in dem Wachstum aber laut Transparency International oft auch mit finanziellen Risiken und der Gefahr von Korruption verknüpft ist.



„Unser Ziel ist es, langfristige Beziehungen mit zuverlässigen und vertrauenswürdigen Partnern aufzubauen, die unsere Anforderungen an das Risikomanagement erfüllen.“

Sam Feng
Verkaufsdirektor, Hilti China



Schanghai, China

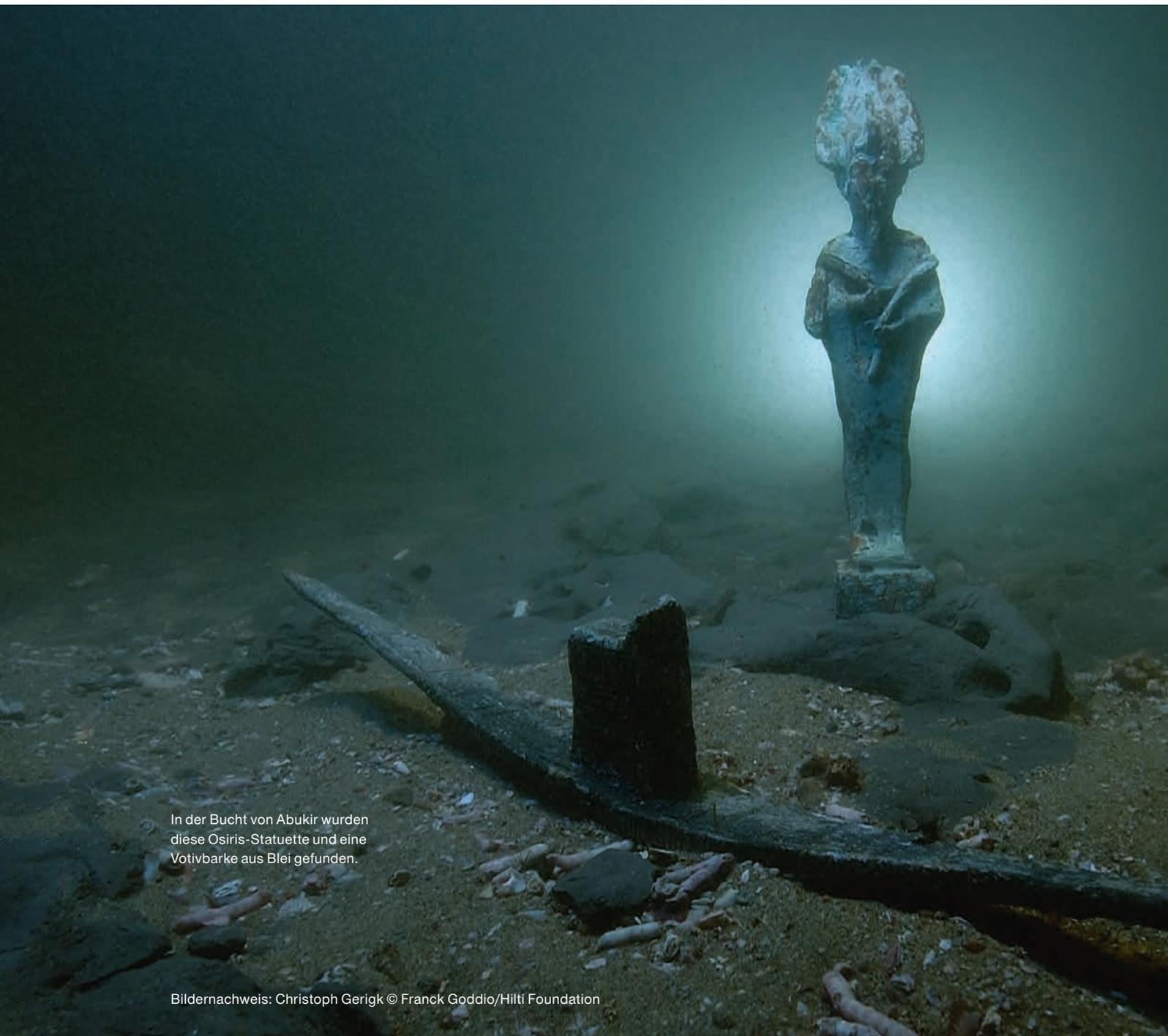
Das Compliance Management System (vgl. Unternehmensbericht 2015), das konzernweit Anwendung findet, trägt auch lokalen Besonderheiten Rechnung. Beispiel hierfür ist die Marktorganisation in China, die auf einem hybriden Geschäftsmodell aufbaut. Neben dem für Hilti üblichen Direktvertrieb werden die Produkte und Dienstleistungen hier zusätzlich über Partner angeboten und weiterverkauft. Dieses für Hilti besondere Geschäftsmodell erfordert einen ebenso besonderen Blick auf das Thema Risikomanagement. 2016 hat die Marktorganisation deshalb in einem gemeinsamen Projekt mit der Region Asien / Pazifik und der Konzernzentrale eine Richtlinie für das Management von Projektpartnern eingeführt. Diese ermöglicht, die Integrität des potenziellen Geschäftspartners in einem 360°-Prozess intensiv und kontinuierlich zu überprüfen und damit finanzielle und Compliance-Risiken zu verringern. Definierte Prüfungskriterien machen den Screeningprozess schnell,

transparent und umfassend. Stanley Lui, Head of Legal & Compliance der Region Asien/Pazifik, betont, dass die Richtlinie ein lebendes Dokument sei und bleibe. Das Legal & Compliance-Team entwickle dieses gemeinsam mit der lokalen Finanzabteilung basierend auf Rückmeldungen der Vertriebssteams kontinuierlich weiter. Zusätzliche Kriterien für kommerzielle und finanzielle Risiken wurden in den Bewertungsprozess aufgenommen.

Sam Feng, Verkaufsdirektor in China, erklärt: „Was auf den ersten Blick nach administrativem Mehraufwand klingt, bedeutet auf den zweiten Blick vor allem mehr nachhaltiges Wachstum für unsere Marktorganisation. Unser Ziel ist es, langfristige Beziehungen mit zuverlässigen und vertrauenswürdigen Partnern aufzubauen, die unsere Anforderungen an das Risikomanagement erfüllen. Nur so können wir nachhaltig Wert generieren und kontinuierlich wachsen.“

SOCIAL RESPONSIBILITY

Die Hilti Foundation ist eine gemeinsame Einrichtung des Martin Hilti Familien Trusts und der Hilti Gruppe. Sie unterstützt seit 1996 Projekte und Institutionen aus den Bereichen Bildung, Gesellschaft und Wissenschaft. Im Fokus steht das Bemühen, den Menschen Perspektiven für die Zukunft zu geben und sie zu befähigen, ihre Lebensumstände aus eigener Kraft zu verbessern. 2016 betrug das Vergabevolumen der Hilti Foundation insgesamt CHF 14 Mio.



In der Bucht von Abukir wurden diese Osiris-Statuette und eine Votivbarke aus Blei gefunden.



Dieser Kopf gehörte einst zu einer Statuette, die den phönizischen Gott Baal darstellte.

Tauchgänge in die Vergangenheit

Auslöser für die Gründung der Hilti Foundation vor über 20 Jahren war Michael Hiltis' Begeisterung für die wissenschaftliche Arbeit des Unterwasserarchäologen Franck Goddio, der bis heute von der gemeinnützigen Stiftung unterstützt wird. Das Ergebnis dieser Kooperation sind spektakuläre Entdeckungen und Funde, die Auskunft geben über vergangene Welten.

Die aktuelle Ausstellung heisst „Osiris – Das versunkene Geheimnis Ägyptens“. Rund 300 000 Menschen besuchten „Osiris“ 2016 im Londoner British Museum. Bis Mitte Juli 2017 zeigt das Museum Rietberg, Zürich, die lange auf dem Meeresgrund verborgenen Schätze. Im Fokus stehen Funde insbesondere aus den letzten zehn Jahren Forschungsarbeit in den versunkenen antiken Städten Thonis-Heraklion und Kanopus vor der Küste Ägyptens. Durchgeführt wurden sie vom Europäischen Institut für Unterwasserarchäologie unter der Leitung von Franck Goddio in Kooperation mit dem ägyptischen Ministerium für Altertümer und mit Unterstützung der Hilti Foundation. Ergänzt wird die Schau durch 40 beeindruckende Exponate aus Museen in Kairo und Alexandria.

Der Osiris-Mythos ist einer der wichtigsten Mythen im antiken Ägypten und wird durch die jährlichen „Osiris-Mysterien“ bewahrt und überliefert. Eine solche Osiris-Zeremonie fand auch regelmässig auf den Wasserwegen zwischen Thonis-Heraklion und Kanopus statt. Kleine Votivbarken aus Blei und andere rituelle Gegenstände, die Franck Goddio und sein Team in den heiligen Kanälen der Stadt gefunden haben, sind Zeugnisse dieser Zeremonie. Das Spektrum der Ausstellung reicht von Alltagsgegenständen bis hin zu fünf Meter hohen Monumentalstatuen von Pharaonen und Gottheiten.



Die intakte Stele wurde im versunkenen Thonis-Heraklion entdeckt (oben). Ebenso das Schiffswrack, das wohl aus dem 4. Jh. v. Chr. stammt.

UN GLOBAL COMPACT – FORTSCHRITTSBERICHT



Menschenrechte

Anti-Diskriminierung

Teil der unternehmerischen Verantwortung von Hilti ist das Sicherstellen eines Arbeitsumfelds ohne Diskriminierung oder Belästigung. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, hat Hilti Anti-Diskriminierungs-Richtlinien festgelegt. Diese dienen im Rahmen der Unternehmensstrategie Champion 2020 ebenfalls als Grundlage für die „Diversity & Inclusion“-Initiative. Mit den Anti-Diskriminierungs-Richtlinien hat Hilti die bereits bestehende Praxis niedergeschrieben, um Transparenz zu schaffen und das Risiko der Diskriminierung weiter zu minimieren.

Helplines

Hilti ermutigt Mitarbeitende, jeden Verdacht auf Verletzung des Verhaltenskodex zu melden, entweder direkt an die Führungskräfte und die Compliance-Beauftragten oder über die rund um die Uhr erreichbaren Helplines. Diese stehen allen Mitarbeitenden in 70 Ländern und 40 Sprachen zur Verfügung.

Unternehmenskultur

„The Hilti Way“ beschreibt die mitarbeiter- und leistungsorientierte Unternehmenskultur, die von gemeinsamen Werten, vorbildlichem Führungsverhalten und der Überzeugung geprägt ist, dass das Unternehmenswachstum und die persönliche Entwicklung der Mitarbeitenden eine Einheit bilden. Im Geschäftsjahr 2016 haben die Mitarbeitenden 18 500 Arbeitstage für Unternehmenskultur-Workshops aufgewendet.



Arbeitsnormen

Arbeitssicherheit

Ein zentraler Punkt der Arbeitssicherheit ist die Unfallprävention. Täglich kommen Mitarbeitende in den Hilti Werken, Logistik- und Reparaturzentren in sogenannten Shopfloor-Meetings zusammen, in denen aktuelle Arbeitssicherheitsthemen diskutiert werden. So wird sichergestellt, dass die Arbeitsbedingungen laufend geprüft und bei Bedarf verbessert werden.

Mitarbeitergesundheit

Hilti hat auch 2016 weltweit gesundheitsfördernde Massnahmen umgesetzt, wie zum Beispiel die Einführung des betrieblichen Gesundheitsmanagements am Standort Kaufering in Deutschland, das auf drei Säulen basiert:

- Entwicklung einer gesundheitsbewussten Führungskultur
- Stärkung der Gesundheit durch ausgewogene Ernährung und ausreichend Bewegung
- Gesunde Arbeitsplatzbedingungen



Umweltschutz

Energieeffizienz

Die Infrastruktur und die Maschinen werden bei Hilti laufend auf Energieeffizienz überprüft und auf den neuesten Stand der Technik gebracht. So wurde im Jahr 2016 in drei der internationalen Produktionsstätten die Beleuchtung optimiert und auf energieeffiziente LED-Technik umgerüstet. Hierdurch konnten ca. 200000 kWh Energie eingespart werden.

Produkte

Die Zusammenarbeit zwischen Umweltmanagern und Produktentwicklern stellt sicher, dass die Produkte den höchsten Umwelt- und Sicherheitsstandards entsprechen. So wird beim Abbruchhammer TE 800-AVR ein energiesparender Antrieb mit langer Lebensdauer eingesetzt. Lange Servicezyklen und die Eigenreparaturmöglichkeit vermindern Transporte zum Zwecke der Wartung. Optimierte Materialien und geringes Gewicht führen zu einer niedrigen CO₂-Bilanz. Die Vibrationsreduktion ermöglicht längeres Arbeiten und die optionale Staubabsaugung sorgt für eine staubfreie Umgebung. Der TE 800-AVR wurde für den Bundespreis Ecodesign 2016 nominiert.



Korruptionsbekämpfung

Prävention

Hilti Mitarbeitende werden regelmässig zu den Regeln der unternehmensinternen Anti-Korruptions-Richtlinie geschult. Das 2015 für den internen Prozess zur Genehmigung von Geschenken, Bewirtungen und Kundenveranstaltungen eingeführte, IT-gestützte System wurde im Berichtsjahr weltweit in allen Hilti Organisationen implementiert.

Organisation

Das in den vergangenen Jahren aufgebaute Compliance Management System sowie die implementierte regionale Organisationsstruktur wurden im Berichtsjahr formal in einer Organisationsrichtlinie zusammengefasst. Diese wurde von der Konzernleitung verabschiedet und gruppenweit eingeführt.

Global Reporting Initiative (GRI): G4-Indikatoren

LA8 Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in förmlichen Vereinbarungen mit Gewerkschaften vereinbart werden.

HR2 Gesamtzahl der Schulungsstunden von Mitarbeitenden zu Menschenrechtspolitik und -verfahren der Organisation im Zusammenhang mit Menschenrechtsaspekten, die für die Geschäftstätigkeit massgeblich sind, sowie Prozentsatz der geschulten Mitarbeitenden.

HR5 Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen ein erhebliches Risiko von Kinderarbeit besteht, und ergriffene Massnahmen als Beitrag zur Abschaffung von Kinderarbeit.

HR6 Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen ein erhebliches Risiko von Zwangs- oder Pflichtarbeit besteht, und ergriffene Massnahmen als Beitrag zur Beseitigung aller Formen von Zwangs- oder Pflichtarbeit.

EN3 Energieverbrauch innerhalb der Organisation.

EN6 Verringerung des Energieverbrauchs.

EN8 Gesamtwasserentnahme nach Quellen.

EN15 Direkte Treibhausgas-(THG)-Emissionen.

EN16 Indirekte energiebezogene Treibhausgas-(THG)-Emissionen.

EN19 Reduzierung der Treibhausgas-(THG)-Emissionen.

EN23 Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode.

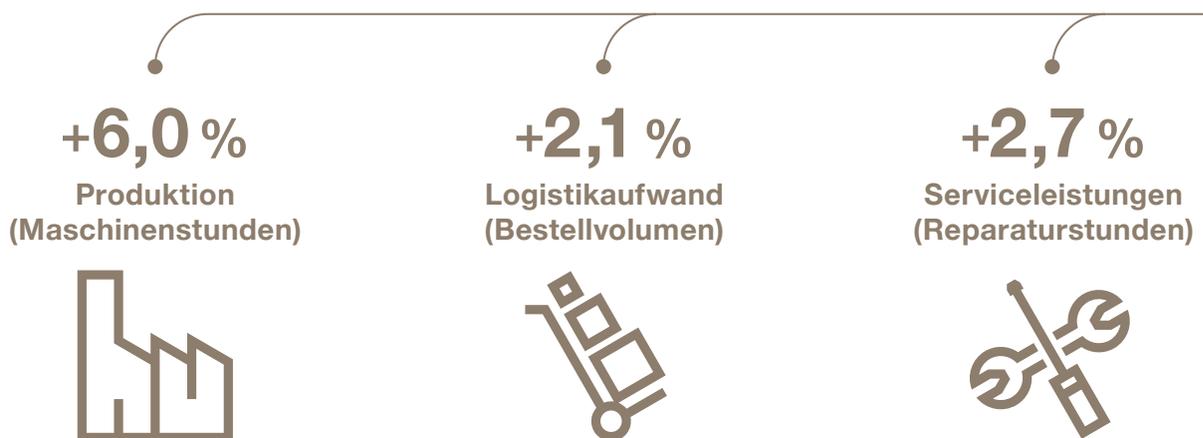
EN27 Umfang der Massnahmen zur Verringerung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen.

DMA Allgemeine Angaben zum Managementansatz.

SO4 Informationen und Schulungen über Leitlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung.

UMWELTBEZUGENE KENNZAHLEN

Hilti arbeitet gezielt an der Verringerung des ökologischen Fussabdrucks. Hierbei spielen die CO₂-Emissionen und die Energieeffizienz eine Schlüsselrolle.



Infolge einer höheren Produktionsauslastung im Jahr 2016 stieg der Energieverbrauch bei Hilti an. In den Werken wird fortlaufend die Energieeffizienz verbessert. Dies wirkt dem steigenden Verbrauch entgegen. So sparten die Werke im Berichtsjahr insgesamt etwa 1 Million kWh Energie durch spezifische Massnahmen. Ein Beispiel dafür ist die von den Jahreszeiten abhängige Steuerung der neuen Kühlwasseraggregate im Werk Kecskemét, Ungarn, mit einer Einsparung von ca. 100 000 kWh.

-4,2%

Emissionen pro Kopf



+0,8%*

Emissionen gesamt



+5,3%

Mitarbeitende

* beeinflusst durch sinkende CO₂-Faktoren der eingesetzten Energie



+6,6%

Energieverbrauch



+0,7%

Kraftstoffverbrauch

+7,1%

zurückgelegte Kilometer



Die Gesamtkilometerleistung der Hilti Autoflotte nahm durch die Einstellung zusätzlicher Verkaufsmitarbeitender zu. Eine optimierte Verkaufsroutenplanung, eine Beschränkung der Normverbräuche der Fahrzeuge und weiterführende Massnahmen wie Fahrertrainings wirkten dem Anstieg der Kraftstoffmenge entgegen. Der Durchschnittsverbrauch sank um 6,2 Prozent.

Weitere Kennzahlen

	2014	2015	2016
CO ₂ pro MA (t)	5,27	5,30	5,08
CO ₂ (t)	117 177	123 911	124 951
Energieverbrauch (MWh)	113 333	115 573	123 166
Treibstoffverbrauch (1 000 l)	23 808	25 546	25 736
Wasserverbrauch (m ³)	166 849	177 025	182 004
Abfallvolumen (t)	15 231	16 459	17 904

0

0

FINANZ- KENNZAHLEN

STARKE PERFORMANCE IM JAHR 2016

Mit einem erneut erfolgreichen Geschäftsjahr bestätigt die Hilti Gruppe ihren Wachstumskurs. Hilti konnte sich 2016 in einem weiterhin anspruchsvollen Marktumfeld sehr gut behaupten und erzielte ein Umsatzwachstum von +5,7 Prozent in Schweizer Franken. Bereinigt um den Effekt durch den Verkauf der amerikanischen Solarfirma Unirac liegt der Umsatz +7,1 Prozent über dem Vorjahr. Hilti profitierte von den hohen Investitionen der letzten Jahre in neue Produkte, Services und Software sowie dem deutlichen Ausbau des Direktvertriebs und konnte weitere Marktanteile gewinnen. Mit einer Steigerung um +10 Prozent erreichte das operative Ergebnis erneut Rekordniveau.

Die Hilti Gruppe erwirtschaftete auch 2016 ein breit abgestütztes Umsatzwachstum. Mit Blick auf die einzelnen Regionen ist das erneut zweistellige Wachstum in Nordamerika (+11,6% in Lokalwährungen, ohne Unirac-Effekt) besonders positiv zu vermerken. Die Region Europa legte um +6,2 Prozent zu, wobei insbesondere die südeuropäischen Märkte eine zunehmende Dynamik aufwiesen. Aufgrund der anhaltenden Wirtschaftskrise in Brasilien lag die Region Lateinamerika insgesamt leicht unter dem Vorjahreswert (-1,2%). Fortgesetzte Umsatzsteigerungen wurden in den Regionen Osteuropa/Mittlerer Osten/Afrika (+5,6%) sowie Asien/Pazifik (+3,3%) erzielt. Insgesamt lag das Umsatzwachstum deutlich über dem Marktdurchschnitt. Zudem stiegen weltweit die Kundenanzahl sowie ihre Loyalität weiter an.

Fortgesetzt hohe Investitionen in Vertrieb, Produkte, Dienstleistungen und Software

Der 2014 mit der Unternehmensstrategie Champion 2020 eingeleitete Investitionskurs wurde konsequent fortgeführt. Die Ausgaben für For-

schung und Entwicklung lagen mit CHF 280 Mio. +17 Prozent über dem Vorjahr, die Vertriebsressourcen wurden weltweit um 820 Mitarbeitende (+6%) ausgebaut. Besondere Investitionsschwerpunkte wurden in den Bereichen Software und digitale Lösungen gesetzt. Die positiven Effekte dieser Investitionen sind im dritten Jahr der Strategieumsetzung mittlerweile deutlich erkennbar: So konnten beispielsweise erstmals CHF 1 Mrd. Umsatz über Online-Kanäle realisiert werden. Die weltweite Markteinführung der neuen Service-Innovation Hilti ON!Track zur Betriebsmittelverwaltung verläuft ausgesprochen erfolgreich. Durch die Ende 2016 abgeschlossene Übernahme der PEC Gruppe in Duisburg (DE) wurde das bestehende Produktportfolio im Bereich der Anker- und Montageschienen ergänzt und die führende Marktposition in der Befestigungstechnik weiter ausgebaut.

Operatives Ergebnis bleibt auf Rekordkurs

In einem insgesamt stabilen Währungsumfeld konnte das operative Ergebnis auf den Rekord-

604

In einem insgesamt stabilen Währungsumfeld konnte das operative Ergebnis auf den Rekordwert von **CHF 604 Mio.** gesteigert werden.

wert von CHF 604 Mio. (Vorjahr CHF 547 Mio.) gesteigert werden (+10%), der Jahresüberschuss lag bei CHF 481 Mio. (Vorjahr CHF 410 Mio.). Die betriebliche Rentabilität (ROS) und auch die Kapitalrendite (ROCE) erreichten mit 13,0 Prozent (Vorjahr 12,5%) bzw. 21,0 Prozent (Vorjahr 19,0%) ebenfalls Rekordniveau. Trotz hoher Investitionen und verstärktem Wachstum erzielte die Hilti Gruppe einen freien Cashflow von CHF 287 Mio. (Vorjahr CHF 335 Mio.). Wesentlicher Treiber der erneuten Profitabilitätssteigerung war die fortgesetzte Verbesserung der Produktkosten durch Lean-Programme in Fertigung, Beschaffung und Supply Chain.

Starke Bilanz und Liquidität weiter verbessert

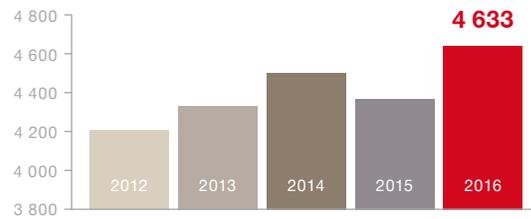
Die Eigenkapitalquote lag per Ende 2016 bei ausgesprochen soliden 53 Prozent (Vorjahr 52%). Die liquiden Mittel beliefen sich auf CHF 1114 Mio. (Vorjahr CHF 1046 Mio.) und die Finanzschulden reduzierten sich geringfügig auf CHF 474 Mio. (Vorjahr CHF 490 Mio.). Diese guten Werte sind das Ergebnis von weiteren Massnahmen zur Ver-

besserung der Kapitaleffizienz sowie der anhaltend hohen Rentabilität der Hilti Gruppe. Für das Geschäftsjahr 2016 schlägt der Verwaltungsrat eine Auszahlung einer ordentlichen Dividende in Höhe von CHF 243 Mio. (Vorjahr CHF 205 Mio.) vor.

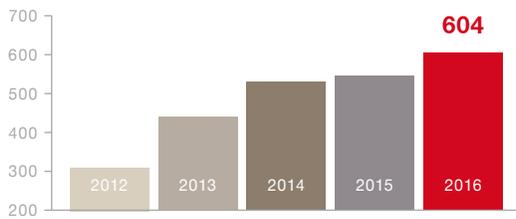
Ausblick

Das Markt- und Währungsumfeld bleibt anspruchsvoll aufgrund vieler ungelöster globaler Probleme. Die Marktprognosen für 2017 lassen ein Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich erwarten, das jedoch von steigender Volatilität geprägt sein wird. Die Hilti Gruppe hält unverändert an den strategischen Zielen fest und investiert weiter in neue Produkte, Digitalkonzepte und Serviceleistungen sowie in den Ausbau des Vertriebs. Unter der Voraussetzung eines stabilen Marktumfelds werden ein leicht höheres Umsatzwachstum als 2016 sowie konstant hohe Werte in den wesentlichen Finanzkennzahlen erwartet.

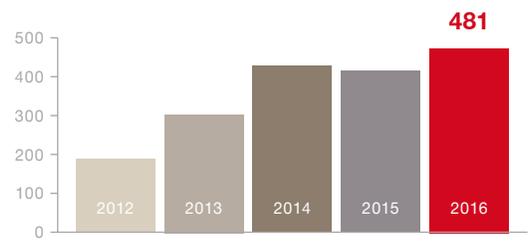
KENNZAHLEN



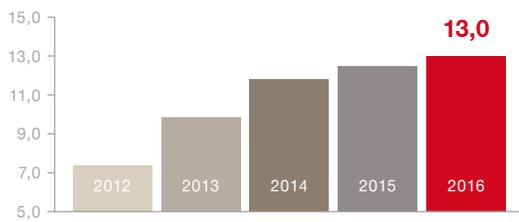
Nettoumsatz in Mio. CHF



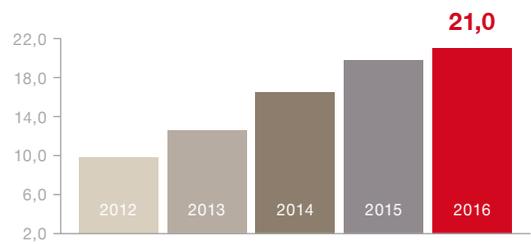
Betriebsergebnis in Mio. CHF



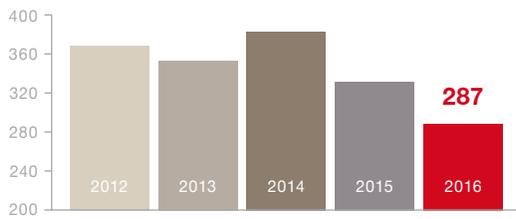
Reingewinn in Mio. CHF



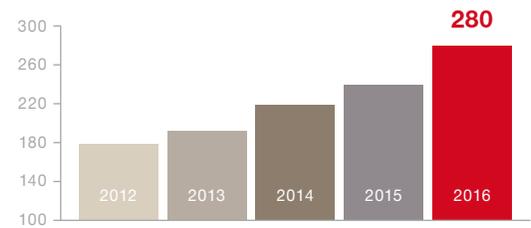
Umsatzrendite (ROS) in %



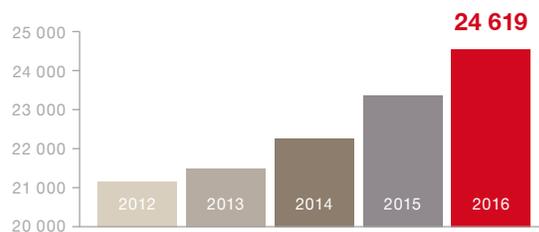
Kapitalrendite (ROCE) in %



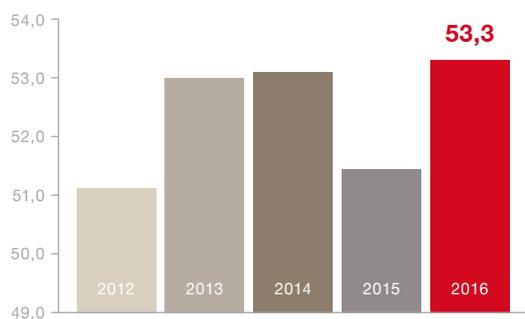
Freier Cashflow in Mio. CHF



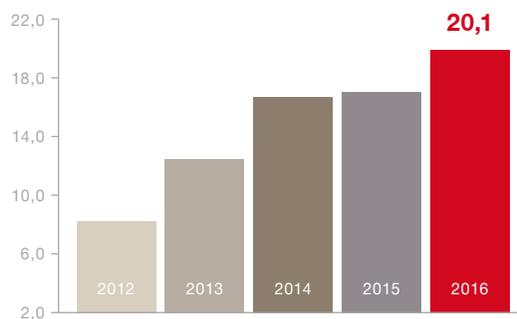
Ausgaben für Forschung und Entwicklung in Mio. CHF



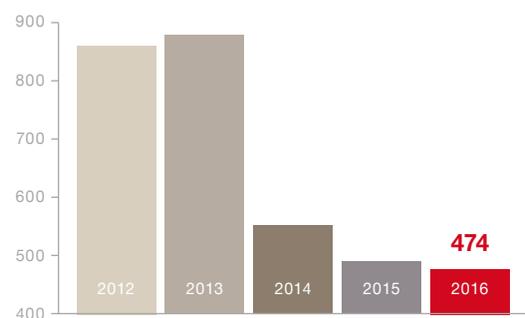
Anzahl Mitarbeitende per 31. Dezember



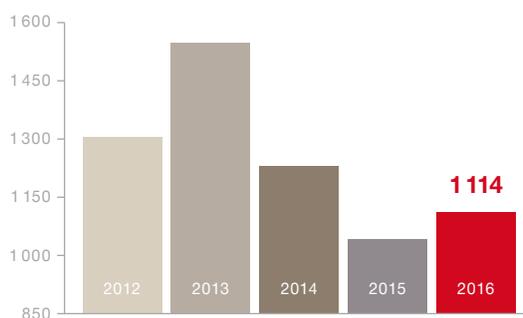
Total Eigenkapital
in % Total Passiven



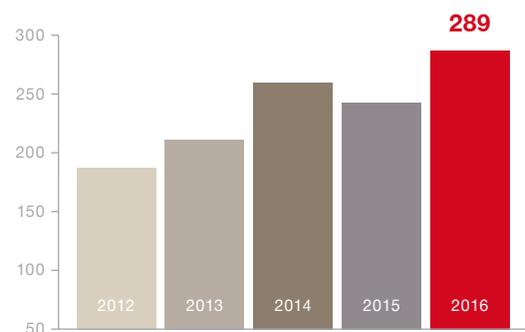
Eigenkapitalrendite (ROE)
in % (Reingewinn)



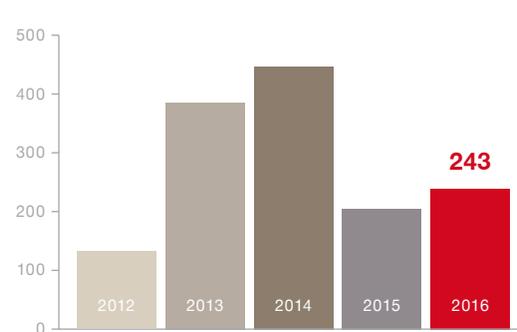
Finanzschulden in Mio. CHF



Flüssige Mittel in Mio. CHF



Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen in Mio. CHF



Dividende in Mio. CHF

Anmerkung

Die nachfolgenden Seiten enthalten Auszüge aus dem Finanzbericht 2016 der Hilti Gruppe. Da diese Seiten nicht die vollumfängliche konsolidierte Jahresrechnung enthalten, geben sie keinen umfassenden Einblick in die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Hilti Gruppe im Jahr 2016. Die vollumfängliche Information, inklusive Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung, ist ab Mitte März 2017 im Internet in englischer Sprache unter www.hilti.group abrufbar. Die vollumfängliche konsolidierte Jahresrechnung 2016 ist Teil des Finanzberichts 2016 und gemäss den International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt worden.

KONZERNBILANZ

DER HILTI GRUPPE PER 31. DEZEMBER

Aktiven in Mio. CHF	2016	2015
Immaterielle Vermögenswerte	471,7	410,5
Sachanlagen	812,8	779,0
Als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien	1,9	1,9
Latente Ertragssteueransprüche	158,3	143,7
Sonstige Finanzanlagen	11,0	16,0
Forderungen	481,3	422,5
Derivative Finanzinstrumente	7,0	7,2
TOTAL LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE	1944,0	1780,8
Vorräte	542,5	528,4
Forderungen	1014,2	959,0
Kurzfristige Ertragssteuerforderungen	22,4	8,9
Rechnungsabgrenzungsposten	47,9	46,1
Derivative Finanzinstrumente	5,9	3,4
Zum beizulegenden Zeitwert erfolgswirksam bewertete finanzielle Vermögenswerte	23,5	34,0
Flüssige Mittel	1113,8	1046,2
TOTAL KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE	2770,2	2626,0
TOTAL AKTIVEN	4714,2	4406,8

Anmerkung

Das Eigenkapital besteht aus Aktienkapital (176 000 Namenaktien zu einem Nominalwert von je CHF 500) und aus Partizipationskapital (774 400 Partizipationsscheine zu einem Nominalwert von je CHF 50) sowie aus Reserven. Sämtliche Aktien und Partizipationsscheine befinden sich im Besitz des Martin Hilti Familien Trusts.

Passiven in Mio. CHF	2016	2015
Nicht beherrschende Anteile	4,6	9,0
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zurechenbares Eigenkapital	2 507,6	2 262,5
TOTAL EIGENKAPITAL	2 512,2	2 271,5
Rückstellungen	70,4	58,4
Personalvorsorge	582,4	506,0
Latente Ertragssteuerschulden	48,3	29,8
Anleihen	242,4	360,8
Langfristige Bankschulden	28,4	28,1
Verbindlichkeiten	21,9	26,2
Derivative Finanzinstrumente	-	0,7
TOTAL LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL	993,8	1 010,0
Rückstellungen	70,1	65,1
Personalvorsorge	6,6	107,7
Verbindlichkeiten	377,3	355,8
Kurzfristige Ertragssteuerschulden	124,4	101,0
Rechnungsabgrenzungsposten	415,5	386,6
Anleihen	117,1	-
Kurzfristige Bankschulden	86,0	100,9
Derivative Finanzinstrumente	11,2	8,2
TOTAL KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL	1 208,2	1 125,3
TOTAL FREMDKAPITAL	2 202,0	2 135,3
TOTAL PASSIVEN	4 714,2	4 406,8

KONZERN- ERFOLGSRECHNUNG

DER HILTI GRUPPE

in Mio. CHF	2016	2015
Nettoumsatz	4 632,9	4 383,5
Sonstiger betrieblicher Ertrag	103,3	94,9
BETRIEBSERTRAG	4 736,2	4 478,4
Bestandsveränderung unfertige und fertige Erzeugnisse	15,6	(7,6)
Material- und Warenaufwand	(1 330,4)	(1 306,4)
Personalaufwand	(1 886,2)	(1 752,5)
Abschreibungen	(156,4)	(157,0)
Sonstiger betrieblicher Aufwand	(775,0)	(707,5)
BETRIEBSAUFWAND	(4 132,4)	(3 931,0)
BETRIEBSERGEBNIS	603,8	547,4
Sonstiger Ertrag und Aufwand (netto)	(3,3)	(14,6)
Finanzierungsaufwand	(27,4)	(26,5)
REINGEWINN VOR ERTRAGSSTEUERN	573,1	506,3
Ertragssteueraufwand	(91,7)	(96,6)
REINGEWINN	481,4	409,7
Verteilbar auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	485,9	410,4
Nicht beherrschende Anteile	(4,5)	(0,7)

Anmerkung

Der Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung ist ein integrierter Teil und sollte zusammen mit der Konzernbilanz, der Konzern-erfolgsrechnung, der konsolidierten Gesamtergebnisrechnung sowie mit der Konzerngeldflussrechnung gelesen werden.

KONSOLIDIERTE GESAMTERGEBNISRECHNUNG DER HILTI GRUPPE

in Mio. CHF	2016	2015
REINGEWINN	481,4	409,7
Absicherungsgeschäfte	3,2	(1,0)
Latente Ertragssteuern auf Absicherungsgeschäfte	(0,4)	0,1
Umrechnungsdifferenzen	(3,0)	(95,7)
Latente Ertragssteuern auf Umrechnungsdifferenzen	0,2	1,3
SONSTIGES ERGEBNIS – ZUKÜNFTIG IN ERFOLGSRECHNUNG UMGLIEDERBAR	–	(95,3)
Neubewertung Personalvorsorge	(43,4)	(41,3)
Latente Ertragssteuern auf Neubewertung Personalvorsorge	8,0	3,9
SONSTIGES ERGEBNIS – NICHT IN ERFOLGSRECHNUNG UMGLIEDERBAR	(35,4)	(37,4)
TOTAL SONSTIGES ERGEBNIS	(35,4)	(132,7)
GESAMTERGEBNIS	446,0	277,0
Verteilbar auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	450,4	277,7
Nicht beherrschende Anteile	(4,4)	(0,7)

KONZERNGELD- FLUSSRECHNUNG

DER HILTI GRUPPE

in Mio. CHF	2016	2015
REINGEWINN	481,4	409,7
Abschreibungen	156,4	157,0
(Gewinn) / Verlust aus Veräusserung von Konzerngesellschaft	1,4	-
(Zunahme) / Abnahme von Vorräten	(15,6)	7,6
(Zunahme) / Abnahme von Forderungen	(32,4)	(12,4)
(Zunahme) / Abnahme von Forderungen aus Finanzierungsleasing	(102,0)	(76,0)
Zunahme / (Abnahme) von Verbindlichkeiten	20,3	4,7
Veränderung nicht liquiditätswirksamer Positionen und sonstiges Nettoumlaufvermögen	(2,8)	67,6
GELDFLUSS AUS BETRIEBLICHER TÄTIGKEIT	506,7	558,2
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	(148,8)	(113,6)
Investitionen in Sachanlagen	(140,1)	(132,5)
Veräusserung von Konzerngesellschaft	38,5	-
(Zunahme) / Abnahme von finanziellen Vermögenswerten	16,1	(3,3)
Erlös aus Verkauf von immateriellen Vermögenswerten	0,6	0,4
Erlös aus Verkauf von Sachanlagen	13,7	26,1
GELDFLUSS AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT	(220,0)	(222,9)

in Mio. CHF	2016	2015
Aufnahme von langfristigen Schulden	1,8	4,0
Rückzahlung von langfristigen Schulden	(1,4)	(0,5)
Aufnahme / (Rückzahlung) von kurzfristigen Schulden	(15,9)	1,2
Rückzahlung von Anleihen	-	(28,6)
Zunahme / (Abnahme) von Verbindlichkeiten gegenüber dem Aktionär	(0,4)	0,3
Dividendenausschüttungen	(205,3)	(454,9)
GELDFLUSS AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT	(221,2)	(478,5)
Umrechnungsdifferenzen	2,1	(33,4)
ZUNAHME / (ABNAHME) DER FLÜSSIGEN MITTEL	67,6	(176,6)
Flüssige Mittel per 1. Januar	1 046,2	1 222,8
FLÜSSIGE MITTEL PER 31. DEZEMBER	1 113,8	1 046,2
Im Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit enthalten		
Erhaltene Zinsen	3,9	3,7
Bezahlte Zinsen	(27,4)	(27,2)
Bezahlte Ertragssteuern	(66,4)	(71,1)

KENNZAHLEN

DER HILTI GRUPPE

Resultate in Mio. CHF / %	2016	2015
Nettoumsatz	4 633	4 384
Abschreibungen	156	157
Betriebsergebnis	604	547
Reingewinn vor Ertragssteuern	573	506
Reingewinn	481	410
Kapitalrendite (ROCE) in % (Betriebsergebnis)	21,0	19,0
Eigenkapitalrendite (ROE) in % (Reingewinn)	20,1	17,4
Umsatzrendite (ROS) in %	13,0	12,5
Freier Cashflow	287	335

Bilanz in Mio. CHF / %	2016	2015
Total Eigenkapital	2 512	2 272
Total Eigenkapital in % Total Passiven	53	52
Total langfristiges Fremdkapital	994	1 010
Total kurzfristiges Fremdkapital	1 208	1 125
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	289	246
Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	1 285	1 190
Andere langfristige Vermögenswerte	660	591
Total kurzfristige Vermögenswerte	2 770	2 626
Total Aktiven	4 714	4 407
Dividende*	243	205

ANZAHL MITARBEITENDE (per 31.Dezember)	24 619	23 385
---	---------------	---------------

* Antrag des Verwaltungsrates

UMSATZWACHSTUM 2016 IM VERGLEICH ZUM VORJAHR

Umsatzwachstum in Mio. CHF	2016	2015	Veränderung in CHF (%)	Veränderung in Lokalwährungen (%)
Europa	2222	2081	6,8	6,2
Nordamerika	1120	1046	7,1	5,2
<i>Nordamerika ohne Unirac-Effekt</i>	<i>1103</i>	<i>972</i>	<i>13,5</i>	<i>11,6</i>
Lateinamerika	117	132	-11,4	-1,2
Asien / Pazifik	662	627	5,6	3,3
Osteuropa / Mittlerer Osten / Afrika	512	498	2,8	5,6
HILTI GRUPPE	4633	4384	5,7	5,3

Anmerkung

Per 15.04.2016 wurde die im Solargeschäft tätige US-Tochterfirma Unirac veräussert. Ohne Berücksichtigung dieses Geschäftsbereichs liegt das Umsatzwachstum der Hilti Gruppe bei 7,1 Prozent in Schweizer Franken.

IMPRESSUM

Herausgeber

Hilti Aktiengesellschaft
Corporate Brand & Communications
Postfach 333, 9494 Schaan, Liechtenstein

Gesamtverantwortung

Jessica Nowak, Jagna Jera

Konzeptidee

Hilti Corporate Brand & Communications

Redaktion, Text

Jessica Nowak, Jagna Jera, Nele Rummert,
Matthias Hassler, Sarah Hilbe, Felix Reichstein,
Martin Kussler

Gestaltung

zurgams Kommunikationsagentur
(Dornbirn, Österreich)

Fotografie

Uli Reitz, Roland Korner (Triesen, Liechtenstein),
Reinhard Fasching (Bregenz, Österreich),
Luca Fasching (Bregenz, Österreich)

Übersetzung

Chris Larson, Christoph Renfer (Riehen, Schweiz),
CLS Communication AG (Basel, Schweiz)

Bildbearbeitung

pro.file Armin Kofler (Lustenau, Österreich)

Produktion

Lise Santschi

Druck

BVD Druck + Verlag AG
9494 Schaan, Liechtenstein

Wir danken unseren Kunden und Partnern für die freundliche Unterstützung.

Der Geschäftsbericht erscheint in deutscher und englischer Sprache. Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers.

Den vollständigen Finanzbericht, die Grundsätze der Corporate Governance, das Organigramm der Konzernorganisation, eine Liste der konsolidierten Konzerngesellschaften und Informationen zum Martin Hilti Familien Trust finden Sie im Internet unter www.hilti.group.

**Den Hilti Unternehmensbericht 2016
finden Sie auch online unter
www.hilti-companyreport.com.**

