

Rede des DEUTZ-Vorstandsvorsitzenden Dr. Sebastian C. Schulte anlässlich der ordentlichen virtuellen Hauptversammlung der DEUTZ AG am 13. Mai 2026

– Es gilt das gesprochene Wort –

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
verehrte Damen und Herren,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

erlauben Sie mir eine Bemerkung vorab: Herzlich Willkommen im Vorstand Katharina. Ich glaube ich spreche da auch im Namen von Oliver, wenn ich sage: Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit!

Worüber ich mich auch freue, ist die Tatsache, dass wir uns heute wieder persönlich begegnen. Nach den vielen virtuellen Hauptversammlungen der vergangenen Jahre ist das alles andere als eine Nebensache. Man spricht anders miteinander, wenn man sich persönlich gegenüber sitzt: unmittelbarer, konkreter und mit einem besseren Gespür dafür, was den anderen bewegt.

Vor zwei Jahren habe ich an dieser Stelle gesagt: DEUTZ wird in fünf Jahren anders aussehen als heute. Dieser Satz gilt. Und heute sieht man deutlicher als damals, was damit gemeint war. Vieles von dem, was wir uns vorgenommen haben, ist inzwischen sichtbar. Und seit dieser Woche ganz besonders. Film ab:

[Brand Movie]

Die neue Marke, die hier heute zum ersten Mal sichtbar wird, ist in einem gemeinsamen Prozess entstanden. Über 1.300 Mitarbeitende waren beteiligt, ihre Perspektiven und Ideen sind direkt eingeflossen. Das Ergebnis ist eine Marke, die aus der Organisation selbst heraus entwickelt worden ist. Und die Bewährtes mit Neuem verbindet. Die Geschichte, die Verlässlichkeit und der Stolz auf unsere Herkunft bleiben spürbar - etwa im Rot oder im Symbol des Ulmer Münsters. Gleichzeitig verkörpert der Auftritt Offenheit, Fortschritt und Innovationskraft. Damit ist die Marke zugleich ein Versprechen und Symbol für den Wandel von DEUTZ.

Für ein Unternehmen wie DEUTZ ist Wandel nichts Ungewöhnliches. Das zeigt auch der Blick auf unsere Logo-Historie. Wer auf mehr als 160 Jahre



Geschichte zurückblickt, weiß, dass Veränderung immer schon Teil von DEUTZ war. Unser Unternehmen hat sich immer wieder neu aufgestellt. Aber selten war so deutlich zu sehen wie heute, dass DEUTZ sich gerade spürbar verändert. Und wandelt. Fünf Gedanken möchte ich deshalb dazu heute mit Ihnen teilen.

Mein erster Gedanke: Wandel zahlt sich aus

DEUTZ ist heute breiter aufgestellt als noch vor wenigen Jahren. Der Motor bleibt unser Ursprung und damit auch ein sehr wichtiger Geschäftsbereich. Aber wir stützen uns längst nicht mehr nur auf dieses eine Geschäft. Wir haben unser Portfolio erweitert, neue Märkte erschlossen und unsere technologische sowie industrielle Kompetenz auf Bereiche ausgedehnt, die über das klassische Motorengeschäft hinausgehen.

Was wir in den vergangenen Jahren auf den Weg gebracht haben, zahlt sich jetzt Schritt für Schritt aus. Das zeigt sich auch in unseren Zahlen. 2025 war gesamtwirtschaftlich kein einfaches Jahr. Das Marktumfeld im Off-Highway-Motorengeschäft blieb anspruchsvoll. Umso wichtiger ist der Blick auf das, was wir mit der neuen Aufstellung erreicht haben. Der Auftragseingang stieg auf 2.077,7 Millionen Euro, der Umsatz auf 2.043,8 Millionen Euro. Die bereinigte EBIT-Rendite lag bei 5,5 Prozent. Das ist in diesem Umfeld alles andere als selbstverständlich. DEUTZ wird resilienter. Das zeigt das Margenniveau. Auch wenn unser Anspruch noch höher liegt.

Dazu beigetragen haben vor allem die Geschäfte, die wir in den vergangenen Jahren gezielt aufgebaut haben. Das Servicegeschäft wuchs 2025 auf 556,7 Millionen Euro. Der Umsatz im Energiebereich stieg auf 257,0 Millionen Euro.

Gerade diese Geschäfte machen uns robuster, weil sie unsere Basis verbreitern und uns weniger anfällig für die Ausschläge einzelner Märkte machen.

Dazu kommt unser klarer Fokus auf Effizienz und Kosten. Mit „Future Fit“ haben wir 2025 alle Maßnahmen unseres Kostenprogramms in die Wege geleitet. Und bereits über 25 Millionen Euro eingespart. Wir sind auf einem guten Weg, unsere Kostenbasis bis Ende 2026 gegenüber 2024 um deutlich mehr als die ursprünglich geplanten 50 Millionen Euro zu senken. Auch daran sieht man, dass wir heute anders aufgestellt sind: breiter im Geschäft und disziplinierter in der Umsetzung. So bauen wir das nächste DEUTZ – oder auf englisch: Next DEUTZ. Nicht in einem großen Sprung, sondern Schritt für Schritt und mit klaren Prioritäten.

Und an dieser Entwicklung wollen wir selbstverständlich auch Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, teilhaben lassen. Vorstand und Aufsichtsrat



schlagen der heutigen Hauptversammlung deshalb vor, für das Geschäftsjahr 2025 eine Dividende von 0,18 Euro je Aktie auszuschütten, nach 0,17 Euro im Vorjahr. Damit machen wir auch deutlich: Wir wollen verlässlich wirtschaften, profitabel wachsen und unsere Aktionäre an dieser Entwicklung angemessen beteiligen.

Auch die Bilanz zeigt, dass wir auf einer soliden Grundlage arbeiten. Die Eigenkapitalquote lag zum Jahresende 2025 bei 51,3 Prozent.

Dass dieser Weg auch am Kapitalmarkt gesehen wird, zeigt die Entwicklung unserer Aktie. Sie notierte zum Jahresende 2025 bei 8,50 Euro. Das entsprach einem Kursplus von 110,5 Prozent im Gesamtjahr. Aktuell stehen wir bei 10,75€. Das hat dazu geführt, dass DEUTZ seit dem 23. März dieses Jahres wieder dem MDAX angehört. Ich finde, darauf dürfen wir mit Recht stolz sein. Wir konnten das attraktiver werdende Kursniveau auch dazu nutzen, im letzten Jahr eine erfolgreiche Kapitalerhöhung zu platzieren. Wir begrüßen die neuen Aktionäre, die – so glaube ich – mit der Kursentwicklung seit dem Einstieg sehr zufrieden sein können.

Es zeigt: DEUTZ hat sich nicht nur verändert, sondern wird inzwischen auch anders wahrgenommen. DEUTZ ist heute deutlich auf Wachstum ausgelegt und hat ein klareres Profil – anders als noch vor wenigen Jahren.

Breiter, robuster und in wesentlichen Punkten besser auf die Anforderungen dynamischer Märkte vorbereitet. Das Fundament ist gelegt. Und genau deshalb kommt es jetzt darauf an, beim Wandel die notwendige Geschwindigkeit an den Tag zu legen. Das führt mich zu meinem zweiten Gedanken:

Wandel braucht Geschwindigkeit

Mit Next DEUTZ steigen auch die Anforderungen an die Art, wie wir DEUTZ führen. Denn unsere Geschäfte entwickeln sich heute nicht mehr nach einem Muster.

Wie bereits angesprochen, blieb das Off Highway-Motorengeschäft 2025 in einem anspruchsvollen Umfeld. Gleichzeitig haben sich andere Bereiche deutlich dynamischer entwickelt. Das Servicegeschäft ist gewachsen und entwickelt sich immer stärker zu einem Full Service Provider, der über alle Geschäfte hinweg für laufende Maschinen sorgt. Mit Energy und Defense kommen Felder hinzu, die andere Kunden, andere Entscheidungswege und andere Zeithorizonte mitbringen. Ein Unternehmen wie DEUTZ kann unter diesen Bedingungen nicht mehr alles mit derselben Taktung steuern. Wir müssen schneller entscheiden und noch konsequenter umsetzen.



Deshalb führen wir DEUTZ seit Anfang des Jahres anders. Mit fünf eigenständigen Business Units: Engines, Service, NewTech, Energy und Defense.

Jeder dieser Bereiche trägt die Verantwortung für sein Geschäft und damit auch für das Ergebnis. Zugleich haben wir die Zentrale schlanker aufgestellt. So wollen wir schneller reagieren und entscheiden, näher an den Kunden sein und die Unterschiede zwischen den einzelnen Geschäften besser abbilden.

Das heißt auch, dass wir Chancen früh erkennen und dann konsequent nutzen. Sowohl in etablierten Märkten wie Europa und den USA, aber auch in wachstumsstarken Ländern wie in Indien.

Hier konzentriert sich die Business Unit Engines unter anderem auf die Kooperation mit TAFE Motors. Diese verläuft planmäßig, der Produktionsaufbau ist im Juli 2025 gestartet, der Serienhochlauf ist für 2027 vorgesehen. Gleichzeitig sehen wir, dass neue Produkte wie der TCD 3.9/4.0 im Markt sehr gut ankommen. Gerade daran sieht man, wie wichtig der richtige Zeitpunkt in unserem Geschäft ist. Chancen ergeben sich nicht überall gleichzeitig. Und wer sie nutzen will, muss zur richtigen Zeit handlungsfähig sein.

Dass Geschwindigkeit für uns nicht nur im Engines-Geschäft zählt, zeigt auch unsere Business Unit Energy. Dort haben wir in kurzer Zeit die Voraussetzungen geschaffen, um aus einzelnen Bausteinen ein skalierbares Geschäft zu machen. Mit Blue Star Power Systems in den USA und Frerk in Europa bauen wir ein global skalierbares Portfolio für dezentrale Energie- und Notstromlösungen auf. Gleichzeitig haben wir 2025 in den USA gezielt Techniker aus unseren Power Centern an Blue Star GenSets geschult, um zusätzliche Service- und Wachstumspotenziale zu erschließen. Genau dort entscheidet sich, ob wir aus zusätzlicher Nachfrage auch zusätzliches Geschäft machen.

Dasselbe gilt für den Defense-Bereich. Auch dort kommt es darauf an, neue Anforderungen schnell in konkrete Lösungen zu übersetzen.

Mit der Übernahme von SOBEK und der Partnerschaft mit ARX Robotics hat DEUTZ 2025 zwei wichtige Schritte gemacht und sich in einem wachsenden Markt früh positioniert. Dort bringen wir unsere Stärken bei Antrieben, dezentraler Energieversorgung und industrieller Umsetzung mit Partnern zusammen, die unsere Fähigkeiten gezielt ergänzen. In solchen Märkten reichen gute Ansätze nicht. Man muss sie auch schnell in die Umsetzung bringen.



Und auch beim Thema künstliche Intelligenz gilt für mich derselbe Maßstab. Auch bei KI schauen wir sehr genau hin, wo sie uns in Entwicklung, Produktion und Prozessen tatsächlich besser macht. In der Business Unit Engines wird derzeit beispielsweise getestet, wie sich die Fehlererkennung in der Produktion mit Hilfe künstlicher Intelligenz weiter verbessern lässt. Auch bei der Teile-Identifizierung prüfen wir ihren Einsatz. Gleichzeitig haben wir dieses Jahr eine interne KI-Initiative gestartet, die sich an alle Mitarbeitenden richtet. Die Aufforderung ist klar: Überlegt euch bei jedem Arbeitsschritt: Wie kann KI mir dabei helfen? Dazu bieten wir eigene KI-Tools an, die die führenden KI-Modelle in unsere DEUTZ-Welt integrieren: sicher und am Puls der Zeit.

Denn ich bin fest davon überzeugt: KI wird uns Menschen nicht ersetzen. Aber die von uns, die KI nicht anwenden, werden von denen ersetzt, die KI für sich nutzen.

KI ist aber nur ein Baustein für Geschwindigkeit. Es braucht auch die richtigen Partnerschaften. Mein dritter Punkt:

Wandel braucht Kooperation

Wer in neuen Märkten wachsen und neue Technologien schneller in die Anwendung bringen will, kann nicht alles selbst machen. Für DEUTZ ist das kein Zeichen geringerer Ambition. Es heißt vielmehr, dass wir sehr genau unterscheiden müssen zwischen dem, was wir selbst können und beherrschen müssen, und dem, was mit starken Partnern schneller und besser geht. Mit anderen Worten: „Not invented here“ – das ist für uns keine Abwehrhandlung, das gefällt uns gut!

Das gilt heute mehr denn je. Kooperation ist für uns deshalb kein Randthema und auch keine Ergänzung zum eigentlichen Geschäft. Sie ist Teil unseres Ansatzes, neue Felder mit Tempo und erfolgreich zu erschließen. Gerade in den Geschäften, die wir zusätzlich aufbauen, müssen Technologie, Industrialisierung und Marktzugang zusammenkommen. Wer all das überall allein in hoher Qualität aufbauen will, verliert vor allem Zeit. Im schlechtesten Fall wird das Ziel nicht einmal erreicht.

Im Defense-Geschäft sieht man diese Logik besonders klar.

Die zuletzt angekündigten Schritte mit SOBEK, ARX Robotics und TYTAN folgen genau diesem Ansatz. DEUTZ bringt dazu Antriebe, dezentrale Energieversorgung, Industrialisierung und Integration ein. So entsteht kein loses Netzwerk, sondern ein Systemangebot, das technologisch überzeugt und sich industriell skalieren lässt.



Wir gehen nicht mit dem Anspruch in diese Märkte, alles selbst zu entwickeln. Aber wir gehen mit dem Anspruch hinein, dort ein starker industrieller Partner zu sein, wo es auf Umsetzung, Skalierung und Verlässlichkeit ankommt. Wir bringen unsere Stärken ein. Genau das beschreibt auch die Zusammenarbeit mit TYTAN: als Industriepartner bei Entwicklung, Industrialisierung und Integration komplexer Antriebs- und Energiesysteme, mit dem Ziel, neue Technologien schnell in Serie zu bringen.

Im Energy-Geschäft verfolgen wir denselben Ansatz. Blue Star Power Systems hat unsere Position in Nordamerika gestärkt. Frerk ergänzt uns in Europa um Systemintegration und den Zugang zu Kunden in einem anspruchsvollen Markt, vor allem bei Rechenzentren und kritischer Infrastruktur. Wir bringen Motoren- und Systemkompetenz, Industrialisierungsfähigkeit sowie ein etabliertes Servicenetz ein.

Aus diesem Zusammenspiel wächst ein Geschäft, das sich international ausbauen lässt. Und genau das machen wir gerade!

Auch in China folgen wir dieser Logik. In Xuzhou hat DEUTZ seine Position 2025 deutlich ausgebaut und den Anteil an DEUTZ Power Solution von 40 auf 80 Prozent verdoppelt. Entscheidend ist nicht der höhere Anteil allein: Wir können vorhandene Strukturen besser nutzen und schaffen mehr Substanz vor Ort.

Auch hier gilt: Kooperation ist für uns kein Umweg, sondern ein pragmatischer Weg, um schneller voranzukommen.

Kooperation heißt für uns dabei selbstverständlich nicht nur Beteiligung oder Übernahme. Kooperation heißt auch, sich ehrlich zu machen. Nicht alles selbst machen zu wollen, ist kein Verzicht auf Stärke, sondern ist oft die Voraussetzung dafür, schneller und erfolgreicher zu sein. Entscheidend ist, dass jeder Partner das einbringt, was er am besten kann.

Für mich ist das die eigentliche Aussage dieses dritten Punktes: Wandel braucht Kooperation, weil wir in einer komplexeren Welt nur dann schnell und wirksam bleiben, wenn wir unsere eigene industrielle Stärke mit den Fähigkeiten starker Partner verbinden.

Genau daraus entsteht bei DEUTZ neues Geschäft. Und genau daraus entspringt auch mein nächster Gedanke:

Welche Voraussetzungen braucht ein Land, damit aus Ideen, Technologien und Partnerschaften am Ende wirklich Wertschöpfung wird? Mit anderen Worten:

Wandel braucht Industrie



Kooperation, Technologie und gute Ideen sind wichtig. Aber am Ende entscheidet sich Erfolg daran, ob daraus auch belastbare Produkte, verlässliche Systeme und echtes Geschäft werden. Genau deshalb braucht Wandel Industrie.

Ich glaube, das wird gerade wieder sehr deutlich. In vielen Bereichen wird viel über Innovation gesprochen. Sie muss aber auch ankommen. Entscheidend ist nicht nur, wer eine Idee zuerst hat. Entscheidend ist, wer daraus ein Produkt macht, es verfügbar bekommt und es über Jahre zuverlässig betreuen kann. Dafür braucht es industrielle Substanz: Entwicklung, Fertigung, Service und die Fähigkeit, auch dann lieferfähig zu bleiben, wenn die Bedingungen schwieriger werden.

Genau darin liegt die Stärke von DEUTZ. Wir leben Industrie. Wir wissen, wie man robuste Produkte entwickelt, produziert und weltweit in den Einsatz bringt. Und wir wissen auch, dass Wertschöpfung nicht dort entsteht, wo nur gedacht wird, sondern dort, wo getestet, produziert, integriert und gewartet wird.

Gerade deshalb ist industrielle Stärke heute mehr als nur ein Standortfaktor. Sie ist eine Voraussetzung dafür, technologisch handlungsfähig zu bleiben. Aufgrund der geopolitischen Lage gilt das mittlerweile besonders im Defense-Bereich. DEUTZ unterstützt die Einsatzbereitschaft von rund 60 Streitkräften weltweit, darunter 14 NATO-Staaten. Als Hersteller sicherheitskritischer Komponenten „Engineered and Made in Germany“ leisten wir einen wichtigen Beitrag zu technologischer Souveränität und industrieller Resilienz im deutschen und europäischen Verteidigungsökosystem. Hinzu kommen hohe Ersatzteilverfügbarkeit, umfangreiche Kapazitäten und ein globales Service- und Ersatzteilnetz. Genau darum geht es: Wer über Souveränität spricht, darf über industrielle Fähigkeiten nicht hinweggehen.

Dasselbe gilt im Energy-Geschäft. Auch dort entscheidet sich industrielle Stärke nicht bei der Vertragsunterschrift, sondern später im Betrieb. Anlagen müssen zuverlässig laufen, Ersatzteile verfügbar sein, Service muss funktionieren. Gerade bei Rechenzentren und kritischer Infrastruktur ist das keine Nebenfrage, sondern der Maßstab.

Mit dem Ausbau unseres Energiegeschäfts in Europa und den USA stärkt DEUTZ genau diese Fähigkeit, aus einer Marktchance ein belastbares industrielles Geschäft zu machen. Dort muss es verlässlich laufen. Genau darauf kommt es für die Kunden an.

Und genau deshalb geht es beim Industriestandort Deutschland nicht um Nostalgie, sondern um Zukunftsfähigkeit. Die deutsche Wirtschaft ist 2025 nach zwei Rezessionsjahren zwar wieder leicht gewachsen. Gleichzeitig



bleibt der Start in das Jahr 2026 schwunglos. Niedrige Kapazitätsauslastung und eine schwache Wettbewerbsposition der Industrie dämpfen die Entwicklung. Die geopolitischen Unruhen tun ihr Übriges. Das ist die Realität, in der Industrieunternehmen heute investieren, produzieren und führen müssen.

Ich will der Bundesregierung an dieser Stelle keine Belehrungen aus der Distanz erteilen. Aber aus Sicht eines Industrieunternehmens ist die Richtung klar. Dass mit dem Investitionssofortprogramm, mit besseren Abschreibungsbedingungen für Ausrüstungsinvestitionen, mit zusätzlichen Anreizen für Forschung und mit dem Sondervermögen für Infrastruktur und Klimaneutralität – sofern denn das Geld auch dorthin fließt – die richtigen Themen adressiert werden, ist erstmal ein positives Signal. Entscheidend wird jetzt sein, dass das im Alltag der Unternehmen auch ankommt.

Denn zwischen einem politischen Signal und einer tatsächlichen Verbesserung am Standort liegt oft noch ein weiter Weg.

Was wir brauchen, ist im Grunde nicht kompliziert: schnellere Genehmigungen, weniger Bürokratie, eine verlässliche Energieversorgung zu wettbewerbsfähigen Bedingungen, moderne Infrastruktur, digitale Verwaltung und Investitionsanreize, die auch wirklich wirken. Und gerade im Defense-Bereich kommt noch etwas hinzu. Dort entscheiden nicht nur Technologie und industrielle Leistung, sondern oft auch Beschaffungsprozesse, regulatorische Anforderungen und die Geschwindigkeit politischer Entscheidungen. Auch hier gilt: Wer Stärke will, muss Voraussetzungen schaffen, damit industrielle Umsetzung und Verteidigungsfähigkeit nicht an zu langsamen Verfahren scheitern.

Und ich erlaube mir eine persönliche Bemerkung: In Deutschland brauchen wir neben politischen und administrativen Veränderungen, vor allem auch wieder eine andere, positivere Kultur. Dieses Land braucht eine Aufbruchsstimmung und wieder den Glauben an sich, eine Erzählung für die Zukunft, statt immer nur Probleme zu beschreiben.

Genau deshalb engagieren wir uns als DEUTZ auch für eine Bewerbung Deutschlands für Olympische Spiele. Im Sinne unseres Wirtschaftsstandorts. Für ein Ziel, auf das wir gemeinsam hinarbeiten, über Interessensgruppen hinweg und mit einem Push für unsere Infrastruktur.

Das allein wird aber nicht helfen. Ich bin überzeugt: Ein Land, das technologisch vorne bleiben will, braucht nicht nur Forschung, Ideen und Kapital. Es braucht auch Unternehmen, die aus Ideen Produkte machen und aus Produkten verlässliche Wertschöpfung. Und dazu braucht es: Köpfe. Kluge Köpfe.



Mein letzter Gedanke: Wandel braucht Talent

Am Ende wird kein Land oder Unternehmen nur durch Strukturveränderungen oder Strategiepapiere allein besser. Entscheidend sind die Menschen, die Verantwortung übernehmen, Entscheidungen treffen und Veränderung im Alltag tragen. Genau deshalb braucht Wandel Talent.

Ich glaube, das ist eine der großen Fragen für die kommenden Jahre. Für Deutschland insgesamt, aber ganz besonders auch für die Industrie. Was Deutschland in besonderer Weise hat, sind Köpfe. Und gute Köpfe werden knapper.

Umso wichtiger ist es, Talente früh zu erkennen, sie gezielt zu entwickeln und auch dort zu suchen, wo andere vielleicht noch nicht genau genug hinschauen.

Für DEUTZ ist das kein weiches Thema. Es ist eine Frage von Innovationskraft, Wettbewerbsfähigkeit und Wachstum. Denn ein Unternehmen wie unseres ist nur dann erfolgreich, wenn wir gute Menschen gewinnen, entwickeln und halten.

Genau deshalb setzen wir auf die Erschließung neuer Talentpools. Ein gutes Beispiel dafür ist unsere Partnerschaft mit der Stiftung Deutsche Sporthilfe. Seit Februar dieses Jahres ist DEUTZ Nationaler Förderer der Sporthilfe und unterstützt gezielt die duale Karriere im Talent-Team. Dahinter steht ein Gedanke, den ich für sehr wichtig halte: Zwischen Spitzensport und Industrie gibt es mehr Gemeinsamkeiten, als man auf den ersten Blick meint. Leistungsbereitschaft, Disziplin, Lernfähigkeit, Teamgeist und der Wille, sich ständig weiterzuentwickeln, sind in beiden Welten entscheidend. Und genau solche Menschen braucht ein Unternehmen wie DEUTZ. Aber auch jede andere Organisation im Land, die etwas bewegen will.

Wir müssen insgesamt noch breiter auf Talent schauen.

Dazu gehören für mich ausdrücklich auch Menschen, die nach einer Zeit in der Bundeswehr Verantwortung in der Wirtschaft übernehmen wollen. Dazu gehören Athletinnen und Athleten oder junge Leute mit technischem Können und Leistungswillen, die vielleicht keinen geraden Lebenslauf mitbringen, aber genau die Haltung, die ein Unternehmen im Wandel braucht.

Talent allein reicht allerdings nicht. Gute Leute kommen nicht nur wegen einer Aufgabe. Sie bleiben, wenn sie Verantwortung übernehmen können und wenn sie merken, dass sie wachsen können. Auch daran arbeiten wir.



2025 haben wir erstmals eine globale Leadership-Konferenz mit 130 Führungskräften aus allen Regionen, Business Units und Funktionen durchgeführt. Und der Erfolg unseres internen 5T-Awards zeigt, dass diese Haltung im Unternehmen ankommt: 63 Teams mit mehr als 300 Mitarbeitenden wurden von ihren Kolleginnen und Kollegen nominiert. Kultur ist für uns kein Nebenthema. Sondern mitentscheidend dafür, ob Wandel in einem Unternehmen nur beschlossen oder tatsächlich getragen wird.

Für mich ist deshalb klar: Wer über die Zukunft von Industrie spricht, muss auch über die Menschen sprechen, die sie tragen.

Über Ausbildung, Entwicklung, Führung und über die Frage, wie wir gute Leute für unsere Unternehmen gewinnen und halten. Ein Unternehmen wie DEUTZ kann nur so stark sein wie die Menschen, die es tragen. Und an dieser Stelle möchte ich mich bei unserer Belegschaft herzlich bedanken. Dass die Fortschritte unserer Transformation und die Erfolge des vergangenen Jahres so sichtbar geworden sind, ist eine großartige Teamleistung auf allen Ebenen.

Damit schließt sich für mich der Kreis. DEUTZ sieht heute anders aus. Wandel braucht Geschwindigkeit. Wandel braucht Kooperation. Wandel braucht Industrie. Und Wandel braucht Talent. Vor allem aber braucht Wandel die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen und Dinge konsequent umzusetzen. Denn dann zahlt sich Wandel aus. Für uns alle.

Das ist die Überzeugung, mit der wir DEUTZ führen, die uns in den letzten Jahren stärker gemacht und die uns auch auf dem Weg nach vorne leiten wird. So machen wir Next DEUTZ erfolgreich.

Ich danke Ihnen für die Aufmerksamkeit und Ihr Vertrauen.

