

Miele steigert Umsatz um 2,2 Prozent

Miele steigert Umsatz um 2,2 Prozent
3,22 Milliarden Euro Umsatz im Geschäftsjahr 2013/14 / Höchststand auch bei der Beschäftigung / Wechsel in der Geschäftsleitung planmäßig vollzogen
Das Familienunternehmen Miele hat seinen strategischen Anspruch, über alle Konjunkturzyklen hinweg nachhaltig zu wachsen, erneut eingelöst: 3,22 Milliarden Euro Umsatz erzielte der weltweit führende Hersteller von Premium-Hausgeräten im Geschäftsjahr 2013/14, das am 30. Juni 2014 endete. Dies sind 69 Millionen Euro oder 2,2 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Weltweit beschäftigt die Miele Gruppe jetzt 17.660 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Berichtszeitraum wurden 188 Millionen Euro investiert.
Im Jahr der größten Produkt- und Innovationsoffensive seiner Geschichte hatte Miele praktisch das gesamte Hausgerätesortiment erneuert - und konnte so die zum Teil ungünstigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in wichtigen Absatzmärkten mehr als kompensieren. Hier hatte sich insbesondere der erstarkte Euro dämpfend bemerkbar gemacht; demgemäß liegt der währungsbereinigte Umsatzzuwachs bei über fünf Prozent, also mehr als doppelt so hoch wie die Rechnung auf Euro-Basis. Vor dem Hintergrund sei der Geschäftsverlauf als "durchaus zufriedenstellend" zu bewerten, so-
Olaf Bartsch, Geschäftsführer Finanzen und Hauptverwaltung der Miele Gruppe. In Deutschland hat Miele 978 Millionen Euro umgesetzt, was einem Plus von 23 Millionen Euro oder 2,4 Prozent entspricht. Damit ist der deutsche Anteil am Gesamtumsatz leicht auf 30,6 Prozent gestiegen.
Trotz anhaltender politischer Unsicherheiten, etwa aufgrund der Instabilität im arabischen Raum und der Ukraine-Krise, hat die Geschäftsleitung für das Geschäftsjahr 2014/15 das Ziel formuliert, in der Größenordnung der letzten Jahre weiter zu wachsen.
Richtig aufgestellt für langfristigen Wachstumskurs
"Miele ist gerade jetzt richtig aufgestellt, um auch unter weniger günstigen Marktbedingungen bei Umsatz, Stückzahlen und Marktanteilen weiteres Wachstum zu erreichen", sagt Dr. Markus Miele, Geschäftsführender Gesellschafter des Hausgerätepioniers. Hierbei hilft eine langfristig orientierte Unternehmensstrategie mit dem Fokus auf Qualität und Kundennutzen, organischem Wachstum aus der eigenen Produktion heraus sowie Investitionsfinanzierung ausschließlich über Eigenkapital. "Die Unabhängigkeit von den Interessen externer Kapitalgeber stärkt Miele in seiner Position als ein eigenständiges und konzernunabhängiges deutsches Familienunternehmen", bestätigt der Geschäftsführende Gesellschafter Dr. Reinhard Zinkann.
Produktseitig profitiert Miele zunehmend von der schrittweisen weltweiten Einführung der neuen Generationen 6000 (Einbaugeräte) und W1/T1 (Wäschepflege). Die weltweite Markteinführung des ersten Miele-Saugroboters Scout RX1 im Mai 2014 verlief in vielen Ländern, darunter Deutschland, über Plan. Zur IFA 2014 folgen neue Spitzenmodelle bei den Waschmaschinen und Trocknern mit weiteren Alleinstellungsmerkmalen von hohem Kundennutzen. Gleichzeitig präsentiert das Unternehmen ein komplett neu strukturiertes Staubsauger-Sortiment, das nicht nur den neuen EU-Vorgaben zum Energielabel konsequent Rechnung trägt, sondern auch den wirklichen Kundenbedürfnissen.
Amtierende Testsieger in den wichtigsten Kategorien
Seine führende Rolle bei der Verbindung von Kundennutzen und Ökologie unterstreicht Miele zum einen durch marktreife intelligente Vernetzungslösungen, etwa mit Blick auf die Verbindung von Hausgeräten mit hauseigenen Photovoltaik- oder Solarthermieanlagen. Zum anderen präsentiert das Unternehmen im Berichtszeitraum exklusive Features wie seine integrierte Dosierautomatik auch für weiße und/oder stark verschmutzte Wäsche, die bis zu 30 Prozent Waschmittel spart. Eine weitere Stärke liegt auf der Gewährleistung maximaler Energieeffizienz - dies aber ohne die andernorts üblichen, oft überlangen Programmlaufzeiten.
"Mit Miele verbinden die Kunden völlig zu Recht nicht nur vorbildliche Verbrauchswerte, sondern auch Bestnoten bei Ergebnisqualität, Bedienkomfort und Design", bekräftigt Technik-Geschäftsführer Dr. Eduard Sailer. Die Resultate der in Deutschland hochrenommierten Stiftung Warentest bestätigen dies: Hier stellt Miele in nahezu allen relevanten Kategorien wie den Waschmaschinen, Wäschetrocknern, Wärmepumpentrocknern, Bodenstaubsaugern, Backöfen, Kühlschränken und Geschirrspülern amtierende Testsieger. Die Aktionsreihe "Edition 111", die an 111 Jahre Wäschepflegekompetenz bei Miele anknüpft, entwickelte sich mit mehr als einer Million verkauften Waschmaschinen und Trocknern seit Herbst 2012 zur erfolgreichsten Miele-Kampagne aller Zeiten. Bei den Einbaugeräten und Bodenstaubsaugern hat Miele in Westeuropa seine Umsatzmarktanteile laut Erhebungen der GfK im ersten Halbjahr 2014 erneut gesteigert.
Als weitere Erfolgsbausteine betrachtet das Unternehmen die Konzentration auf die alleinige Marke Miele, deren weltweit durchgängige Positionierung im Premium-Segment sowie die partnerschaftliche Fokussierung auf den beratenden Fachhandel. "Diese zu pflegen und gleichzeitig neue Vertriebskanäle wie das Internet mit Augenmaß zu erschließen, ist für jede Premiummarke eine Herausforderung", sagt Dr. Heiner Olbrich, scheidender Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, der Miele zum 30. September 2014 aus persönlichen Gründen verlässt. Hierfür sei Miele aufgrund seiner Reputation und Glaubwürdigkeit bei Vertriebspartnern wie Endkunden aber sehr gut gewappnet. Als Olbrichs Nachfolger ist seit 1. August Dr. Axel Kniehl im Unternehmen, zuvor als Vice President des Whirlpool-Konzerns für die Region Nord- und Kontinentaleuropa verantwortlich und zugleich CEO der Bauknecht Hausgeräte GmbH.
Starkes Wachstum in USA, China und Russland
Außerhalb Deutschlands wurde ein Umsatzzuwachs von 1,9 Prozent erzielt, wobei Miele insbesondere in strategisch wichtigen Märkten wie USA, China und Russland zum Teil deutlich zweistelliges Wachstum erzielt hat, das aber infolge ungünstiger Wechselkurse weitgehend aufgezehrt wurde. In Australien, dem nach den USA und der Schweiz größten Auslandsmarkt, ist Miele vor Ort überproportional gewachsen, während nach Umrechnung in Euro ein zweistelliges Minus übrigbleibt. Positiv ist zu vermerken, dass die Schuldenkrise in den betroffenen Ländern Südeuropas im Berichtszeitraum keine weiteren Rückgänge verursacht hat. Weltweit ist Miele weiterhin in 47 Ländern mit eigenen Vertriebsgesellschaften präsent und in weiteren 50 Ländern über Importeure.
Trotz weltweiten Rückgangs der einschlägigen Investitionsneigung hat auch der Geschäftsbereich Professional mit 3,9 Prozent überproportional hinzugewonnen und steuert nun 418 Millionen Euro zum Gesamtumsatz bei (= 13 Prozent). Hier sorgten neue Gewerbespüler mit verkürzten Laufzeiten, reduzierten Verbräuchen und besonders hygienischen Reinigungsergebnissen für Impulse. Gleiches gilt für attraktiv ausgestattete Aktionsmodelle aus Anlass von 90 Jahren gewerblichem Waschen bei Miele oder die Full-Service-Philosophie in der Medizintechnik ("System4Med"). Einen großen Anteil am Professional-Wachstum leistete der traditionell bedeutsame Servicebereich mit rund 340 eigenen Miele-Kundendiensttechnikern allein in Deutschland. Dieser reicht von der Inbetriebnahme und Validierung der Geräte über die unverzügliche Hilfe im Störfall bis hin zu den umfassenden Service- und Wartungsverträgen. Allein die Zahl dieser Verträge ist im Berichtszeitraum um rund 20 Prozent gestiegen.
Höchster Personalstand in Deutschland und weltweit
Zum Stichtag 30. Juni 2014 arbeiteten weltweit 17.660 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Miele. Dies entspricht einem Zuwachs an Personal von 409 Beschäftigten oder 2,4 Prozent. In Deutschland sind 10.411 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig (= plus 0,3 Prozent).
Derzeit erlernen an den deutschen Standorten der Miele Gruppe insgesamt 465 junge Menschen einen von 33 kaufmännischen oder technischen Ausbildungsberufen. Von ihnen absolvieren rund 130 einen von elf dualen Studiengängen, der Kombination aus betrieblicher Ausbildung sowie einem Bachelor-Studium in Fächern wie Maschinenbau, Elektrotechnik, Betriebswirtschaftslehre oder Wirtschaftsingenieurwesen.
Für Berufseinsteiger mit Diplom- oder Masterabschluss bietet Miele ein Trainee-Programm, das auf eine Karriere im mittleren/oberen Management vorbereitet und im Berichtszeitraum 25 Jahre bestand. Von allen 121 vormaligen Trainees sind 73 nach wie vor im Unternehmen, davon 35 heute in einer Führungsposition. Zu den Einstiegsoptionen im Unternehmen zählt überdies das Programm Master@Miele. Hier unterstützt Miele junge Technik-Bachelors, die berufsbegleitend einen Masterstudiengang belegen, zum Beispiel mit flexiblen Teilzeillösungen und ergänzenden Weiterbildungsmaßnahmen.
Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die Miele Gruppe insgesamt 188 Millionen Euro investiert. Das sind nur 25 Millionen Euro oder 12 Prozent weniger als im Jahr zuvor, das im Zeichen der größten Produkt- und Innovationsoffensive der Unternehmensgeschichte auch bei den Investitionen einen historischen Höchststand markiert hatte. Schwerpunkte im Berichtszeitraum sind die Modernisierung beziehungsweise Umrüstung der Fertigungsanlagen in mehreren Werken, neue Bürogebäude und Erweiterung des Warenverteilungsstandorts am Hauptsitz Gütersloh. Insbesondere der weitere Ausbau des Logistikstandortes Gütersloh wird auch im jetzt laufenden Geschäftsjahr 2014/15 ein Investitionsschwerpunkt bleiben.
Über das Unternehmen: Miele ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Hausgeräten für die Produktbereiche Kochen, Backen, Dampfgaren, Kühlen/Gefrieren, Kaffeezubereitung, Geschirrspülen, Wäsche- sowie Bodenpflege. Hinzu kommen Geschirrspüler, Waschmaschinen und Wäschetrockner für den gewerblichen Einsatz sowie Reinigungs-, Desinfektions- und Sterilisationsgeräte für medizinische Einrichtungen und Laboratorien ("Miele Professional"). Das 1899 gegründete Unternehmen unterhält acht Produktionsstandorte in Deutschland sowie je ein Werk in Österreich, Tschechien, China und Rumänien. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2013/14 rund 3,22 Milliarden Euro, wovon etwa 70 Prozent außerhalb Deutschlands erzielt werden. In

fast 100 Ländern ist Miele mit eigenen Vertriebsgesellschaften oder über Importeure vertreten. Weltweit beschäftigt das in vierter Generation familiengeführte Unternehmen 17.660 Menschen, 10.411 davon in Deutschland. Der Hauptsitz des Unternehmens ist Gütersloh in Westfalen

Ihr Ansprechpartner
Carsten Prudent
Telefon: + 49 (0)5241/89-1951
E-Mail: carsten.prudent@miele.de

Pressekontakt

Miele & Cie. KG

33332 Gütersloh

carsten.prudent@miele.de

Firmenkontakt

Miele & Cie. KG

33332 Gütersloh

carsten.prudent@miele.de

Miele ist ein deutscher Hersteller von hochwertigen Elektro-Hausgeräten, von Geräten für den professionellen Einsatz und von Einbauküchen. Der Firmensitz ist in Gütersloh. Zur Miele-Gruppe gehört auch die Firma Imperial, die hochwertige Einbaugeräte produziert. 1899 wurde Miele gegründet und ist seither im Familienbesitz. Die Gründer heißen Carl Miele und Reinhard Zinkann. Das Unternehmen wird heute in der vierten Generation geführt. Das Firmenmotto seit Gründerzeiten lautet "Immer besser". Getreu dieser Philosophie produziert Miele Produkte von geradezu sprichwörtlich hoher Qualität.