

Medieninformation

Miele erreicht 4,3 Prozent Umsatzplus – und gewinnt gegen den Trend weitere Marktanteile

Gütersloh/Spreitenbach, 16. August 2018. – Trotz rückläufiger Märkte und eines weiter erstarnten Euros bleibt der Familienkonzern Miele auf solidem Wachstumskurs. 4,1 Milliarden Euro Umsatz erzielte der führende Hersteller von Premium-Hausgeräten im Geschäftsjahr 2017/18, das am 30. Juni 2018 geendet hat. Dies sind 167 Millionen Euro oder 4,3 Prozent mehr als im Vorjahr. 91 Millionen Euro des Zuwachses stammen von der italienischen Medizintechnik-Tochter Steelco Group, die im Berichtsjahr erstmals in die Konzernrechnung einbezogen wurde. In Deutschland hat Miele auf hohem Niveau 2,4 Prozent Umsatz hinzugewonnen und seine Marktführerschaft im Fachhandel weiter ausgebaut. Weltweit haben die Einbaugeräte im Bereich Haushalt überproportional zum Erfolg beigetragen. Unter den Vertriebsregionen hat sich Asien besonders dynamisch entwickelt. Im Berichtszeitraum wurden insgesamt 272 Millionen Euro investiert.

Drei Jahre in Folge ist Miele deutlich stärker gewachsen als im langjährigen eigenen Durchschnitt – und auch das Geschäftsjahr 2017/18 ist ähnlich vielversprechend angelaufen. Dann machte sich eine starke Abkühlung des Gesamtmarktes bemerkbar und der ungünstige Trend bei den Wechselkursen verschärfte sich weiter. In diesem Umfeld bewertet die Geschäftsleitung den erreichten Zuwachs von mehr als vier Prozent als ein „sehr positives und überzeugendes Signal“, zumal in Verbindung mit dem erstmaligen Überschreiten der 4-Milliarden-Marke. In Euro gerechnet, also ohne Berücksichtigung der Währungsschwankungen, ist der Umsatz im Geschäftsjahr 2017/18 um 7,1 Prozent gestiegen.

Vertrauen durch Qualität und Innovation

Einmal mehr habe sich für Miele ausgezahlt, auf Qualität und Kundennutzen zu setzen, statt sich in kurzfristige Rabattschlachten hineinziehen zu lassen, so die Geschäftsleitung weiter. Auch und gerade in Zeiten, die von vielen Menschen als unsicher empfunden würden, stehe die Marke in besonderer Weise für Wertbeständigkeit und Verlässlichkeit. Mit der Premiere eines revolutionär neuen Kochgerätes auf der IFA 2017, des „Dialoggeräts“, wurde der Anspruch auf die Innovationsführerschaft der Branche bekräftigt.

Im April gab es auf der Eurocucina in Mailand den grössten Küchenmesse-Auftritt in der Geschichte von Miele. Und zur diesjährigen IFA wird unter anderem eine Weltneuheit vorgestellt, die bei den Geschirrspülern für zusätzliche Marktimpulse sorgen wird. Entsprechendes gilt für Waschmaschinen und Trockner mit weiter verbesserter Energieeffizienz und zusätzlichen Komfortmerkmalen. Demgemäss zeigt sich die Geschäftsleitung für das begonnene Geschäftsjahr 2018/19 „verhalten optimistisch“: Trotz der fortdauernden Konjunkturrisiken, etwa mit Blick auf den Brexit oder die drohenden Handelskonflikte, rechnet man mit weiterem Wachstum, dessen Höhe sich aber schwer prognostizieren lässt.

Marktposition weiter ausgebaut

In Deutschland hat Miele 1,21 Milliarden Euro Umsatz erzielt, was einem Plus von 2,4 Prozent entspricht. Damit hat sich das Unternehmen erneut besser entwickelt als die Branche insgesamt – und seine Position als umsatzstärkste Marke für grosse Hausgeräte im Elektro- und im Küchenfachhandel weiter gefestigt. Im Berichtsjahr wurde Miele in der renommierten Vergleichsstudie Kundenmonitor Deutschland erneut für den besten Service der Branche ausgezeichnet und ist damit zum 25. Mal die Nummer eins.

Ausserhalb Deutschlands hat Miele vor allem in China deutlich Umsatz hinzugewonnen; überproportionales Wachstum gab es aber auch in Märkten wie Kanada und Russland. In Südeuropa setzt Miele in Spanien und Griechenland nach längerer Durststrecke den Erholungskurs weiter fort. Die USA und Australien – für Miele die umsatzstärksten Märkte nach Deutschland – haben in ihren Landeswährungen ein zufriedenstellendes Plus erzielt. Der Anteil des ausserhalb Deutschlands erzielten Umsatzes ist mit 70,6 Prozent moderat gestiegen (Vorjahr: 70,0 Prozent).

Fokus auf Digitalisierung und „Faszination Küche“

Auf die Produktgruppen bezogen, wurden insbesondere von den Kochfeldern, Herden/Backöfen sowie den Kaffeefullautomaten deutlich mehr Geräte verkauft als im Jahr zuvor, und zwar jeweils aufgrund überragender Markterfolge neuer Baureihen. Konkret waren dies die „TwoInOne“-Kochfelder mit integriertem Dunstabzug, die deutlich aufgewertete Einstiegsbaureihe „Active“ bei den Herden und Backöfen sowie die preisattraktiven Stand-Kaffeefullautomaten der Reihe CM5. In der Bodenpflege ist der neue Saugroboter Scout RX2 erfolgreich gestartet, mit verdreifachter Saugleistung und Übertragung von Bildern aus der Wohnung aufs Smartphone. Zugleich hat Miele seine

Beteiligung an dem koreanischen Unternehmen Yujin Robot deutlich aufgestockt, das den Saugroboter für Miele produziert. Ziel ist, die Zusammenarbeit zu vertiefen, bei den Saugrobotern und auch darüber hinaus. Einen weiteren strategischen Meilenstein bedeuten die ersten Investments der 2017 gegründeten Miele Venture Capital GmbH. Hier beteiligt sich Miele an vielversprechenden Start-ups wie loadbee, Plant Jammer, KptnCook und MChef, für neue digitale Services oder noch mehr Kreativität, Komfort und Genussvielfalt in der vernetzten Küche. Der Dialoggarer selbst ist wenige Wochen vor Ablauf des Geschäftsjahres erfolgreich im deutschen Markt gestartet und ist ab Herbst 2018 auch in der Schweiz erhältlich.

Mit der Entscheidung für den Bau eines zweiten Waschmaschinenwerkes in Polen stärkt Miele die Basis für weiteres Marktwachstum in der Wäschepflege. Parallel wird der Standort Gütersloh weiter gestärkt: als Produktionsstätte für die Mittel- und Oberklassemodelle, die Kleingewerbegeräte und den Waschtrockner – und als Leitwerk der Wäschepflegesparte mit dann drei Standorten. Produktionsstart im neuen Werk ist Anfang 2020, mit zunächst 25'.000 Geräten pro Jahr und rund 400 Beschäftigten.

Kräftiges Plus für Miele Professional

Im Geschäftsbereich Professional hat die Miele Gruppe 593 Millionen Euro Umsatz erzielt; dies sind 21,4 Prozent mehr als im Jahr zuvor (ohne Steelco: plus 2,9 Prozent). Mit dem ersten gemeinsamen Messeauftritt auf der weltgrößten Medizintechnik-Messe Medica im November 2017 in Düsseldorf startete auch die neue Arbeitsteilung: Für den weiteren Ausbau des Projektgeschäfts werden alle Aktivitäten zur Ausstattung der zentralen Sterilgutversorgung in Kliniken bei Steelco gebündelt. Im Gegenzug fokussiert sich Miele auf die Kundensegmente Praxen und Labore. Bei den grösseren Wäschereimaschinen und den gewerblichen Geschirrspülern sorgen die aktuellen Baureihen „Benchmark“ beziehungsweise „ProfiLine“ für überproportionale Umsatzgewinne.

Erstmals mehr als 20'000 Beschäftigte

Zum Stichtag 30. Juni 2018 beschäftigte die Miele Gruppe 20'098 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wiederum einschliesslich der Steelco Group mit 560 Beschäftigten. Darüber hinaus wurde vor allem in den deutschen Werken, in der Vertriebsgesellschaft Deutschland und in der Gütersloher Hauptverwaltung ergänzend neue Mitarbeitende eingestellt. Insgesamt arbeiteten in Deutschland am Stichtag 11'225 Menschen für Miele, das entspricht einem Zuwachs um 337 Personen oder 3,1 Prozent.

Hohe Investitionen weltweit und in Deutschland

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat Miele insgesamt 272 Millionen Euro investiert. Diese Summe liegt noch einmal 47 Millionen Euro oder 20 Prozent über dem Vorjahreswert, der bereits einen historischen Höchstwert markiert hatte. Rund zwei Drittel des Gesamtbetrags flossen in die Entwicklung neuer Geräte sowie in Ausbau, Umrüstung und Modernisierung des internationalen Produktionsverbunds der Miele Gruppe.

Am Hauptsitz Gütersloh schlugen insbesondere das Domizil für den neuen Geschäftsbereich Smart Home mit zusätzlichen Büro- und Laborflächen, der Neubau der Werkfeuerwache und einer Kita zu Buche. Neue Flagship-Stores („Miele Experience Center“) eröffnete Miele unter anderem an den Standorten Brisbane, Calgary, Dubai, Istanbul und zuletzt in Astana (Kasachstan).

Kontakt für Medien:

Barbara Kaiser

Telefon: +41 56 417 2540

E-Mail: barbara.kaiser@miele.com

Über das Unternehmen: Miele ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Hausgeräten für die Produktbereiche Kochen, Backen, Dampfgaren, Kühlen und Gefrieren, Kaffeezubereitung, Geschirrspülen, Wäsche- sowie Bodenpflege. Hinzu kommen Geschirrspüler, Waschmaschinen und Wäschetrockner für den gewerblichen Einsatz sowie Reinigungs- und Desinfektionsgeräte für medizinische Einrichtungen und Laboratorien („Miele Professional“). Das 1899 gegründete Unternehmen ist in fast 100 Ländern mit eigenen Vertriebsgesellschaften oder über Importeure vertreten. Weltweit beschäftigt das in vierter Generation familiengeführte Unternehmen gut 20‘100 Personen. Bei der Vertriebsgesellschaft Schweiz sind etwa 430 Mitarbeiter beschäftigt.

Weitere Informationen unter: www.miele.ch

Zu diesem Text gibt es ein Foto

Foto 1: Die Miele-Geschäftsleitung (v.l.) meldet Rekordzahlen: Dr. Stefan Breit (Technik), Dr. Markus Miele (Geschäftsführender Gesellschafter), Olaf Bartsch (Finanzen und Hauptverwaltung), Dr. Reinhard Zinkann (Geschäftsführender Gesellschafter), Dr. Axel Kniehl (Marketing und Vertrieb). (Foto: Miele)