

Miele steigert seinen Umsatz um 3,2 Prozent

- ▶ Nach Umstellung des Geschäftsjahres meldet Miele 2,24 Mrd. Euro Umsatz für das Rumpfgeschäftsjahr Juli bis Dezember 2019
- ▶ Neue Töchter starten mit smarten Geschäftsmodellen

Spreitenbach, 17. Februar 2020. – Im zweiten Halbjahr 2019 hat die Miele Gruppe 2,24 Mrd. Euro Umsatz erzielt – 3,2 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. „Dies zeigt einmal mehr, dass wir mit unseren Produkten und Services richtig aufgestellt sind, um auch bei herausfordernden Marktbedingungen und intensivem Wettbewerb Umsatz und Marktanteile hinzuzugewinnen“, so die Geschäftsleitung des weltweit führenden Anbieters von Premium-Hausgeräten. Im laufenden Jahr solle der Wachstumskurs weiter gefestigt werden – etwa durch die Kucheneinbaugeräte der neuen Generation 7000, die mit einer Reihe exklusiver Innovationen im Markt Massstäbe setzt. Am 31. Dezember 2019 waren für Miele weltweit 20'478 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig – und damit so viele wie nie zuvor.

Die Veröffentlichung von Halbjahreszahlen folgt dem Umstand, dass die Miele Gruppe ihr Geschäftsjahr auf das Kalenderjahr umgestellt hat (statt 1. Juli bis 30. Juni). Demzufolge war ein sogenanntes Rumpfgeschäftsjahr zu bilden. Zur positiven Entwicklung in diesem Berichtszeitraum haben insbesondere grosse europäische Märkte wie Österreich, die Schweiz, die Niederlande und Italien beigetragen – nach einer längeren Brexit-bedingten Durststrecke aber auch Grossbritannien. Im besonders umkämpften deutschen Markt hat Miele 2,7 Prozent Umsatzwachstum erreicht. Demgegenüber leidet das Geschäft in Hongkong durch die politischen Unruhen. In China dämpfen staatliche Eingriffe den Immobilienmarkt – und damit auch das Geschäft mit hochwertiger Küchenausstattung.

Von den Produktgruppen haben vor allem die Waschmaschinen und Trockner sowie die Staubsauger zum Umsatzwachstum beigetragen. In der Wäschepflege sorgen zahlreiche Detailverbesserungen für noch mehr Komfort: Zum Beispiel werden noch kürzere Programmlaufzeiten möglich und ebenso beliebiges Nachlegen vergessener Wäsche oder auch energieeffizientes Waschen von Einzelstücken. Im Boom-Segment der kabellosen Handstaubsauger ist der Triflex HX1 sehr erfolgreich in den Markt gestartet. Über alle Produktgruppen hinweg haben die Aktionsmodelle zum 120-jährigen Bestehen („Series 120“) für deutliche Impulse gesorgt. Mit den Einbaugeräten der neuen Generation 7000 bekräftigt Miele seine führende Rolle bei Innovation, Design und stilvollem Genuss in der Küche. Mit weltweit 3'000 Modellvarianten in 15 Produktgruppen, die nun in fast allen Ländern sehr vielversprechend anlaufen, ist dies die grösste Produkteinführung in der Geschichte des Unternehmens.

Überproportional gewachsen ist im Berichtszeitraum der Geschäftsbereich Professional, mit Geräten und Services für Gewerbebetriebe, medizinische Einrichtungen und Labore und der italienischen Medizintechniktochter Steelco. Über Steelco wird das aufstrebende Klinikprojektgeschäft der Miele Gruppe gesteuert. Ein weiterer Wachstumstreiber sind hier die kompakten Profi-Waschmaschinen und Trockner für Kleingewerbe („Kleine Riesen“), die seit verganginem Jahr mit grundlegend neuen Baureihen auf dem Markt sind. Insgesamt ist der Professional-Umsatz um mehr als vier Prozent gestiegen.

Neue Impulse für Wachstum und Innovation

Um weitere Potenziale für nachhaltiges Wachstum zu erschliessen, stellt sich Miele, wie im Oktober berichtet, organisatorisch neu auf – zum Beispiel mit acht eigenständig agierenden Business Units, einem neuen Zuschnitt der Vertriebsregionen sowie einem eigenen Standort für die digitale Vermarktung, der gerade in Amsterdam aufgebaut wird („Digital Hub“). Planmässig gestartet ist das neue Werk für Waschmaschinen, das Miele im polnischen Ksawerów errichtet hat. Die Miele Venture Capital GmbH, in der die Beteiligungen an vielversprechenden Start-up-Unternehmen gebündelt sind, hat seine Aktivitäten weiter ausgebaut.

So sind allein im Berichtszeitraum zwei neue 100-Prozent-Töchter hinzugekommen: Mit der Übernahme des Geschäftsbetriebs der Agrilution GmbH steigt Miele in das Zukunftsfeld des „Vertical Farming“ ein – mit digital vernetzten „Plantcubes“ in elegantem Design für zuhause. Bei minimalem Aufwand gewährleisten diese perfekte Wachstumsbedingungen etwa für Salate und Kräuter. Demgegenüber bietet die Miele Operations & Payment Solutions GmbH eine einzigartige, App-basierte Lösung für Ausstattung, Organisation, Service und Abrechnung von gemeinschaftlich genutzten Waschkellern („appWash“). Auch der komplette Betrieb als solcher kann übernommen werden. Zielgruppen sind zum Beispiel Studentenwohnheime, Mehrfamilienhäuser, Campingplätze und Waschsaloons. Mit diesen und weiteren Aktivitäten folgt Miele dem strategischen Ziel, sein Portfolio durch innovative Produkte und digitale Services, die das Stammgeschäft sinnvoll ergänzen, stetig zu erweitern.

Zum Stichtag 31. Dezember beschäftigte die Miele Gruppe weltweit 20.478 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das sind 163 oder 0,8 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. In Deutschland sind 11.061 Beschäftigte tätig, was einem Rückgang um 209 Personen entspricht.

Medienkontakt:

Barbara Kaiser

E-Mail: barbara.kaiser@miele.com

Telefon: +41 56 417 25 40

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.

Zu diesem Text gibt es vier Fotos



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



Foto 2: Erfolgreich in den Markt gestartet – der kabellose Handstaubsauger Triflex HX1 ist seit November im Handel. Besonders hervorzuheben ist seine hohe Flexibilität durch das 3-in-1 Konzept: Die PowerUnit kann komfortabel in drei Positionen verschoben werden. (Foto: Miele)



Foto 3: Mit Agrilution steigt Miele in das Zukunftsfeld „Vertical Farming“ ein: In vollautomatisierten Plantcubes für zuhause wachsen konkurrenzlos frische, aromatische und nährstoffreiche Salate, Kräuter und Microgreens. (Foto: Agrilution)



Foto 4: Kochen so intuitiv wie nie: Mit den Einbaugeräten der neuen Generation 7000 setzt Miele neue Maßstäbe im Markt. (Foto: Miele)

Download Text und Fotos: www.miele.ch