

3,71 Mrd. Euro Umsatz erzielt / Veränderung in der Geschäftsleitung /
Seit 2000 fast ein Fünftel weniger Energie verbraucht

Miele steigert Umsatz um 6,4 Prozent

Spreitenbach, 15. August 2016. – Das Familienunternehmen Miele hat bei Umsatz und Beschäftigung erneut deutlich hinzugewonnen: 3,71 Milliarden Euro erzielte der weltweit führende Hersteller von Premium-Hausgeräten im Geschäftsjahr 2015/16, das am 30. Juni 2016 endete. Das sind 224 Millionen Euro oder 6,4 Prozent mehr als im Vorjahr. Erstmals arbeiten mehr als 18.000 Beschäftigte für Miele. 184 Millionen Euro wurden im Berichtszeitraum investiert.

Mit diesen Zahlen erfüllt Miele einmal mehr sein strategisches Ziel, über alle Konjunkturzyklen hinweg stetig und nachhaltig zu wachsen. Das aktuelle Umsatzplus wurde „organisch“ erreicht, also ohne Zukauf anderer Hersteller oder Marken und ohne fremdes Kapital. Und wie schon im vorletzten Geschäftsjahr lag der Umsatzzuwachs signifikant über dem Durchschnitt der letzten zehn Jahre.

Dies sei umso höher zu bewerten, so die Miele-Geschäftsleitung, als die weltweiten Rahmenbedingungen „nicht gerade für Rückenwind gesorgt“ hätten. Hervorzuheben seien zum Beispiel die Folgen der Zuspitzungen im arabischen Raum, in Russland und der Türkei, ebenso die Entwicklung der Wechselkurse. Herausfordernd habe sich auch der preisaggressive Auftritt namhafter Wettbewerber gestaltet. Dem setzt der deutsche Premium-Anbieter die sprichwörtliche Miele-Qualität entgegen sowie eine marken- und marktgerechte Modellpolitik, mit hochwertig ausgestatteten Spitzengeräten, aber auch Einstiegs- und Aktionsgeräten, bei denen stärker das Preis-Leistungsverhältnis im Vordergrund steht. Erneut haben die Einbaugeräte überproportional zum Wachstum beigesteuert.

Starke Dynamik in USA, Australien, Asien – und Deutschland

In Deutschland hat Miele 1,1 Milliarden Euro Umsatz erzielt, was einem Plus von 6,9 Prozent entspricht. Im Zuge dessen hat Miele seine Position als umsatzstärkste Marke für Haushaltsgroßgeräte im Elektro-Fachhandel weiter

>>>

ausgebaut und ist jetzt auch im Küchen-Fachhandel erstmals die Nummer eins. Außerhalb Deutschlands hat das Geschäft 6,3 Prozent hinzugewonnen, wobei hier vor allem USA, Australien, Großbritannien und China hervorzuheben sind. In Russland konnte trotz politischer Instabilität und Währungsverfall das Umsatzniveau in Landeswährung gehalten werden. In Südeuropa verfestigt sich, trotz anhaltender Schuldenkrise, der Aufwärtstrend. Infolge des überproportionalen Wachstums in Deutschland ist der Auslandsanteil am Umsatz dennoch von 70,3 auf 70,1 Prozent leicht gefallen.

476 Millionen Euro Umsatz für Miele Professional

Der Geschäftsbereich Miele Professional, bestehend aus Wäschereitechnik, Gewerbespülern sowie Reinigungsgeräten, Desinfektoren und Sterilisatoren für medizinische Einrichtungen oder Labore, hat 476 Millionen Euro Umsatz erzielt. Dies sind 27 Millionen Euro oder 6,0 Prozent mehr als im Jahr zuvor, mit Wachstum in allen Kategorien. Hervorzuheben ist hier vor allem die Medizintechnik, mit neuen Baureihen und konsequentem Ausbau der Systemanbieter-Philosophie, bis hin zur kompletten Planung und Ausstattung der Zentralsterilisationen in Kliniken. Der Professional-Anteil am Gesamtumsatz beträgt 13 Prozent, bei steigender Tendenz.

Vertriebs- und Servicestrukturen weiter ausgebaut

Zum Stichtag 30. Juni 2016 arbeiteten 18.370 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Miele. Dies bedeutet einen Zuwachs von 629 Beschäftigten oder 3,5 Prozent. Dieser entfällt vor allem auf Miele Vertriebsgesellschaften wie USA, Kanada, Australien, Dänemark, Großbritannien und Spanien, die aufgrund steigender Umsätze und Stückzahlen ihre Vertriebs- und Servicebereiche aufgestockt haben. Aufgrund der hohen Zuwächse bei den Geschirrspüler-Einstiegsgeräten wurde auch im Werk Uničov Personal aufgebaut.

In Deutschland saldieren sich ein Rückgang bei der Vertriebsgesellschaft Deutschland, die im Berichtszeitraum ihren Innendienst am Hauptsitz Gütersloh zusammengeführt hat, mit kapazitätsbedingten Personalaufstockungen in den meisten Werken. Unter dem Strich liegt der Beschäftigungsstand in Deutschland mit 10.326 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf dem Niveau des Vorjahres (minus 0,2 Prozent).

Derzeit erlernen an deutschen Standorten insgesamt 466 junge Menschen einen von 33 kaufmännischen oder technischen Berufen. Zum Start des

neuen Ausbildungsjahres am 1. September werden es etwa 500 sein. Rund 130 von ihnen absolvieren einen von elf dualen Studiengängen. Gemeint ist die Kombination aus betrieblicher Ausbildung mit einem Bachelor-Studium in Fächern wie Maschinenbau, Elektrotechnik, Betriebswirtschaft, Wirtschaftsingenieurwesen oder Wirtschaftsinformatik.

Der Miele Nachhaltigkeitsbericht 2015 erfüllt den höchsten Berichtsstandard „G4“ der hier maßgeblichen Organisation „Global Reporting Initiative“ (GRI). Zu den inhaltlichen Schwerpunkten zählen die Energieeffizienz der Miele-Produkte über den gesamten Lebenszyklus, die Bedeutung von Mitarbeiterförderung und Weiterbildung – sowie der langfristige Planungshorizont des Unternehmens. Entsprechendes gilt für den Umweltschutz an den Standorten: So hat Miele den Energieverbrauch seit 2000 – bei 70 Prozent Umsatzzuwachs – weltweit um 18,4 Prozent gesenkt.

Hohe Investitionen in Fertigung, Vertrieb und Logistik

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die Miele Gruppe insgesamt 184 Millionen Euro investiert. Das sind 34 Millionen Euro oder 23 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Dieser deutliche Anstieg beruht auf Investitionen in die Entwicklung neuer Baureihen, Erweiterung oder Umrüstung verschiedener Fertigungsstandorte sowie auf dem weiteren Ausbau des Vertriebs- und Logistik-Standortes Gütersloh. Hier schlugen insbesondere die Erweiterung des Warenverteilzentrums, das neue Zentrale Ersatzteillager sowie ein neuer Bürotrakt zu Buche. Neue oder grundlegend umgestaltete Showrooms eröffnete Miele in Metropolen wie Peking, New York, Miami, Johannesburg, Vilnius, Bukarest, London und Vancouver.

Positive Prognose für das Geschäftsjahr 2016/17

Bei der Prognose zum laufenden Geschäftsjahr äußert sich die Miele-Geschäftsleitung „zurückhaltend optimistisch“. Dies geschieht mit Hinweis auf die politischen und ökonomischen Krisenherde der Welt, wo Entspannung nicht in Sicht ist und das „Brexit“-Votum die Konjunkturerwartungen eintrübt. Trotzdem gehe man bei Umsatz, Stückzahlen und Marktanteilen von weiterem Wachstum aus, ohne dies aber näher zu quantifizieren.

Impulse hierfür liefern zum Beispiel die Messepremierer aus dem Berichtszeitraum, darunter das Induktions-Kochfeld TempControl für

>>>

temperaturgenaues Braten oder der selbst entkalkende Kaffeevollautomat CM7. Zum Publikumsmagneten auf der IFA 2015 wurden die eleganten Stand-Kühlgeräte der Baureihe K 20.000, mit beschreibbarer Tür als „Kommunikationszentrum“ der Familie. Bei den Geschirrspülern haben preisattraktive Aktionsmodelle („Active“) in beträchtlichem Maß neue Käuferschichten erschlossen. Und am oberen Ende der Modellpalette punktet die neue Baureihe G 6000 EcoFlex mit einer im Markt einzigartigen Kombination aus vorbildlicher Energieeffizienz, kurzer Laufzeit und höchstem Beladungskomfort. Zur Mailänder Küchenmesse Eurocucina präsentierte Miele die weltweit ersten durchgängig grifflosen „ArtLine“-Einbaugeräte, deren Türen sich bei leichter Sensor-Berührung elektrisch öffnen. Zur IFA 2016 folgt der erste beutellose Staubsauger von Miele, der sich durch hohe Reinigungsleistung und überlegenen Bedienkomfort auszeichnet. Als Anbieter des größten Programms vernetzbarer Hausgeräte baut Miele sein Sortiment an Geräten, die sich direkt per WLAN mobil steuern lassen, konsequent weiter aus.

Das besondere Ansehen der Marke dokumentieren seit mehr als zehn Jahren die Resultate bei der Image-Studie „best brands“, basierend auf vielen tausend Kundenaussagen und durchgeführt von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) sowie weiteren Partnern. Das „ewige Ranking“ führt Miele über alle Wettbewerbskategorien hinweg als die Nummer eins, und dies mit großem Abstand. Weiter ergänzt wurde im Berichtszeitraum die Liste der amtierenden Testsieger (Stiftung Warentest), so bei den Wärmepumpentrocknern (TMB 640 WP), den Geschirrspülern (G 6200 SCi und SCvi) und bei den Dunstabzugshauben – in allen drei getesteten Hauben-Kategorien hieß der alleinige Testsieger Miele.

Veränderung in der Geschäftsleitung

Eine personelle Ergänzung hat es in der Geschäftsleitung gegeben, die üblicherweise aus fünf gleichberechtigten Geschäftsführern besteht: Neues (vorübergehend sechstes) Mitglied ist seit 1. April 2016 Dr. Stefan Breit, und zwar als stellvertretender Geschäftsführer Technik. Er ist der bereits bestellte Nachfolger von Dr. Eduard Sailer, der Ende 2016 nach fast 19 erfolgreichen Jahren als Geschäftsführer Technik in den Ruhestand tritt. Stefan Breit ist seit 2007 bei Miele und derzeit in Personalunion für das Gütersloher Gerätewerk verantwortlich. Weitere Mitglieder der Geschäftsleitung sind Olaf Bartsch (Finanzen/Hauptverwaltung), Dr. Axel Kniehl (Marketing/Vertrieb) sowie die

>>>

Geschäftsführenden Gesellschafter Dr. Markus Miele und Dr. Reinhard Zinkann als Vertreter der beiden Inhaberfamilien.

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 17.660 Personen. Bei der Vertriebsgesellschaft Schweiz sind etwa 420 Mitarbeiter beschäftigt.

Pressekontakt:

Nina Cornelius

Telefon: +41 56 417 2520

E-Mail: nina.cornelius@miele.ch

Zu diesem Text gibt es ein Foto

Foto 1:

Die Miele-Geschäftsleitung (v.l.):

Dr. Eduard Sailer (Geschäftsführer Technik),

Dr. Stefan Breit (Stv. Geschäftsführer Technik),

Dr. Reinhard Zinkann (Geschäftsführender Gesellschafter),

Olaf Bartsch (Geschäftsführer Finanzen und Hauptverwaltung),

Dr. Markus Miele (Geschäftsführender Gesellschafter) und

Dr. Axel Kniehl (Geschäftsführer Marketing und Vertrieb).

(Foto: Miele)