

Dr. Reinhard Zinkann

Pressekonferenz zur LivingKitchen 2015

Köln, 19. Januar 2015

ES GILT DAS GESPROCHENE WORT

Verehrte Damen und Herren,

auch von meiner Seite ein herzliches Willkommen bei Miele zur LivingKitchen 2015 hier in Köln. Ich freue mich, in so viele bekannte Gesichter zu sehen!

Schon mit ihren ersten beiden Durchgängen 2011 und 2013 ist die LivingKitchen zu einem inspirierenden Branchentreff und Impulsgeber geworden, wie es ihn für den Küchenstandort Deutschland zuvor noch nicht gegeben hat. Und 2015 sind Zahl, Vielfalt und Internationalität der Aussteller weiter gestiegen. Ich hoffe und gehe davon aus, dass sich diese Tendenz auch bei den Besuchern fortsetzt. An dieser Stelle möchte ich mich bei unseren Gesprächspartnern der Koelnmesse für die stets kundenorientierte, kompetente und freundliche Unterstützung bedanken. Das Miele-Team freut sich auf diese LivingKitchen!

„A new world of cooking“ – unter diesem Motto präsentieren wir Ihnen auf fast 1000 Quadratmetern Standfläche rund 400 Einbaugeräte unserer Generation 6000 und mehr. Alle vier Farbwelten sind vertreten, sämtliche Gerätegattungen vom Backofen über die Kaffeefullautomaten bis hin zum Weinlagerschrank, von den Einstiegsgeräten bis zur Spitzenklasse. Und wie bereits angekündigt, präsentieren wir Ihnen diesmal drei Innovationsschwerpunkte.

- **Erstens:** ein neues Einbaugerät, das zwei gänzlich unterschiedliche Zubereitungsarten in einem Einbaugerät vereint, und zwar – ohne – jeden – Kompromiss.
- **Zweitens:** die Dunstabzugshaube im Lichte des neuen Energielabels UND der sonstigen Bedürfnisse unserer Kunden.

- **Und drittens:** unsere neuen Range Cooker, vielseitig ausgestattete Herde im XXL-Format, die in den kommenden Wochen in Nordamerika auf den Markt kommen und nun erstmals auch in Europa gezeigt werden.

Und natürlich: Alles vernetzt! Welche Kochträume beispielsweise wahr werden können, wenn man einen Miele Range Cooker mit dem lernenden IBM-Supercomputer „Watson“ zusammenschaltet, haben wir übrigens in der vorletzten Woche auf der weltgrößten Messe für Consumer Electronics vorgeführt, der CES in Las Vegas. Nähere Fragen hierzu beantwortet Ihnen im Anschluss dieser Veranstaltung gerne unser Presseteam hier auf dem Stand.

Eingebaut ist all dies in ein Stand- und Eventkonzept, geprägt von stilvollem Genuss und familiärer Gastlichkeit, ganz wie es Fachbesucher und Endkunden von Miele gewohnt sind. Konkret laden wir unsere Gäste ein zu einer kulinarischen Reise um die Welt, mit Zwischenstopps in Italien, USA, China und Australien, mit landestypischen Spezialitäten und Zubereitungstipps, natürlich mit Livecooking zum Probieren auf unserer Bühne im Ausstellungsbereich. Die erste Show startet gleich um 12:15 Uhr auf der anderen Seite der Wand hinter mir. Sie sind herzlich eingeladen.

Verehrte Gäste, wie es guter Brauch ist, nutze ich gerne die Gelegenheit, Ihnen einen kurzen Ausblick zum Geschäftsjahr 2014/15 zu geben, dessen zweite Halbzeit diesen Monat begonnen hat. Hinter mir sehen Sie unseren Umsatzverlauf, der mit dem alten Geschäftsjahr endet. Die gute Nachricht heute lautet, dass Miele seinen Wachstumskurs in den vergangenen Monaten festigen und ausbauen konnte, und dies trotz weltweiter Rahmenbedingungen, die auch unser Geschäft eher dämpfen als beflügeln.

Nicht zuletzt verdanken wird dies dem Markterfolg unserer Einbaugerätegeneration 6000, von der sich die Spitzenmodelle mit „M Touch“-Bedienung, die hier in Köln vor zwei Jahren ihre Messeweltpremiere feierten, weiterhin glänzend verkaufen.

Leistung, Komfort, Design und Markenprestige dieser Geräte tragen zum Beispiel entscheidend dazu bei, dass unser sogenanntes Projektgeschäft in einem erfreulichem Maße stetig zulegt, also die Komplettausstattung hochexklusiver Neubaukomplexe mit zumeist mehreren hundert oder sogar mehreren tausend Miele-Einbaugeräten vor allem in Asien oder Amerika. Jüngstes und besonders eindrückliches Beispiel ist die Anlage „Golf Estate“ nahe der indischen Metropole Delhi. Dorthin liefert Miele ab Anfang dieses Jahres etwa 12.000 Einbaugeräte für 3.000 Apartments. Damit ist Golf Estate der größte Einzelauftrag in der Geschichte des Unternehmens!

Deutlich schwerer abschätzbar ist, wie sich in den kommenden Monaten unser Geschäft insgesamt weiterentwickelt. Sie alle kennen die Unwägbarkeiten, die uns aktuell begleiten, von der Ukraine-Krise über die Neuwahlen in Griechenland bis hin zur Gefahr einer Deflation in der Eurozone. Vor dem Hintergrund ist selbst der niedrige Ölpreis, der bei Unternehmen und Privathaushalten weltweit für sinkende Energiekostenrechnungen sorgt, nicht frei von Risiken und unerwünschten Nebenwirkungen.

In Deutschland freuten wir uns Ende November über den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2014. Langlebige Produkte, niedrige Verbräuche sowie eine klare Strategie und transparente Kommunikation zu allen Facetten des Themas gaben den Ausschlag für die Entscheidung der Jury, die wohl wichtigste Auszeichnung ihrer Art in Europa diesmal an Miele zu vergeben.

Außerdem freue ich mich darüber, Ihnen hier und heute berichten zu können, dass Miele in Deutschland im soeben beendeten KALENDERJAHR 2014 erstmals eine Milliarde Euro Umsatz erreicht hat. Hierfür bedanke ich mich bei Frank Jüttner und dem gesamten Team unserer Vertriebsgesellschaft Deutschland, aber auch bei unseren Fachhandelspartnern und Endkunden.

Zufriedene Kunden, die wiederkommen und uns weiterempfehlen, sind die wichtigsten – und nachhaltigsten – Botschafter unserer Marke Miele. Ihnen verehrte Damen und Herren Medienvertreter, danke ich für die stets faire und kompetente Berichterstattung – und übergebe an Frank Jüttner.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit!