

Miele Gruppe erzielt 7,5 Prozent Umsatzplus

- ▶ Hausgerätekonzern meldet 4,84 Mrd. Euro Umsatz im Geschäftsjahr 2021
- ▶ Starkes Wachstum trotz anhaltender Engpässe bei den Halbleitern / Allzeithoch auch beim Personal
- ▶ Lieferung von Geräten nach Russland gestoppt

Gütersloh, 16. März 2022. – Der weltweit führende Premiumanbieter für Haus- und Gewerbegeräte setzt deutliche Zeichen für nachhaltiges Wachstum: So hat die Miele Gruppe im Geschäftsjahr 2021 weltweit 4,84 Mrd. Euro Umsatz erzielt, das sind 7,5 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Mit seinen besonders langlebigen und energieeffizienten Geräten, dem Einstieg in die Verarbeitung von grünem Stahl sowie CO₂-Neutralität an den Standorten verstärkt Miele zugleich seine Anstrengungen in Richtung der Pariser Klimaziele weiter. Erfolgreich beendet wurde das Wachstums- und Effizienzprogramm Design2Excellence (D2E), in dessen Rahmen sich Miele grundlegend neu aufgestellt hat. Am Jahresende arbeiteten weltweit 21.921 Menschen für den Familienkonzern, das sind 977 Beschäftigte mehr als ein Jahr zuvor. Auch in Deutschland ist die Belegschaft gewachsen.

Das Geschäft der Miele Gruppe wurde im abgelaufenen Jahr von starken gegenläufigen Entwicklungen geprägt: Einerseits sorgte (und sorgt) die vielfach beschriebene historische Sonderkonjunktur aufgrund von Corona für kräftigen Rückenwind. Andererseits spürt auch Miele die Störungen in den weltweiten Lieferketten, insbesondere bei den Halbleitern. Dennoch wurden 2021 in Summe mehr Geräte produziert und verkauft als jemals zuvor in der 123-jährigen Geschichte der deutschen Premiummarke. Der Auftragsbestand zum Start ins neue Jahr ist ebenfalls so hoch wie nie. Um die teils deutlich verlängerten Lieferzeiten wieder zu verkürzen, produziert Miele in allen Werken mit größtmöglicher Auslastung.

Die Perspektiven für den weiteren Verlauf des Jahres sind demgegenüber durch die politischen und wirtschaftlichen Auswirkungen des Krieges in der Ukraine geprägt, wo Miele, wie auch in Russland, mit einer eigenen Vertriebsgesellschaft vertreten ist. Geschäftsleitung und Belegschaft der Miele Gruppe sind tief erschüttert über das Leid der Menschen im Kriegsgebiet und auf den Fluchtrouten. Es gibt eine große Welle der Hilfsbereitschaft im gesamten Konzern, die beim Schutz der 54 Miele-Beschäftigten in der Ukraine und ihrer Familien beginnt, aber auch weit darüber hinaus geht. Aufgrund der geopolitischen Situation und den Unwägbarkeiten, die sich daraus ergeben, hat die Miele Gruppe – über die aktuell verhängten EU-Sanktionen hinaus – die Lieferung von Geräten nach Russland mit sofortiger

Wirkung bis auf Weiteres komplett eingestellt. Ausgenommen bleiben Produkte für die medizinische Versorgung, soweit diese nicht auch von Sanktionen erfasst sind. Die eigenen Shops (Miele Experience Center) und der Webshop sind bereits seit vergangener Woche geschlossen und die Investitionen in den Markt eingefroren. Die Arbeitsplätze der mehr als 230 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wie auch deren Bezahlung bleiben für mindestens sechs Monate erhalten.

Positive Entwicklung in allen Regionen und Produktbereichen

Mit dem für 2021 ausgewiesenen Umsatzzuwachs ist die Miele Gruppe deutlich stärker gewachsen als im langjährigen Mittel, wozu vor allem Osteuropa, China und die USA überproportionale Beiträge geleistet haben. In Deutschland hat Miele 1,39 Mrd. Euro Umsatz erzielt und damit auf sehr hohem Niveau weitere 5,1 Prozent hinzugewonnen. Als weitere Taktgeber für den weltweiten Markenauftritt und zur Inspiration von Endkundinnen und Endkunden sowie Händlern und Architekten wurden 25 Miele Marken Stores neu eröffnet, etwa in Doncaster (bei Melbourne), Düsseldorf, Edinburgh, Peking, Tallinn und Warschau. Im August startete zudem die Miele Lounge in der Münchner Allianz Arena – als Herzstück der Kooperation von Miele als exklusivem Hausgeräte-Partner des FC Bayern München in Deutschland und in China.

Trotz der eingangs beschriebenen Zulieferengpässe bei den Halbleitern hat sich auch in allen Produktgruppen der Umsatz durchweg positiv entwickelt, was insbesondere für die Kühlgeräte, die Kochgeräte und die Geschirrspüler gilt. Aber auch in der Wäsche- und Bodenpflege sowie bei der Kaffeezubereitung liegen Umsätze und Stückzahlen teils deutlich über dem Vorjahr. Zu verdanken ist dies der bereits erwähnten Sonderkonjunktur, aber ebenso der Zugkraft der aktuellen Baureihen und deren Ausrichtung auf Ressourcenschonung und Klimaschutz.

Impulse durch innovative und nachhaltige Produktmerkmale

So hat beispielsweise das Geschäft mit den Kühlgeräten vom coronabedingt hohen Bedarf an zuverlässiger und komfortabler Vorratshaltung stark profitiert. Ein zusätzlicher Pluspunkt sind innovative Produktmerkmale wie das Frischesystem PerfectFresh Active, das mit feinem Sprühnebel Obst und Gemüse bis zu fünfmal länger frisch hält und so auch der Verschwendung von Lebensmitteln entgegenwirkt.

Die neue Einbaugeräte-Generation 7000, deren weltweite Markteinführung im Berichtsjahr sehr erfolgreich abgeschlossen wurde, punktet etwa durch intelligente Assistenzsysteme für kreatives Kochen und beste Ergebnisse, die es so nur bei Miele gibt. Auch in der

Bodenpflege ist Miele in den Segmenten Bodenstaubsauger mit oder ohne Beutel, Akku-Handstaubsauger und Saugroboter überzeugend und zukunftsgerichtet aufgestellt.

Miele setzt auf Langlebigkeit, Energieeffizienz und CO₂-Neutralität

Hinzu kommt, dass nur Miele seine Waschmaschinen, Trockner, Geschirrspüler, Herde/Backöfen, die kabelgebundenen Staubsauger und weitere Produkte auf 20 Jahre Lebensdauer testet. Fast alle Waschmaschinen entsprechen der sehr anspruchsvollen neuen Energieeffizienzklasse A, und dank des innovativen Waschverfahrens PowerWash können Kundinnen und Kunden selbst kleine Mengen ab einem Kilogramm Beladungsmenge energieeffizient waschen.

Seit vergangenem Herbst ist Miele auch mit neuen Geschirrspülern in der bestmöglichen Effizienzklasse A vertreten. Mehr als die Hälfte aller in den Handel gebrachten Miele-Geräte ist vernetzungsfähig. Das ermöglicht Remote-Updates, etwa für die schnelle und bequeme Bereitstellung attraktiver neuer Funktionen auch für Geräte, die schon Jahre in Gebrauch sind. Perspektivisch werden sich so auch Kundendienstfahrten reduzieren lassen.

Seit 2021 arbeitet Miele über alle Standorte hinweg bilanziell CO₂-neutral, bezogen auf die eigenen Emissionen („Scope 1“) und die der Energielieferanten („Scope 2“). Ergänzend wurde auch für den CO₂-Fußabdruck aus der Nutzungsphase der Miele-Geräte, die den größten Teil der Scope-3-Emissionen ausmachen, ein konkretes Ziel kommuniziert: Bis 2030 sollen diese Emissionen im Vergleich zu 2019 um 15 Prozent gesenkt werden, bezogen auf den Gesamtverbrauch über die gesamte Lebensdauer aller 2019 bzw. 2030 in Verkehr gebrachten Geräte. Dass die Nachhaltigkeitsziele der Miele Gruppe wissenschaftlich belegbar auf das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens einzahlen, hat die renommierte Science Based Targets initiative (SBTi) bestätigt, der Miele 2021 beigetreten ist.

Ebenfalls seit 2021 verarbeitet Miele im Rahmen eines Pilotprojekts für seine Backöfen auch sogenannten grünen Stahl, dessen CO₂-Bilanz durch Verwendung von Stahlschrott und klimafreundlichen Energieträgern um 66 Prozent besser ausfällt als bei herkömmlicher Produktionsweise. Auch mit dem zunehmenden Einsatz von recyceltem Kunststoff wird der Gedanke der Kreislaufwirtschaft weiter umgesetzt: So soll die Menge an Rezyklat bis 2025 auf 7.500 Tonnen pro Jahr steigen. Die Details zu allen Nachhaltigkeitsthemen sind im [Miele-Nachhaltigkeitsbericht 2021](#) zusammengefasst, der im vergangenen Oktober veröffentlicht worden ist.

Wachstum auch bei „Professional“ und mit neuen Geschäftsfeldern

Die Business Unit Professional hat 6,2 Prozent mehr Umsatz erzielt als im Vorjahr – und mit ihren Produktbereichen Wäschereitechnik, professionelles Geschirrspülen sowie Medizin- und Labortechnik rund 14 Prozent zum Gesamtumsatz beigetragen. Hier kann von einer Sonderkonjunktur durch Corona keine Rede sein, jedoch gibt es nach längerer Durststrecke deutliche Erholungseffekte, etwa bei den Hotels, Gaststätten und Pflegeeinrichtungen.

Positive Impulse kamen insbesondere durch den neuen mobilen Luftreiniger Miele AirControl, vom Laborbereich sowie von der Wäschereitechnik – wo die Kleingewerbemaschinen („Kleine Riesen“) und die neue Gerätereihe „The New Benchmark Machines“ starke Akzente setzen. Einen zusätzlichen Komfortgewinn verspricht die ebenfalls im vergangenen Jahr gestartete Vernetzungsplattform MOVE, mit der sich bei den gewerblichen Waschmaschinen und Trocknern die Prozesse umfassend kontrollieren und dokumentieren lassen und auch die Software der Maschinen immer auf dem neuesten Stand gehalten werden kann.

Wachstum außerhalb des Stammgeschäfts mit den Haus- und Gewerbegeräten zu forcieren, ist das Ziel der neu errichteten Business Unit „New Growth Factory“. Hier gab es 2021 zwei vielversprechende Weichenstellungen:

- Durch Übernahme des Düsseldorfer Start-ups **Otto Wilde Grillers** steigt Miele in das zukunftssträchtige Geschäftsfeld des Outdoor Cooking ein – mit einem breiten Portfolio innovativer Premium-Lösungen und hochwertigem Zubehör für das Grillen mit Gas und Strom.
- Jüngster Neuzugang ist das Familienunternehmen **Eurofilters** mit Sitz im belgischen Pelt, das für hocheffektive Lösungen aus Vliesstoff steht, zum Beispiel für Staubbeutel, Gesichtsmasken und Blutfiltration. Schon heute produziert Eurofilters einen großen Teil der bei Miele erhältlichen Staubbeutel.

Design2Excellence erfolgreich abgeschlossen

Erfolgreich abgeschlossen wurde Ende 2021 das Wachstums- und Effizienzprogramm Design2Excellence (D2E), das im Herbst 2018 begonnen hatte. Das hierfür definierte Ziel, die Miele Gruppe wachstumsorientierter aufzustellen und zugleich 193 Mio. Euro an Kosten pro Jahr dauerhaft einzusparen, wurde trotz der Erschwernisse durch die Pandemie fast pünktlich erreicht. Dies gilt für die Errichtung von acht neuen Business Units ebenso wie für die Neuordnung der Vertriebsregionen sowie für die weitere Stärkung der

länderübergreifenden Zusammenarbeit, etwa in Vertrieb, Logistik und Service und weiteren Feldern. Das Sparziel wurde bislang zu mehr als 95 Prozent erfüllt, wobei einige wenige D2E-Projekte im Moment aber noch nicht vollständig beendet sind.

Eine weitere positive Nachricht ist, dass der hierfür notwendige Stellenabbau hinter dem 2019 angekündigten Rahmen von weltweit bis zu 1.070 Arbeitsplätzen deutlich zurückbleiben konnte. Im Ergebnis entfallen im Zusammenhang mit D2E insgesamt etwa 800 Stellen. Zudem ließ sich der Abbau in sehr vielen Fällen durch Renteneintritt, Vorruhestand, sonstige natürliche Fluktuation oder interne Versetzung lösen. Gleichzeitig wurde in erheblichem Umfang Personal zusätzlich eingestellt, etwa um neue Geschäftsfelder zu erschließen, die Digitalkompetenz zu stärken oder zum Aufbau neuer Standorte.

So arbeiteten Ende 2021 weltweit 21.921 Menschen für die Miele Gruppe, das sind 977 oder 4,7 Prozent mehr als vor einem Jahr und auch mehr als jemals zuvor. In Deutschland sind es aktuell 11.397 Beschäftigte und damit 331 oder 3,0 Prozent mehr als Ende 2020.

Medienkontakt

Carsten Prudent

Phone: +49 5241 89-1951

E-Mail: carsten.prudent@miele.com

Über das Unternehmen: Miele ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Hausgeräten für die Bereiche Kochen, Backen, Dampfgaren, Kühlen/Gefrieren, Kaffeezubereitung, Geschirrspülen, Wäsche- und Bodenpflege. Hinzu kommen Geschirrspüler, Luftreiniger, Waschmaschinen und Trockner für den gewerblichen Einsatz sowie Reinigungs-, Desinfektions- und Sterilisationsgeräte für medizinische Einrichtungen und Labore. Das 1899 gegründete Unternehmen unterhält acht Produktionsstandorte in Deutschland, je ein Werk in Österreich, Tschechien, China, Rumänien und Polen sowie die zwei Werke der italienischen Medizintechnik-Tochter Steelco Group. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2021 rund 4,84 Milliarden Euro. In fast 100 Ländern/Regionen ist Miele mit eigenen Vertriebsgesellschaften oder über Importeure vertreten. Weltweit beschäftigt der in vierter Generation familiengeführte Konzern etwa 21.900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, etwa 11.400 davon in Deutschland. Hauptsitz ist Gütersloh in Westfalen.

Zu diesem Text gibt es zwei Fotos



Foto 1: Starkes Wachstum trotz fehlender Halbleiter, CO₂-Neutralität an den Standorten: Beim Familienkonzern Miele stimmen die Zahlen – und auch die Richtung bei Nachhaltigkeit und Klimaschutz.
(Foto: Miele)



Foto 2: Kücheneinbaugeräte der Generation 7000: Wie kein zweites Unternehmen der Branche steht Miele nicht nur für Langlebigkeit und Komfort – sondern auch für stilvollen Genuss. (Foto: Miele)

Download Text und Fotos: www.miele-presse.de

Folgen Sie uns:

 @Miele_Presse

 @Miele.DE

 @mieleddeutschland

 Miele