

Miele steigert Umsatz um 12,2 Prozent

- ▶ Hausgerätekonzern meldet 5,43 Mrd. Euro für 2022 (Vorjahr: 4,84 Mrd. Euro)
- ▶ Verkaufte Stückzahlen leicht über Vorjahr / Allzeithoch auch beim Personal
- ▶ Weitere deutliche Zeichen beim Umwelt- und Klimaschutz

Gütersloh, 6. März 2023. – Der weltweit führende Premiumanbieter für Haus- und Gewerbegeräte hat in seinem Geschäftsjahr 2022 mehr Umsatz erzielt und mehr Geräte verkauft als je zuvor – trotz fragiler Lieferketten und rückläufiger Gesamtmärkte. Beim Personal meldet Miele mit 23.322 Beschäftigten den höchsten Stand seiner Geschichte (Stichtag 31. Dezember 2022). Substanzielle Verbesserungen hat der Gütersloher Familienkonzern beim Klimaschutz erzielt, etwa durch verstärkte Nutzung von Photovoltaik, „grünem“ Stahl und Kooperationen zur Elektromobilität sowie weiter verbesserte Energieeffizienz bei den Geräten.

Wie schon in den Vorjahren hat Miele mehr Geräte produziert, verkauft und ausgeliefert als je zuvor in seiner fast 125-jährigen Geschichte. Dies ist umso höher zu bewerten, als sich die Rahmenbedingungen für das Hausgerätegeschäft zuletzt deutlich eingetrübt haben. So hat die coronabedingte historische Sonderkonjunktur im Geschäftsjahr 2022 stark nachgelassen, von der fast zwei Jahre die gesamte Branche profitiert hatte. Hinzu kam der allgemeine Konsumeinbruch seit Beginn des Kriegs in der Ukraine, in dessen Folge Miele die Lieferung von Geräten nach Russland bereits im März eingestellt hat (Ausnahme: Medizintechnik).

„In diesem herausfordernden Umfeld mit insgesamt rückläufigen Märkten hat Miele seine Position zum Teil deutlich ausbauen können“, so die Einordnung der Geschäftsleitung zu den jetzt vorgelegten Zahlen. Zu verdanken sei dies der herausragenden Reputation der Marke Miele, der konsequenten Fokussierung auf Qualität, Langlebigkeit und begeisternde Performance der Geräte sowie dem Engagement der Mitarbeitenden bei Miele weltweit.

Lieferzeiten wieder normalisiert

Trotz weltweit fragiler Lieferketten hat Miele das gesamte vergangene Jahr über in allen Werken ohne nennenswerte Störungen und mit hoher Auslastung produzieren können; auch die Versorgung mit Halbleitern war und ist bis auf Weiteres gesichert. So ließen sich die zuletzt zum Teil deutlich verlängerten Lieferzeiten wieder weitestgehend normalisieren und die für eine schnelle Auslieferung notwendigen Lagerbestände aufbauen. Aktuell zeigen sich die Gesamtmärkte in der Tendenz weiter rückläufig, sodass auch Miele die Produktion etwa

seiner Waschmaschinen, Trockner und Staubsauger von einer historisch hohen Basis aus vorübergehend drosselt, punktuell auch unter Nutzung von einigen Tagen Kurzarbeit. Davon abgesehen, zeigt sich die Geschäftsleitung für den weiteren Verlauf des Jahres „verhalten optimistisch, dass sich das Geschäft trotz der bestehenden Unwägbarkeiten auf dem hohen Niveau stabil halten oder sogar weiter steigern lässt.“ Eine zentrale Herausforderung auf der Beschaffungsseite bleibe die Preisentwicklung bei Material, Energie und Logistik.

Positive Entwicklung für alle Regionen und Produktbereiche

Mit 12,2 Prozent Umsatzzuwachs ist die Miele Gruppe erneut stärker gewachsen als in ihrem langjährigen Durchschnitt. Hierzu haben in erster Linie die osteuropäischen und asiatischen Länder inklusive China überproportional beigetragen, aber etwa auch lang etablierte Märkte wie Australien, Großbritannien, die Niederlande und die USA. In Deutschland hat Miele 1,47 Mrd. Euro Umsatz erzielt, was einem Plus von 5,6 Prozent entspricht. Der außerhalb Deutschlands erzielte Anteil am Umsatz beträgt 72 Prozent.

Unter den Produktgruppen für den Haushalt haben vor allem die Geschirrspüler, die Wäschepflege und die Kochgeräte überproportional erfolgreich abgeschnitten, unterstützt vom ersten IFA-Auftritt seit 2019 mit Innovationsschwerpunkten wie Energieeffizienz und Kochen mit Künstlicher Intelligenz. Erstmals hat Miele in einem Kalenderjahr jeweils mehr als eine Million Waschmaschinen und Geschirrspüler produziert. Auch die Staubsauger, Kühlgeräte und Kaffeevollautomaten, die 2020 und 2021 in besonderer Weise vom coronabedingten Boom profitiert hatten, haben 2022 beim Umsatz hinzugewonnen.

Für weitere Impulse im laufenden Jahr sorgt die Ausnahmeposition von Miele bei den jüngsten Produktvergleichen der renommierten Stiftung Warentest – mit aktuell amtierenden Testsiegern etwa bei den Waschmaschinen, Trocknern, Geschirrspülern, Dunstabzugshauben sowie bei den Staubsaugern, hier mit jeweils alleinigen ersten Plätzen in den Kategorien Bodenstaubsauger (mit Beutel), Akku-Handstaubsauger und Saugroboter. Im Bereich der neuen Geschäftsfelder ist die Auslieferung der mit Spannung erwarteten modularen Outdoor-Küche der Miele-Tochter Otto Wilde Grillers erfolgreich gestartet.

Starker Beitrag durch Professional

Die Business Unit Professional hat 10,3 Prozent mehr Umsatz erzielt – und mit ihren Produktbereichen Wäschereitechnik, gewerbliches Geschirrspülen sowie Medizin- und Labortechnik rund 14 Prozent zum Gesamtumsatz beigesteuert. Hier hatte Corona keine Sonderkonjunktur ausgelöst, sondern ausgeprägte Investitionszurückhaltung bei wichtigen Zielgruppen wie den Hotels, Gaststätten und Pflegeeinrichtungen. Im Berichtsjahr setzten

sich dann aber deutliche Erholungs- und Nachholeffekte fort, so in den touristisch geprägten Regionen Süd- und Osteuropas und auch in traditionell starken Märkten wie den USA, Großbritannien oder Österreich. Zusätzlichen Rückenwind gab es von den noch jungen, inzwischen vollständig ausgerollten Erfolgsreihen wie den Waschmaschinen und Trocknern für Kleingewerbe („Kleine Riesen“), den größeren Wäschereigeräten („The New Benchmark Machines“) oder den Frischwasserspülnern („ProfiLine“). Für umfassende mobile Kontrolle und Dokumentation der Geräteprozesse sowie die nötigen Software-Updates steht die neue Vernetzungsplattform MOVE zur Verfügung, deren Anwendungsbereiche und Funktionen stetig weiter ausgebaut werden – und in immer mehr Ländern genutzt werden können. Durch die Übernahme des Tübinger Labordienstleisters SMP baut Miele seine Kompetenz für Hygienelösungen in der Medizintechnik weiter aus.

Investitionen in Wachstum und Innovation

Zur weiteren Stärkung des weltweiten Premium-Markenauftritts wurden im Berichtsjahr 29 inspirierende Marken Stores neu eröffnet, etwa in Antwerpen, Athen, London, Nizza, Osaka, Perth und Seoul. Insgesamt verfügt Miele jetzt über mehr als 200 eigene Adressen in 50 Ländern. Weitere Investitionsschwerpunkte liegen in der Erweiterung der Produktionskapazitäten und deren Umrüstung auf neue Modellreihen sowie dem Ausbau der weltweiten IT-Infrastruktur der Miele Gruppe.

Wegen des zu erwartenden weiteren Wachstums entstehen am Hauptsitz Gütersloh 300 attraktiv und modern gestaltete Büroarbeitsplätze zusätzlich. Das Zentrale Ersatzteillager, wo mehr als 70.000 verschiedene Teile ständig verfügbar sind, wurde um mehr als 50 Prozent erweitert. Im Interesse eines langen Gerätelebens hält Miele weiterhin die funktionswichtigen Ersatzteile für seine Geräte bis zu 15 Jahre nach Serienauslauf vor.

Nachhaltigkeit bleibt wesentlicher Fokus

Im Bereich Nachhaltigkeit wurden bei Klimaschutz, Energieeffizienz und Kreislaufwirtschaft („Zirkularität“) im Berichtsjahr weitere Zeichen gesetzt:

- So konnten etwa durch Energieeffizienzmaßnahmen allein im Jahr 2022 fünf Gigawattstunden Energie eingespart werden. Ein eindrucksvolles Beispiel für den Ausbau der eigenen Photovoltaik bei Miele ist die 2022 deutlich erweiterte Photovoltaikanlage im chinesischen Miele-Werk Dongguan. Dort decken 9.550 Solarpaneele den Energiebedarf des gesamten Werks zu mehr als 100 Prozent. Zum Vergleich: Rechnerisch könnten damit 1.700 deutsche Durchschnittshaushalte komplett mit Grünstrom versorgt werden. Seit 2019 hat Miele seine jährliche

Stromproduktion über Photovoltaik um insgesamt sieben Gigawattstunden erhöht. Für Gütersloh startet gerade ein ambitioniertes Geothermie-Projekt.

- Nach dem Ausbau der Nutzung von Elektromobilität und „grünem“ Stahl ist Miele nun auch mit einem Pilotprojekt beim „grünen“ Aluminium, das zu 100 Prozent mit Ökostrom aus Wasserkraft produziert wird, Vorreiter der Branche. Bilanziell arbeitet Miele über alle Standorte hinweg bereits seit 2021 CO₂-neutral, bezogen auf die eigenen Emissionen („Scope 1“) und die der Energielieferanten („Scope 2“).
- Miele unterstützt auch seine Kundinnen und Kunden darin, im Alltag nachhaltiger zu leben. So erreichen fast alle Miele-Waschmaschinen (Haushalt) die jetzt beste Energieeffizienzklasse „A“, desgleichen fast alle Geschirrspüler der Generation G 7000, hier wie dort in Verbindung mit besonders kurzen Programmlaufzeiten auch im Eco-Programm. Rechnet man bewährte und zum Teil exklusive Miele-Features hinzu, angefangen bei „auf 20 Jahre Lebensdauer getestet“, Warmwasseranschluss oder automatische Waschmitteldosierung in zwei Phasen, so dürften diese Geräte in puncto Nachhaltigkeit im Markt ihresgleichen suchen. Ihre aktuellen Verbräuche, langfristige Nutzungsstatistiken sowie Tipps für möglichst klimafreundliches Waschen oder Spülen können sich Kundinnen und Kunden auf dem cleveren Consumption Dashboard anzeigen lassen, das Miele auf der IFA vorgestellt hat. Bei den Trocknern setzt das Unternehmen, dem Klima zuliebe, nur noch auf die stromsparende Wärmepumpentechnologie, mit bester Energieeffizienz bis zu „A+++ minus 10 Prozent“.
- Auf dem noch äußerst potenzialträchtigen Feld der Ressourcenschonung und Zirkularität setzt Miele nicht nur auf die herausragende Langlebigkeit und Reparaturfreundlichkeit seiner Geräte, sondern ebenso auf Rezyklate sowie Pilotprojekte zur Aufbereitung alter Geräte oder Komponenten („Refurbishment“). Auch der Miele-Stand auf der IFA war schon in hohem Maße zirkulär konzipiert. So wurden zum Beispiel Standaufbauten zur Wiederverwendung eingelagert, Möbel und Dekorationen gemietet, Tüten und Goodies gestrichen. Der Weg in eine echte Kreislaufwirtschaft ist zwar noch lang – aber Miele arbeitet daran.

Mehr Flexibilität für die Beschäftigten

Zum Stichtag 31. Dezember 2022 waren weltweit 23.322 Menschen bei der Miele Gruppe beschäftigt, das sind 1.401 Mitarbeitende oder 6,4 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. In Deutschland sind es 11.926 und damit 529 mehr als Ende 2021.

Die Attraktivität von Miele als Arbeitgeber und deren Wahrnehmung weiter zu steigern, zählt zu den strategischen Säulen der Miele Gruppe. Ein wegweisendes Signal in diese Richtung liefern zum Beispiel zwei attraktiv ausgestaltete Konzepte für Mobiles Arbeiten beziehungsweise Homeoffice für die deutschen Standorte, bei denen bis zu 80 Prozent der Arbeitszeit zu Hause erbracht werden können, wenn beide Seiten dies befürworten. Wer daheim arbeitet, spart Zeit und Geld, entlastet das Klima und kann Beruf und Familie besser in Einklang bringen – und was sich in der Pandemie aus der Not heraus bewährt hat, möchte Miele für seine Beschäftigten auch auf Dauer erhalten.

An den Kosten im Homeoffice beteiligt sich das Unternehmen, je nach Modell, in unterschiedlicher Höhe, und die erste Resonanz übertrifft alle Erwartungen. Stand heute, haben etwa 5.000 Mitarbeitende eine der beiden Vereinbarungen abgeschlossen. Das sind schon jetzt mehr als zwei Drittel aller Beschäftigten in Deutschland, für die Mobiles Arbeiten oder Homeoffice ihrer Aufgabe entsprechend überhaupt in Betracht kommen kann. Auch in weiteren Ländern sind, den jeweiligen Rahmenbedingungen entsprechend, flexible Lösungen im Einsatz.

Erweiterung der Geschäftsleitung

Nach einer Reihe sehr wachstumsstarker Jahre mit neuen Geschäftsfeldern und Tochterunternehmen sowie der weiteren Internationalisierung und Digitalisierung des Konzerns wurde zum 1. Juli 2022 die Geschäftsleitung erweitert. Sechste Geschäftsführerin ist Rebecca Steinhage, zuvor Senior Vice President Human Resources der Miele Gruppe (seit 2019). Ihr neu geschaffenes Ressort „Human Resources & Corporate Affairs“ umfasst darüber hinaus die Bereiche Sustainability & Regulatory Affairs, Communications und Internal Auditing. Weitere Mitglieder der gleichberechtigten Geschäftsleitung sind weiterhin Olaf Bartsch (Finance & Administration), Dr. Stefan Breit (Technology), Dr. Axel Kniehl (Marketing & Sales) sowie Dr. Markus Miele und Dr. Reinhard Zinkann (Geschäftsführende Gesellschafter).

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, 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 2022 rund 5,43 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 23.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, etwa 11.900 davon in Deutschland. Hauptsitz ist Gütersloh in Westfalen.

Zu diesem Text gibt es vier Fotos



Foto 1: Die Geschäftsleitung der Miele Gruppe meldet 12,2 Prozent Umsatzplus für 2022. Von links: Dr. Markus Miele (Geschäftsführender Gesellschafter), Dr. Stefan Breit (Technology), Dr. Axel Kniehl (Marketing & Sales), Rebecca Steinhage (Human Resources & Corporate Affairs), Dr. Reinhard Zinkann (Geschäftsführender Gesellschafter), Olaf Bartsch (Finance & Administration). (Foto: Miele)



Foto 2: Trotz nachlassender Konjunktur blieb die Nachfrage nach den Qualitätsprodukten aus dem Hause Miele hoch. So produzierte der Familienkonzern 2022 erstmals in einem Kalenderjahr mehr als eine Million Geschirrspüler. Auch bei den Waschmaschinen hat Miele die Millionengrenze überschritten. (Foto: Miele)



Foto 3: Im Miele-Werk im chinesischen Dongguan erzeugen 9.550 Solarpaneele pro Jahr 5.100 Megawattstunden Strom – mehr als genug, um das Werk vollständig mit Elektrizität zu versorgen. (Foto: Miele)



Foto 4: Ein Blick in das 2022 eröffnete Miele Experience Center in Athen, angebunden an das ebenfalls neue Headquarter der griechischen Vertriebstochter Miele Hellas – und einer von mehr als 200 eigenen Markenstores des Unternehmens. (Foto: Miele)

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

Folgen Sie uns:  @Miele.DE

 @mieleddeutschland

 Miele