

Dr. Reinhard Zinkann

Statement IFA-PK 2015

Berlin, 2. September 2015

Verehrte Damen und Herren,  
liebe Gäste,

herzlich willkommen bei Miele auf der IFA 2015 auch von meiner Seite.

„Inspired by life“, so lautet unser Motto auf der IFA 2015.

Genauer gesagt sind es das Leben und der Alltag unserer Kunden, von denen sich unsere Designer, Entwickler und Konstrukteure haben inspirieren lassen. Mal ist das kleine Quäntchen mehr Genuss dabei herausgekommen, das uns das Leben ein wenig schöner macht, mal das Quäntchen mehr Bequemlichkeit bei den Lästigkeiten des Alltags. Mal steckt eine komplexe High-Tech-Lösung dahinter, dann wieder ein verblüffend simples, aber dennoch cleveres Detail. Mal geht es um entspannteres und/oder kreativeres Kochen, mal um den Komfortgewinn im vernetzten Haus.

Hierzu nur drei Beispiele:

„Inspired by life“ für mehr Genuss und mehr Komfort: Ich freue mich, Ihnen heute unseren neuen Kaffeevollautomaten CM 7 vorstellen zu können, der fast alles noch ein wenig besser kann als unser bisheriges Spitzenmodell CM6:

- mit 16 internationalen Kaffeespezialitäten, vom schlichten Kaffee oder Espresso über Caffé Americano und Espresso Macchiato bis hin zum „Long Black“ oder „Flat White“;
- mit heißem Wasser in zwei Temperaturstufen, etwa für die Zubereitung von Schwarzem oder Grünem Tee;
- mit „One Touch for Two“, also dem parallelen Bezug zweier Getränke, mit automatischer Höhenverstellung des Kaffeeauslaufs und farbigem TFT-Display

„C Touch“, das an die „M Touch“-Bedienung unserer Einbaugeräte angelehnt ist;

- mit deutlich vergrößerten Behältern für Wasser, Kaffeebohnen und Kaffeesatz;
- mit Kaffee- oder Teekannenfunktion für den Ausschank von bis zu acht Tassen hintereinander, wenn Besuch erwartet wird.
- und – das gibt es nur bei Miele – mit einer völlig selbstständigen Entkalkung über Nacht oder wann immer Sie dies wünschen. Einmal täglich, sofern Sie das Gerät in Betrieb genommen hatten, sorgen winzige Mengen sanft wirkender Apfelsäure für durchgängige Freiheit von Kalkablagerungen. Sie brauchen nur einmal im Jahr diese Kartusche einzusetzen – den Rest erledigt das Gerät für Sie. Nie wieder Entkalkungstabletten auflösen, nie wieder im unpassenden Moment das Gerät für bis zu eine Stunde aus dem Verkehr ziehen und dabei Gewähr bei Fuß stehen müssen und nie wieder auf den frisch zubereiteten Kaffee oder Cappuccino verzichten müssen – oder auf welche Kaffeespezialität auch immer Sie gerade spontan Appetit haben. Völlig selbsttätige automatische Entkalkung, täglich und schonend, ohne dass Sie auch nur einen einzigen Handgriff beisteuern müssen. „Inspired by life“, exklusiv bei Miele.

Verehrte Damen und Herren, rechnet man dann noch den vorbildlichen Hygienekomfort hinzu – mit entnehmbarer Brüheinheit und automatischem Spülen der milchführenden Leitungen – dann kommen wir zu der Überzeugung, unseren Kunden mit dem neuen CM7 ein herausragendes Gerät bieten zu können, ja, wir finden sogar: Es ist der beste Standkaffeevollautomat am Markt! Ich lade Sie ein: Nehmen Sie mich beim Wort, vergleichen Sie!

Zweites Beispiel: „Inspired by life“ durch ein simples, aber cleveres Detail:

Unsere neuen Standgeräte zum Kühlen und Gefrieren sind nicht nur bestens ausgestattet, sparsam und elegant – sie bieten ihren Nutzern auch mehr Vielfalt und Individualität durch besonders wertige und/oder praktische Türoberflächen. Nie zuvor fügten sich Standkühlschränke so harmonisch auch in ein modernes Küchenumfeld ein. Beispielhaft herausgreifen möchte ich hier die „Blackboard edition“ mit der zum

Beispiel junge Familien ihre Kühlschrankschranktür, oft das wichtigste Kommunikationszentrum für Einkaufszettel, Stundenpläne und Verabredungen, wie eine Tafel nutzen können. Vom Leben inspiriert eben!

Und Beispiel Nummer drei: „Inspired by life“ für zusätzliche Saugpower unserer Bodenstaubsauger mit Energieeffizienzklasse A, darunter ein Aktionsmodell mit zuschaltbarer Intensivstufe, einem Booster. Auch unser Saugroboter Scout RX1 saugt jetzt noch effektiver. Die Details hierzu, wie auch zu allen anderen IFA-Neuheiten von Miele finden Sie in den Presseunterlagen, die am Ausgang für Sie bereitliegen und im Internet zum Download verfügbar sind.

Ehe ich für unserer wichtigsten IFA-Highlights an meine Kollegen Markus Miele und Axel Kniehl übergebe, möchte ich Ihnen aber noch einen zweiten strategischen Schwerpunkt unseres Portfolios zur IFA 2015 vorstellen:

Verehrte Damen und Herren, nach der größten Innovationsoffensive in der Geschichte unseres Unternehmens bietet Miele seinen Kunden über alle Produktgruppen hinweg konsequent mehr Leistung für ihr Geld. Allerdings erreichen wir dies über ein deutliches Plus bei der Ausstattung und nicht wie Sie dies andernorts womöglich schon beobachtet haben mögen, über markenschädigende Rabattschlachten.

Auch hierzu einige Beispiele:

- Ab sofort erreichen sämtliche Waschmaschinen von Miele die Energieeffizienzklasse A+++ oder unterschreiten diese sogar um bis zu 40 Prozent. Die W1-Modelle mit PowerWash-Technologie sind ab sofort mit der weiterentwickelten Variante PowerWash 2.0 ausgestattet. Dies macht selbst im Labelprogramm Laufzeiten unter drei Stunden möglich. Und es gewährleistet dank beladungsabhängiger Steuerung energieeffizientes Waschen auch bei kleinen Füllmengen. Preiserhöhung hierfür: nein!
- Das erfolgreiche Aktionsmodell CulinArt bei den Herden und Backöfen mit 25 Automatikprogrammen und der vor allem beim Backen wichtigen Funktion Klimagaren enthält als zusätzliches serienmäßiges Zubehör einen Gourmet-Bräter im Wert von über 200 Euro. Ohne Preiserhöhung.

- Speziell für junge Familien, bei denen Miele-Geschirrspüler oft einen legendären Ruf genießen, lassen wir unsere bisherige Einstiegsbaureihe G 4000 für ein Jahr befristet als Aktionsmodell „Active“ weiterleben. In allen Bauformen und einem Einstiegspreis von 599 Euro. Je nachdem, ob der Kunde Besteckkorb oder Schublade wählt, entspricht dies einem Nachlass in dreistelliger Höhe. Wir glauben, dass dies ein sehr überzeugendes Angebot ist, dass es vielen leichter macht, schon bei der Erstanschaffung auf den Geschirrspüler zu setzen, den sie sich am meisten wünschen.

Mehr Leistung, Komfort und Energieeffizienz fürs Geld, auf den Geldbeutel junger Zielgruppen zugeschnittene Aktionsmodelle: Auch das ist ganz eng an den Bedürfnissen unserer Kunden, auch das ist „Inspired by life“.

Gestatten Sie mir zum Schluss einen kurzen Blick auf die Lage des Unternehmens. Wie der eine oder andere unter Ihnen bereits wahrgenommen haben mag, hat Miele mit einem Umsatzwachstum von 8,3 Prozent und einem All-Time-High bei der Beschäftigung kein ganz schlechtes Geschäftsjahr hinter sich, ostwestfälisch formuliert. Und auch 2015/16 lässt sich, soviel kann ich an dieser Stelle verraten, ordentlich an.

In Deutschland hat Miele bei einem Plus um 5,4 Prozent erstmals die Schwelle von einer Milliarde Euro Umsatz überschritten und dabei auch Marktanteile hinzugewonnen. Mein Dank hierfür gilt Frank Jüttner und seinem Team der Vertriebsgesellschaft Deutschland, ebenso unseren Partnern im Handel. Ohne den kompetenten und engagierten Einsatz des Fachhandels wäre dieser Erfolg nicht möglich gewesen.

Hierauf in aller Deutlichkeit hinzuweisen, dafür gibt es kaum einen besser geeigneten Ort als die IFA in Berlin.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit und übergebe an Dr. Markus Miele