

BRANCHENNEWS

## Melitta Gruppe steigert Umsatz



Die Melitta Gruppe hat im Geschäftsjahr 2021 einen Umsatz von 1,9 Milliarden Euro erzielt. / Foto: Melitta Gruppe

Für die Melitta Gruppe war 2021 ein gutes Geschäftsjahr: Die in Minden ansässige Unternehmensgruppe erzielte einen Umsatz in Höhe von 1,9 Milliarden Euro. Dies entspricht einer Steigerung im Vergleich zum Vorjahr um 8,6 Prozent. Die Anzahl der Mitarbeitenden erhöhte sich erneut und stieg auf 5.904 Vollzeitbeschäftigte im Jahresdurchschnitt an.

„Mit dem Verlauf des Geschäftsjahres 2021 sind wir insgesamt sehr zufrieden“, sagt Jero Bentz, Mitglied der Unternehmensleitung der Melitta Gruppe. „Trotz der Corona-Pandemie und der zum Teil heftigen Verwerfungen auf den Märkten konnten wir in allen unseren Geschäftsfeldern den Umsatz steigern. Gleichzeitig sind uns bedeutende Fortschritte in der Umsetzung unserer strategischen Agenda insbesondere in den Bereichen Nachhaltigkeit sowie Wachstum und Internationalisierung gelungen.“

**Umsatzsteigerungen in allen Geschäftsfeldern**

In allen drei Geschäftsfeldern – Kaffee, Kaffeezubereitung und Haushaltsprodukte – hat die Melitta Gruppe ihren Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr steigern können. Im Geschäftsfeld Kaffee erhöhten sich die Erlöse von 583 auf 707 Millionen Euro und damit um 21,3 Prozent. Hierzu trugen wesentlich die Geschäftsaktivitäten in Deutschland sowie in Südamerika bei. Im deutschen Kaffeemarkt beträgt der Marktanteil – nach 9,5 Prozent im Vorjahr – mittlerweile 11,3 Prozent. Größte Treiber dieser Entwicklung waren die Produkte im Bereich Filterkaffee und Ganze Bohne.

Im Geschäftsfeld Kaffeezubereitung stieg der Umsatz auf 518 Millionen Euro und damit um

2,6 Prozent. Sehr erfolgreich agierte die Melitta Gruppe dabei in den Bereichen Kaffeefiltermaschinen und Vollautomaten. Insbesondere die Premiumgeräte für private Haushalte stießen auf eine hohe Nachfrage. Der Absatz für die professionelle Heißgetränkezubereitung blieb aufgrund der anhaltenden Auswirkungen der Corona-Pandemie dagegen auf Vorjahresniveau.

Die Umsatzerlöse im Geschäftsfeld Haushaltsprodukte stiegen um 3,5 Prozent auf 614 Millionen Euro an. Zu dieser Entwicklung trugen insbesondere die Markenprodukte, die Produkte für den Foodservice sowie die zur Melitta Gruppe gehörende Gesellschaft Cuki Cofresco bei.

**Ergebnisbelastungen durch Marktverwerfungen**

Die Corona-Pandemie hat sich auch 2021 belastend auf die Entwicklung des B2B-Geschäfts der Melitta Gruppe ausgewirkt. Die Investitionsneigung gewerblicher Kunden blieb aufgrund von Unsicherheiten und Personalengpässen zurückhaltend. Darüber hinaus belastete der sprunghafte Anstieg der Energie-, Material- und Transportkosten das Ergebnis der Melitta Gruppe deutlich. Herausfordernd war außerdem die mangelnde Verfügbarkeit von Rohwaren und Materialien.

**Ausbau des Produkt- und Leistungsspektrums**

Mit der Übernahme von Mehrheitsbeteiligungen am italienischen Kaffeeröster Caffè Corsini sowie an der Online-Plattform roastmarket.de hat die Melitta Gruppe ihre Wachstums- und Internationalisierungsstrategie 2021 erfolgreich fortgesetzt.

Darüber hinaus wurde in Bremen eine eigene Kaffeemanufaktur für Spezialitätenkaffees errichtet. Die zum Jahresende gelaunchten elf neuen Produkte richten sich speziell an Kaffeekenner und -liebhaber.

**Erfolgreiche Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele**

Die Melitta Gruppe integriert Nachhaltigkeit als festen Bestandteil in die Unternehmensstrategie. Im vergangenen Geschäftsjahr wurde erneut das Produkt- und Leistungsspektrum mit Blick auf Nachhaltigkeitsanforderungen weiterentwickelt. Außerdem wurden mehrere umfassende Projekte und Initiativen gestartet und vorangetrieben. Dazu gehört das Social Business 'Fair Recycled Plastic', für das die Melitta Gruppe in Indien eine Recyclingfirma zur Aufbereitung von Plastikabfällen gegründet hat. Das produzierte Kunststoffgranulat fließt in die eigene Müllbeutelproduktion ein.