

Umsatzplus



Miele blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2021 zurück / Foto: Miele

Deutliche Zeichen für nachhaltiges Wachstum: Die Miele Gruppe erzielte im Geschäftsjahr 2021 weltweit 4,84 Milliarden Euro Umsatz, das sind 7,5 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Die Business Unit Professional verzeichnet dabei 6,2 Prozent mehr Umsatz als im Vorjahr. Das Geschäft der Miele Gruppe wurde im vergangenen 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 des Traditionsunternehmens. 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 bis auf Weiteres komplett eingestellt. Ausgenommen bleiben Produkte für die medizinische Versorgung, soweit diese nicht auch von Sanktionen erfasst sind.

Wachstum bei Professional und mit neuen Geschäftsfeldern

Die Business Unit Professional erzielte 6,2 Prozent mehr Umsatz als im Vorjahr und trug mit ihren Produktbereichen Wäschereitechnik und professionelles Geschirrspülen damit rund 14 Prozent zum Gesamtumsatz bei. Hier kann von einer Sonderkonjunktur durch Corona keine Rede sein, jedoch gibt es nach längerer Durststrecke deutliche Erholungseffekte, wie etwa bei den Hotels und Restaurants.

Positive Impulse kamen insbesondere durch den neuen mobilen Luftreiniger AirControl, 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:

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 Millionen 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.