Geschäftsjahr 2020 von Miele

Umsatz um 6,5% gesteigert

Donnerstag, 11.02.2021

Im Geschäftsjahr 2020 (1. Januar bis 31. Dezember) hat die Miele Gruppe 4,5 Mrd. Euro Umsatz erzielt, das sind 6,5% mehr als 2019. Dies sei umso höher zu bewerten, als das zurückliegende Jahr auch für Miele massiv durch die Verwerfungen der Pandemie geprägt war. „Dank unserer starken Marke, einem hochwertigen Produktangebot und dem nachdrücklichen Ausbau der digitalen Vermarktung ist es dennoch gelungen, den Vorjahresumsatz deutlich zu übertreffen. Diesen Kurs werden wir fortsetzen und weiter forcieren“, so die Geschäftsleitung des Premiumanbieters für Haus- und Gewerbegeräte.

Unter den wechselhaften Vorzeichen der Pandemie glich auch der Geschäftsverlauf der Miele Gruppe der sprichwörtlichen Fahrt mit der Achterbahn: mit einem vielversprechenden Jahresauftakt, dann deutlichen Einbrüchen von März bis Mai, starken Nachholeffekten im Sommer und einer herausragenden zweiten Jahreshälfte. Eine ausgeprägte Sonderkonjunktur bei den Hausgeräten hat hier für kräftigen Rückenwind gesorgt.

In Deutschland hat Miele 1,33 Mrd. Euro Umsatz erzielt. Dies entspricht einem Plus von 8,8% und macht 29,5% vom Gesamtumsatz aus. Starke Zuwächse gab es darüber hinaus in den umsatzstarken europäischen Nachbarmärkten wie Benelux, Frankreich, Österreich und der Schweiz – aber etwa auch in den aufstrebenden Ländern Osteuropas und insbesondere in China. In anderen wichtigen Märkten konnte das Geschäft trotz schwerer Beeinträchtigungen durch die weiterhin alarmierende Ausbreitung von Covid-19 etwa auf Vorjahresniveau gehalten werden, darunter die USA und Großbritannien. Unter den Vertriebskanälen hat sich vor allem der Online-Umsatz positiv entwickelt.

Werke produzieren mit sehr hoher Auslastung

Bei den Stückzahlen haben im Berichtsjahr fast alle Produktgruppen Allzeithochs erreicht. Bei den Kühl- und Gefriergeräten prägt der Corona-bedingte Mehrbedarf nach längerfristiger und zuverlässiger Vorratshaltung das Bild. In der Küche profitiert Miele nach eigenen Angaben darüber hinaus von der „herausragenden Performance und den exklusiven smarten Features“ der aktuellen Einbaugeräte-Generation „7000“ sowie der Geschirrspüler „G 7000“.

Wegen der historisch hohen Verkaufszahlen – und weil im Frühjahr mehrwöchige Produktionsstopps nicht zu vermeiden waren – produzieren die Werke jetzt mit sehr hoher Auslastung. Zum Teil werden Sonderschichten gefahren und Kapazitäten dauerhaft aufgestockt. Dennoch seien bei den Waschmaschinen, Trocknern und Geschirrspülern, je nach Modell, Lieferzeiten von mehr als sechs Wochen derzeit nicht zu vermeiden.

Wachstum durch neue Geschäftsfelder

Um zusätzliches Innovations- und Wachstumspotenzial zu erschließen, forciert Miele eine mehrgleisige Strategie. Zur Unterstützung des Stammgeschäfts beteiligt sich der Konzern über die Miele Venture Capital GmbH an vielversprechenden Start-ups, etwa mit Blick auf smarte Services rund um das Geräteprogramm oder zur Unterstützung der (digitalen) Vermarktung. Ein aktuelles Beispiel ist die

innovative Rezepte-App KptnCook, wo Miele, [wie in dieser Woche bekanntgegeben](#), jetzt die Mehrheit der Anteile übernommen hat.

Corona-Sonderzahlung für alle Beschäftigten weltweit

Zum Stichtag 31. Dezember 2020 beschäftigte die Miele Gruppe weltweit 20.944 Mitarbeiter. Das sind 466 oder 2,3% mehr als 2019. In Deutschland sind es 11.066 Beschäftigte, was den Vorjahreswert leicht übersteigt. Die Beschäftigten arbeiten nach wie vor unter erschwerten Bedingungen, vor allem in Produktion und Service oder auch wegen der Schließung von Schulen und Kitas. Zudem gab es im zweiten Quartal Einbußen beim Entgelt, etwa infolge von Kurzarbeit oder durch freiwilligen Verzicht. Die Geschäftsleitung dankte den Mitarbeitern für ihren besonderen Einsatz in dieser schwierigen Zeit. Als Ausgleich für die Corona-bedingten Belastungen haben alle Beschäftigten weltweit im Dezember eine freiwillige Sonderzahlung von 40% eines Monatsentgeltes erhalten.

Umsatz um 6,5% gesteigert

Links

- [Miele](#)