

Pressemitteilung
Nr. 100/2019

Miele stellt die Weichen für eine nachhaltig erfolgreiche Zukunft

- ▶ Größte Wachstums- und Innovationsoffensive in der Geschichte des Unternehmens angekündigt
- ▶ Wegen notwendiger Kostensenkungen sollen in Verwaltung und Vermarktung weltweit rund 1.070 Arbeitsplätze entfallen, davon 240 in Deutschland
- ▶ Etwa 470 neue Arbeitsplätze entstehen an anderen Stellen

Gütersloh, 30. Oktober 2019. – 120 Jahre nach seiner Gründung stellt sich Miele grundlegend neu auf. Ziel ist, die führende Marktposition im Premiumsegment der Haus- und Gewerbegeräte weiter auszubauen und zugleich die Wirtschaftlichkeit der gesamten Miele Gruppe nachhaltig zu sichern. Hierzu sollen zum Beispiel neue Business Units maßgeblich beitragen, ein schlagkräftigerer Zuschnitt des weltweiten Vertriebs, ein neuer Standort für das digitale Marketing und auch das Erschließen neuer Geschäftsfelder. Die Neuausrichtung ist mit deutlichen Einsparungen bei den laufenden Kosten verbunden, die sich auch auf den Personalbereich auswirken: Bis Ende 2021 sollen weltweit rund 1.070 Stellen entfallen, davon etwa 240 in Deutschland. Dies soll verantwortungsvoll, möglichst sozialverträglich und in enger Abstimmung mit den Betriebsräten gestaltet werden.

Rund 4,16 Milliarden Euro Umsatz und mehr als 20.200 Beschäftigte hat der Gütersloher Familienkonzern für sein Geschäftsjahr 2018/19 gemeldet. Das entspricht einem Umsatzzuwachs von mehr als 30 Prozent und einem Plus von gut 17 Prozent bei den Beschäftigten, bezogen auf die letzten fünf Jahre. Auch nach dem ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres stehen die Zeichen zwar auf Wachstum. Gleichzeitig ist jedoch auch tiefgreifenden Veränderungen des Marktes und der Kundengewohnheiten Rechnung zu tragen, die die gesamte Branche vor große Herausforderungen stellen.

Dringender Handlungsbedarf, vor allem aber auch enorme Chancen, ergeben sich etwa aus der rasant gewachsenen Bedeutung der digitalen Kanäle und mobilen Devices für die Informations- und Kommunikationsgewohnheiten der Kunden. Hinzu kommen die immer preisaggressiveren Marktauftritte asiatischer Konzerne. In wichtigen Märkten ist zudem die Konjunktur deutlich eingetrübt. Auslöser hierfür sind die bekannten geopolitischen Konflikte und Risiken, deren Ende nicht absehbar ist.

Frei zur
redaktionellen
Verwendung

Belege erbeten an
Miele & Cie. KG
Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

Postanschrift
Postfach
33325 Gütersloh

Telefon
05241 89-1953
Telefax
05241 89-1950

www.miele.de
presse@miele.de

In diesem veränderten Umfeld setzt der deutsche Familienkonzern weiterhin auf die Kraft seiner Marke, seinen einzigartigen Qualitätsanspruch und auf Innovationen, die begeistern. Hinzu kommt ein stärkerer Fokus auf neue Geschäftsfelder sowie auf das Tempo und die Flexibilität bei der Entwicklung neuer Geräte und Services. Gleichzeitig stellt sich das Unternehmen in Administration und Vermarktung wachstumsorientierter auf, optimiert in allen Bereichen seine Prozesse und gewinnt so auch zusätzliche Spielräume bei den Kosten und Preisen. Die damit verbundenen Herausforderungen und Chancen werden aus einer Position der Stärke und mit dem notwendigen Nachdruck in Angriff genommen.

Neue Führungsstruktur stärkt unternehmerisches Denken

Um für die gesamte Miele Gruppe die Potenziale für mehr Wachstum und Kosteneffizienz zu identifizieren und daraus konkrete Maßnahmen abzuleiten, hatte Miele vor einem Jahr sein Programm Design2Excellence (D2E) gestartet. Die Kernergebnisse:

- Um unternehmerische Verantwortung innerhalb der Organisation zu stärken, soll das operative Geschäft in acht Business Units gebündelt werden. Deren Leitung hat jeweils die volle Entscheidungskompetenz für ihre Wertschöpfungskette. Sie ist der Geschäftsleitung gegenüber für Umsatz, Kosten und Ergebnis verantwortlich. Dies stärkt die Führungskräfte und verkürzt Abstimmungs- und Entscheidungswege. Bei den Gewerbegeräten und in der Medizintechnik ist außerdem geplant, die direkte Verantwortung für den weltweiten Vertrieb und Service von den Vertriebsgesellschaften der Länder auf die Business Unit zu übertragen.
- Die Business Unit „New Growth Factory“ soll eigens dafür geschaffen werden, neue Geschäftsfelder zu identifizieren. Ziel ist, sich über das heutige Stammgeschäft hinaus substanziell breiter aufzustellen und so neue Erlösquellen zu erschließen.
- Um die Potenziale der Märkte bestmöglich auszuschöpfen und regionale Synergien zu fördern, ordnet Miele seine weltweiten Vertriebsstrukturen neu. Zum Beispiel werden China, USA und Kanada künftig direkt an die Geschäftsleitung angebunden.
- Zum weiteren Ausbau der Digitalkompetenz im Marketing und im Vertrieb sollen digitales Marketing, E-Commerce und Digital Analytics in einem neuen Bereich zusammengefasst werden. Der neue „Digital Hub Marketing & Sales“ der Miele Gruppe soll in Amsterdam errichtet werden.

- Für die Finanzierung der notwendigen Zukunftsinvestitionen und zur nachhaltigen Sicherung der Wirtschaftlichkeit sollen rund 190 Millionen Euro pro Jahr eingespart werden, einschließlich der schon länger laufenden und bewährten Programme zur kontinuierlichen Verbesserung der Produktivität und im Einkauf. Realisiert wird diese Summe überwiegend bei den Sachkosten, jedoch sind auch im Personalbereich Reduzierungen unumgänglich. Dies gilt etwa für den Abbau von Parallelstrukturen und für länderübergreifendes Bündeln von Kräften in Vertrieb, Service, Logistik, IT und bei Standardtätigkeiten im Finanzbereich.
- Im Ergebnis können bis Ende 2021 in Deutschland etwa 240 Arbeitsplätze entfallen, und zwar vornehmlich am Standort Gütersloh (Hauptverwaltung, Vertriebsgesellschaft Deutschland). Außerhalb Deutschlands können rund 830 Arbeitsplätze betroffen sein.

Die Geschäftsleitung ist sich der Tatsache bewusst, dass diese Einschnitte für die betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von großer Tragweite sind. Daher werde man alles daransetzen, verantwortungsvolle und sozialverträgliche Lösungen zu finden, die im Einklang mit den Werten des Unternehmens stünden. Ziel sei, betriebsbedingte Kündigungen, wo eben möglich, zu vermeiden. Zum weiteren Vorgehen beginnen zeitnah ausführliche Gespräche mit den Betriebsräten.

„Entscheidender Beitrag für ein gesundes und starkes Familienunternehmen Miele“

An anderen Stellen soll es im Zuge von D2E einen Aufbau von etwa 470 Arbeitsplätzen geben, zur Stärkung der Digitalkompetenz, für neue Geschäftsfelder und in weiteren neuen Standorten für die länderübergreifende Unterstützung in den oben genannten Bereichen. Ebenfalls unter dem Dach von D2E setzt Miele in den Werken sein bewährtes Produktivitätsprogramm MWS 4.0 weiter fort. Mit den hier zu erzielenden Effizienzvorteilen lassen sich Renteneintritte und Stückzahlwachstum mit der bestehenden Belegschaft bewältigen. Über alle Werke erspart dies eine mittlere dreistellige Zahl an Neueinstellungen.

Von Design2Excellence ist das Programm „Wäschepflege 2025“ zu unterscheiden, in dessen Rahmen sich das Gütersloher Waschmaschinenwerk („Werk GTG“) auf das Zusammenspiel mit dem neuen Werk im polnischen Ksawerów vorbereitet. Im Werk GTG sollen rund 650 Arbeitsplätze abgebaut werden, dies aber erst bis Ende 2025. Wie sich diese langfristige Reduzierung möglichst sozialverträglich erreichen lässt, ist bereits Gegenstand intensiver Gespräche mit dem Betriebsrat und der IG Metall.

„Die Umsetzung der geplanten Veränderungen wird ein Kraftakt, der nur mit der Unterstützung und dem Vertrauen der Belegschaft gelingt“, so die beiden Geschäftsführenden Gesellschafter Dr. Markus Miele und Dr. Reinhard Zinkann. Aber die Anstrengungen würden sich lohnen, „denn damit leisten wir alle zusammen einen entscheidenden Beitrag zur nachhaltigen Sicherung von Miele als das gesunde, starke und unabhängige Familienunternehmen, das es heute ist“. Miele und Zinkann führen die Miele Gruppe gleichberechtigt mit den drei familienunabhängigen Geschäftsführern Olaf Bartsch (Finanzen/Hauptverwaltung), Dr. Stefan Breit (Technik) und Dr. Axel Kniehl (Marketing/Vertrieb).

Medienkontakt:

Carsten Prudent

Telefon: +49 (0)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 (Geschäftsbereich Professional). Das 1899 gegründete Unternehmen unterhält acht Produktionsstandorte in Deutschland sowie je ein Werk in Österreich, Tschechien, China und Rumänien. Hinzu kommen die zwei Werke der italienischen Medizintechnik-Tochter Steelco Group. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2018/19 rund 4,16 Milliarden Euro (Auslandsanteil rund 71 Prozent). In fast 100 Ländern ist Miele mit eigenen Vertriebsgesellschaften oder über Importeure vertreten. Weltweit beschäftigt der in vierter Generation familiengeführte Konzern etwa 20.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, 11.050 davon in Deutschland. Hauptsitz ist Gütersloh in Westfalen.

Download Text: www.miele-presse.de

Folgen Sie uns:  @Miele_Presse

 @Miele.DE

 @Miele_com

 Miele