

Rekordumsatz bei Professional



Dr. Christian Kluge, verantwortlich für die Business Unit Professional bei Miele / Foto: Miele

Im 125. Jubiläumsjahr von Miele ist der Professional-Bereich so umfassend aufgestellt wie nie. So hat das Unternehmen mit gewerblichen Produkten und Services im Geschäftsjahr 2023 mit 819 Millionen Euro einen Rekordumsatz erzielt. Professional-Chef Christian Kluge im Gespräch über Märkte und Trends

Das Portfolio des Miele Professional-Bereichs umfasst Hygienelösungen für Hotellerie, Gastronomie, Pflegeeinrichtungen sowie in der Medizintechnik für Kliniken, Arztpraxen und Labore. Großes Potenzial sieht Dr. Christian Kluge, verantwortlich für die Business Unit Professional, zudem in einem Joint Venture. Das Gemeinschaftsunternehmen vereint die Miele-Tochter Steelco mit den Belimed-Gesellschaften Infection Control und Life Science und wird damit zu einem der größten Anbieter für Systemlösungen für Kliniken und die Pharmaindustrie weltweit. Christian Kluge mit einer Bestandsaufnahme, über Märkte und Zukunftsperspektiven.

Herr Kluge, die vergangenen Jahre haben Spuren in vielen Branchen hinterlassen, für die Miele Hygienelösungen anbietet. Wie beurteilen Sie das Marktumfeld und wie hat sich Professional entwickelt?

In der Tat war das Marktumfeld in den vergangenen Jahren schwierig und ist es noch. Stichworte hierzu sind Corona, Umsatzeinbrüche und Fachkräftemangel in der Gastronomie sowie in Pflegeberufen und nicht zuletzt Kostensteigerungen in nahezu allen Branchen, für die wir Lösungen anbieten. Das hat zu Verunsicherung und Kaufzurückhaltung geführt.

Umso erfreulicher ist es, dass die Business Unit Professional erneut zulegen konnte und 2023 mit 819 Millionen Euro einen Rekordumsatz erzielt hat. Zusammen mit dem kürzlich gestarteten Joint Venture SteelcoBelimed wird der jährliche Umsatz über einer Milliarde Euro liegen.

Sehen Sie Anzeichen für eine wieder steigende Investitionsbereitschaft bei gewerblichen Produkten?

Wir erwarten in Kerneuropa eine konstante gesamtwirtschaftliche Lage. Einerseits wird die Zeit knapper Kassen noch weiter anhalten, andererseits können notwendige Investitionen nicht beliebig aufgeschoben werden. Gut für die Kunden: Bei geringerem Marktvolumen herrscht mehr Wettbewerb. Wir sehen uns dafür gut gerüstet? unsere Produkte halten besonders lang und ein dichtes Servicenetz sichert beste Verfügbarkeit.

In welchen Segmenten sehen Sie Potenzial?

Über Konjunkturzyklen hinweg hat Professional in allen Sparten sehr gute Wachstumsmöglichkeiten. Kunden suchen Lösungen mit besserer Effizienz, höherer Verfügbarkeit und besserer Nachhaltigkeit. Das verändert den Markt, und die richtigen Lösungen werden verstärkt gekauft. Schauen wir uns die Wäschepflege an. Mehr Effizienz und Nachhaltigkeit erreichen wir zum Beispiel in der Hotellerie durch unsere neuen Benchmark-Maschinen mit Eco-Programmen, aber auch durch digitale Lösungen um unsere Plattform Miele MOVE, die unter anderem bei der Auslastungsoptimierung unterstützt. Im Bereich Self-Service schaffen wir mit appWash mehr Wirtschaftlichkeit für den Betreiber und mehr Convenience für den Nutzer.

Gilt Vergleichbares auch für die Zielgruppenprodukte für Arztpraxen und Labore?

Im Bereich Reinigung/Desinfektion und Sterilisation geht es neben den schon erwähnten Punkten um abgesicherte Ergebnisse und einfache, schnelle Bedienung. In immer mehr Ländern setzt sich die maschinelle Aufbereitung von medizinischen Instrumenten durch, weil sie sicherer und einfacher ist. Ähnliches gilt für die Reinigung von Laborglas. Neue Verfahren sind hier wirksamer, schneller und verbrauchen weniger Ressourcen. Neben der Nachfrage nach Produkten wirkt das auf die Nachfrage nach unseren Serviceleistungen.

Apropos Service, welchen Anteil hat der am Geschäftserfolg?

Der Service trägt über ein Viertel zu unserem Gesamtumsatz bei - im gewerblichen Bereich ist das deutlich mehr als etwa bei Hausgeräten. Präventiver Service sichert die Verfügbarkeit und Produktivität bei den Kunden. Im medizinischen Bereich ist zudem die Einhaltung von Hygienestandards regelmäßig nachzuweisen. In der Business Unit Professional verstehen wir Service aber noch in einem viel weiter gefassten Sinn und nicht allein bezogen auf den Geräteservice.

Inwiefern?

Kluge: In den vergangenen Jahren haben wir uns zu einem Lösungsanbieter für unsere Kundinnen und Kunden entwickelt und werden auch so wahrgenommen. Dahinter steht das Credo, dass wir wie kein zweiter Anbieter auf die Bedürfnisse der jeweiligen Branchen eingehen. Stichwort Customizing: Für die MasterLine-Geschirrspüler haben wir spezielle Körbe für Bedarfe in Seniorenresidenzen oder in der Gastronomie entwickelt. Im medizinischen Bereich und in Laboren ist der Spezialisierungsgrad noch größer, etwa mit Blick auf Adapter für das sichere Spülen, Desinfizieren und Sterilisieren von Hohlkörperinstrumenten oder Laborgläsern. Je komplexer und größer die Anlagen sind,

desto mehr ist neben Beratung und Installation auch die vorgelagerte Planungskompetenz unserer Spezialisten gefragt ? bei Bedarf auch für komplette Sterilgut-Versorgungsabteilungen in Kliniken. Dazu kommen für unsere Anwendungen entwickelte Chemikalien, die sichere Prozesse gewährleisten, und digitale Plattformen, die wir beständig ausbauen.

Stichwort Kliniken. Miele und Metall Zug haben im vergangenen November ein Joint Venture angekündigt. Wie ist hier der Stand?

Vor wenigen Wochen haben die zuständigen Behörden zugestimmt und wir haben Anfang Juni den Zusammenschluss der Steelco Group von Miele mit den Belimed-Gesellschaften für InfectionControl und LifeScience von Metall Zug vollzogen. Wir werden jetzt die Integration in einem groß angelegten Programm vorantreiben. Unter der Marke SteelcoBelimed bieten wir Reinigungs-, Desinfektions- und Sterilisationslösungen sowohl den Hospitalbereich als auch die Produktion in Pharmaunternehmen.

Was zeichnet Sie hier aus?

Unsere Ambition ist es, in beiden Bereichen der globale Lösungsanbieter mit der höchsten Kundenorientierung, der stärksten Innovationskraft und der größten Zuverlässigkeit zu sein. Mit einem kumulierten Umsatz von zirka 490 Millionen Euro in 2023 in diesem Geschäft gehören wir zu den größten Anbietern weltweit, und zu denen mit der breitesten regionalen Abdeckung. Wir haben ausgezeichnete Wachstumschancen in Europa, Asien und Amerika. Für Miele ist die Mehrheitsbeteiligung am Joint Venture ein weiterer Schritt zur Stärkung des Professional-Geschäfts. Durch dieses zweite Standbein neben dem Hausgerätegeschäft wird Miele insgesamt unabhängiger von Konjunkturzyklen. Dies ist ein großer Zusatznutzen neben den Wachstums- und Ergebnisbeiträgen aus diesem Bereich.