

Melitta schließt Geschäftsjahr 2018 erfolgreich ab



Tanja Wucherpennig
Leiterin interne und
externe Kommunikation

T +49 571 / 4046 - 281
tanja.wucherpennig@melitta.de

Mit einem Umsatz von 1.543 Mio. Euro schließt Melitta das Geschäftsjahr 2018 erfolgreich ab. ©Melitta Group

- Umsatz auf gutem Vorjahresniveau
- Erneut Rekordabsatz im Geschäftsfeld Kaffee
- Herausfordernde Entwicklungen auf den Währungs- und Rohwarenmärkten

Minden, 07.08.2019. Für die Melitta Group war das Geschäftsjahr 2018 nach den wachstumsstarken Geschäftsjahren 2015 bis 2017 erneut ein von Erfolg geprägtes Jahr. Die Unternehmensgruppe mit Sitz in Minden erzielte einen Umsatz in Höhe von 1.543 Mio. Euro und erreichte damit trotz ungünstiger Entwicklungen auf den Währungs-, Kaffee- und Zellstoffmärkten wiederum den hohen Umsatz des Vorjahres.

„Wir sind mit dem vergangenen Geschäftsjahr sehr zufrieden“, sagt Jero Bentz, Mitglied der Unternehmensleitung der Melitta Group. „Wir haben uns in einem schwierigen Umfeld behauptet, unseren Umsatz bestätigt und dabei den Absatz gesteigert. Gleichzeitig wurden wieder viele Projekte im Rahmen unserer Innovations- und Expansionsstrategie vorangetrieben und umgesetzt. Damit sind wir bestens aufgestellt, um unsere ehrgeizigen Wachstumsziele der kommenden Jahre zu erreichen.“

Positive Entwicklung aller Geschäftsfelder

Zum erfolgreichen Verlauf des vergangenen Jahres haben alle Geschäftsfelder – Kaffee, Kaffeezubereitung und Haushaltsprodukte – der Melitta Group beigetragen. Nahezu alle Unternehmensbereiche haben ihre Wachstumsziele erreicht und ihre

Zentralbereich Kommunikation
& Nachhaltigkeit
Melitta Group Management
GmbH & Co. KG

Marienstraße 88, 32425 Minden
Postfach 1126, 32371 Minden

T +49 571 / 4046 - 0
F +49 571 / 4046 - 272

pr@melitta.de
www.melitta-group.com

Marktpositionen insbesondere durch neue Produkte, aber auch mit Investitionen in die bestehenden Marken ausgebaut. Darüber hinaus sind über die gesamte Unternehmensgruppe hinweg die Marktaktivitäten weiter internationalisiert worden.

Im Geschäftsfeld Kaffee wurde – zum achten Mal in Folge – ein mengenmäßiger Rekordabsatz erzielt. In Deutschland war Melitta® in 2018 die Marke mit der höchsten Käuferreichweite*. Der in Euro umgerechnete Umsatz in Nord- und Südamerika ging insbesondere aufgrund von ungünstigen Währungsentwicklungen trotz Mengenwachstums zurück.

Positiv entwickelte sich auch das Geschäftsfeld Kaffeezubereitung. Hierzu beigetragen hat insbesondere der Bereich Kaffeevollautomaten, der ebenfalls einen neuen Absatzrekord aufgestellt hat. Bei den Filterkaffeemaschinen wurde die Position als Marktführer in Europa weiter ausgebaut. Erfreulich ist außerdem, dass erneut die Marktanteile im umkämpften europäischen Markt für Filterpapier ausgedehnt werden konnten.

Auch im Geschäftsfeld Haushaltsprodukte wurden die Marktanteile – vor allem in Westeuropa – ausgebaut. Einen wesentlichen Einfluss auf den Umsatz des Geschäftsfelds hatte außerdem die zum 1. Juli 2018 erstmals im Finanzabschluss berücksichtigte Übernahme von Cuki Cofresco. Darüber hinaus haben Umsatzsteigerungen der Unternehmensbereiche Cofresco sowie Wolf PVG zum erfolgreichen Verlauf des Geschäftsjahres beigetragen.

Eintritt in neue Märkte

Das vergangene Geschäftsjahr war wie das Jahr zuvor geprägt durch den Eintritt in neue Märkte, einem Ausbau der Internationalisierungsaktivitäten und der Entwicklung und Einführung neuer Produkte. Zu den herausragenden Meilensteinen gehörte dabei die Übernahme der Mehrheitsanteile der Cuki Cofresco S.r.L., dem italienischen Marktführer für Lebensmittelverpackung, Aufbewahrung und Müllbeutel. Die Akquisition führte nicht nur zu einem Ausbau der Markt- und Wettbewerbsposition in Europa, sondern auch zu einer deutlichen Stärkung des Geschäftsfelds Haushaltsprodukte.

2018 hat Wolf PVG die Gesellschaftsanteile des polnischen Marktführers für Staubsaugerbeutel und Halteplatten, Worwo, übernommen. Die Übernahme ermöglicht es, die attraktiven Wachstumspotenziale im mittel- und osteuropäischen Raum zu erschließen. Außerdem ist die Melitta Group zu Jahresbeginn 2018 eine strategische Partnerschaft mit dem Office-Coffee-Anbieter coffee at work eingegangen.

Konsequente Internationalisierungsstrategie

„Mit der vor vier Jahren beschlossenen strategischen Ausrichtung haben wir die richtigen Weichenstellungen für die Zukunft der Melitta Group vorgenommen“, sagt Volker Stühmeier, ebenfalls Mitglied der Unternehmensleitung. „Die im Rahmen von Melitta 2020 angepasste Unternehmensausrichtung hat auch unter schwierigen Rahmenbedingungen ein organisches Wachstum ermöglicht, die Ertragsituation verbessert und uns robuster gegen negative externe Effekte werden lassen. An unserer konsequenten Wachstums- und Internationalisierungsstrategie halten wir gemeinsam mit dem begonnenen Kulturwandel-Programm innerhalb der Unternehmensgruppe fest. Besonderen Fokus legen wir dabei auf die Entwicklung innovativer Produkte und

Dienstleistungen, die den aktuellen globalen Trends entsprechen, wie Individualisierung, Nachhaltigkeit, bewusstes Leben und hohe Lebensfreude.“

Zur weiteren Internationalisierung der Marktaktivitäten sowie zur Ansprache neuer Zielgruppen soll auch die Partnerschaft mit Manchester United beitragen. Sie wurde 2018 weiter ausgebaut, so dass Melitta mittlerweile zur Riege der globalen Partner des Klubs gehört.

Die Anzahl der Beschäftigten hat sich im Verlauf des vergangenen Geschäftsjahres um 15 Prozent erhöht. Im Jahresdurchschnitt waren rund 5.200 Mitarbeiter im In- und Ausland beschäftigt. Um die Mitarbeiter zu binden und neue Talente zu finden, gehört es zu den wichtigsten Zielen der Melitta Group, die Arbeitgeberattraktivität weiter zu steigern.

111-jähriges Jubiläum

2019 feiert die Melitta Group ihren 111-jährigen Geburtstag. Hierzu wurde eine Jubiläumskampagne mit zahlreichen Marketingaktivitäten gestartet. Eine Jubiläumswebsite sowie Gewinnspiele gehören genauso zur Kampagne wie Aktionen am Point of Sale, verschiedene Jubiläumsprodukte sowie eine Sonder-Kaffeedition. Neben einer Kooperation mit dem Deutschen Museum in München besteht auch eine Zusammenarbeit mit der Nachhaltigkeitsplattform Treedom: Im Rahmen dieser Kooperation pflanzt Melitta für jedes Unternehmensjahr 100 Bäume in Tansania. Begleitet werden die Jubiläumsaktivitäten von einer Anzeigenkampagne und einer großen Feier für die Mitarbeiter.

Weitere Informationen zum Verlauf des Geschäftsjahrs 2018 finden sich im Geschäftsbericht. Dieser steht im Internet unter www.melitta-group.com zum Download zur Verfügung.

*Quelle: GfK Consumer Panel FMCG, Jan.-Dez. 2017/2018, Röstkaffee gesamt (ohne Kapseln)



Bild 1: Melitta schließt Geschäftsjahr 2018 erfolgreich ab. ©Melitta Group



Bild 2: Melitta schließt Geschäftsjahr 2018 erfolgreich ab. ©Melitta Group



Bild 3: Melitta schließt Geschäftsjahr 2018 erfolgreich ab. ©Melitta Group



Bild 4: Melitta schließt Geschäftsjahr 2018 erfolgreich ab. ©Melitta Group



Bild 5: Seit 111 Jahren bringt Melitta stetig Innovationen auf den Markt. So wie Melitta® Filtertüten® - ein Hightech-Produkt, das immer wieder optimiert wird. ©Melitta Group



Bild 6: In den 50ern bereits beliebt: Melitta bringt die pastellfarbenen Filtersets wieder auf den Markt. ©Melitta Group

Alle Fotos stehen auf www.melitta-group.com zum Download zur Verfügung oder werden Ihnen gerne von Annika von Hollen (annika.von.hollen@melitta.de) und Tanja Wucherpennig (tanja.wucherpennig@melitta.de) zugesendet.

Über Melitta

Melitta ist eine international tätige Unternehmensgruppe und zählt nicht nur in Deutschland zu den namhaften unabhängigen Familienunternehmen. Die wesentlichen Aufgaben liegen in der Entwicklung, der Herstellung und dem Vertrieb von Markenprodukten für den Kaffee-Genuss, für die Aufbewahrung und Zubereitung von Lebensmitteln sowie für die Sauberkeit im Haushalt. Seit 111 Jahren kombiniert Melitta Tradition und Moderne gekonnt und ist überall zuhause. Mehr Informationen unter www.melitta-group.com oder www.111jahremelitta.de.