

MELITTA EUROPA — GESCHÄFTSBEREICH SALES EUROPE

Melitta Europa Sales Europe ist verantwortlich für den Vertrieb wesentlicher Konsumprodukte der Melitta Gruppe in der Region Europa, Naher Osten, Mittlerer Osten und Afrika (EMEA). Zu den bekanntesten von diesem Unternehmensbereich vertriebenen Marken zählen Melitta®, Toppits®, Albal®, BacoFoil®, handy bag®, Swirl® sowie Caffè Corsini®.



KENNZAHLEN

Umsatz in Tsd. €

2023		426.578
2022		480.398

Mitarbeitende in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt)

2023		427
2022		437

HAUPTSTANDORT Minden, Deutschland
GESCHÄFTSFÜHRER Stefan Knappe (interim)

UNSERE POSITIONIERUNG

Ziel von Melitta Europa Sales Europe ist es, über einen gemeinsamen Vertrieb die internationale Marktpräsenz der von der Unternehmensgruppe angebotenen Produkte für den Konsumgüterbereich zu steigern und gleichzeitig Synergieeffekte für die gesamte Gruppe zu erzielen. Außerhalb Deutschlands wird der Unternehmensbereich durch die verschiedenen Landesgesellschaften (Belgien, Frankreich, Niederlande, Österreich, Polen, Schweden, Schweiz, Spanien, Tschechien und Vereinigtes Königreich) oder durch ausgewählte Distributeure vertreten. Vertriebsaktivitäten finden darüber hinaus auch in Dänemark, Finnland, Irland, Norwegen und Portugal statt.

MARKT- UND GESCHÄFTSENTWICKLUNGEN 2023

Auch das Geschäftsjahr 2023 war aufgrund der anhaltenden Inflation von Kaufzurückhaltung im Bereich der Elektrokleingeräte sowie vom Trend zu Eigenmarken geprägt. Daher wurden verstärkt Promotionsaktivitäten entwickelt, um die Preiswürdigkeit der vom Unternehmensbereich vertriebenen Produkte hervorzuheben. Im Exportbereich sowie in den Regionen Österreich/Schweiz/Tschechien und Belgien/Niederlande konnte der Umsatz gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Erfreulich entwickelte sich außerdem der eigene E-Shop. Zum Ende des Geschäftsjahres konnten wichtige Distributionspunkte zurückgewonnen werden.

UNSERE STRATEGIE

Die Strategie von Melitta Europa Sales Europe hat nachhaltiges Wachstum und die Entwicklung starker Marken zum Ziel. Der verfolgte Anspruch ist die Marktführerschaft, die durch eine entsprechende Präsenz in allen relevanten Absatzkanälen erreicht werden soll. Neben der Suche nach neuen Wachstumschancen arbeitet der Unternehmensbereich an stetigen Prozessoptimierungen. Im Mittelpunkt steht dabei die Steigerung der Effizienz sowie eine nachhaltige Ausrichtung der Geschäftsaktivitäten.

AUSBLICK 2024

Im Jahr 2024 sollen verschiedene Impulse gesetzt und insbesondere bei Kaffeefullautomaten, Filterkaffeemaschinen und im Foliengeschäft Marktanteile zurückgewonnen werden. Dazu sollen vor allem die Markteinführungen der überarbeiteten Melitta® CI Touch®, der Melitta® Latte Select und der Melitta ONE beitragen. Außerdem werden der Papiergefrierbeutel in wichtigen Märkten eingeführt und ein Müllbeutel aus 100 % Recyclingmaterial gelauncht.