

MELITTA NORDAMERIKA

Melitta Nordamerika stellt Papierfilter und gerösteten Kaffee sowohl für Verbraucher unter der Marke Melitta® als auch für den B2B-Markt her. Kernmärkte sind die USA und Kanada. Vertrieben werden die Produkte außerdem in Mexiko, Mittelamerika und der Karibik. Darüber hinaus werden Kaffeemaschinen und Zubehör auf dem nordamerikanischen Markt vertrieben.

	KENNZAHLEN	HAUPTSTANDORT Clearwater, Florida, USA GESCHÄFTSFÜHRER Martin T. Miller WEBSITES www.melitta.com / www.melitta.ca
	Umsatz in Tsd. € 2023  180.876 2022  179.021	Mitarbeitende in Vollzeit-Arbeitskräfte (im Jahresdurchschnitt) 2023  148 2022  181

UNSERE POSITIONIERUNG

In Nordamerika ist Melitta® die führende Marke für Premium-Kaffeefilter, die für Tradition, Qualität sowie Nachhaltigkeitsmerkmale und -zertifizierungen bekannt sind. Im B2B-Markt ist Melitta Nordamerika ein markenaffiner Partner als Premium-Kaffeeröster mit umfangreichen und sehr flexiblen Kapazitäten. Im B2C-Kaffeesegment steht die Marke Melitta® unter dem Slogan „Join the Pursuit for Better Coffee and A Better Planet“ für hochwertige Produkte mit einem starken Bekenntnis zur Nachhaltigkeit, die den Bedürfnissen anspruchsvoller Kunden gerecht werden.

MARKT- UND GESCHÄFTSENTWICKLUNGEN 2023

2023 gab es mehrere Herausforderungen, die die Verbraucher dazu veranlassten, billigere Handelskanäle (Discounter, Massenmärkte, Dollar-Stores) zu nutzen und verstärkt Eigenmarken nachzufragen. Die Kategorie Filterkaffee war nach wie vor rückläufig und das Volumenwachstum verlagert sich auf Discounter und auf das Internet, wo der Wettbewerb nicht mehr geografisch begrenzt ist. Festzustellen ist eine deutliche Zunahme von Wettbewerbern aus aller Welt, die Amazon und andere Online-Händler durchdringen und die Hürden des Regalvertriebs im Einzelhandel nicht mehr überwinden müssen. Trotz dieser Herausforderungen hält Melitta seinen dominierenden Marktanteil bei Markenpapier.

UNSERE STRATEGIE

Im B2C-Filtergeschäft ist es das Ziel von Melitta Nordamerika, die Marktführerschaft bei Markenfilterpapieren zu verteidigen und weiter auszubauen. Um dieses Ziel zu erreichen und sich vom Wettbewerb zu differenzieren, konzentriert sich der Unternehmensbereich auf die Verbesserung der Funktionalität der Produkte, den Ausbau von Innova-

tionen und die weitere Stärkung der Nachhaltigkeitspositionierung. Im B2C-Markenkaffeeesegmente ist es das Ziel, die Marktposition in Kanada zu verbessern und das US-Geschäft zu revitalisieren. Der Fokus liegt auf der Aufrechterhaltung eines profitablen Volumens, der Verbesserung der Margen und des Kostenmanagements sowie der Einführung weiterer Produktinnovationen. Im B2B-Geschäft strebt Melitta Nordamerika profitables Wachstum an und fokussiert sich auf die Diversifizierung der Kundenbasis, die Expansion in neue Segmente und die Entwicklung neuer Produkt- und Verpackungsinnovationen. Darüber hinaus wird das B2B-Team gemeinsam mit dem Außer-Haus-Bereich in wachstumsstarke Segmente wie neue Marken und Cold Brews expandieren.

AUSBLICK 2024

Zu erwarten ist, dass das Filtergeschäft weiter rückläufig sein wird. Ziel ist es daher, den dominierenden Marktanteil zu halten. Die Marketingaktivitäten im B2C-Filtergeschäft werden sich darauf konzentrieren, die Position und Differenzierung im Markt zu verteidigen. Auch für die Kategorie Kaffee wird ein begrenztes Wachstum erwartet. Das Ziel für das B2C-Geschäft ist es, sich auf die Verbesserung der Margen und die Beibehaltung profitabler Mengen zu konzentrieren. Im B2B-Bereich wird der Fokus auf die Diversifizierung des Kundenstamms und die Verbesserung der Rentabilität gelegt, indem in neue Segmente expandiert wird, zum Beispiel durch neue Markenpartnerschaften und Produktinnovationen bei Cold Brew. Darüber hinaus wird das Engagement für Innovation mit der Investition in das M-Lab in Cherry Hill ausgebaut. Im M-Lab sollen neue Produkte entwickelt, neue Kunden erreicht, in neue Kanäle expandiert sowie Schulungen und Weiterbildungen angeboten werden.