

Pressemitteilung

Beko setzt globales Wachstum fort - neue Märkte im Visier

- **Hakan Bulgurlu, CEO: „Wir möchten zu den Top-3 Marken in jedem Markt zählen, in dem wir tätig sind“**
- **Marke Beko ist führend bei Haushaltsgroßgeräten in Europa**
- **Expansion in neue Märkte ist erklärtes Ziel**
- **Beko präsentiert neue Technologien in allen Produktbereichen, darunter Kochen, Waschen & Trocknen, Spülen sowie Kühlen & Gefrieren**

Berlin, den 1. September 2016 - Beko, die am schnellsten wachsende Hausgerätemarke in Europa, setzt ihr erfolgreiches Wachstum rund um den Globus in diesem Jahr fort. Das Unternehmen ist in mehr als 100 Ländern weltweit präsent.

Auch in Zukunft möchte Beko weiter auf der Überholspur bleiben. Aus diesem Grund soll die Marktpräsenz in den Regionen Nordamerika und Asien-Pazifik deutlich ausgebaut werden, wie Hakan Bulgurlu, CEO der Arçelik-Gruppe, auf der diesjährigen IFA in Berlin verkündet: „Unser erklärtes Ziel ist es, zu den Top-3 Marken im Hausgerätesegment in allen Märkten zu gehören, in denen wir aktuell präsent sind. Wir haben das Glück, mit Beko eine global führende Marke zu besitzen, die sich in Europa sehr positiv entwickelt hat. Diese hervorragende Marktposition möchten wir halten und gleichzeitig unsere Präsenz in neuen Märkten in Amerika und Asien ausbauen.“

Einen besonderen Fokus legt Beko dabei auf das Wachstum in der Region Asien-Pazifik, wie Hakan Bulgurlu bekräftigt: „Wir sind bestrebt, zwischen der Türkei und dem asiatisch-pazifischen Raum einen Handelskorridor als stabile und vertrauensvolle Geschäftsgrundlage aufzubauen. In Anlehnung an die historische Seidenstraße, die vom Osten in den Westen verlief, möchten wir eine „Beko-Straße“ etablieren, an der entlang wir Märkte erschließen.“

Auch den Erfolg im starken und wichtigen europäischen Markt würdigt Bulgurlu auf der IFA: „Beko ist seit sieben Jahren die am schnellsten wachsende Hausgerätemarke in Europa. Wir konnten unsere Marktanteile in Kernmärkten wie Frankreich, Italien, Spanien und Polen in den vergangenen Monaten weiter steigern. In Großbritannien, dem wettbewerbsintensivsten Markt, ist Beko nach wie vor die am meisten verkaufte Marke.“

Beko in Deutschland

Auch in Deutschland, dem größten Premium-Hausgerätemarkt Europas, ist Beko weiter ambitioniert. Sühel Semerci, Geschäftsführer der Beko Deutschland GmbH, erklärt: „In Deutschland sind wir im Umfeld der großen Traditionsmarken stetig weiter gewachsen und haben uns als eine bedeutende Marke im Handel und bei den Endverbrauchern etabliert. Insbesondere im Küchenfachhandel konnten wir hohe, zweistellige Wachstumsraten erzielen. Besonders in diesem Segment werden wir weiter in die Erweiterung unserer Ressourcen investieren. Die Verbraucher schätzen unsere energieeffizienten Haushaltsgeräte mit innovativen Technologien und funktionellem Design. Auch zahlreiche Auszeichnungen von führenden Verbraucherorganisationen bestätigen die hochwertige Qualität der Produkte von Beko. Erst im August 2016 erhielt unser Kondentrockner DH8534GX0 das Qualitätsurteil „Gut (1,8)“ von Stiftung Warentest.“

Offizieller Partner im Alltag

Die Basis für den Erfolg sieht das Unternehmen in seinem verbraucherorientierten Anspruch, die täglichen Bedürfnisse der Menschen zu verstehen – und entsprechende Lösungen zu bieten. Mit einer breiten Palette effizienter und cleverer Produkte, die sich flexibel den Wünschen ihrer Nutzer anpassen, ist Beko der verlässliche Partner des täglichen Lebens und damit mehr als nur eine Hausgerätemarke.

Dieses Verständnis unterstreicht die Marke auch mit der Anfang des Jahres gelaunchten, globalen Kampagne „Offizieller Partner des Alltags“ („Official partner of the everyday“). Hakan Bulgurlu erläutert auf der IFA: „Wir möchten, dass unsere Kunden uns Tag für Tag als echte Partner ihres Lebens wahrnehmen. Die Kampagne setzt bei den alltäglichen Bedürfnissen und Anforderungen der Menschen an und zeigt unseren Anspruch, ihnen den Alltag erleichtern zu wollen. Darüber hinaus rückt die Kampagne vor allem die Küche als Mittelpunkt des Zuhauses moderner Familien in den Fokus.“

Innovationen im Alltag

Diesem Anspruch wird Beko mit seinen innovativen Technologien und Produkten gerecht, die den Alltag der Kunden ein bisschen einfacher und angenehmer machen sollen. „Innovation ist ein entscheidender Faktor unseres Erfolgs“, sagt Hakan Bulgurlu. „Jedes Unternehmen gibt vor, innovativ zu sein. Was uns jedoch von den anderen abhebt, ist die Tatsache, dass wir uns auf Innovationen konzentrieren, die einen unmittelbaren Einfluss auf den Alltag von Menschen auf der ganzen Welt haben. Bei Beko steht nicht nur die

Entwicklung von Weltneuheiten im Fokus, wie wir sie auf der IFA vorstellen, sondern Produkte und Technologien, die unseren Kunden heute bereits das tägliche Leben erleichtern.“

Neue Technologien von Beko

Auf der IFA präsentiert Beko in diesem Jahr seine jüngsten Produkte und Technologien aus den Bereichen Kühlen & Gefrieren, Kochen, Waschen & Trocknen sowie Spülen. Hierzu zählen:

- **EverFresh+0°C:** Die Technologie verhindert ein schnelles Austrocknen von Lebensmitteln und hält Obst und Gemüse länger frisch und knackig. Auch ohne Verpackung bleiben Fisch, Wurst- und Fleischwaren bis zu dreimal länger frisch.
- **DirectAccess Induktionskochfelder:** Sie überzeugen mit einem eleganten Design und nützlichen Funktionen. Die Technologie ermöglicht die einfache und schnelle Bedienung jedes einzelnen Kochfeldes hinsichtlich des Betriebs, Temperatur- und Zeiteinstellungen, Booster und neun variablen Kochstufen.
- **HobToHood:** Die Technologie stellt eine Verbindung zwischen Einbaukochfeld und Dunstabzugshaube her. Durch integrierte Sensoren und Empfänger ist die Haube in der Lage, Informationen des Einbaukochfelds zu empfangen, das mit Funksendern ausgestattet ist.

Beko auf der IFA

Auf der diesjährigen Messe präsentiert Beko nicht nur Weltneuheiten, sondern wirft auch einen Blick auf globale Trends und Entwicklungen im Hinblick auf Technologien und Nachhaltigkeit. Darüber hinaus wird es viele spannende Highlights auf dem Beko Stand geben. Besucher können sich auf Live-Cooking, Gewinnspiele für Fußballtickets zum berühmte El Clásico sowie stündliche Auftritte von Freestyle-Fußballkünstlern freuen.



Über Beko

Beko, die internationale Hausgerätemarke der Arçelik-Gruppe, gehört zu den führenden Weiße Ware-Marken in Europa. Das Unternehmen ist in mehr als 100 weiteren Ländern präsent. Beko verbindet innovative Technologien und effiziente Lösungen mit funktionellem Design. Aufgrund ihrer hervorragenden Qualität sowie exzellenter Umwelt- und Leistungsmerkmale werden Beko Produkte von führenden europäischen Verbraucherorganisationen vielfach ausgezeichnet.

Beko handelt verantwortungsbewusst. Das Unternehmen hat sich den sozialen Standards der Business Social Compliance-Initiative verpflichtet und übertrifft damit die gesetzlichen Anforderungen. Außerdem engagiert sich Beko im Breiten- und Spitzensport. Von 2009 bis 2016 war das Unternehmen in Deutschland Hauptsponsor und Namensgeber der Beko Basketball Bundesliga (Beko BBL). 2014 wurde zudem eine vierjährige Premiumpartnerschaft mit dem weltbekannten spanischen Fußballclub FC Barcelona geschlossen.

Über Arçelik

Die 1955 gegründete Firma Arçelik ist in den Bereichen der Produktion von Hausgeräten, Marketing, After Sales Service und Komponentenfertigung tätig. Die Arçelik-Gruppe gehört zu den führenden Hausgeräteherstellern Europas. Arçelik ist in mehr als 130 Ländern weltweit vertreten, beschäftigt rund 25.000 Mitarbeiter, produziert in 14 eigenständigen Werken und verfügt über ein großes Markenportfolio, dem unter anderem die Marken Arçelik, Beko, Grundig, Blomberg und Elektrabregenz angehören.

Die Produkte sind vielfach in den unterschiedlichsten Kategorien wie Innovation, Technologie und Design prämiert. Die Arçelik-Gruppe beantragte mehr als ein Drittel der türkischen Patentanmeldungen bei der „Weltorganisation für geistiges Eigentum“ (WIPO: World Intellectual Property Organization). Arçelik ist damit die einzige türkische Firma unter den Top 200 Unternehmen, die seit fünf Jahren die meisten internationalen Patentanträge bei der WIPO eingereicht hat.

www.beko-hausgeraete.de - www.arcelikas.com

Pressekontakt

Beko Deutschland GmbH
Jale Tuna
Thomas-Edison-Platz 3
63263 Neu-Isenburg
Tel. 06102 / 7182-401
jale.tuna@beko.com

Klenk & Hoursch
Sandra Wedel / Andrea Morlok
Walther-von-Cronberg-Platz 2
60594 Frankfurt am Main
Tel. 069 / 719 168-162
presse@beko.com