

Weltweit gegen Übergewicht bei Kindern: Beko wirbt auf der EuroCucina 2018 für eine gesunde und ausgewogene Ernährung

Mailand / Neu-Isenburg, 18. April 2018 - Die internationale Hausgerätemarke Beko hat heute auf der EuroCucina ihre „Eat Like A Pro“-Initiative mit Unterstützung des FC Barcelona, der britischen Schauspielerin und Celebrity-Köchin Lisa Faulkner und des italienischen Spitzenkochs Alessandro Borghese weiter vorangebracht.

Alessandro Borghese, Juror der italienischen Ausgabe des Kinderkochwettbewerbs „MasterChef Junior“, stellte eine Reihe von gesunden und leckeren Rezepten vor, deren Beitrag zu einer ausgewogenen Ernährung auch von Dr. Antonia Lizárraga, Ernährungsberaterin des FC Barcelona, bestätigt wird.

Die exklusiven Rezepte wurden im Rahmen der globalen CSR-Kampagne „Eat Like A Pro“ von Beko kreiert. Diese Kampagne möchte auf die weltweit rapide wachsenden Zahlen von übergewichtigen Kindern aufmerksam machen, Eltern für die Wichtigkeit einer gesunden Ernährung sensibilisieren und sie ermutigen, sich an den Essgewohnheiten der Profispieler vom FC Barcelona zu orientieren.

Ziel der Kampagne ist es, Familien die Ernährungstricks der Top-Fußballer des spanischen Clubs näherzubringen und auf der „[Eat Like A Pro](#)“-Website zur Verfügung zu stellen. Auf der Seite finden Eltern und Kinder ein vielfältiges Angebot an Unterhaltung, Tipps und Rezepten für eine gesunde Ernährung, mit denen Beko Familien ermutigen möchte, mehr Wert auf einen ausgewogenen Lebensstil zu legen.

Lisa Faulkner, selbst Mutter, liegt die Kampagne sehr am Herzen: „Ich habe immer auf eine gesunde Ernährung geachtet und das auch an meine Tochter weitergegeben. Ich freue mich sehr, bei dieser globalen Kampagne mitzuwirken, um Familien auf der ganzen Welt zu inspirieren und ihnen zu zeigen, dass eine gesunde Ernährung nicht kompliziert sein muss und einen wichtigen Beitrag zum Wohlbefinden unserer Kinder leistet.“

Auf der diesjährigen EuroCucina stellte Beko auch sein umfangreiches Produktsortiment vor. Messebesucher hatten die Gelegenheit, die Vielfalt an innovativen Hausgeräten im Rahmen von Vorführungen kennenzulernen. Beko sieht es als seine Mission an,



Verbraucher zu einem gesunden Lebensstil zu inspirieren und ihnen den Alltag zu erleichtern. Zahlreiche Innovationen von Beko machen gesunde Ernährung noch einfacher, zum Beispiel die EverFresh+-Technologie in Kühlschränken - in der separaten Schublade mit speziellen Luftkanälen bleiben Obst und Gemüse bis zu dreimal länger frisch.

Eine gesunde Ernährung erleichtert ebenfalls das Beko Feature NeoFrost™. Diese innovative DualCooling-Technologie gehört zur Ausstattung der hochwertigen Kühl-/Gefrierkombinationen und sorgt durch zwei separate Kühlkreisläufe für optimale Bedingungen in den Kühl- und Tiefkühlfächern. Der erste Kühlkreislauf dient der Aufrechterhaltung einer hohen Luftfeuchtigkeit im Kühlfach, sodass Lebensmittel lange frisch bleiben. Das zweite System im Gefrierschrank zieht feuchte Luft ab und verhindert so die Entstehung von Eis. Durch die Trennung beider Systeme besteht keine Gefahr der gegenseitigen Geruchsübertragung zwischen Kühl- und Gefrierfach.

Spitzenkoch Alessandro Borghese unterstützte die Kampagne in Mailand mit gesunden Rezepten und gab wertvolle Tipps, wie Eltern ihre Essgewohnheiten überdenken und ihre Kinder gesünder ernähren können. Er sagte: „Ich finde es wunderbar, Beko bei dieser äußerst wichtigen Initiative unterstützen zu können und freue mich, im Rahmen der weltweiten „Eat Like A Pro“-Kampagne mit meinen neuesten Rezepten zu vermitteln, wie wichtig es ist, sich selbst und seine Kinder gesund zu ernähren. Als Vater und Koch bin ich ein leidenschaftlicher Befürworter von gesundem Essen. Deshalb liegen mir die Kampagne und ihre Ziele sehr am Herzen. Ich bin der festen Überzeugung, dass gesundes Essen alles andere als langweilig sein muss - im Gegenteil!“

Zeynep Yalim Uzun, Chief Marketing Officer von Beko, war ebenfalls auf der Mailänder Messe vertreten. Sie erklärte, wie die neuesten Produkte von Beko zu einer gesunden Ernährung beitragen und sagte: „Sollte der aktuelle Trend anhalten, wird die Zahl der übergewichtigen Kinder und Kleinkinder bis 2025 auf 70 Millionen ansteigen. Übergewicht bei Kindern ist ein weltweites Problem und wir bei Beko engagieren uns dafür, dieser bedenklichen Entwicklung durch innovative Technologien zur Erleichterung einer gesunden Ernährung sowie durch Aufklärungsarbeit entgegenzuwirken. Beko verfügt über ein breites Sortiment an Haushaltsgeräten mit praktischen und intelligenten Funktionen, die es Familien leichter machen, sich zu Hause gesund zu ernähren. Beko sieht sich als Partner, der die alltäglichen Bedürfnisse der Menschen versteht und sie durch sinnvolle Lösungen in ihrem Alltag unterstützt.“

Dr. Antonia Lizárraga, Ernährungsberaterin des FC Barcelona, berichtete auf der Messe über die Bedeutung einer gesunden und ausgewogenen Ernährung. Sie sagte: „Damit die Spieler des FC Barcelona immer in Topform sind, müssen sie jederzeit auf eine gesunde Ernährung achten, die sie fit, agil und schlank hält. Doch auch Kinder brauchen eine ausgewogene Ernährung und müssen täglich mit allen wichtigen Nährstoffen versorgt werden, um gesund und stark zu sein. Beko unterstützt Kinder und ihre Eltern weltweit durch seinen innovativen Ansatz und seine Kampagne für eine bessere und gesündere Lebensweise jeden Alters.“

Durch Prävention und Aufklärung möchte Beko einen Beitrag leisten, dem anhaltenden Trend von Übergewicht bei Kindern entgegenzuwirken. Die weltweite „Eat Like A Pro“-Kampagne der Marke ist darauf ausgelegt, Eltern und Kinder zu einer gesünderen Ernährung zu inspirieren und ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass diese die Grundlage für die Bewältigung des globalen Problems ist.

Mehr Informationen zu „Eat Like a Pro“ und das Kampagnen-Video auf:

www.beko.com/eat-like-a-pro

Bildunterschriften

Bild 1: Alessandro Borghese, Lisa Faulkner, Zeynep Yalim Uzun und Dr. Antonia Lizárraga auf der EuroCucina 2018.

Bild 2: Mit der globalen CSR-Kampagne „Eat Like A Pro“ möchte Beko Eltern für die gesunde Ernährung ihrer Kinder sensibilisieren.

Bild 3: Die Beko EverFresh+-Technologie in Kühlschränken verlängert die Haltbarkeit von Lebensmitteln und unterstützt somit gesunde Essgewohnheiten.

Bitte geben Sie bei Verwendung der Bilder folgenden Hinweis an: ©Beko.

Bildmaterial in hochauflösender Qualität finden Sie anbei / unter

<https://www.beko->

[hausgeraete.de/downloads/presse/Presse_Beko_EuroCucina_2018.zip](https://www.beko-hausgeraete.de/downloads/presse/Presse_Beko_EuroCucina_2018.zip)



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 Partnerschaft mit dem weltbekannten spanischen Fußballclub FC Barcelona geschlossen. Seit 2018 ist Beko einer der weltweiten Hauptsponsoren der Katalanen.

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, Blomberg, Elektrabregenz und Grundig 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
Emanuele Giuliana
Thomas-Edison-Platz 3
63263 Neu-Isenburg
Tel. 06102 / 7182-405

emanuele.giuliana@beko.de

<https://www.beko-hausgeraete.de/presse>

Klenk & Hoursch
Andrea Morlok
Uhlandstraße 2
60314 Frankfurt am Main
Tel. 069 / 719 168-162

beko@klenkhoursch.de