

Pressemitteilung

Beko Germany GmbH wächst weiter im Hausgerätebereich

Im Geschäftsjahr 2023 ist es der Beko Germany GmbH gelungen, die erfolgreiche Entwicklung fortzusetzen: In einem herausfordernden Marktumfeld ist das Unternehmen im Bereich Hausgeräte weiter gewachsen. Daran möchte die Beko Germany GmbH 2024 anknüpfen. Besonders erfreulich entwickelte sich das Geschäft mit Elektrogroßgeräten.



Dr. Evren Aksoy, Geschäftsführer der Beko Germany GmbH. © Beko Germany GmbH

Eschborn, 26. März 2024 – Die Beko Germany GmbH ist mit dem Umsatz im Geschäftsjahr 2023 zufrieden. Das Geschäft des Unternehmens entwickelte sich in einem anhaltend herausfordernden Marktumfeld auf einem konstant stabilen Niveau. Positiv entwickelte sich der Bereich der Elektrogroßgeräte, vor allem das Geschäft mit Backöfen und Einbaugeräten wuchs. Insgesamt verkaufte das Unternehmen rund drei Millionen Produkte der beiden Kernmarken Beko oder Grundig.

Elektrogroßgeräte und Einbau wachsen deutlich

Der Geschäftsbereich Elektrogroßgeräte ist im Vergleich zum Vorjahr 2022 noch einmal gewachsen. Das beweist das Vertrauen des Handels und der Verbraucher:innen in die Produkte der Marken Beko und Grundig.

„Im Küchenmarkt können wir uns mit Beko und Grundig gut behaupten, auch 2023 haben wir neue Handelspartner gewonnen“, erläutert Dr. Evren Aksoy, der die Geschäfte in Deutschland seit Beginn dieses Jahres führt. „Darauf sind wir besonders stolz. Denn entgegen dem Markttrend ist das Einbausegment bei uns zum zweiten Mal in Folge überproportional im zweistelligen Bereich gewachsen, während sich der Markt rückläufig entwickelte.“ In Zeiten deutlich gestiegener Lebenshaltungskosten kaufen weniger Menschen eine neue Küche, auch die Zurückhaltung beim Bauen durch gestiegene Baukosten und Zinsen lastet auf der

Branche. Vor allem Produkte im Einstiegssegment und in der gehobenen Preisklasse sind unter Druck. Dazwischen konnte die Beko Germany GmbH ihr Marktpotenzial sehr gut ausschöpfen und ihren Marktanteil deutlich ausbauen. Auch das Segment Backöfen entwickelte sich deutlich positiv, das Geschäft mit freistehenden Großgeräten blieb konstant.

Elektrokleingeräte stabil, Unterhaltungselektronik schwächelt

Der Bereich Elektrokleingeräte blieb stabil, ein Erfolg im Vergleich zum rückläufigen Markt. Positiv stach das Segment Personal Care unter der Marke Grundig hervor – ein Beleg dafür, dass die neuen, ganz auf die Bedürfnisse der Kund:innen hin entwickelten Produkte einen Nerv treffen. Daran wird die Beko Germany GmbH in diesem Jahr anknüpfen. Eines davon: Der automatische Lockenstab EasyCurl™, das erste kabellose, Akku betriebene Produkt im Grundig Personal-Care-Segment. Gefragt waren zudem die Hair-Styling-Geräte der NaturaShine Familie, zu der auch der von Stiftung Warentest mit „Gut (2,0)“ ausgezeichnete Haartrockner HD 8080 mit Smart On/Off-Sensor gehört. An diese bemerkenswerten Leistungen wird die Beko Germany GmbH dieses Jahr anknüpfen und zusätzlich den Fokus auf die Bereiche Kaffee und Bodenpflege erweitern.

Besonders herausfordernd ist das Marktumfeld nach wie vor im Bereich Unterhaltungselektronik, in dem das Unternehmen TV- und Audiogeräte der Marke Grundig vertreibt. Die Beko Germany GmbH blickt dennoch zuversichtlich nach vorne: „2023 haben wir unsere Marktanteile in einem rückläufigen Markt sukzessive steigern können“, so Dr. Aksoy. „Um weiterhin für uns und den Handel das Beste herauszuholen, agieren wir verlässlich und langfristig. 2023 haben wir mit Design- und Sortimentsoptimierungen begonnen und unser im Markt einzigartiges, nachhaltiges Grundig Fachhandelskonzept eingeführt. Unser Ziel: Wir möchten uns mit unserem Portfolio in den Bereichen entwickeln, in denen die Stärken von Grundig liegen und unsere Position als zuverlässiger Partner untermauern. Diesen Weg gehen wir weiter, und er trägt Früchte: 2024 fing vielversprechend an, sodass wir positiv auf die nächsten Monate schauen.“

Fokus Nachhaltigkeit: Kein Plan B

Ihre Vision, das nachhaltigste Unternehmen der Branche zu werden, treibt die Beko Germany GmbH weiter voran. „Es hat sich nicht geändert: Für uns gibt es keinen Plan B“, sagt Dr. Aksoy. „Nachhaltigkeit bleibt ein wesentlicher Treiber unseres unternehmerischen Handelns.“ Dabei setzt das Unternehmen auf die Verwendung recycelter Materialien, intelligente Technologien, nachhaltige Produktion und nachhaltiges Wirtschaften. Bis 2030 sollen in der gesamten

Produktion des Mutterkonzerns Arçelik zu 100 Prozent erneuerbare Energien genutzt werden, spätestens 2050 soll das Netto-Null-Emissionsziel erreicht sein. Arçelik ist 2023 zum siebten Mal in Folge im Dow Jones Sustainability Index gelistet und hat zum fünften Mal hintereinander die höchste Punktzahl in der Kategorie DHP Household Durables für langlebige Konsumgüter des S&P Global Corporate Sustainability Assessment erreicht. Auf nationaler Ebene läuft die erfolgreiche Partnerschaft mit der Organisation WasteReduction weiter. Seit dem Start der Kooperation Mitte 2023 sind bereits rund 5.800 Kilogramm Kunststoff kompensiert worden. Das bedeutet: Mithilfe von Umweltschutzprojekten im Globalen Süden – etwa in Indonesien oder Kambodscha – wurde die Natur vor dieser Menge Kunststoff geschützt, zum Beispiel durch Abfallmanagement, Recycling und Cleanups.

2024: Guter Start und positiver Ausblick

Nach einem erfreulichen Start blickt die Beko Germany GmbH optimistisch auf das Jahr 2024. „Wir fokussieren uns bei Beko und Grundig weiter auf unseren Kernbereich – den Einbaumarkt –, auf den Ausbau unseres Nachhaltigkeitssortiments und auf energieeffiziente Technologien. Zusammen mit einem sich gut entwickelnden Kundenmix und neuen Produkten in der Pipeline sehen wir hier großes Potenzial, das wir weiter erschließen wollen. Unser Ziel: Wir möchten 2024 in allen Bereichen und auf allen Ebenen unser Wachstum fortsetzen“, so Dr. Evren Aksoy.

Über die Beko Germany GmbH

Die Beko Germany GmbH ist ein Marktteilnehmer der Hausgerätebranche sowie der Consumer Electronics Branche. Das Unternehmen vertreibt in Deutschland die Marken Beko, eine der Top 3 Haushaltsgroßgeräte-Marken in Europa (Quelle: Euromonitor International Limited; Haushaltsgroßgeräte gemäß Hausgeräte 2023, nach Absatzvolumen, Daten aus 2022), und Grundig, Europas einziger Vollsortimenter. Das Sortiment umfasst eine breite Palette innovativer und nachhaltiger Produkte.

Die Beko Germany GmbH mit Sitz in Eschborn ist Teil von Beko B.V.*, einem weltweit führenden Unternehmen in der Haushaltsgeräteindustrie. Mit über 40.000 Mitarbeiter:innen, Tochtergesellschaften in 53 Ländern und 31 Produktionsstätten in 9 Ländern spielt Beko eine zentrale Rolle in der globalen Organisation der Muttergesellschaft Arçelik. In den 28 Design-, Forschungs- und Entwicklungszentren arbeiten weltweit über 2.200 Forscher:innen, die bis heute mehr als 3.500 international erteilte Patente und Anmeldungen besitzen. Im Einklang mit der Unternehmensvision "Respecting the World, Respected Worldwide" ist Beko stolz darauf, als Teil der Muttergesellschaft zum 5. Mal hintereinander die höchste Punktzahl (Punktzahl 86/100, Datum: 27.10.2023) in der Kategorie DHP Household Durables für langlebige Konsumgüter des S&P Global Corporate Sustainability Assessment erreicht zu haben (basierend auf den Ergebnissen von Oktober 2023). Zudem ist die Beko Germany GmbH Partner von PLANT-MY-TREE®, WasteReduction sowie der Allianz für Entwicklung und Klima. bekogermany.de

* Beko B.V. ist ein Mitglied der Arçelik-Gruppe, zu der die internationalen Marken Beko und Grundig gehören.