

Umsatz-Feuerwerk: Die Beko Grundig Deutschland GmbH feiert 2020 erfolgreichstes Jahr der Unternehmensgeschichte

Ein Gesamtumsatz von 300 Millionen Euro und ein Plus um sieben Prozent im Vergleich zu 2019 bescherte der Beko Grundig Deutschland GmbH im Jahr 2020 das umsatzstärkste Jahr der Unternehmensgeschichte¹. Damit befindet sich die Beko Grundig Deutschland GmbH mit ihrem Strategieprogramm Ambition 2020+ weiterhin auf Wachstumskurs und hat sich auch für das Jahr 2021 und darüber hinaus ambitionierte Ziele gesteckt, um die Positionen der Marken Beko und Grundig im Markt weiter auszubauen.

Neu-Isenburg, 3. März 2021: Nach dem Zusammenschluss der Beko Deutschland GmbH und der Grundig Intermedia GmbH zur Beko Grundig Deutschland GmbH sowie der Verstärkung der Vertriebsstruktur hat das Unternehmen die im Rahmen der Ambition 2020+ definierten Wachstumsziele im vergangenen Jahr übertroffen. Sowohl der Umsatz mit Elektrogroßgeräten als auch mit Elektrokleingeräten ist 2020 stark gewachsen. Im Segment Consumer Electronics entwickelte sich der Bereich Audio stabil, obwohl der Markt insgesamt rückläufig war. Der Umsatz im TV-Bereich entwickelte sich im Vergleich zum Vorjahr rückläufig. Der Hauptgrund hierfür war der weltweite Versorgungsengpass von Chipsets, der jedoch inzwischen beendet ist, sodass die Warenverfügbarkeit wieder gegeben ist.

„Mehr als 1 Millionen Großgeräte und allein 2,5 Millionen Grundig-Produkte fanden 2020 den Weg zum Konsumenten – mehr als je zuvor. Unser Rekordumsatz zeigt, dass wir es geschafft haben, uns im Markt noch breiter aufzustellen und unsere umfangreichen Produktsortimente der Marken Beko und Grundig stark nachgefragt werden“, sagt Mario Vogl, Vorsitzender der Geschäftsführung der Beko Grundig Deutschland GmbH.

Moderne Produkte und Nähe zum Handel

Neben der breit aufgestellten Vertriebsstruktur beflügelten in erster Linie ganz auf die Kundenbedürfnisse ausgerichtete Produkte die herausragende Geschäftsentwicklung. Dazu gehören unter anderem besonders nachhaltige und energiesparende Waschmaschinen und Trockner, vitaminschützende Kühlschränke, die Neuauflage des Radio-Klassikers Heinzelmann oder die haarschonende Hairstyling-Linie NaturaShine. Zusätzlich intensiviert das Unternehmen mit seinem rund 70 MitarbeiterInnen starken Vertriebsteam nicht nur bestehende Händler- und Kundenbeziehungen und gewann neue Handelspartner hinzu, sondern zeigte sich auch mit gezielten Impulsen und Aktionen als solider, zuverlässiger Partner, der nah am Handel agiert und Markttrends aktiv unterstützt.

Mit weiteren Wachstumsambitionen ins Jahr 2021

Auch 2021 wird die Beko Grundig Deutschland GmbH ihre Wachstumsstrategie Ambition 2020+ konsequent weiterverfolgen. Im Fokus: die agile Kundenorientierung. Dabei setzt das

¹ Zeitraum 2007-2020 seit der vollständigen Zugehörigkeit zur Koç-Gruppe

Unternehmen auf vier Säulen, die in allen Bereichen und bei beiden Marken umgesetzt werden: Qualität und ein gutes Preis-Leistungsverhältnis, dynamische Nachfrageanpassung, Nachhaltigkeit sowie ein modernes Produktdesign. Die neue Hygiene-Range von Beko ist ein Beispiel für die dynamische Nachfrageanpassung: Beko hat in kürzester Zeit auf das neue Hygienebewusstsein reagiert und spezielle Produkte mit extra Hygiene-Funktionen entwickelt. Zusätzlich wird das Thema Nachhaltigkeit weiter vorangetrieben und auf noch mehr Produkte und Bereiche ausgeweitet. Dass Beko- und Grundig-Kunden echte Qualitätsprodukte bekommen, belegen bereits heute viele Auszeichnungen namhafter Testinstitute – an diese Erfolge wird angeknüpft. Und auch an der vierten Säule, dem modernen Produktdesign, wird fortlaufend in allen Produktbereichen in eigenen Designzentren gearbeitet. „2021 werden wir an den Erfolg aus dem vergangenen Jahr anknüpfen und auch langfristig stellen wir unsere Weichen auf Wachstum. Wir wollen im Bereich Großgeräte zu den Top3 gehören und unseren Umsatz in den Bereichen Kleingeräte und Consumer Electronics verdoppeln. Unser Ziel ist es, Beko zur ersten Wahl für smarte Käufer von Haushaltsgroßgeräten in Deutschland zu machen. Grundig ist die nachhaltigste Marke – wir haben uns vorgenommen, dass in jedem deutschen Haushalt wieder ein Grundig-Produkt zuhause ist.“, sagt Mario Vogl.

Über die Beko Grundig Deutschland GmbH

Die Beko Grundig Deutschland GmbH ist einer der bedeutendsten Marktteilnehmer im Bereich Home Electronics. Das Unternehmen ist in Deutschland die Dachorganisation der Marken Beko, Nummer 2 in Europa (nach Absatzzahlen), und Grundig, Europas einziger Vollsortimenter. Zudem lenkt die Beko Grundig Deutschland GmbH als Headquarter der Region Nord-EU die Geschicke dieser beiden Marken sowie von Altus, Blomberg und elektrabregenz in Österreich, der Schweiz, den Benelux-Staaten sowie in allen skandinavischen Ländern. Am Standort Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main ist die starke, kontinuierlich wachsende Mannschaft vertreten und steuert von dort aus die nationalen sowie sämtlichen nordeuropäischen Aktivitäten. Dabei haben die Nähe zu Kunden und ihre Bedürfnisse stets oberste Priorität: In dem breiten Sortiment finden alle Marktteilnehmer die für sie passenden Produkte. Um maximale Produktqualität gewährleisten zu können, werden die Geräte größtenteils selbst in 22 hochmodernen Fertigungsstätten der Muttergesellschaft Arçelik in Europa, Asien und Afrika hergestellt. Das Besondere: Die Werke arbeiten nach einer schon vor vielen Jahren in allen Unternehmens-, Entwicklungs- und Produktionsbereichen implementierten Nachhaltigkeitsstrategie, die nach internationalen Standards zertifiziert wurde – zum Beispiel 2020 vom Dow Jones Sustainability Index bereits zum zweiten Mal in Folge als nachhaltigstes Unternehmen der Hausgeräteindustrie.

<https://bg-deutschland.de/>

Beko Grundig Deutschland GmbH

Thomas-Edison-Platz 3 | 63263 Neu-Isenburg |
Public Relations Expert | Jessica Schnabel |
Tel. +49(0)6102 / 7182-455 | jessica.schnabel@grundig.com | presse@beko.com |
www.grundig.de |

LoeschHundLiepold Kommunikations GmbH

Tegernseer Platz 7 | 81541 München |
PR-Kontakt | Katrin Laux |
Tel. +49(0)89 / 720 187-268 | grundig@lhk.de | www.lhk.de |