

## Beko Grundig Deutschland GmbH 2021 mit Rekordumsatz

Die Beko Grundig Deutschland GmbH schließt das Geschäftsjahr 2021 mit einem neuen Umsatzrekord ab. Mit einem Gesamtumsatz von mehr als 340 Millionen Euro, was einem Plus von 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht, sowie mehr als 3,6 Millionen verkauften Geräten in Deutschland legt das Unternehmen nach dem Top-Jahr 2020 noch einmal deutlich zu.

**Neu-Isenburg, 1. März 2022:** Die Beko Grundig Deutschland GmbH hat ihre Umsatzziele 2021 deutlich übertroffen und das erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte verbucht. Das stärkste Wachstum weist das Unternehmen mit Sitz in Neu-Isenburg im Bereich Unterhaltungselektronik auf. In diesem Segment ist eine Steigerung um 32 Prozent gegenüber 2020 zu verzeichnen. Besonders erfreulich: Diese positive Entwicklung steht im deutlichen Kontrast zu den rückläufigen Absätzen der Branche im Segment Unterhaltungselektronik. In den Bereichen Elektrokleingeräte (+13,5 %) und Weiße Ware (+7 %) konnte das Unternehmen ebenfalls deutlich zulegen.

Entsprechend zeigt sich Mario Vogl, Vorsitzender der Geschäftsführung der Beko Grundig Deutschland GmbH, sehr zufrieden mit der Geschäftsentwicklung: „Wir haben mit den Marken Beko und Grundig im vergangenen Jahr mehr als 3,6 Millionen Geräte verkauft. Diese hohen Umsatzzahlen über alle Unternehmensbereiche hinweg sind gerade mit Blick auf den weltweiten Versorgungsengpass von Chipsets und die angespannte Liefersituation sehr positiv zu bewerten. Wir freuen uns daher, dass wir unser Ergebnis aus dem Vorjahr mit einem erneuten Umsatzrekord übertreffen konnten. Die Grundlage für dieses nachhaltige Wachstum haben wir vor etwa vier Jahren mit unserem Strategieprogramm Ambition 2020+ gelegt. Unser Ziel war und ist es, unsere Marktanteile in Deutschland und Nordeuropa weiter auszubauen und uns noch agiler, moderner und kundenorientierter aufzustellen. Die Resultate bestätigen uns darin, dass unsere Strategie gleichermaßen wirkungsvoll und zukunftsfähig ist.“



Mario Vogl, CEO Deutschland (© Beko Grundig Deutschland GmbH)

## Nachhaltigkeit fest in der Markenstrategie von Grundig verankert

Zentraler Baustein der Markenstrategie von Grundig ist neben dem massiven Ausbau des Vertriebsnetzes, das eine bestmögliche Betreuung der Handelspartner gewährleistet, die konsequente Erweiterung der nachhaltigen Produktrange. Um diesen Bereich weiter voranzutreiben, hat die Marke Grundig im vergangenen Jahr zahlreiche Produktinnovationen auf den Markt gebracht: Vom Bluetooth-Lautsprecher JAM EARTH aus 100 Prozent recyceltem Kunststoff, über die Edition 75 Kühl- und Gefrierkombination mit verbautem Bioplastik bis hin zum Edition 75 Waschtrockner mit einem Trommelgehäuse aus recycelten PET-Flaschen. Der Plan für die Zukunft des Unternehmens ist klar – erfolgreiches Wirtschaften mit nachhaltigen Produkten.

Mario Vogl erklärt: „Unser konsequenter Fokus auf Nachhaltigkeit ist einer der Gründe für die sehr guten Umsatzergebnisse. Unsere Kundinnen und Kunden berücksichtigen bei ihrer Kaufentscheidung zunehmend auch ökologische Gesichtspunkte. Diesen Bedarf bedienen wir verstärkt und arbeiten fortlaufend daran, das Nachhaltigkeitsortiment zu erweitern.“

### **Beko setzt auf energiesparende Geräte und faire Preis/Leistung**

Auch mit der Marke Beko wird das Unternehmen das ressourcenschonende und energiesparende Produktportfolio weiter ausbauen. Ziel für das kommende Jahr ist es, das Markenprofil weiter zu schärfen und unter die Top 3 Marken im Bereich Haushaltsgroßgeräte zu kommen – ein Vorhaben, das dem Unternehmen im Bereich der Trockner schon gelungen ist. Im Fokus der Markenstrategie stehen vor allem Qualitätsprodukte mit fairem Preis-Leistungsverhältnis. Mario Vogl betont dazu weiter: „Unser erklärtes Ziel ist es, dass die Marke Beko die erste Wahl für smarte Käufer wird.“ Ein zentraler Botschafter auf diesem Weg wird auch weiterhin der Torhüter der deutschen Fußballnationalmannschaft und Stammspieler beim FC Barcelona, Marc-André ter Stegen, sein.

### **Mit Rückenwind ins Jahr 2022**

Entsprechend startet die Beko Grundig Deutschland GmbH mit Rückenwind ins neue Geschäftsjahr, um auch 2022 an das starke Umsatzwachstum anzuknüpfen – mit neuen Produkten, innovativen Technologien und einer klaren Markenpositionierung. „Wir sind aktuell auf einem sehr guten Wachstumspfad. Diesen wollen wir 2022 konsequent weitergehen“, so Mario Vogl. Das neue Jahr wird für die Beko Grundig Deutschland GmbH auch eine Neuerung mit sich bringen: Das Unternehmen verlegt seinen Standort im Großraum Frankfurt am Main Ende April von Neu-Isenburg nach Eschborn. Das neue Nordeuropa-Headquarter im nachhaltigen Bürogebäude THE TWIST steht für moderne Architektur, die höchsten Nachhaltigkeitsanforderungen entspricht, sowie ein zukunftsgerichtetes New Work-Konzept.

### **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 Vollsormenter. 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 28 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 – z. B. wurde das Unternehmen 2021 zum 5. Mal in Folge im Dow Jones Sustainability Index gelistet und erreichte die höchste Punktzahl in der Kategorie „DHP Household Durables Industry“ für langlebige Konsumgüter.

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