

PRESSEMITTEILUNG

Grundig setzt Akzente auf der EuroCucina

Bei der internationalen Küchenausstellung in Mailand stellt der Vollsortimenter seine neue Einbau-Kollektion und die Zusammenarbeit mit dem „Food for Soul“-Projekt des italienischen Sternekochs Massimo Bottura vor.

Nürnberg, 13. April 2016: Vom 12. bis 17. April präsentiert Grundig, die Premiummarke für Haushaltsgeräte, auf der internationalen Designmesse EuroCucina in Mailand seine neue Kollektion von Einbauprodukten. Die Marke Grundig steht seit über 70 Jahren für modernste, zukunftsorientierte Technik und langlebige, hochwertige Produkte mit raffiniertem Design und innovativen Eigenschaften.

Weltweit auf Wachstumskurs

Grundig investiert kontinuierlich in Technologie und Innovation und ist weltweit auf starkem Wachstumskurs. Nachhaltigkeit und effiziente Ressourcennutzung stehen für das Unternehmen dabei an oberster Stelle. Auch die hochwertige Palette an Einbaugeräten legt großen Wert auf Umweltfreundlichkeit und die bekannten Merkmale der Marke Grundig – hohe Qualität, bester Bedienkomfort und exklusives Design. Diese Werte zeichnen auch den Messestand auf der diesjährigen EuroCucina aus, der von der bekannten spanischen Architektin Patricia Urquiola entworfen wurde und verschiedene interaktive Bereiche umfasst, in denen das gesamte Angebot an großen und kleinen Küchengeräten von Grundig ausgestellt ist.



Auf der diesjährigen EuroCucina in Mailand stellt der Vollsortimenter Grundig seine neue Einbau-Kollektion vor (© Grundig Intermedia GmbH)

Innovation hat bei Grundig Tradition

Die Innovationen aus dem Hause Grundig reichen von einer umfassenden Palette intelligenter, vernetzter Geräte bis hin zu dem Bedienkonzept Virtual User Experience (VUX). Darüber hinaus stellt die Marke neue Produkte in allen Kategorien vor, beispielsweise einen umweltfreundlichen Geschirrspüler mit einem Wasserverbrauch von nur 5,5 Litern pro Spülgang und intuitive Waschmaschinen, die von der Art des Materials bis hin zu häufigen Flecken alles erkennen können. „Grundig hat eine lange Tradition deutscher Markenqualität. Mit seinem umfassenden Portfolio ist das Unternehmen bei Haushaltsgeräten sehr gut aufgestellt. Daraus ergeben sich für uns einmalige Vorteile in der vernetzten Welt von morgen“, so Hakan Bulgurlu, CEO von Arçelik.

Technologie und Innovation bilden die Grundlage für unser Wachstum

„Als wegweisender Anbieter von Haushaltsgeräten setzen wir entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette auf Effizienz, Innovation und Nachhaltigkeit. Seit vielen Jahren schon

produzieren wir die Produkte mit der besten Energie- und Wassereffizienz weltweit. Wir investieren kontinuierlich in Forschung und Entwicklung und setzen alle unsere Kräfte dafür ein, technologisch fortschrittliche Produkte auf den Markt zu bringen – und das nicht nur, um den Ansprüchen unserer Kunden gerecht zu werden, sondern auch, weil uns der Schutz der immer knapper werdenden weltweiten Ressourcen am Herzen liegt“, sagt Hakan Bulgurlu. „Bei Grundig dreht sich alles um Nachhaltigkeit. Mithilfe unserer Investitionen in die Marke haben wir innovative Geräte entwickelt, die nicht nur höchste technische Anforderungen erfüllen, sondern auch allen Aspekten von Nachhaltigkeit und effizienter Ressourcennutzung genügen. Wir sind außerdem sehr stolz darauf, dass Grundig dank unserer Bemühungen als eine der führenden Marken in Sachen Design- und Produkteffizienz gilt.“

Ein Pionier in der Branche

„Wir streben stets danach, dem Markt einen Schritt voraus zu sein und echte Innovationen für den Haushaltsgerätemarkt zu liefern. Dabei ist auch die Erprobung neuer Designs und Materialien ein zentraler Bestandteil unserer Strategie. Mit der Vorstellung unserer neuen Kühl-/Gefrierkombination, deren Türen aus Kohlenstofffasern gefertigt sind, werden wir auf der EuroCucina zeigen, wie dieses Material in Zukunft auch in Küchengeräten eingesetzt werden kann. Kohlenstofffasern zeichnen sich durch ihre Festigkeit und hohe Belastbarkeit aus, die die Haltbarkeit des Produkts erhöhen. Durch ihre glatte und moderne Optik ermöglichen sie außerdem die Umsetzung des typischen Grundig Designs. In den Bereichen Luft- und Raumfahrt, Hoch- und Tiefbau sowie Motorsport erfreuen sich Kohlenstofffasern aufgrund ihrer hohen chemischen Beständigkeit, ihrer Temperaturtoleranz und Festigkeit sowie ihrer geringen Wärmeausdehnung bereits großer Beliebtheit. Das ist eine bahnbrechende Entwicklung in unserer Branche – und wir freuen uns, diese Wende eingeleitet zu haben“, so Bulgurlu weiter.

Der neue, erstmals im Rahmen der EuroCucina präsentierte Kühlschrank aus Kohlenstofffasern hat eine Höhe von 60 cm (GKN 17830 X).

Starke Marktposition

Grundig hat sich erfolgreich von einem reinen Anbieter von Consumer Electronics zu einem Home-Electronics-Unternehmen mit einer smarten Strategie und effizienten Produkten gewandelt. „Wir werden uns in den kommenden Jahren darauf konzentrieren, Grundig weltweit als Vollsortimenter zu positionieren“, sagt Hakan Bulgurlu und ergänzt: „Wir haben in Deutschland und Nordeuropa begonnen, weil die Marke hier am stärksten verwurzelt ist. Als nächstes wollen wir nun vergleichbare Stellungen in ganz Europa und in vielen anderen Märkten aufbauen. Sie werden sehen, dass die Marke Grundig in Zukunft viel internationaler ausgerichtet sein wird. Wir decken die gesamte Palette an Elektro- und Haushaltsgeräten ab und sind so hervorragend positioniert, um unsere Präsenz auszubauen.“

Grundig wird einen großen Beitrag zu künftigem Wachstum leisten

„Grundig ist unsere Premium-Marke und einer unserer Leistungsträger. In den zwei Jahren seit Einführung unseres Angebots an weißer Ware konnten wir den Umsatz bereits fast verdreifachen und wir werden weiter massiv in die Marke investieren. Unser Ziel ist es, den Anteil von Grundig an unserem weltweiten Umsatz in den nächsten fünf Jahren auf etwa 20 % zu erhöhen“, so Bulgurlu. Grundigs beeindruckendes Portfolio an Haushaltsgeräten wächst schnell und ist heute bereits in 65 Ländern erhältlich. Weitere Märkte in China, Südafrika, Südamerika und Australien werden folgen.

Neue Partnerschaft im Rahmen des Nachhaltigkeitsengagements von Grundig

Während der Messe fällt auch der Startschuss für die vielversprechende neue Partnerschaft zwischen Grundig und dem weltberühmten und mit drei Michelin-Sternen ausgezeichneten italienischen Koch Massimo Bottura und seinem Projekt „Food for Soul“. Zum Start dieser Zusammenarbeit wird jeden Tag ein anderer Michelin-Sternekoch eigene Kochshows am Grundig-Stand veranstalten. Alle beteiligten Köche – Christian und Manuel Costardi, Ugo Alciati, Viviana Varese, Matias Perdomo und Fabrizio Ferrari – leben die Philosophie von „Food for Soul“. Sie werden auf der Messe ihre eigenen Rezepte zubereiten, die ebenfalls auf Werte von „Food for Soul“ wie die Senkung von Lebensmittelabfällen setzen. Bottura selbst wird ebenfalls vor Ort sein und die Besucher über „Food for Soul“ informieren.

Grundig wird ab sofort diese gemeinnützige Organisation unterstützen, die mit Informationen und Kreativität einen Beitrag dazu leisten will, die weltweite Lebensmittelverschwendung einzudämmen. Die Marke präsentiert auf der EuroCucina außerdem Technologien, die helfen, Lebensmittel länger frisch zu halten – wie beispielsweise FullFresh+ und die Vitamin Care Zone in den Kühlgeräten.

Schön, intuitiv, nachhaltig

Die Marke wird auf der EuroCucina hochwertige Innovationen und neue, erweiterte Funktionen vorstellen. Gleichzeitig bleibt Grundig seiner Produktstrategie und dem Prinzip „Funktion folgt Design“ treu. Als Pionier auf dem Gebiet der Home Electronics- und Audio-Geräte legt Grundig auch heute noch großen Wert auf hochwertige Designs, die durch ihren harmonischen Klang überzeugen. Jedes einzelne Grundig Elektrogroßgerät ist mit einem raffinierten Bedienpanel ausgestattet, das an einen Konzertflügel erinnert. Dieses elegante Detail sorgt für einen schlichten, einheitlichen Look.

Besuchen Sie uns auf der EuroCucina an Stand B11/C16 in Halle 11.

Über Grundig Intermedia

Grundig Intermedia ist einer der führenden Anbieter von Produkten aus den Bereichen Unterhaltungselektronik sowie kleine und große Haushaltsgeräte. Mit einem Portfolio von über 500 verschiedenen Produkten – angefangen von Ultra HD-TVs und mobilen Audiogeräten über Hairstyler, Bodenstaubsauger und Küchengeräten bis hin zu Backöfen, Geschirrspülern und Waschmaschinen – bietet die Marke für jeden Raum im modernen Zuhause eine Lösung. Als europäischer Vollsortimenter setzt Grundig mit seinen Home-Electronics-Produkten kontinuierlich neue Maßstäbe mit dem Fokus auf Qualität, Design und Innovation. Grundig ist Teil von Arçelik A.S., die Nummer drei in Europa im Bereich Elektrogroßgeräte und Teil der international tätigen, börsennotierten Koç-Gruppe mit über 80.000 Mitarbeitern. Weltweit arbeiten über 1.000 Mitarbeiter in Forschung & Entwicklung, um zukunftsweisende und umweltfreundliche Produkte herzustellen. Am Standort Nürnberg in Langwasser sind die Bereiche Marketing, Vertrieb, Produkt- und Qualitätsmanagement sowie Logistik und Service für den deutschen Markt angesiedelt. Grundig Produkte werden hauptsächlich in eigenen Produktionsstätten in Europa produziert und in über 65 Ländern weltweit vertrieben. Entdecken Sie mehr unter www.grundig.de.

Über Arçelik

Grundig ist eine Tochtergesellschaft des 1955 gegründeten Unternehmens Arçelik A.S. Der internationale Anbieter von Haushalts- und Elektrogeräten bedient Kunden in über 130 Ländern weltweit. Zehn Marken (Arçelik, Beko, Grundig, Blomberg, ElektraBregenz, Arctic, Leisure, Flavel, Defy und Altus) bieten den Verbrauchern energieeffiziente und innovative Home-Electronics-Produkte an. Arçelik ist der führende Haushaltsgerätehersteller der Türkei und die Nummer drei im europäischen Haushaltsgerätemarkt. Weltweit beschäftigt Arçelik mehr als 27.000 Mitarbeiter. Das Unternehmen unterhält internationale Vertriebs- und Marketingbüros in 30 Ländern sowie 15 Werke in sechs Ländern (Türkei, Rumänien, Russland, China, Südafrika und Thailand). In der Türkei und in anderen Ländern, unter anderem in Großbritannien (Cambridge), sind insgesamt 1.000 Mitarbeiter in der Forschung tätig. Arçelik sitzt in Istanbul (Türkei) und notiert an der Borsa Istanbul (IST: ARCLK). Weitere Informationen finden Sie auf www.arcelikas.com.

Über die EuroCucina

Grundig hat seine neue Kollektion von Einbaugeräten auf der EuroCucina 2016 vorgestellt. Als führende internationale Messe für hochwertige Küchenausstattung ist die EuroCucina die ideale Plattform, um die neue Einbau-Kollektion zu präsentieren und den modernen Stil der Marke live in Szene zu setzen. Die Messe findet alle zwei Jahre in Mailand, für manche eine der Stil-Hauptstädte der Welt, statt und ist ein Treffpunkt für führende Hersteller und Designer aus mehr als 160 Ländern. Die Messe setzt Maßstäbe für künftige Trends und bietet Marken wie Grundig eine hervorragende Umgebung, um neue Designs, Konzepte und Technologien vorzustellen.