

Pressemitteilung

Ihre Gesprächspartnerin:
Claudia Hoellwarth
Bereich Marketing Communication
Tel +49(0)911/703-0
Fax +49(0)911/703-8088
claudia.hoellwarth@grundig.com

Grundig Intermedia GmbH
Beuthener Str. 41
D-90471 Nürnberg
www.grundig.de

IFA 2014: Europäischer Vollsortimenter Grundig baut auf Wachstum durch Innovationen und Sortimentserweiterung

Mit einem Fokus auf Design, Funktion und Effizienz präsentiert sich der Vollsortimenter in Berlin.

Berlin/Nürnberg, 04. September 2014: Die deutsche Traditionsmarke Grundig setzt mit ihrem 3.500 qm großen Stand auf der IFA 2014 ein Ausrufezeichen und präsentiert den Messebesuchern als einziger europäischer Vollsortimenter über 150 Produktneuheiten aus dem Bereich Home Electronics – von kleinen Haushaltsgeräten und Personal Care Produkten über modernste TV- und Audiogeräte bis hin zu Elektrogroßgeräten hat Grundig Lösungen für jeden Raum im Angebot.

Starkes erstes Halbjahr dank Fußballweltmeisterschaft und Produktneuheiten

„Wir investieren seit Jahren konsequent in neue Technologien, die Produktentwicklung, unsere Marke und den Ausbau unseres Händlernetzwerks,“ so Grundig-CEO Murat Şahin bei der IFA-Presskonferenz des Unternehmens in Berlin. „In Zentraleuropa geht das



Das Grundig Vollsortiment (© Grundig Intermedia GmbH)

Wachstum im Bereich TV zurück, daher ist die Entwicklung von Innovationen und der Ausbau des Portfolios für uns maßgebend – diese Faktoren sorgen für Stabilität und nachhaltiges Wachstum. Unser Ansatz der Verflechtung von Produktentwicklung und Herstellung, wie bei unseren beiden Panelproduktionslinien, ermöglicht uns zudem mehr Flexibilität.“

Die Innovationsstärke des Unternehmens zahlt sich aus: So wächst Grundig seit 2009 im Schnitt jährlich um ca. 27 Prozent und konnte im ersten Halbjahr 2014 den TV-Absatz ebenfalls auch um 27 Prozent steigern. Gerade in diesem Markt profitiert Grundig von seiner starken Stellung und Sonderfaktoren wie der Fußball-WM sowie dem Technologiesprung hin zu Ultra-HD. Auch im traditionell für das Unternehmen starken Radiogeschäft konnte Grundig seine Position als Marktführer mit ca. 16 Prozent Anteil auf dem Gesamtmarkt Radio ausbauen. Im Segment DAB+, bei Radioweckern und bei tragbaren Radios ist Grundig

Marktführer. Auch in der vergleichsweise jungen Produktkategorie der Elektrogroßgeräte gewinnt die Traditionsmarke zunehmend die Käufergunst. So wurden mittlerweile über 100 weiße Ware-Modelle erfolgreich im Markt eingeführt. Zudem zeigt Grundig mit neuen Produkten und Sortimentserweiterungen im Bereich Elektrokleingeräte ein feines Gespür für Trends: Die Kategorie wächst jährlich durchschnittlich im zweistelligen Prozentbereich.

Investition in Technologie und Portfolio

Insbesondere mit seiner breiten Palette an UHD-TVs in verschiedenen Zollgrößen und Farbvarianten kann Grundig überzeugen: Ausgestattet mit Technologien für perfekten Sound und scharfe Bilder kombinieren sie zudem Komponenten wie Bluetooth und Online-Dienste für individuelle Konnektivität in den eigenen vier Wänden.

Im Bereich Küche punktet das Unternehmen mit sinnvollen und überraschenden Innovationen: So vertreibt der FreshGuard™ Geschirrspüler mit Ionen-Technologie unangenehme Gerüche auf natürliche Art und Weise aus der Küche und der innovative Divide&Cook Ofen ermöglicht das zeitgleiche und energieeffiziente Zubereiten von Sonntagsbraten und Kuchen in einem Gerät.

Zahlreiche Neuerungen finden sich auch bei den Küchengeräten und Körperpflege-Produkten: Dank besonders schonender Zubereitung sorgt der Gourmet-Tee-Bereiter für höchsten Teegenuss; der neue Lockenstab HS 6430 schützt mit seiner Silikonbeschichtung besonders die empfindlichen Haarspitzen. Allen Grundig Produkten zuteil ist dabei ihr zeitloses Design, praktische Funktionalität und hohe Effizienz bei Verbrauch, Qualität oder Bedienung.

Revolutionärer Prototyp – Visual User Experience (VUX)

Das innovative Visual User Experience System, kurz VUX, revolutioniert mit dem kompletten Verzicht auf Dreh- oder Druckknöpfe sowie in Kochflächen integrierte Touchpads die Bedienung von Küchengeräten – und setzt dabei komplett auf Projektionstechnik: Die Bedienfelder werden von einem über dem Küchengerät, etwa in einer Abzugshaube installierten Miniaturprojektor, direkt auf die Oberfläche projiziert. Durch das vom Smartphone gelernte Berühren, Klicken oder Verschieben der virtuellen Knöpfe und Regler stellt sich ein ganz neues sensitives Bedingefühl ein.

Zuverlässiger Partner des Handels

Im bisherigen Jahresverlauf konnte Grundig über 2 Mio. Geräte absetzen, Tendenz steigend. „Wir wachsen über alle Segmente hinweg und verkaufen im Durchschnitt ca. 12.000 Produkte am Tag“, erklärt Horst Nikolaus, Geschäftsführer Vertrieb von Grundig. „Unser Wandel zum Home Electronics-Vollsortimenter und der damit einhergehende Sortimentsausbau war eine absolut richtige Entscheidung. Grundig wird heute mehr denn je als verlässlicher Partner des Handels wahrgenommen, der für Vertrauen, Kontinuität und Innovationen steht.“

Ausbau der Aktivitäten auch auf dem Rasen

Zudem baut Grundig als offizieller Technologie-Partner der Bundesliga und Namensgeber des Grundig Stadions in Nürnberg sein ohnehin schon starkes Engagement im Fußball weiter aus. So setzt Grundig verstärkt auf den Wachstumsmarkt der professionellen Werbetechnik und stattet gemeinsam mit dem Vermarktungspartner SPORTFIVE Bundesliga-Stadien mit neuesten LED-Banden aus. „Wir sind im Bereich der LED-Lösungen

Vorreiter und sehen die Herausforderung, bei Großveranstaltungen für perfekte Bildqualität zu sorgen, als Antrieb für weitere Anstrengungen in diesem Bereich“, so Murat Şahin.

Die Partnerschaft mit Borussia Dortmund unterstreicht die technologische Orientierung: Der Signal Iduna Park wird aktuell mit Produkten der Traditionsmarke ausgerüstet. Die Markenkernwerte der beiden Unternehmen passen gut zusammen, wie Christian Struck, Brand Director Grundig Intermedia, zu berichten weiß.

Grundig präsentiert seine Highlight-Produkte aus den Bereichen Consumer Electronics, kleine Haushaltsgeräte, Personal Care und Elektrogroßgeräte vom 05. bis 10. September auf der Internationalen Funkausstellung 2014 in Berlin in Halle 23.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an die zuständige PR-Agentur:

LoeschHundLiepold Kommunikation GmbH

Katharina Gottwald/Susanne Möhner

Phone: +49-89-720187- 290 / -18

mailto: Grundig@lhk.de

Über Grundig Intermedia

Die Grundig Intermedia GmbH ist weltweit einer der führenden Anbieter von Produkten aus den Bereichen Unterhaltungselektronik sowie Haushaltsgeräte. Seit 2007 ist die Grundig Intermedia GmbH ein Teil von Arçelik A.S., einem der führenden Unternehmen innerhalb der international tätigen, börsennotierten Koç-Gruppe. Grundig Intermedia beschäftigt in seinem Hauptquartier in Nürnberg rund 140 Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Produkt- und Qualitätsmanagement, Produktdesign und Service. Insgesamt arbeiten weltweit über 1.600 Mitarbeiter in den Bereichen Produktion, Forschung & Entwicklung und Vertrieb für die Marke Grundig. Seine Wurzeln hat der Konzern im deutschen Traditionsunternehmen Grundig AG, das mit Radios und Fernsehern Weltruhm erlangte. Grundig Intermedia übernahm den Kernbereich Unterhaltungselektronik und ergänzte ihn um den Bereich kleine und große Haushaltsgeräte. Damit gliedert sich Grundig heute in drei Produktbereiche: Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte und Haushaltsgroßgeräte. Das Portfolio reicht von MP3-Playern und 65 Zoll 3D LED-TVs über Hairstyler, Bodenstaubsauger und Küchenmaschinen bis hin zu Backöfen, Geschirrspülern und Waschmaschinen. Grundig ist Namensgeber des Nürnberger Stadions, offizieller Technologie-Partner der Bundesliga und seit August 2014 auch Technologie-Partner von Borussia Dortmund. Weitere Informationen finden Sie unter www.grundig.de.