Pressemitteilung

Beko macht international wichtigen Schritt in Richtung Nachhaltigkeit

**Die Hausgerätemarke Beko wird nachhaltiger. Global launcht das Unternehmen sieben neue nachhaltige Produkte und präsentiert die Ergebnisse einer Nachhaltigkeits-Umfrage, die unter europäischen Verbrauchern durchgeführt wurde.**

**Istanbul, 24. Juni 2021** – Als global agierendes Unternehmen ist sich Beko seiner Verantwortung in Sachen Umweltschutz und Nachhaltigkeit bewusst. Hakan Bulgurlu, CEO von Arçelik, der Muttergesellschaft von Beko, kommentiert: „Unsere Ziele im Bereich Nachhaltigkeit und unsere führenden Bemühungen im Bereich nachhaltige Innovationen sind zwei Teile desselben großen Ganzen, die eng zusammenhängen. Es liegt an uns, bessere, umweltbewusstere Wege zu finden, unser Leben zu führen. Mit einer Reihe von umweltfreundlichen Beko-Geräten, die wir heute neu vorstellen, können unsere Kunden nun ihr Zuhause nachhaltiger gestalten.“ „Das Ziel der Marke Beko ist es, zukünftige Generationen für einen gesünderen Lifestyle zu begeistern. Das ist nur möglich, wenn wir nachhaltiger leben und auf einen gesünderen Planeten hinarbeiten. All unsere Handlungen und jedes Produkt, das wir verwenden, hat Auswirkungen auf die Natur," ergänzt Zeynep Yalım Uzun, CMO von Arçelik.

Dafür launcht Beko heute global ein neues, umweltfreundliches Sortiment. Dieses umfasst sieben nachhaltige Produkte, die Verbraucher dabei unterstützen, im Alltag umweltfreundlicher zu leben. Bei den Geräten handelt es sich um die EcoTub-Waschmaschine und den EcoTub-Waschtrockner, den GreenDry-Trockner und den EcoFiber-Backofen, die aus recycelten Materialien wie PET-Flaschen und Fischernetzen hergestellt werden. In dem neuen BioCycle-Kühlschrank und der BioCoffee-Espressomaschine werden Bio-Verbundstoffe aus Eiern oder Kaffeeresten verwendet. Der neue AutoDose-Geschirrspüler dosiert die passende Menge an Spülmittel und spart so bei jedem Waschgang. Die Nachhaltigkeits-Range wird nach und nach international ausgerollt, in Deutschland ist der Launch für 2022 geplant.

**Beko Nachhaltigkeitsstudie: Menschen als größte Bedrohung für die Umwelt**

Anlässlich der Produktneuheiten stellt Bekozudem die Ergebnisse einer europaweiten Umfrage zu den Einstellungen und Bedenken der Verbraucher in Bezug auf Nachhaltigkeit vor. Befragt wurden 1.800 Teilnehmer aus Deutschland, UK, Frankreich, Italien, Polen und Spanien. Ein Hauptergebnis der Studie: Von Menschen verursachte Umweltschäden werden von den Befragten aller Länder als die größte Bedrohung für unseren Planeten wahrgenommen. Machtlos scheinen sich die Teilnehmer dem gegenüber jedoch nicht zu sehen: Die große Mehrheit gibt an, dass sie es für ihre persönliche Verantwortung halten, etwas zu verändern, indem sie den Abfall-, Wasser- und Energieverbrauch in ihrem täglichen Leben reduzieren (DE: 84%, UK: 88%, IT: 88%, ESP: 87%, FR: 78%, POL: 74%).

Recycling ist die beliebteste Art und Weise, zuhause Nachhaltigkeit zu leben. 66% der Befragten aus Deutschland setzen darauf – im Ländervergleich stehen sie damit jedoch an letzter Stelle. Auf die Frage, mit welchen Maßnahmen die Erde zudem geschützt werden kann, nennen die Befragten, in der Reihenfolge ihrer Effektivität absteigend folgende Maßnahmen: den Kauf nachhaltiger Produkte, den Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung, die Reduzierung von Flugreisen und des Fleisch-Konsums. Die Verwendung umweltfreundlicher Produkte ist den Teilnehmern in den Kategorien Energie und Lebensmittel am wichtigsten, gefolgt von der Kategorie Haushaltsgeräte.

Als Haupthindernis für einen nachhaltigeren Alltag wird in allen Ländern die Wahrnehmung hoher Preise für nachhaltige Produkte genannt. In Deutschland sind laut der Umfrage im Vergleich zu anderen Ländern hohe Preise nur selten ein Hinderungsgrund für den Kauf nachhaltiger Produkte – dies gilt sowohl für FMCG- als auch für Nicht-FMCG-Produkte (Fast Moving Consumer Goods, also schnelllebige Konsumgüter). Der Preis ist über alle Länder hinweg das wichtigste Kaufkriterium bei Haushaltsgeräten, gefolgt von Langlebigkeit und Umweltfreundlichkeit.

„Unsere Untersuchung hat uns gezeigt, dass wir dieselben Nachhaltigkeitsziele verfolgen wie unsere Kunden. Es ist ermutigend, dass die Menschen das Richtige für die Umwelt tun wollen und glauben, dass ihr Handeln etwas bewirken kann. Der Preis hat einen erheblichen Einfluss auf das Kaufverhalten. Wir bei Beko setzen uns leidenschaftlich dafür ein, Technologien zu demokratisieren, sie erschwinglich zu machen und dafür zu sorgen, dass so viele Menschen wie möglich Zugang zu ihnen haben. Indem wir Nachhaltigkeit in unser Geschäftsmodell und in alles, was wir tun, integrieren, möchten wir von Menschen gemachte Umweltschäden reduzieren, indem wir leistungsstarke, langlebige, erschwingliche Haushaltsgeräte entwickeln, die auch umweltfreundlich sind", sagt Mario Vogl, Vorsitzender der Geschäftsführung der Beko Grundig Deutschland GmbH.

**Hinweise für die Redaktion**

Produktbilder finden Sie auf dieser [Seite](https://www.arcelikglobal.com/en/beko-introduces-eco-friendly-appliances-for-a-healthy-planet/).

**Über Beko**

Beko ist bei den freistehenden Haushaltsgeräten im Bereich Weiße Ware in Europa als führende Marke das Maß aller Dinge. Das Sortiment wird weltweit in über 100 Ländern vertrieben und umfasst Elektrogroßgeräte aus den Bereichen Kühlen & Gefrieren, Waschen & Trocken sowie Kochen & Backen. Wie hoch die Qualität und wie stark die Umwelt- und Preis-/Leistungsmerkmale von Beko-Produkten sind, beweisen die regelmäßigen Auszeichnungen wichtiger europäischer Verbraucherorganisationen wie Stiftung Warentest. Beko entwickelt ausschließlich Produkte, mit deren Hilfe alle Konsumenten einen gesunden Lebensstil führen können. Davon ist auch der Markenbotschafter von Beko Deutschland, Marc-André ter Stegen, überzeugt. Der Torhüter der deutschen Fußballnationalmannschaft und Stammspieler beim FC Barcelona unterstützt Beko dabei zu zeigen, wie einfach jeder einen gesunden Lifestyle auf Profi-Niveau leben kann. Darüber hinaus engagiert sich Beko als einer der Hauptsponsoren beim FC Barcelona sowie als offizieller Ausrüster der European League of Legends Championship (LEC).

Entdecken Sie mehr unter [www.beko.com/de-de](http://www.beko.com/de-de)

**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/>

**Über Arçelik, die Muttergesellschaft von Beko**:

Arçelik wurde 2019 und 2020 als Branchenführer im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) in der Kategorie "Household Durables" ausgezeichnet und zum vierte Mal in Folge in den Index aufgenommen. Die Mission von Arçelik ist "Respecting the World, Respected Worldwide".

**Pressekontakt**

|  |  |
| --- | --- |
| Beko Grundig Deutschland GmbHJessica SchnabelThomas-Edison-Platz 363263 Neu-IsenburgTel. 06102 / 71 82 – 455presse@bg-deutschland.de [www.beko.com/de-de/ueber-beko/presse](https://www.beko.com/de-de/ueber-beko/presse) | LHLKKatrin LauxTegernseer Platz 7 81541 MünchenTel. 089 / 72 01 87 – 268beko@lhlk.de |