Beko Grundig Deutschland
Rekordumsatz im Geschäftsjahr 2021

Dienstag, 01.03.2022

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

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% 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 Mio. 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.“

Nachhaltigkeit 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.

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 zukunftsgewandtes New Work-Konzept.

Rekordumsatz im Geschäftsjahr 2021

Links

- Beko Grundig Deutschland