**Medieninformation**

**Anforderungen der Verbraucher:innen an die Küchen von heute**

**Beko Studie zeigt die begehrtesten Küchentrends**

**Flüchtige Küchentrends waren gestern, heute wollen Verbraucher:innen lieber langlebiges, hochwertiges Design. Das zeigt eine aktuelle Studie von Beko, einer der drei größten Haushaltsgerätemarken in Europa[[1]](#footnote-1). Zeitloses Design und fortschrittliche Technologie sind demnach begehrte Merkmale moderner Küchen.**

Wien, 27. März 2023. Küchen verändern sich und werden immer mehr zu multifunktionalen Wohnräumen. Neben ihrer Hauptfunktion als Ort der Essenszubereitung dienen sie ebenso als Frühstücks-, Ess- und auch als Unterhaltungsbereich. Eine europaweite Studie unter 14.000 Verbraucher:innen[[2]](#footnote-2) von Beko zeigt, dass jede bzw. jeder Dritte den Raum zum Essen nutzt. Infolgedessen werden an die Küchen von heute viele Anforderungen im Hinblick auf Funktion, Qualität, Technologie und Ästhetik gestellt, um die unterschiedlichen Bedürfnisse erfüllen zu können. Beko hat in einer umfassenden Studie erhoben, welche Anforderungen Verbraucher:innen an ihre Küchen und Küchengeräte stellen.

Für 87 Prozent sind Ästhetik, Qualität und Funktionalität die drei wichtigsten Werte, die bei Küchen und Geräten am meisten bewundert werden. Qualität spielt dabei eine große Rolle. Im Gegensatz zum wachsenden Trend zu billigeren, trendigeren Produkten zeigt die Studie, dass die Mehrheit auf die Langlebigkeit ihrer Geräte großen Wert legt. 61 Prozent der Befragten schätzen diese Eigenschaft.

**Steht die Traumküche bei anderen?**

Für 33 Prozent ist ihre derzeitige Küche nicht ihr „Traumraum“. Mehr als die Hälfte der Befragten (56 Prozent) gibt zu, die Küchengadgets und -geräte anderer Menschen zu bewundern. Neben Qualität (47 Prozent) und Technologie (39 Prozent) war erwartungsgemäß die Ästhetik (49 Prozent) für viele Befragte ein Schlüsselfaktor und einer der Gründe, die für den Neid auf die Küchengeräte anderer genannt wurden. Insbesondere geben die Teilnehmer:innen an, dass sie das schlichte und moderne Design von Geräten bewundern, wobei ein beträchtlicher Teil auch schlichtes und minimalistisches Design als Hauptmerkmal einer Traumküche nannte. Und 35 Prozent beneiden andere um die Funktionalität bzw. Benutzerfreundlichkeit ihrer Haushaltsgeräte.

Interessanterweise nennt ein beträchtlicher Teil auch die einfache Installation von Küchengeräten als wichtiges Merkmal ihrer begehrten Geräte, was darauf hindeutet, dass der Wunsch nach einem Gerät nicht nur vom Aussehen und der Funktionsweise abhängt, sondern bereits vor der Installation nach der Einfachheit und Funktionalität eines Geräts gesucht wird.

**Wunschliste an Küchengeräte**

Fast ein Viertel der Befragten will künftig nur noch hochwertige Geräte kaufen. Die Wunschliste bezüglich des Könnens der Küchengeräte sind Funktionalität (35 Prozent), Qualität (34 Prozent) und Energieeffizienz (23 Prozent). Die Untersuchung hat auch gezeigt, dass die meisten Verbraucher:innen nicht ruhen, wenn sie einmal etwas gesehen haben, das ihnen gefällt. Ein großer Teil kauft dann ein ähnliches Produkt für den eigenen Haushalt.

„Die Küche ist nicht länger ein Raum, in dem ausschließlich Mahlzeiten zubereitet werden. Wir beobachten zunehmend, dass die Küche zu einem gemeinsamen Raum wird, der von allen Familienmitgliedern genutzt wird – sei es als Home-Office, als Familienzimmer oder als Raum für geselliges Beisammensein. Es ist wichtig für uns, dies zu verstehen und unser Angebot auf die wachsende Bandbreite von Wünschen und Bedürfnissen abzustimmen. Diese Untersuchung bestätigt, was wir beobachtet haben: Hochwertige Produkte, die gut aussehen und mit innovativen Technologien ausgestattet sind, stehen im Mittelpunkt der Traumküchen der Verbraucher:innen. Wir hoffen, dass wir mit diesem Wissen weiterhin großartige Lösungen für Küchen auf der ganzen Welt anbieten können“, kommentiert Evren Aksoy, Geschäftsführer der Beko Grundig Österreich AG.

Beko hat sein Einbauküchensortiment überarbeitet und bringt nun sein neues Sortiment an neuen Küchenlösungen, die Hochleistung mit intelligentem Design und neuen Technologien kombinieren. Die neuesten Einbauküchentechnologien von Beko zeichnen sich durch benutzerfreundliche und hochwertige Funktionen aus, die das Leben für die Konsument:innen einfacher machen. So sorgen in den Beko Backöfen Steam und Aero Perfect für perfekte Ergebnisse. Steam dafür, dass die Gerichte nicht nur knusprig und flaumig gelingen, sondern auch die Nährstoffe erhalten bleiben und AeroPerfect dafür, dass in Beko Backrohren die Luft gleichmäßig zirkuliert und die Speisen so gleichmäßig garen. Die Beko Funktionen sind in ein nahtloses und elegantes Design verpackt und darüber hinaus so konzipiert, dass die Geräte leicht zu reinigen sind und ab der Installation nur minimalen Aufwand erfordern. Für Küchen, die nicht nur als Ort zum Kochen, sondern auch als wertvolle soziale Räume für Freunde und Familie dienen, ist der Wunsch nach intelligenteren Lösungen, die sich mühelos in eine Vielzahl von Lebensstilen einfügen, klar und wird von Beko anerkannt.

Beko zeigt sein neues Einbauküchensortiment auch auf den küchenwohntrends von 3. Bis 5. Mai 2023 in Salzburg.

Graphik: Anforderungen an die Küche von heute

Foto: Eine Küche mit Beko Einbaugeräten

© Beko Grundig Österreich AG

**Über Beko**

Beko ist eine der Top 3 Haushaltsgroßgeräte-Marken in Europa (Quelle: Euromonitor International Limited; Haushaltsgroßgeräte gemäß Hausgeräte 2022, nach Absatzvolumen, Daten aus 2021). 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 Konsumentinnen und Konsumenten einen gesunden Lebensstil führen können. Entdecken Sie mehr unter [www.beko.com/at-de](http://www.beko.com/at-de)

**Über die Beko Grundig Österreich AG**

Die Beko Grundig Österreich AG ist international einer der bedeutendsten Marktteilnehmer im Bereich Home Electronics. Das Unternehmen ist in Österreich die Dachorganisation der Marken Beko, eine der Top 3 Haushaltsgroßgeräte-Marken in Europa (Quelle: Euromonitor International Limited; Haushaltsgroßgeräte gemäß Hausgeräte 2022, nach Absatzvolumen, Daten aus 2021), elektrabregenz und Grundig. 40 Mitarbeiter:innen steuern von der Zentrale im 23. Wiener Gemeindebezirk aus, die nationalen Aktivitäten der Bereiche Marketing, Vertrieb, Produktmarketing, After Sales Service, HR, Finance, Logistik und Supply Chain sowie den Innendienst. 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 – zum Beispiel 2020 vom Dow Jones Sustainability Index bereits zum zweiten Mal in Folge als nachhaltigstes Unternehmen der Hausgeräteindustrie.

**Rückfragen richten Sie bitte an:**

|  |  |
| --- | --- |
| Dr. Alexandra Vasak  Reiter PR  Tel.: +43/699/120 895 59  [alexandra.vasak@reiterpr.com](mailto:alexandra.vasak@reiterpr.com) | Mag. (FH) Margit Anglmaier / Manager Marketing & Communications  Beko Grundig Österreich AG  Tel.: +43/664/384 42 30  [margit.anglmaier@bg-austria.at](mailto:margit.anglmaier@bg-austria.at) |

1. Quelle: Euromonitor International Limited; Haushaltsgroßgeräte gemäß Hausgeräte 2022, nach Absatzvolumen, Daten aus 2021 [↑](#footnote-ref-1)
2. Die Studie wurde im Oktober 2022 von Beko in Zusammenarbeit mit OnePoll durchgeführt. Für die Studie wurden insgesamt 14.000 Verbraucher:innen in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Polen, Spanien und den Vereinigten Arabischen Emiraten befragt. [↑](#footnote-ref-2)