**Medieninformation**

**Beko stellt HarvestFresh in das Zentrum der aktuellen Kampagne**

**Mit HarvestFresh geht im Gemüsefach die Sonne auf! Das ist das Motto der aktuellen Kampagne, die im Juni zu sehen ist und die Vorteile von HarvestFresh in den Mittelpunkt stellt. Denn mit HarvestFresh wird das natürliche Licht des täglichen Sonnenzyklus in der Gemüselade nachempfunden. Sonnenaufgang, Höchststand und Sonnenuntergang sorgen dafür, dass Vitamine und Nährstoffe in Obst und Gemüse länger erhalten bleiben.**

Wien, 8. Juni 2022. Die Kampagne, die von der Agentur kraftwerk umgesetzt wird, läuft im Juni 2022 und stellt HarvestFresh in den Mittelpunkt. Noch bis 1. Juli 2022 dreht sich alles um die innovative HarvestFresh-Technologie in Beko Kühl- und Gefrierkombinationen. Im Rahmen der zur Zeit laufenden digitalen Banner- und YouTube-Kampagne und der Verlinkung auf die eigens dafür erstellte, interaktive [**HarvestFresh**](https://www.beko.com/at-de/Harvestfresh-Campaign)-Landingpage wird auf die Vorteile der innovativen HarvestFresh-Technologie aufmerksam gemacht.

Aber auch auf den SocialMedia-Kanälen dreht sich alles um HarvestFresh. Patricia Kaiser, Moderatorin, Model, Sprecherin, ehemalige Miss Austria und seit Sommer 2021 auch Beko Markenbotschafterin, genießt im [**Video**](https://www.instagram.com/p/CeVQ6Nvq6AT/)die vielen Vorteile der Beko HarvestFresh-Kühlgeräte. Die Beko SocialMedia-Kanäle werden von der Agentur marketing circus betreut.

**Mit HarvestFresh geht im Gemüsefach die Sonne auf**

Die innovative HarvestFresh-Technologie, die für Beko-Kühlschränke entwickelt wurde, verwendet nicht eine, sondern gleich drei effektive Farben (Grün, Blau und Rot), die den natürlichen Lichtzyklus des Tages imitieren einschließlich einer dunklen Nachtphase. Auf das Blau des Sonnenaufgangs folgt das Grün des mittäglichen Höchststandes, das allmählich in das Rot des Sonnenuntergangs übergeht und danach wird es – so wie in der Natur auch – dunkel. Durch diesen 24-Stunden-Tag-Nachtzyklus wird ein natürliches Lebensumfeld für Obst und Gemüse geschaffen, lange nachdem dieses geerntet und gekauft wurde. Die Verwendung verschiedener Lichtkombinationen ermöglicht es, in beispielsweise Spinat oder Beeren enthaltene Vitamine auf natürliche Weise zu konservieren. Studien[[1]](#footnote-1) haben gezeigt, dass HarvestFresh dazu beiträgt, den Gehalt von Vitamin-A- und Vitamin-C wesentlich länger zu erhalten. Obst und Gemüse schmeckt auch nach Tagen wie frisch geerntet.

In Österreich gibt es die folgenden HarvestFresh-Modelle im Handel: Die Side-by-Sides GNE480E30ZXPN, GN162341XBN, GN162341XBRN, GN163242XBN, die Kühl- und Gefrierkombinationen RCNE720E3VZXPN, RCNE560E40ZLXPHUN, RCNE560E50ZXPN, die Einbaukühl- und Gefrierkombination BCHA275K4SN sowie der Einbaukühlschrank BSSA315E3FN und die neuen Beko Beyond Kühl- und Gefrierkombinationen B5RCNE365LXB, B5RCNA365LXB, B3RCNA364HW sowie B3RCNA364HXB.

„HarvestFresh ist die intelligente Art der Obst- und Gemüselagerung. Obst und Gemüse schmeckt auch nach Tagen wie frisch geerntet. Mit Kühlgeräten, die für längere Frische sorgen, macht es einfach mehr Spaß, sich gesund zu ernähren. Auf diese vielen Vorteile weisen wir in unserer aktuellen Kampagne hin“, so Christian Schimkowitsch, Geschäftsführer der Beko Grundig Österreich AG.

**Foto:** Sujets der aktuellen Kampagne  
**Fotocredit:** © Beko / Beko Grundig Österreich AG

**Mehr zur Kampagne:** <https://www.beko.com/at-de/Harvestfresh-Campaign>

**Instagram:** <https://www.instagram.com/p/CeVQ6Nvq6AT/>

**YouTube:** <https://youtu.be/GkQeRdISQus>

<https://youtu.be/mOKAOOOJf_c>

**Mehr zu den neuesten Beko Harvest Fresh Kühl- und Gefrierkombinationen:**

<https://www.reiterpr.com/aktuell/1098-neu-und-innovativ-beko-beyond-kühl-und-gefrierkombinationen>

**Über Beko**Beko ist die internationale Haushaltsgerätemarke von Arçelik, einem multinationalen Haushaltsgerätehersteller, der mit 12 Marken vertreten ist und weltweit über 40.000 Mitarbeiter beschäftigt. Beko ist die führende Marke für freistehende Haushaltsgeräte in Europa im Bereich der Weißware und die Nr. 1 bei den großen Haushaltsgeräten im Vereinigten Königreich. Die Marke ist Hauptpartner des FC Barcelona, Namenspartner des Fenerbahçe-Basketballteams und offizieller Ausrüster der European League of Legends Championship (LEC).

Beko konzentriert sich seit Jahren auf eine gesunde Lebensweise, indem es das Bewusstsein dafür schärft und Produkte entwickelt, die ein gesundes Leben möglich und bequem machen. Die Mission der Marke Beko lautet „Gesundes Leben ist nur auf einem gesunden Planeten möglich". Beko setzt sich für den Schutz unseres Planeten ein, indem es energieeffiziente Produkte entwickelt und herstellt und in die Ressourceneffizienz der Produktion investiert. 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, Nummer 2 in Europa (nach Absatzzahlen), elektrabregenz und Grundig. 40 Mitarbeiter 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. Wolfgang Lutzky / Direktor Vertrieb & Marketing  Beko Grundig Österreich AG  Tel.: +43/664/384 42 15  [wolfgang.lutzky@bg-austria.at](mailto:wolfgang.lutzky@bg-austria.at) |

1. In siebentägigen Labortests hat das internationale Inspektions-, Prüfungs- und Zertifizierungsunternehmen Intertek den Gehalt von Vitamin A und Vitamin C in Tomaten und grünen Paprika gemessen, die direktem Licht ausgesetzt waren. [↑](#footnote-ref-1)