**Medieninformation**

**bekofrisch: Beko startet österreichweite Kampagne**

**bekofrisch – ist das Motto der Kampagne, die österreichweit Mitte Juni startet. Und die die Vorzüge jener Technologie, die dafür sorgt, dass Obst und Gemüse länger frisch bleiben, mal auf eine andere Weise hervorhebt. Denn jeder Kunde, der im Aktionszeitraum von 15. Juni 2021 bis 15. Juli 2021 ein Beko Kühlgerät kauft, das mit der innovativen HarvestFresh-Technologie ausgestattet ist, bekommt die Obst- und Gemüse-Box von ICH+ für ganze sechs Monate im Wert von 120 Euro dazu. So können sich die Käufer von der Frische gleich selbst überzeugen.**

Wien, 1.6.2021. bekofrisch ist darüber hinaus in einer breit angelegten digitalen Kampagne eingebettet, die ab Mitte Juni für zwei Monate auf sämtlichen Online-Kanälen als Werbung ausgespielt wird. Begleitet von Social Media und PR rückt die Kampagne die Vorteile von HarvestFresh und die gesamte Aktion in den Mittelpunkt. Infofolder und eigens produzierte [Videos](https://www.youtube.com/watch?v=2FESXocuQrE) machen ebenso auf bekofrisch aufmerksam. Im Elektro- und Möbelfachhandel gibt es im Aktionszeitraum die entsprechende Bewerbung am POS. Verlinkt wird auf die eigens dafür erstellte, interaktive [bekofrisch](https://bekofrisch.at/)-Landingpage, die alle weiteren Informationen zu den teilnehmenden Händlern oder den Geräten liefert.

„Wir haben uns hier ganz bewusst für eine Kampagne entschieden, die sowohl das Feature HarvestFresh als auch gesunde Ernährung in das Zentrum rückt. So bieten wir unseren Kunden nicht nur einen Kühlschrank, der für längere Frische sorgt, sondern liefern nun frisches Obst und Gemüse gleich dazu. Mit ICH+ haben wir dafür einen starken Partner gefunden, der wie Beko für Qualität steht, auf Frische setzt und daher einfach perfekt passt“, so Philipp Breitenecker, Head of Marketing bei Beko Austria.

„Gute Partnerschaften haben große Gemeinsamkeiten: Bei Beko und bei uns von ICH+ ist das das gemeinsame Engagement für gesunde Ernährung. Wir wollen den Griff zu frischem und hochwertigem Obst und Gemüse so einfach wie möglich machen. Und packen dafür nur das Beste der Natur in unsere ICH+ Boxen. Wir liefern Gesundes an jede Adresse – plastikfrei und Co2-neutral. Und dank der HarvestFresh-Technologie von Beko bleibt das Wertvollste für unsere Gesundheit noch länger frisch“, so Patricia Kaiser, Moderatorin, Model und Gesellschafterin von ICH+.

**Frisches Obst und Gemüse für jedes gekaufte Kühlgerät**

Denn um gleich auszutesten, wie gut HarvestFresh wirklich funktioniert, braucht es frisches Obst und Gemüse. Beko liefert das nun zum Kühlgerät einfach gleich dazu. Und das von einem Unternehmen, das für Frische und hohe Qualität steht. Für die ICH+ Box des gleichnamigen Startups kommen Obst und Gemüse von eigens ausgewählten Bauern aus Österreich, Europa oder der restlichen Welt direkt zu Frutura ins steirische Hartl. Und dieses wird hier im besten Reifezustand zu 100 Prozent ohne Plastik in Boxen geschlichtet und auf kürzestem Weg mit der Post an jede Adresse in ganz Österreich Co2-neutral zugestellt. Das gibt es nun auch für die Beko HarvestFresh-Kunden.

Für jeden Kühlschrank bzw. jede Kühl-/Gefrierkombination, die mit der HarvestFresh-Technologie ausgestattet ist und im Zeitraum von 15. Juni 2021 bis einschließlich 15. Juli 2021 gekauft wird, erhält der Kunde die Obst- und Gemüse-Box von ICH+ für sechs Monate im Wert von 120 Euro gleich dazu.

**Beko HarvestFresh: Die frische Lagerung**

Und um sie geht es: Beko HarvestFresh-Kühlgeräte. HarvestFresh ist die intelligente Art der Obst- und Gemüselagerung. Entwickelt wurde eine Technologie, die dafür sorgt, dass Obst und Gemüse so nahrhaft im Kühlschrank gelagert werden wie am Tag des Kaufs. Denn dank HarvestFresh ist das nun möglich und auch bei längerer Lagerung büßen Brokkoli, Paprika und Co. weder Vitamine noch Nährstoffe ein.  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.

Seit Herbst 2020 gibt es das erste Beko HarvestFresh-Gerät im österreichischen Handel. Vor kurzem wurde die HarvestFresh-Produktrange um einige Modelle erweitert. In der Aktion sind alle derzeit im Handel erhältlichen Beko HarvestFresh-Kühlgeräte inkludiert: Die Side-by-Sides GNE480E30ZXPN, GN162341XBN, GN162341XBRN, GN163242XBN, die Kühl- und Gefrierkombinationen RCNE720E3VZXPN, RCNE560E40ZLXPHUN, RCNE560E50ZXPN und die Einbaukühl- und Gefrierkombination BCHA275K4SN sowie den Einbaukühlschrank BSSA315E3FN.

**So funktioniert es**

Auf [bekofrisch.at](https://bekofrisch.at/) findet man alle teilnehmenden Händler. Nach dem Kauf eines HarvestFresh-Kühlgeräts lädt man auf dieser Landingpage die Rechnung hoch und erhält den Gutschein-Code für die die Obst- und Gemüsebox von ICH+, die man anschließend auf [ichplus.at/beko](https://ichplus.at/beko) gleich einlösen kann. Das Abo endet nach diesem Zeitraum automatisch.

Die Landingpage mit sämtlichen Informationen zur Kampagne bekofrisch: <https://bekofrisch.at>

Mehr zu HarvestFresh: <https://www.beko.com/at-de/Harvestfresh-Campaign>

Das Video in der langen Form zur Kampagne bekofrisch gibt es hier: <https://www.youtube.com/watch?v=2FESXocuQrE>

**Bild 1:** Philipp Breitenecker, Head of Marketing bei Beko Austria und Patricia Kaiser, Moderatorin, Model und Gründerin von ICH+ im Frutura Gewächshaus.

**Fotocredit:** © Markus Selikovsky

**Bild 2:** Beko HarvestFresh im Frutura Gewächshaus.

**Fotocredit:** © Markus Selikovsky

**Bild 3:** Beko hat ein Herz für Frische: Das KeyVisual von bekofrisch

**Fotocredit:** © Beko Austria

**Über Beko**

Beko, die internationale Haushaltsgerätemarke von Arçelik, ist in mehr als 130 Ländern vertreten und zählt zu den führenden Weißwaren-Marken in Europa. Zum Produktangebot des Unternehmens gehören Großgeräte, Klimaanlagen und Kleingeräte. Beko verbindet innovative Technologien und effiziente Lösungen mit funktionellem Design. Aufgrund ihrer hervorragenden Qualität sowie exzellenter Umwelt- und Leistungsmerkmale werden Beko Produkte vielfach ausgezeichnet. Außerdem engagiert sich Beko im Breiten- und Spitzensport. Die Marke ist Hauptpartner des FC Barcelona, Namenspartner des Fenerbahçe Men's Basketball Teams und offizieller Ausrüster der European League of Legends Championship (LEC). Gemeinsam mit dem FC Barcelona wurde die mehrjährige Kampagne „Live like a Pro“ ins Leben gerufen, die Kinder und Jugendliche zu mehr Bewegung und gesunder Ernährung animieren soll. Entdecken Sie mehr unter [www.beko.com/at-de](http://www.beko.com/at-de)

Rückfragen richten Sie bitte an:

|  |  |
| --- | --- |
| Dr. Alexandra Vasak Reiter PR Tel.: +43/699/120 895 59alexandra.vasak@reiterpr.com  | Philipp Breitenecker/Head of MarketingElektra Bregenz AG Tel.: +43/664/384 42 30philipp.breitenecker@elektrabregenz.com |

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)