

Presseinformation

BSH im Jubiläumsjahr: Europas Nummer 1 zeigt im 10. Ausstellungsjahr auf der IFA Ideen für die vernetzte Küche der Zukunft

- Multi-Marken-Konzern BSH Hausgeräte präsentiert zusätzlich zu zahlreichen Produktneuheiten zukunftsweisende Innovationen für das digitale Zeitalter – beispielsweise aus den Bereichen Sensorik (X-Spect), Vernetzung (Home Connect) und Robotik (Mykie)
- Jährlicher Kristallisationspunkt: Globale Hausgeräteindustrie und Handel treffen sich zum 10. Mal auf der Internationalen Funkausstellung (IFA) in Berlin
- 50 Jahre BSH Hausgeräte

München / Berlin, 30. August 2017 (bsh) – Für jeden das individuell passende Angebot: Besucher der Internationalen Funkausstellung (IFA) erleben auf der global führenden Messe für Consumer Electronics und Home Appliances, wie die BSH Hausgeräte GmbH ihr Produkt- und Lösungsangebot auf die sich rasch ändernden Bedürfnisse und Erwartungen der Konsumenten im digitalen Zeitalter ausrichtet. Die Bandbreite und Stoßrichtung der Innovationen sind facettenreich: Von Sensorik-Anwendungen auf Produktebene, über Weltneuheiten wie X-Spect, das Konzept eines intelligenten, multifunktionalen Scanners, mit dem Konsumenten nicht sichtbare Informationen aus Oberflächen, Waren oder Materialien überprüfen können bis hin zu visionären Zukunftsideen wie Mykie, der Küchenassistent, der über Sprache gesteuert wird und mimisch mit Konsumenten interagiert. Auch im fünfzigsten Jahr der Unternehmenshistorie wird die BSH ihrem Anspruch gerecht, mit konsumentenzentrierten Konzepten Impulsgeber und Innovationsführer der Hausgeräteindustrie zu bleiben.

Im digitalen Zeitalter suchen Konsumenten nach starken Marken, die Orientierungshilfen bieten und Vertrauen schaffen. Das Multi-Brand-Portfolio der BSH ermöglicht es, die unterschiedlichsten Kundenbedürfnisse genau anzusprechen, da die 14 starken Marken exakt auf die Erwartungshaltungen der Konsumenten ausgerichtet sind. „Wir bauen Markenbekanntheit und konsistente Markenerlebnisse entlang der gesamten Consumer Journey kontinuierlich aus, wie beispielsweise durch Messeauftritte“, sagt Matthias Ginthum, CMO der BSH Hausgeräte. „Aber Konsumentenbedürfnisse verändern sich ständig – entsprechend müssen wir schnell handeln und agil bleiben, um Produkte und Services kontinuierlich auf die Interessen und Erwartungen der Konsumenten auszurichten.“ Daher