

Presseinformation

Marketingorganisation der BSH Hausgeräte GmbH mit neuer Leitung in Deutschland

- **Im Fokus stehen Profilierung der spezifischen Markenstärken, ausgeprägte Konsumentenzentrierung und der gezielte Ausbau wichtiger Zukunftskompetenzen**
- **Erklärtes Ziel ist, Handelspartnerschaften weiter auszubauen und gemeinsam neue Möglichkeiten einer zielgerichteten Konsumentenansprache auszuschöpfen**

München, 01.08.2019 (BSH) – Michael Bohn (48) leitet zum 1. August 2019 die Gesamtorganisation Marketing der BSH Hausgeräte GmbH in Deutschland. Mit dieser neu geschaffenen Position strukturiert die BSH das Marketing zukunftsfähig und unterstreicht den eigenen Anspruch, das innovativste Marketing der Hausgerätebranche zu entwickeln – für und mit den Handelspartnern und extrem nah am Konsumenten.

Mit ihrem erfolgreichen Markenportfolio, bestehend aus den Globalmarken Bosch, Siemens, Neff, Gaggenau sowie weiteren Local Hero Marken und Labelmarken, bietet die BSH, Europas führender Hausgerätehersteller, Produkte und Lösungen für unterschiedlichste Kundenbedürfnisse an. Der nachhaltige Erfolg des Unternehmens und das zunehmend digitale Umfeld bilden den Rahmen für den Anspruch der BSH, Konsumenten auch zukünftig zu begeistern. Die Fokussierung auf die Wünsche und das Verhalten der Konsumenten sowie auf die Stärken der einzelnen Marken steht im Zentrum von Michael Bohns Marketingstrategie. Dafür baut Bohn, der zuvor das Marketing der Robert Bosch Hausgeräte GmbH verantwortete, neue zukunftsfähige Strukturen auf und setzt bei den Globalmarken sowie den taktischen Marken auf starke Markenteams, die eng verzahnt mit markenübergreifenden Kompetenzbereichen arbeiten werden.

Die vernetzten Teams aus profilierten Markenexperten und dedizierten Spezialisten arbeiten ab sofort an innovativen Ansätzen der Hausgerätevermarktung, beispielsweise im Digital Marketing, im Consumer Journey Management oder in der Mediaplanung. Michael Bohn erklärt: „Wir stellen jetzt die Weichen, um mit neuen Ideen das sich wandelnde Umfeld in der Vermarktung von Hausgeräten aktiv zu gestalten – für und mit unseren Handelspartnern. Ziel ist es, das kreative und strategische Potenzial des Marketings für jede unserer Marken maximal auszuschöpfen und das Vertrauen des Konsumenten in unsere Produkte und

Lösungen weiter auszubauen. Das enge Zusammenspiel zwischen Marken- und Vertriebsmarketing sowie unseren Handelspartnern, ist und bleibt dabei eine wichtige strategische Säule.“

Zum 1. August 2019 bekommen auch die Globalmarken Bosch, Siemens und Neff neue Gesichter in ihren Manager-Reihen in Deutschland. Undine Lory (53) übernimmt von Bohn die Marketingleitung für Bosch Hausgeräte und Jens Grubert (39) übernimmt von Neff kommand den Posten des Marketingleiters für Siemens Hausgeräte. Elena Polontchouk (41) wird Gruberts Nachfolgerin bei dem Einbauspezialisten Neff. Unverändert bleibt Karin Stengele (54) in ihrer Funktion als Marketingleiterin für Gaggenau Deutschland.

Weitere Presse-Materialien gibt es im Newsroom unter: <https://www.bsh-group.com/de/newsroom/pressemitteilungen>. Informieren Sie sich aktuell über weltweite Themen der BSH auch unter <http://stories.bsh-group.com/de>.

Die BSH Hausgeräte GmbH ist mit einem Umsatz von rund 13,4 Mrd. Euro im Jahr 2018 und knapp 61.000 Mitarbeitern ein weltweit führendes Unternehmen der Hausgerätebranche. Zum Markenportfolio des Konzerns gehören neben 13 bekannten Hausgerätemarken wie Bosch und Siemens auch die Ökosystemmarke Home Connect und drei Servicemarken, darunter Kitchen Stories. Die BSH produziert in rund 40 Fabriken und ist mit etwa 80 Gesellschaften in circa 50 Ländern vertreten. Die BSH ist ein Unternehmen der Bosch Gruppe.

Kontakt für Journalistenfragen:
BSH Hausgeräte GmbH
Corporate Communications Region Europe
Stephanie Fröhling
Tel.: +49 (0)89 4590-4682
E-Mail: stephanie.froehling@bshg.com