Hisense/Gorenje: Investitionsmilliarde für Innovationen

Rekordumsatz sorgt für Entwicklungsschub im Haushaltsgeräte-Bereich.

**Mit umgerechnet 27,6 Milliarden Euro Umsatz hat Hisense im Jahr 2021 einen historischen Bestwert erreicht. Rund fünf Prozent davon, etwa 1,38 Milliarden Euro, investiert der internationale Großkonzern in Forschung und Entwicklung. Die Innovationsarbeit kommt unter anderem dem Haushalts- und Küchengeräte-Hersteller Gorenje zugute, der mit Hisense im Jahr 2018 eine strategische Partnerschaft eingegangen ist. Auch Gorenje Austria befindet sich dadurch weiter im Aufwind.**

Wien, 31.10.2022 – Unter dem Motto „Life simplified“ entwickelt Gorenje Lösungen, die Nutzer bei allen klassischen Haushaltstätigkeiten unterstützen. Diese Ausrichtung hat das Traditionsunternehmen in ganz Europa erfolgreich gemacht. In Österreich hat der Vollsortiment-Anbieter in einigen Produktsegmenten bereits die Marktführerschaft übernommen.

Andreas Kuzmits, seit Juli Geschäftsführer von Gorenje Austria, sieht dies auch in der konsequenten Umsetzung des Unternehmensleitbildes begründet. „Life Simplified“ sei ein klarer Auftrag. „Wir machen den Alltag unserer Kunden einfacher, das steht in jeder Phase von Produktentwicklung, Fertigung, Vertrieb und Service im Mittelpunkt. Von den 16 Forschungszentren unseres Mutterkonzerns Hisense bis zum unternehmenseigenen Serviceteam in Österreich“, betont der Firmenchef.

**Geringerer Zeitverbrauch, erhöhte Energieeffizienz**

Schon jetzt bietet Gorenje in allen Produktbereichen innovative Features, die eine spürbare Alltagserleichterung mit sich bringen. Als Beispiel nennt Andreas Kuzmits die „FastPreheat“-Funktion bei den OptiBake-Backöfen, mit denen man um 30 Prozent schneller auf 200 Grad aufheizt. „Das sind ein paar Minuten, die sich aber enorm summieren, wenn diese Tätigkeit öfter ausgeführt wird.“ Ebenfalls Zeit sparen Konsumenten mit der TotalDry-Funktion, die beim Geschirrspülen das händische Nachtrocknen ersetzt.

Ein weiterer Schwerpunkt ist das brandaktuelle Thema Energiesparen. Viele Gorenje-Kühlgeräte haben einen „HolidayMode“, das heißt, der Stromverbrauch wird auf ein Minimum reduziert, wenn der Kühlschrank länger nicht benutzt wird. „Und im Waschmaschinen-Segment sind wir dank unseres Laundry-A-Projects in puncto Energieeffizienz ohnehin führend“, ergänzt Kuzmits.

Die Digitalisierung unterstützt die Vereinfachung des Alltags, ein wichtiger Aspekt von „Life simplified“ ist jedoch auch die einfache Bedienbarkeit aller Geräte. Gorenje vereint daher Benutzerfreundlichkeit und hochmoderne Technik. „Für diese Kombination haben unsere Produkte mehrere internationale Design-Awards erhalten“, freut sich der Geschäftsführer. Mit dem ConnectLife-Programm treibt Gorenje die intelligente Vernetzung von Menschen und Geräten im Haushalt voran. Eine App ermöglicht die mobile Steuerung, sodass man mit dem Smartphone Programme einstellen, aber auch Rezepte abrufen kann.

**Awards bestätigen das „Life simplified“-Prinzip**

Bei Gorenje Austria arbeiten mehr als 40 Beschäftigte an der Umsetzung des „Life simplified“-Prinzips. Sie stellen vor allem sicher, dass die zukunftsweisenden Geräte jederzeit am österreichischen Markt verfügbar sind und die Endkunden optimal informiert und betreut werden. „Dieses Ziel erreichen wir zunächst mit unseren beiden Logistikzentren in Niederösterreich. Von dort aus, das ist auch im Sinne der Nachhaltigkeit wichtig, ist der Weg in den Fachhandel und in die heimischen Haushalte nicht mehr weit“, erklärt Andreas Kuzmits.

Die enge Zusammenarbeit mit Fach- und Großhändlern ist Gorenje Austria auch im Online-Zeitalter ein Anliegen. Die persönlichen Beziehungen zwischen Hersteller, Händlern und Kunden schafft Vertrauen und erleichtert die After-Sales-Betreuung. Dass der Waschmaschinen-Service von Gorenje 2019 in einem Test der Zeitschrift KONSUMENT mit „Sehr gut“ beurteilt wurde, bestätigt außerdem die hochprofessionelle Arbeit des Werkskundendienstes. „Alles zusammen trägt dazu bei, dass wir Menschen die Tätigkeiten im Haushalt schon jetzt erleichtern und in Zukunft noch mehr erleichtern werden“, bilanziert Andreas Kuzmits.

**-------------------------**

**Über Gorenje Austria**

Gorenje ist einer der größten Hersteller von Haushaltsgeräten in Europa. Gorenje Austria besteht mit eigenem Standort seit 1975, die Zentrale befindet sich in Wien. Die österreichische Niederlassung verzeichnete im Jahr 2021 31,7 Millionen Euro Umsatz, der Marktanteil im Bereich der Haushaltsgroßgeräte beträgt aktuell 4,8 Prozent. Das Produktsortiment umfasst Kühl-/Gefriergeräte, Waschmaschinen, Waschtrockner und Wäschetrockner, Geschirrspüler, Küchengeräte, Küchen- und Haushaltskleingeräte, Warmwasserspeicher sowie Klimageräte.

Gorenje ist außerdem ein verlässlicher Partner im Einbaubereich (Backöfen bzw. Herde, Kochfelder, Dunstabzugshauben, Mikrowellen) und somit ein Vollsortiment-Anbieter für den Haushalt.

2018 wurde das Unternehmen ein Teil der Hisense Europe Group. Gorenje Austria profitiert somit vom Zugang zu den Ergebnissen umfangreicher F&E-Aktivitäten des Mutterkonzerns. Hisense, in China beheimatet und einer der weltweit führenden Hersteller von Unterhaltungselektronik, betreibt 16 Zentren für Forschung und Entwicklung. Rund fünf Prozent des Gesamtumsatzes von 27 Milliarden US-Dollar werden investiert, um in allen Produktsegmenten ein Vorreiter für technologische Innovationen zu bleiben.

**Bildinformation**

|  |  |
| --- | --- |
|  | *Andreas Kuzmits, seit Juli 2022 Geschäftsführer von Gorenje Austria, sieht im Unternehmensmotto „Life simplified“ den klaren Auftrag, mit Haushalts- und Küchengeräten den Alltag zu vereinfachen.**© Gorenje Austria* |
| Ein Bild, das Text, drinnen, Regal enthält.  Automatisch generierte Beschreibung | *Das OptiBake-Ofenmodell BPSA6747A08BGWI von Gorenje erleichtert Nutzern unter anderem mit großem Volumen, FastPreheat, Selbstreinigung und ConnectLife-Funktion den Alltag.**© Gorenje Austria* |

**Ihre Ansprechpartner/-innen**

|  |  |
| --- | --- |
| **Kontakt:**Yvonne WohlfahrtGorenje Austria HandelsGmbHT: +43 660 9293866yvonne.wohlfahrt@gorenje.com | **Kontakt für Presseanfragen:**Mag. Daniel Holzbauerplenos – Agentur für KommunikationT: +43 676 83786277daniel.holzbauer@plenos.at |