

Besondere Kampagne für einen ausgezeichneten Geschirrspüler

Bauknecht setzt den MaxiSpace in Szene

Mai 2026: Viel mehr Platz, mehr Effizienz, Ruhe und Komfort: Der mehrfach ausgezeichnete MaxiSpace-Geschirrspüler von Bauknecht ist längst in Deutschlands Haushalten eingezogen. Um seine zahlreichen Funktionen und Vorteile noch stärker in den Fokus zu rücken, startet Bauknecht nun eine reichweitenstarke, multimediale Kampagne, die neue Maßstäbe setzt: mit einem umfassenden Media-Investment und einer großen Reichweite.

Die umfassende Kampagne, die vom 26. Mai bis zum 23. August 2026 läuft, setzt auf eine Vielzahl integrierter Maßnahmen. Darunter fallen unterschiedlich lange Werbespots, die online, per Social Media, im TV und auf digitalen Plattformen ausgespielt werden, wie Netflix, Prime Video, YouTube, Disney+ und RTL+. Für noch mehr Aufmerksamkeit sorgen Influencer-Kooperationen und LinkedIn-Aktivitäten. Ergänzt wird dies durch eine aussagekräftige Präsenz auf Instagram und Facebook.

Sichtbarkeit im Handel mit attraktiven Aktionen

Auch im Handel kommen Deutschlands Endverbraucher*innen dem MaxiSpace Geschirrspüler näher: So sorgen Premium Displays, Hangtags und QR Code Verlinkungen für eine flächendeckende Offensive. Starke Partner im Handel unterstützen die Kampagne mit attraktiven Aktionen und Angeboten, darunter kostenlose Lieferungen, Klimaboni und Installations-Services, um den Kunden den Zugang zum MaxiSpace so einfach und vorteilhaft wie möglich zu gestalten.

Mit der neuen Kampagne unterstreicht Bauknecht: Moderne Hausgeräte wie der MaxiSpace sollen unterstützen und Mehrwerte schaffen – damit in den eigenen vier Wänden mehr Platz für Wohlbefinden und Freiräume bleibt, und man im nicht selten turbulenten und herausfordernden Alltag spürbar entlastet wird.

Wahres Raumwunder bei Standardmaßen

Der Bauknecht MaxiSpace Geschirrspüler ist ein wahres Raumwunder: Trotz Standard-Außenmaßen bietet er dank intelligentem Innenraum-Design mehr Platz. So finden selbst hohe Müslischalen und Pizzateller bis 32 cm problemlos Platz in der innovativen SpaceClean-Schublade mit integrierten Wasserdüsen, die hartnäckige Verschmutzungen entfernt. Neben diesem Plus an Kapazität überzeugt der MaxiSpace als Meister der Stille: Sein spezielles Nachtpülprogramm arbeitet mit nur 38 dB(A) flüsterleise. Zudem punktet er mit fortschrittlicher Effizienz in der Energieeffizienzklasse A-10%, dank smarterer Technologien und intelligenter Programme, die Wasser und Energie sparen. Weitere

Highlights sind das intuitive Display, die „Time on the Floor“-Funktion zur Anzeige der Restlaufzeit auf dem Boden sowie die PowerClean Pro Funktion mit bis zu 60% stärkeren Hochdruckdüsen gegen hartnäckige Verkrustungen.

Hochauflösendes Bildmaterial finden Sie [hier](#) Download.

Bauknecht Hausgeräte und Beko Europe

Die 1919 gegründete Bauknecht Hausgeräte GmbH vertreibt Hausgeräte rund um die Themen Kochen, Backen, Spülen, Waschen, Trocknen, Kühlen und Gefrieren. Seit April 2024 gehört Bauknecht zu Beko Europe.

Beko Europe ist ein führendes Hausgeräteunternehmen, das sich zum Ziel gesetzt hat, das Leben seiner Verbraucherinnen und Verbraucher durch ein vielfältiges Angebot an innovativen und nachhaltigen Produkten und Lösungen zu verbessern. Das Unternehmen befindet sich zu 75 % im Besitz von Beko B.V. und zu 25 % im Besitz der Whirlpool Corporation. Als Teil von Beko, das als „Nummer 1 der Hausgeräteunternehmen in Europa“* anerkannt ist, bietet Beko Europe ein Portfolio von 16 Marken (Beko, Whirlpool**, Grundig, Hotpoint, Arctic, Ariston**, Leisure, Indesit, Blomberg, Bauknecht, ElektraBregenz, Privileg, Flavel, Altus, Ignis, Polar), die Millionen von Haushalten in Europa mit hochwertigen Geräten versorgen.

In der Tradition von 70 Jahren Innovationskraft seiner Muttergesellschaft fördert Beko Europe Nachhaltigkeit im Haushalt – mit modernster Technologie, qualifizierten Fachkräften und starker Fertigungskompetenz – und leistet so einen Beitrag für eine bessere Zukunft. Der Designansatz von Beko Europe konzentriert sich auf menschenorientierte Lösungen, die Funktionalität, Nachhaltigkeit und attraktives Design nahtlos miteinander verbinden. Das Unternehmen ist bestrebt, die Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher in verschiedenen Produktsegmenten zu übertreffen, Branchenstandards zu setzen und Produktion sowie Innovation kontinuierlich voranzutreiben.

Im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen und der Science-Based-Targets-Initiative unterstützt Beko Europe das Engagement seiner Muttergesellschaft, bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Das Nachhaltigkeitsengagement der Muttergesellschaft wird weltweit anerkannt – belegt durch die höchste Bewertung in der S&P Global Corporate Sustainability Assessment (CSA) in der Branche DHP Household Durables bereits im sechsten Jahr in Folge (basierend auf den Ergebnissen vom 22. November 2024) sowie die Aufnahme in die Dow Jones Sustainability Indices zum achten Mal in Folge.***

www.bekoeurope.com

*Quelle: Euromonitor International Limited; Consumer Appliances, Ausgabe 2025, Beko Corp, Großgeräte gemäß „Major Appliances“, GBO, Absatz im Einzelhandel, Daten 2024.

**Lizenznehmer auf bestimmte Rechtsgebiete beschränkt.

***Die dargestellten Daten beziehen sich auf Arçelik A.Ş., die Muttergesellschaft von Beko.

Ihre Ansprechpartner:

Jennifer Hildebrandt
WPP
bauknecht@bursonglobal.com