



Interview

Küppersbusch und Midea: Zusammenspiel, Innovation und Know-how

Küppersbusch gehört zu den Traditionsmarken im Premiumsegment der Küchen- und Haushaltstechnik. Seit der Übernahme durch die Midea Group fragen sich Handel und Fachmedien: Wie wird die Marke künftig aufgestellt? Ralph Kobsik, Geschäftsführer der Midea Europe GmbH, gibt in diesem Interview erstmals Einblicke in die strategische Ausrichtung, die Zusammenarbeit zwischen beiden Unternehmen und welche Rolle Innovation und Technologie bei der Weiterentwicklung der Marke spielen. Dabei wird eins deutlich: Küppersbusch soll seine eigenständige Identität bewahren.

Welche konkreten Pläne gibt es, das Produktsortiment von Küppersbusch unter Midea zu erweitern?

Wir werden die gesamte Produktions- und Entwicklungskompetenz von Midea nutzen, um Küppersbusch optimal zu stärken. Ziel ist es, dass die Marke die volle Leistungsfähigkeit von Midea widerspiegelt und gleichzeitig ihre eigenständige Premiumidentität behält. Dabei prüfen wir aktuell verschiedene strategische Ansätze, um das Portfolio langfristig optimal auszurichten.

Bleibt Küppersbusch im Premiumsegment?

Absolut. Küppersbusch bleibt klar im oberen Marktsegment. Wir sehen großes Potenzial, diese Positionierung nicht nur zu halten, sondern in den kommenden Jahren weiter auszubauen.

Welche Rolle spielen Design- und Einstiegslinien für die Sortimentsarchitektur?

Design spielt für uns im Premiumsegment nach wie vor eine zentrale Rolle. Gleichzeitig werden wir Produkte im mittleren Preissegment anbieten, um unterschiedliche Kundenbedürfnisse abzudecken. Ein klassischer Preiseinstieg mit Küppersbusch ist jedoch nicht geplant.

Gibt es schon konkrete Highlights oder Neuheiten für 2026?

Der Entwicklungsfokus liegt aktuell auf den Bereichen Kühl- und Einbaugeräte, die wir unter anderem auf der IFA präsentieren werden. Diese Neuheiten sollen die Stärken von Küppersbusch im Premiumsegment unterstreichen und gleichzeitig innovative Ansätze zeigen, die wir durch die Zusammenarbeit von Midea und Küppersbusch realisieren können.

Wird die Markentrennung zwischen Küppersbusch und Midea bestehen bleiben?

Ja, die Marken bleiben klar voneinander getrennt. Selbstverständlich werden wir die jeweiligen Stärken beider Marken in Produktion, Technik und Know-how nutzen. Aber die



eigenständige Positionierung von Küppersbusch bleibt und wird von uns weiter geschärft und ausgebaut.

Wie werden die Produktplattformen künftig strukturiert?

Wir verfolgen einen hybriden Ansatz. Einige Produktlinien greifen auf eigene, separate Plattformen zurück, während andere die technischen Ressourcen und Komponenten von Midea nutzen. So können wir sowohl die notwendige Differenzierung als auch Effizienzgewinne durch vernetzte Kompetenzen sicherstellen.

Wann können Handel und Endkunden erste sichtbare Produktneuheiten erwarten, die aus der Integration mit Midea resultieren?

Die Integration von Küppersbusch in die Midea Welt ist derzeit in vollem Gange. Verschiedene strategische Optionen werden sorgfältig geprüft, um das Portfolio optimal auszurichten. Dieser Prozess benötigt Zeit und Sorgfalt, daher können wir aktuell noch keine konkreten Zeitpunkte oder Entscheidungen zu Produktneuheiten nennen.

Wer entwickelt künftig die Produkte von Küppersbusch?

Die Entwicklung erfolgt sowohl durch das Team in Deutschland als auch in enger Zusammenarbeit mit der Midea Group. Dabei liegt der Fokus stets auf den Bedürfnissen des anspruchsvollen europäischen Kunden und den hohen Qualitätsstandards, für die Küppersbusch und Midea stehen.

Welche Messeauftritte sind geplant?

2026 präsentiert sich Küppersbusch erstmalig auf der MHK-Messe sowie auf der IFA und zur MOW auf Gut Böckel. Weitere Messeauftritte werden derzeit noch diskutiert.



Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:
kiecom – Agentur für Kommunikation
Rosental 10
80331 München

Michael Schneider
Pressekontakt Midea
schneider@kiecom.de

Andrea Müller
Pressekontakt Midea
mueller@kiecom.de

Midea Europe GmbH
Ludwig-Erhard-Str. 14
65760 Eschborn

Jochen Schäfer
Head of Marketing
Mobil: +49 173 368 94 78
E-Mail: jochen.schaefer@midea.com

Über Küppersbusch

Küppersbusch ist ein international tätiger Anbieter von Premium-Küchengeräten mit einer über 150-jährigen Unternehmensgeschichte und seit 2025 Teil der Midea Group. Seit der Einführung des ersten Backofens im Jahr 1875 steht die Marke für Innovationskraft, hochwertigen Anspruch und außergewöhnliches Design.

Küppersbusch verbindet sein industrielles Erbe mit einem klaren Fokus auf individuelle Lösungen und richtet sich an Konsumenten, die bewusst eine Alternative zur Masse suchen. Mit dem Konzept „Küppersbusch Individual“ können Kunden ihre Küchengeräte personalisieren, wodurch die Marke Maßstäbe im Premiumsegment setzt. Als Vollsortimenter bietet Küppersbusch ein umfassendes Portfolio vom Backofen über Dunsthauben bis hin zu Weinkühlern.

Für das Design seiner Produkte wird Küppersbusch regelmäßig mit nationalen und internationalen Awards ausgezeichnet, darunter der Red Dot Design Award sowie der Good Design Award des Chicago Athenaeum: Museum of Architecture and Design.

<https://www.home-kueppersbusch.com/de-de/>

Über Midea & Midea Europe

Midea ist eine der 10 Marken im Geschäftsbereich Haushaltswarengeräte der Midea Group, ein weltweit führendes Hightech-Unternehmen, das 2025 Rang 246 der Global Fortune 500 belegt. Die Geschäftsfelder der



Midea Group gehen über Haushaltsgeräte hinaus und umfasst auch Bereiche wie Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage, Robotik und Automatisierung, Smart Home und IoT sowie Smart Logistik und Komponente. Alle Geschäftszweige der Midea Group verfolgen ein Credo: #HumanizingTechnology.

Die Marke Midea hat eines der weltweit umfassendsten Produktsortimente in der Haushaltsgerätebranche mit Spezialisierung im Bereich Klimaanlage (Lösungen für Gewerbe- und Wohnräume), Kühlschränke, Waschmaschinen, große Küchen- und Kochgeräten, kleine Küchengeräte, Wassergeräte und Bodenpflege.

Midea glaubt an überraschend bequeme Lösungen, die mit Hilfe eines verbraucherzentrierten und ergebnisorientierten Ansatzes entwickelt werden. Forschung und Entwicklung sind vor allem auf die Zukunft ausgerichtet, um den sich ständig ändernden Ansprüchen seiner Kunden nachzukommen.

Die Midea Group erwirtschaftete 2024 mit weltweit 40 Produktionszentren und rund 200.000 Mitarbeitern in mehr als einen Jahresumsatz von ca. 55 Milliarden Euro. Die weltweit 38 Forschungs- und Entwicklungszentren sowie die 2 Innovationszentren haben bis heute zu mehr als 100.000 erteilten Patenten geführt.

Weitere Informationen finden Sie unter:

<https://www.midea.com>

<https://www.midea.com/de/Über-Midea>

<https://www.midea.com/de/News>

www.midea.com/de