Kärcher история величия

Альфред Керхер

История создания всемирно известного бренда берёт своё начало в маленьком немецком городке Бад-Камштатт, где 27 марта 1901 года в семье Керхеров родился Альфред. С детства мальчик увлекался точными науками. В 23 года, Альфред Керхер окончил Штутгартский технический университет, по специальности инженер. Набравшись опыта и набив руку в конструкторском бюро отца, Альфред создаёт собственное производство электроотопительного оборудования и нагревательных элементов в 1935 году. За два года производство набрало серьёзные обороты и Керхер покупает участок земли в Виннэндене (где и по сей день находится головной офис компании), для расширения производства.

Начиная с 1939 года, компания Керхер становится промышленным гигантом, получающим государственные заказы. В частности на отопительные приборы для самолётов. После окончания войны, компания ориентируется на производство электротоваров для повседневного пользования. В 1950 году был создан и запатентован первый в Европе аппарат высокого давления с подогревом воды.

С этого момента компания Керхер, медленно, но уверенно, начинает выходить на лидерские позиции в сегменте очистительной техники. К сожалению, увидеть мировой успех своего детища Альфред не смог, скоропостижно скончавшись от сердечного приступа в возрасте 58 лет, 17 сентября 1959 года. Но фирма остаётся в надёжных руках его жены – Ирэн.

Номер один в мире.

Уже под руководство Ирэн компания расширила сферу деятельности, в середине 60-х начав производство катамаранов. 70-е годы стали отправной точкой постепенной гегемонии Керхер в сфере очистительных приборов. В 90-х годах маркетинговым отделом компании был предпринят беспрецедентный и беспроигрышный ход- с помощью очистительной техники фирмы, были очищены всемирно известные памятники культуры, в том числе Бранденбургские ворота и Статуя Христа Искупителя.

В конце 2000-х годов компания Керхер прочно застолбила за собой лидирующие позиции в сфере моечного и уборочного оборудования, во всём мире. Логотип марки давно ассоциируется у потребителей с понятиями профессионализм и качество.