

electro

www.ce-electro.de

Das Business-Magazin der Elektro-Hausgeräte-Branche

Top-Themen

BSH: Repräsentative Umfrage zu Smart Home | Seite 9

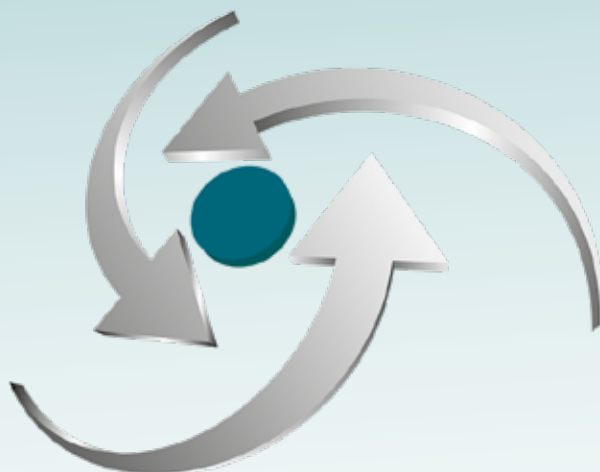
Miele: Deutsche Vertriebsgesellschaft wird selbständig | Seite 13

Beurer: Notfallarmband mit Sturzerkennung | Seite 18

Bewerbungsaufruf

**Wir suchen wieder die besten
Handelspartner der Branche.
Machen Sie mit!**

Seite 10 + 11



Händler des Jahres 2023

jura[®]

Die neue E8
Beliebt, begehrt, bewährt



Besuchen Sie uns auf der
IFA vom 01.09.–05.09.2023
in Halle 2.1, Stand H2.1-103

Frisch gemahlen, nicht gekapselt

Die jüngste Generation der E8 wird den hohen Ansprüchen, die an die Weiterentwicklung des erfolgreichsten Vollautomaten-Modells von JURA gestellt werden, in allen Belangen gerecht. Sie begeistert mit großartigen Kaffeeresultaten, besticht durch einfachste Bedienung und setzt Zeichen mit ihrem modernen, schlanken Design. Modernste Technik befähigt sie, 17 verschiedene Kaffeeklassiker und -spezialitäten auf Knopfdruck in bester Kaffeebar-Qualität zuzubereiten. Mit dem Mahlwerk P.A.G.2 natürlich stets frisch gemahlen und dank hochentwickelter Brühtechnologie unter idealen Bedingungen extrahiert. Der Weg zum Genuss ist direkt und intuitiv, denn das 3,5"-Tastendisplay mit großen Symbolen bietet höchsten Bedienkomfort. Ausgestattet mit vielen Vorzügen aus der Premiumklasse besitzt die E8 darüber hinaus einen hohen Werterhalt.

jura.com



Annette Pfänder-Coleman
apc@ce-markt.de
0 91 06-727

Editorial

Der Countdown zur IFA läuft – machen wir sie gemeinsam zum Branchenevent des Jahres

99 Jahre wird die IFA in diesem Jahr. Wir finden, dass ist ein besonderer Anlass, um unsere Branchenleitmesse angemessen zu würdigen. Auch wenn die Veranstaltung in den vergangenen Monaten in die Kritik geraten ist, dürfen wir nicht außer Acht lassen, dass sie als internationale Leistungsschau unsere Branchen Consumer Electronics und Home Appliances in der deutschen Hauptstadt verkörpert.

Auf den traditionell im Juli stattfindenden Innovations Media Briefings dominierte die Hausgeräte-Industrie. Den Auftakt machte Jura mit einer neuen E8-

Geräte-Generation, die unter anderem durch das überarbeitete Mahlwerk P.A.G.2 punktet, das mit präziser Mahlung für »entspannten« Genuss sorgt.

Danach ging es weiter mit dem Power Briefing von Miele. Der Messeauftritt der Gütersloher wird dieses Jahr voll im Zeichen von Klimaschutz und digitalem Komfort stehen. Details dazu finden Sie auf der Seite 13.

Die Marke Kärcher informierte die Presse darüber, dass ab Januar 2024 die Indoor-Produkte einheitlich in der Farbe Weiß angeboten werden und präsentierte seine

neue Signature-Line. Diese beinhaltet jeweils das Top-Produkt einer Gerätekategorie und ist zusätzlich mit dem Aufdruck der originalgetreuen Unterschrift des Unternehmensgründers Alfred Kärcher gekennzeichnet.

Eine Innovation präsentierte Beurer mit dem neuen Notfallarmband mit Sturzerkennung. Immer mehr Menschen werden zukünftig im Alter alleine leben, wollen dabei aber unabhängig bleiben. Das hat der Ulmer Gesundheitspezialist erkannt und stellt sich mit diesem Produkt darauf ein. Lesen Sie mehr dazu auf der Seite 18 dieser Ausgabe.

Am zweiten Tag der IFA IMBs referierte Michael Bohn, Senior Vice President Marketing Central Europe bei der BSH, im Power Briefing über die Küche der Zukunft mit smarten Hausgeräten. Dazu hatte Europas führender Hausgerätehersteller über Ergebnisse berichtet, die eine repräsentative Umfrage in zwölf europäischen Ländern ergeben hat. Die ausführliche Studie lesen Sie auf der Seite 9.

Auf der IFA 2023 werden weitere Innovationen vorgestellt und deshalb sollte ein Messebesuch zum Pflichtprogramm eines jeden Handelspartners gehören, der sich mit Hausgeräten beschäftigt. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist ein Zusammenhalt innerhalb der Branche essentiell für den weiteren Erfolg.

In diesem Sinne, bis bald auf der IFA.

Herzlichst,
Ihre Annette Pfänder-Coleman
Chefredakteurin **CE-Markt electro**



**Am 1. Oktober
ist wieder
»Tag des Kaffees«**

Diesen Termin sollten aktive Händler nicht verpassen, denn jährlich am 1. Oktober wird der »Tag des Kaffees« zelebriert. Nutzen Sie also die Zeit, um ihr Geschäft »Fit für Kaffee« zu machen und um Ihre Kundenschaft rund um den 1. Oktober für das Thema zu sensibilisieren. Beispielsweise mit einer toll eingerichteten Kaffeebar, bestückt mit allem, was der Markt so hergibt. Lesen Sie dazu auch die Seite 15.



9



13



18

Repräsentative Umfrage der BSH zum Thema Smart Home

»Für 34 Prozent soll das nächste große Hausgerät smart sein.« So lautet das Ergebnis einer Umfrage, die die **BSH** mit über 12.000 Teilnehmern in zwölf europäischen Ländern durchgeführt hat ...

Deutsche Vertriebsgesellschaft von Miele wird eigenständig

Miele hat sein Vertriebs- und Servicegeschäft in Deutschland auf die Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland KG als rechtlich selbständiges Unternehmen übertragen ...

Beurer-Neuheit zur IFA: Notfallarmband mit Sturzerkennung

Mit dem Notfallarmband EC 70 möchte **Beurer** zukünftig alle Menschen unterstützen, die selbstbestimmt durch das Leben gehen wollen, aber unsicher in Alltagssituationen sind ...

INHALT Ausgabe 8 | 2023

Editorial Countdown zur IFA läuft	3	Händler des Jahres Vorstellung der Jury	10
Inhaltsverzeichnis • Impressum	4	Händler des Jahres Sponsoren Beurer • Medisana	11
IFA 2023 Topthemen	5	Bauknecht • Haier • Hoover • Smeg	12
News Aktuelles aus der Branche	6	Miele IFA-Fokus liegt unter anderem auf Klimaschutz	13
Küchenmeile Bosch stellt 2024 aus • area 30	7	Miele Deutsche Vertriebsgesellschaft wird selbständig	13
Brömmelhaupt • Expert • Weltfunk	8	Sodastream Aktionsreicher Markenauftritt	14
Smart Home Repräsentative BSH-Umfrage	9	Sodapop steigt in den Wasserfiltermarkt ein	14
		KaffeeWelt Trend Kaffeebar • Tag des Kaffees	15
		Rowenta Gute Note bei Stiftung Warentest	16
		Kärcher Design-Award für VC Cordless Gerätefamilie	16
		Gastroback Zero Waste Zubereitung	17
		Caso Testsieger bei »Haus & Garten Test«	17
		Beurer Notfallarmband mit Sturzerkennung	18
		Medisana German Brand Award für Markenführung	18
		IFH-Analyse Grillgewohnheiten in Deutschland	19
		gfu Anforderungen an Innovationen haben sich erhöht	19

Branchen-Aufruf

»Händler des Jahres 2023«

Werden Sie unser nächster »Händler des Jahres« und bewerben Sie sich. | Seite 10+11



Impressum



DAS BUSINESS-MAGAZIN DER ELEKTRO-HAUSGERÄTE-BRANCHE

Eigenständiges Heft-im-Heft in **CE-Markt**, dem Handelsblatt der gesamten CE-Branche

VERLAG: B&B Publishing GmbH
Schmiedberg 2 a, D-86415 Mering
Telefon 0 82 33 - 41 17
E-Mail verlag@ce-markt.de

GESCHÄFTSFÜHRER: Christian Zaiser
VERLAGSLEITUNG: Bettina Landwehr

REDAKTION:
Annette Pfänder-Coleman (Chefredakteurin)
Jan Uebe
Gisela Hörner (Redaktionsassistentin)

ABONNEMENT-SERVICE/ADRESSÄNDERUNG:
B&B Publishing GmbH/CE-Markt
Abo- und Leserservice, 65341 Eltville
Telefon 06123-9238-291
Fax 06123-9238-244
E-Mail cemarkt@vuserice.de

REDAKTIONSBÜRO: Annette Pfänder-Coleman
Telefon 0 91 06 - 727 • Mobil 01 73 - 979 85 63
Fax 0 91 06 - 92 55 62
E-Mail apc@ce-markt.de

ANZEIGENBÜRO: Alexander Zöhler
Telefon 0 91 22 - 790 24 70 • Mobil 01 70 - 413 45 47
Fax 0 91 22 - 790 24 72
E-Mail alexander.zoehler@ce-markt.de

DISPOSITION ANZEIGEN: Jessica Kunz
Telefon 0 62 21 - 489 - 425
E-Mail: jessica.kunz@huethig.de

AUFLAGE: IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **CE-Markt electro**-Trägermediums **CE-Markt**.
Druckauflage 10.517 • tatsächlich verbreitet 10.337
(IVW-Auflagenmeldung 2. Quartal 2023)



Der Newsletter von **CE-Markt electro** informiert regelmäßig über neue Produkte und Trends aus dem Handel. Anmeldung via QR-Code

Besuchen Sie **CE-Markt electro** auch auf dem Business-Netzwerk von Xing



GENDER-HINWEIS: Zur besseren Lesbarkeit wird das generische Maskulinum verwendet, außer in Statements und Zitaten.

Recycling • Reparatur • Refurbished

Im Vorfeld der IFA wurden im Rahmen der Innovations Media Briefings die aktuellen gfu Insights & Trends präsentiert. In diesem Innovationsforum stehen Aspekte wie Reparatur, Recycling und nachhaltige (Wieder-)Verwendung von Rohstoffen im Fokus.

Die Eröffnungssprecherin der Veranstaltung **Dr. Monika Griefahn**, unter anderem Gründungsmitglied von Greenpeace Deutschland, ehemalige Umweltministerin des Landes Niedersachsen, ehemaliges Mitglied des Bundestages sowie Gründerin und Geschäftsführerin des IMUK (Institut Medien, Umwelt, Kultur) machte deutlich, dass die geübte Praxis von »herstellen – gebrauchen – wegwerfen« in eine ökologische Sackgasse führt.

Sie plädiert für das Cradle to Cradle-Modell (von der Wiege zur Wiege), wobei der Ansatz von »reduzieren – wiederverwenden – recyceln« nur ein Zwischenschritt sei. Ihre Forderung ist »Rethink – Reinvent – Redesign«, zu deutsch: überdenken – neu erfinden – neugestalten.

Claudia Kraft von der Verbraucherzentrale Thüringen stellte das System Reparaturbonus des Landes Thüringen vor. Damit werden seit 2021 Reparaturen von Elektrogeräten und Unterhaltungselektro-

nik sowie Smartphones mit 50 Prozent der Kosten gefördert. Maximal können 100 Euro pro Haushalt und Jahr über den Reparaturbonus gezahlt werden. In den Jahren 2021 und 2021 wurden 17.773 Reparaturen über das Bonussystem abgerechnet – das entspricht drei Millionen Euro an Reparaturkosten.

Steffen Vangerow, Geschäftsführer des Reparaturunternehmens Vangerow GmbH und Vorstand der Initiative »Runder Tisch Reparatur«, machte in seinem Vortrag deutlich, dass ein freier Reparaturmarkt und ein universelles Recht auf Reparatur unbedingt notwendig seien, um die Potenziale der Kreislaufwirtschaft auszuschöpfen. Besondere Herausforderung für Reparateure ist vor allem, dass Ersatzteilepreise häufig sehr hoch sind, während die Preise für Neugeräte nahezu kontinuierlich sinken. Hier sieht er die Hersteller in der Pflicht, für Abhilfe zu sorgen. Von der Politik erwartet er Schritte, um irre-

führende Öko-Label abzuschaffen. Doch auch die Verbraucher sind seiner Meinung nach gefordert. Der langjährige Trend hin zu Discountern und zum Online-Handel mache es reparierenden Fachhändlern zunehmend schwer, kostendeckend zu wirtschaften und somit Reparaturen zu gewährleisten.

Eine weitere Form der Abfallvermeidung ist es, wenn gebrauchte, eventuell auch defekte, elektronische Geräte nicht in den Müll oder bestenfalls ins Recycling gelangen, sondern wieder aufgearbeitet werden und so weiterhin »ihren Dienst« absolvieren. Spezialisiert auf dieses »Refurbishing« hat sich das Unternehmen **asgoodasnew** – auf der gfu Insights & Trends vertreten durch den CMO **Dr. Tim Seewöster**. Er sieht die Refurbish-Branche als starkes Wachstumssegment – sogar schneller wachsend als der allgemeine E-Commerce Markt. Inzwischen hätten bereits 22 Prozent der Konsumenten Refurbished-Produkte gekauft, bei der Generation Z sind es sogar mehr als 30 Prozent.

»Es gibt einen Refurbished-Zeitgeist, der nicht mehr verschwinden wird«, so Seewöster. Neben dem eingesparten Budget, das für die große Mehrheit der Kaufenden (80 Prozent) ausschlaggebend sei, sind es Service, Qualität und bei rund der Hälfte auch Umweltaspekte, die die Kaufentscheidung zugunsten professionell aufgearbeiteter Produkte beeinflusst.

Die weltweit bedeutendste Messe für Consumer Electronics und Home Appliances



99 Jahre IFA

Die IFA ist der wichtigste Treffpunkt für Handel, Einkäufer, Industrie, Tech-Experten und Medien



Über 180.000
Besucher aus 150
Ländern



2.000 Aussteller
inklusive 500
Startups



80 Stunden
Vortragsprogramm mit
mehr als 250 Rednern



1,5 Mio. Meetings,
die 4 Mrd. Umsatz
generieren



5.000
Medienvertreter
und Influencer



Scannen Sie den QR Code und holen
Sie sich Ihr Ticket gleich heute

www.ifa-berlin.com

MANAGEMENT-NEWS



Silke Eckstein

Smeg

Silke Eckstein hat zum 1. Juli den Vertrieb bei Smeg übernommen. Die langjährige Branchenkennerin bringt über 20 Jahre Erfahrung in der Vermarktung von Hausgeräten und Küchenmöbeln für ihre neue Aufgabe mit. Eckstein kommt von Samsung Electronics, wo sie zuletzt für das Geschäft mit Küchen- und Möbelhäusern verantwortlich war. Sie erweitert nicht nur ihren Verantwortungsbereich auf den Vertrieb in Deutschland und Österreich für sämtliche Groß- sowie Kleingeräte sondern übernimmt auch die Leitung des Produktmanagements.



Bettina Zeh

Fakir

Zum 1. bzw. 15. Juli 2023 verstärken drei neue Regional Manager das Vertriebsteam rund um **Peter Kuchmeister**, Verkaufsleiter D/A/CH bei Fakir. Kollektives Ziel ist es, den Fachhandel – und hier insbesondere die Kooperationen – in der Betreuung zu stärken, und um mittel- und langfristig gemeinsame Erfolge zu erzielen. Für die Region Baden-Württemberg wird **Bettina Zeh** neue Regional Managerin. Für NRW, Niedersachsen, Hessen und Teile von Rheinland-Pfalz wird **Michael Knoors** das Team verstärken. Um auch im gesamten Bundesgebiet fortan vertreten zu sein, wird **Markus Weinschenk** für Südbayern in das neue Team geholt.



Michael Knoors



M. Weinschenk

Ceconomy

Der Aufsichtsrat der Economy AG hat den Vorstandsvertrag von **Dr. Karsten Wildberger** vorzeitig verlängert und ihn ein Jahr vor Ende seiner laufenden Amtszeit für weitere fünf Jahre zum Vorstandsvorsitzenden bestellt. Die ordentliche Wiederbestellung gilt mit Wirkung zum 1. August 2023 und läuft bis zum 31. Juli 2028.



Dr. K. Wildberger



Wertgarantie

Passend zum 60. Wertgarantie-Jubiläum gibt es für das Unternehmen einen weiteren Grund zum Feiern: Eine Million Neuverträge hat die Wertgarantie Group im ersten Halbjahr 2023 europaweit erzielt – ein neuer Rekordwert in der Unternehmensgeschichte.



Grundig

Das konsequente Nachhaltigkeitsengagement von Grundig überzeugte die Jury des German Brand Award: Am 15. Juni 2023 erhielt Grundig in Berlin die Auszeichnung als »Winner« in der Kategorie »Excellent Brands – Kitchen & Household Appliances«. Konkret prämiert wurde die seit Sommer 2022 laufende Kampagne »Nachhaltigkeit beginnt zuhause – Eine Zukunft ohne Öko-Angst«.



Duux

Die niederländische Marke Duux setzt mit ihrem Portfolio im deutschen Elektrohandel auf eine ganzjährige Relevanz. Dafür wurden hochwertige Präsentationsdisplays (Bild) entwickelt, die dem Handel zur Verfügung stehen. Diese können jahreszeitenabhängig mit den Produkten von Duux bestückt werden. Dazu zählen Luftreiniger, Ventilatoren und Entfeuchter für das Frühjahr. Luftreiniger, Ventilatoren und mobile Klimageräte für den Sommer. Befeuchter, Heizlüfter und Entfeuchter für die kalte Jahreszeit im Herbst und Winter.

Zwilling

Am 11. Mai 2023 hat die **Zwilling J.A. Henckels AG** ihren dritten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Trotz der aktuellen Herausforderungen ist es dem international führenden Anbieter für Kochinstrumente gelungen, das Thema Nachhaltigkeit noch weiter im Kern des Unternehmens zu verankern.



Samsung

Sie putzt mit. Sie wäscht mit. Und sie hilft uns beim Sparen. KI ist heute schon integraler Bestandteil vieler Samsung Geräte wie TVs, Kühlschränke und Staubsauger und damit Alltag vieler Menschen. Mit Smart Things können Nutzer Geräte von Samsung und anderen kompatiblen Herstellern vernetzen, steuern und Routinen definieren, um sich im Haushalt unterstützen zu lassen. Der Service verzeichnet bereits über zwölf Millionen Nutzer allein in Deutschland. Wichtigste Motivation ist für viele dabei das Energiesparen, wie die »Future of the Home«-Studie 2023 zeigt.

Sonepar

Am 29. August beginnt die diesjährige Trend + Technik-Messereihe der Sonepar Deutschland GmbH. Die Auftaktveranstaltung findet in Köln statt, gefolgt von sechs weiteren Städten im gesamten Bundesgebiet. Im Mittelpunkt der Eventreihe stehen zukunftsweisende Lösungen und intelligente Technik rund um Gebäude, Industrieanlagen, Stromnetz und Energiewende, die Kunden aus Handwerk, Handel und Industrie Mehrwert für den Arbeitsalltag bieten.



Amica

Der Vollraum-Kühlschrank VKS 358 150 E der Marke Amica überzeugte die unabhängigen Tester der Stiftung Warentest und wurde – online im Produktfinder – insgesamt mit der Note 1,9 bewertet. In den Bewertungskriterien »Kühlen und Temperaturstabilität« erhielt das Gerät sogar die Note »sehr gut« – bei der Energieeffizienz ein stolzes »gut«.





Die Teilnahme von Bosch wurde durch den Vertrag zwischen Stefan Waldenmaier (Bild rechts), Geschäftsführer von Leicht Küchen und Initiator der Architekturwerkstatt, und Andreas Diepold (Bild links), Geschäftsführer von Robert Bosch Hausgeräte Deutschland, besiegelt.

»Germany's Kitchen Hotspot«

Bosch kündigt Teilnahme an der Küchenmeile für das Jahr 2024 an

Mit **Bosch** wird eine weitere Premium-Hausgerätemarke die Küchenmeile bereichern. Ab 2024 werden sich die Münchener in der Architekturwerkstatt in Löhne präsentieren.

Dazu teilt **Andreas Diepold**, Geschäftsführer von Robert Bosch Hausgeräte Deutschland, mit: »Wir freuen uns sehr, mit der Architekturwerkstatt eine der besten Adressen auf der Küchenmeile gefunden zu haben. Unsere Präsenz in Ostwestfalen ist ein klares Signal für unser Engagement in der Küchenbranche und ein perfekter Anlass, um unsere neuesten Technologien und hochwertigen Lösungen für moderne Küchen vorzustellen.«

»Die Marke Bosch in der Architekturwerkstatt zu haben ist eine zielführende und erfolgreiche Ergänzung in der Ausstellerstruktur, die sich seit Jahren bewährt hat«, ergänzt **Stefan Waldenmaier**, Vorstandsvorsitzender & CEO der Leicht Küchen AG und weiter: »Die Idee der Architekturwerkstatt, dem Fachhandel eine gute Selektion von marktbedeutenden, anspruchsvollen und innovativen Anbietern in den jeweiligen Warengruppen zu präsentieren, erhält mit der Marke Bosch einen weiteren bedeutsamen Baustein. Wir freuen uns sehr, dass Bosch hier ein langfristiges und nachhaltiges Engagement für diesen Standort eingegangen ist.«

Die weltgrößte Küchenfachmesse für Profis aus Handel und Industrie findet 2024 vom 21. bis 27. September im westfälischen Löhne statt. Der Termin für die Veranstaltung in diesem Jahr ist vom 16. bis 22. September 2023.

Fach- und Ordermesse

Elektrohausgeräte nehmen auf der area 30 immer größeren Raum ein

Die zwölfte Ausgabe der **area 30** vom 16. bis 21. September 2023 haben inzwischen über 140 Aussteller und Marken gebucht. Neben dem Themenbereich »Wasser« wächst in diesem Jahr die Elektrogerätebranche besonders stark. Neu und einzigartig lockt die »innovation area«, denn hier werden im westfälischen Löhne genau die Produkte und Leistungen gezeigt, die impulsgebend und zukunftsweisend für die Branche sind.

Von den über 30 ausstellenden Unternehmen und Marken in der innovativen Welt der Elektrogeräte kommen neben Samsung weitere Unternehmen wie Amica, Haier, Ligre, Midea, Oranier sowie PKM. Auf die Fachbesucher wartet also eine geballte Ladung Kompetenz.

Nahe verwandt mit Elektrohaushaltgeräten sind die Anbieter von Weinschränken, die die Firmen Caso, Diwa-Klima, Dometic, Dunavox und Swisscave Mitte September in Löhne präsentieren werden.

Von Elektro über Kochen und Backen ist es nur ein kleiner Schritt zu den Ausstellern von Dunstabzügen und Muldenlüftern sowie zur Luftreinigung. Fünfzehn

Unternehmen stellen hierzu ihre Neu- und Weiterentwicklungen vor. Mit Berbel, Benthaus, Bora, Elica, Falmecc, Pando, Novy, O+F Design, Opera Hausgeräte, Unito und allen Hausgeräteaustellern ist das »Who-is-who« des Segments Abzüge bzw. Lüfter auf der area 30 vertreten. Die Innovationsführer bei sauberer Luft – gleichgültig, ob im Zu- oder Umluftverfahren bereitgestellt – zeigen mit den klangvollen Namen Avitana, Ozonos und Plasmamade ebenfalls Flagge auf dem Ausstellungsgelände in Löhne.

Die »innovation area« wurde konzipiert, um innovativen, trendigen bzw. neuartigen Produkten eine besondere



Aufmerksamkeit zu schenken. Sie ist ein neuer Magnet der area30, denn hier entsteht neben dem Talk über Business ein Ort zum Netzwerken und Austauschen in unvergleichlicher Atmosphäre.

Zwanzig schlüsselfertige Stände auf rund 600 Quadratmetern Gesamtfläche sorgen für optimale Visualisierung bei minimalem Ausstelleraufwand, die Bar mit diversen Sitzmöglichkeiten wird neben dem Erholen Raum für Gespräche »Outside the box« bieten.

Auf der »Stage« werden trendweisen Vorträge und spannende Diskussionen über die Messetage hinweg geboten: Für die Aussteller auf der »innovation area« ist jeweils eine Präsentation auf dieser Bühne Teil des Leistungspakets. Ziel dieses neuen Angebots von Veranstalter Trendfairs: Sowohl jungen Unternehmen den Start ins Business zu erleichtern und viele Geschäftskontakte in kurzer Zeit erfolgreich anzubahnen als auch Dienstleistungsunternehmen und area 30-Ausstellern eine Präsentationsfläche für innovative Produkte und Marken zu bieten.

Geschäftsaufgabe

Brömmelhaupt hat die Geschäftstätigkeit eingestellt

Zum 30. Juni 2023 wurde die **Brömmelhaupt Großhandels-GmbH** als werbende Gesellschaft aufgelöst und als Liquidationsgesellschaft in ein geregeltes Abwicklungsstadium über die nächsten Monate überführt. Eine externe und ganzheitliche Prüfung des Geschäftsmodells und der Wirtschaftskraft der Gesellschaft habe am Ende zu der Erkenntnis geführt: Die Geschäftstätigkeit der Gesellschaft könne aufgrund der Besonderheiten des Marktes und der aktuellen Rahmenbedingungen mittel- und langfristig nicht erfolgreich fortgeführt werden, heißt es in einer Mitteilung. Zu schwer wiegen

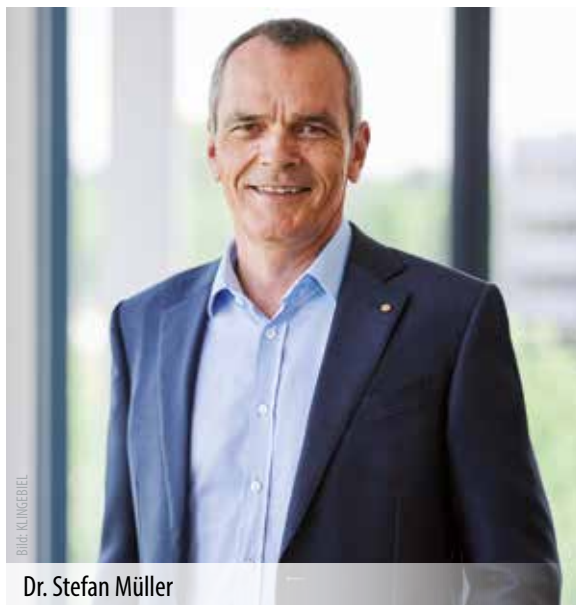
die schwierigen Rahmenbedingungen am Markt wie Fachhandelssterben, Konkurrenz durch Online-Handel, Marktmacht einzelner Großanbieter, Direktvertriebsaktivitäten der Lieferanten, Corona-Krise, Hochinflation und sinkende Kaufkraft. Brömmelhaupt-Geschäftsführer **Robert Drosdek** (Bild rechts) zieht Bilanz: »Der Firma Brömmelhaupt war es vergönnt, zu den lediglich acht Prozent der Unternehmen in Deutschland zu gehören, die in die dritte Unternehmergeneration überführt werden konnten. Aufgrund des hohen Engagements vieler langjähriger und motivierter Mitarbeiter konnte die Firma Brömmelhaupt den massiven Strukturwandel innerhalb der Branche über viele Jahre unbeschadet überstehen.« Drosdek weiter: »Langfristige und partnerschaftliche Beziehungen zu Mitarbeitern, Kunden,



Robert Drosdek

Bild: Frank Schnepgens

Lieferanten und Dienstleistern waren stets unsere oberste Prämisse. Für die partnerschaftlichen und erfolgreichen Geschäftsbeziehungen möchten wir uns bei allen Mitarbeitern und Geschäftspartnern von ganzem Herzen bedanken und wünschen ihnen alles Gute.«



Dr. Stefan Müller

Bild: KUNZEBEL

»Unser Konzept überzeugt«

Expert vermeldet stabile Marktposition

Die **Expert-Gruppe** erzielte im Geschäftsjahr 2022/2023 (1. April 2022 bis 31. März 2023) einen Innenumsatz zu Industrieabgabepreisen ohne Mehrwertsteuer in Höhe von 2,24 Milliarden Euro und lag damit um 2,5 Prozent unter dem Vorjahreswert. Trotz des leichten Rückgangs, der auf die angespannte Weltwirtschaftslage zurückzuführen ist, zeigte sich die Verbundgruppe auf ihrer Bilanzpressekonferenz in Hannover-Langenhagen zufrieden mit dem Geschäftsergebnis. »Für die Expert-Gruppe haben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut unternehmerische Highlights und Herausforderungen die Waage gehalten«, sagt **Dr. Stefan Müller** (Bild links), Vorstandsvorsitzender der Expert SE. »Neben den Nachwirkungen der Corona-Pandemie galt es nun auch den Auswirkungen des Ukraine-Kriegs und der Energiekrise zu begegnen, die einen starken Einfluss auf Inflation und Konsumklima hatten. Durch zielgerichtete Maßnahmen sowie die hervorragende Zusammenarbeit mit unseren Gesellschaftern, Industrie- und Dienstleistungspartnern sowie unseren Mitarbeitern haben wir das abgelaufene Geschäftsjahr jedoch erfolgreich gemeistert und so einmal mehr bewiesen, dass Expert die leistungsfähigste Kooperation im Elektronikfachhandel ist. Unser Konzept überzeugt!«

Gesellschafterwechsel

Die Weltfunk stellt sich neu auf

Zum Jahresbeginn 2024 werden sich die Weltfunk-Gesellschafter neu formieren. Sonepar und Brömmelhaupt scheidet dann aus dem Kreis der Gesellschafter aus, der sich künftig aus vier überregional tätigen Großhändlern zusammensetzen wird. Das traditionsreiche Großhandelshaus Brömmelhaupt hatte erst vor wenigen Tagen das Ende seiner Geschäftstätigkeit bekannt gegeben. »Dem derzeit schwachen Marktumfeld für Konsumgüter begegnen wir mit antizyklischen hohen Investitionen in unseren Telering-Verbund, um so den Ausbau der Digitalisierung und die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit unserer Telering-Mitglieder voranzutreiben«, kommentiert der Aufsichtsratsvorsitzende **Thomas Röder** (Bild rechts). »Die Telering-Mitglieder als freie Unternehmer und regionale Nahversorger im Bereich Technik können das uneingeschränkte Vertrauen ihrer Kunden beanspruchen,« so Thomas Röder weiter. »Der Anspruch der Weltfunk ist, nach wie vor ein etablierter, verlässlicher und strategischer Partner im Elektrogroßhandel für unsere Markenhersteller zu sein.«



Thomas Röder

Bild: avents.de / Lopata



Bild: BSH

Studie zu smarten Hausgeräten

Für 34 Prozent der befragten Personen ist es wichtig, dass ihr nächstes großes Hausgerät vernetzungsfähig ist. Rund vier von zehn (44 Prozent) Befragte sind sogar bereit, einen Aufpreis für ein smartes Hausgerät zu bezahlen. Das sind die Ergebnisse einer repräsentativen **BSH-Umfrage** mit über 12.000 Teilnehmenden in zwölf europäischen Ländern.

Die Küche der Zukunft ist vernetzt, davon ist die BSH Hausgeräte GmbH als Europas führender Hausgerätehersteller schon lange überzeugt. Die repräsentative Umfrage in zwölf europäischen Ländern zeigt: Smarte Hausgeräte spielen in der Tat eine immer wichtigere Rolle im Alltag der Konsumenten.

Besonders Polen und Slowenien stehen heraus. In beiden Ländern besitzen bereits zwei Drittel der Befragten mindestens ein smartes Hausgerät. In Deutschland sind es im Vergleich nur ein Drittel der Befragten. Am weitesten verbreitet ist die vernetzungsfähige Waschmaschine: Länderübergreifend besitzt circa jeder fünfte (22 %) Befragte eine. Dahinter folgen mit etwas Abstand der smarte Ofen (17 %), der Kühl- und/oder Gefrierschrank (16 %), der Geschirrspüler (15 %) und der Herd (14 %).

Drei Viertel der befragten Nutzer smarter Hausgeräte zeigen sich mit den Funktionen ihrer Geräte zufrieden. 50 Prozent geben an, recht zufrieden zu sein, weitere 25 Prozent sind vollständig zufrieden. In Spanien ist die Zufriedenheit mit insgesamt 87 Prozent am höchsten.

Nachhaltige Faktoren sind entscheidend bei der Wahl eines Hausgerätes

Nachhaltigkeit ist ein strategischer Grundpfeiler der BSH und auch bei Konsumenten spielt das Umweltbewusstsein bereits beim Kauf eines Hausgerätes eine zentrale Rolle. Die Befragten aller Länder achten bei der Entscheidung für ein neues großes



Harald Friedrich

Bild: Michael Kommerter

Hausgerät auf Faktoren wie den Energie- und Wasserverbrauch, die Lebensdauer sowie auf nachhaltige Produktion und Materialien. Neben ambitionierter Recyclingziele und dem vermehrten Einsatz von alternativen Materialien wie grünem Stahl in der Fertigung setzt die BSH ebenfalls auf Funktionen zur Verringerung des ökologischen Fußabdrucks bei der Nutzung vernetzter Geräte.

Auch Konsumenten erkennen den Mehrwert: So ist etwa die Optimierung des Ressourcenverbrauchs bei Besitzern smarter Geschirrspüler vor allem in Italien, Spanien und Polen beliebt. Jeweils rund zwei Drittel der Nutzer verwenden diese Funktion. In Deutschland sind es im Vergleich derzeit noch 43 Prozent. Jedoch sagen sechs von zehn Befragten ohne smarten Geschirrspüler in Deutschland, dass sie diese Funktion nutzen würden, wenn sie ihnen zur Verfügung stünde.

Neben Nachhaltigkeit nimmt besonders das Bedürfnis nach Komfort bei den Konsumenten einen hohen Stellenwert ein. Das Bewusstsein für den zusätzli-

chen Komfort, den smarte Hausgeräte im Alltag bieten können, ist teilweise bereits fest verankert. Für vier von zehn Besitzern smarter Hausgeräte war Komfort ein entscheidender Faktor beim Kauf des Gerätes. Besonders beliebt ist die personalisierbare Nutzung: Sieben von zehn Befragten geben an, dass ihnen beim Kauf eines neuen Hausgerätes individuelle Einstellungsmöglichkeiten wichtig sind. Obwohl smarte Öfen in den europäischen Haushalten noch nicht besonders verbreitet sind, würden drei Viertel der Befragten ohne diese Funktion beispielsweise gern das automatische Ausschalten des Ofens,

»Es ist der Anspruch der BSH, das Leben der Menschen zu Hause zu verbessern – mit herausragenden Marken, hochwertigen Produkten und innovativen Lösungen«, informiert **Harald Friedrich**, Leiter Vertrieb Zentral- und Osteuropa der BSH.

»Um diesem Anspruch gerecht zu werden, ist es wichtig, nah an unseren Zielgruppen zu sein. Es gilt zu verstehen, wie sie Geräte und Funktionen nutzen und was ihre individuellen Bedürfnisse und Wünsche sind. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, wohin sich die Küche der Zukunft entwickeln wird und sie bestätigen die eingeschlagene Strategie der BSH. Smarte Hausgeräte sind nicht mehr wegzudenken – und deren markenübergreifende Vernetzungsmöglichkeit dank unserem offenen Home Connect Ökosystem ist ein wesentlicher Vorteil für unsere Konsument*innen. Die intuitive Nutzung und das nahtlose Zusammenspiel der Geräte sind entscheidend, um unserem Anspruch gerecht zu werden: kompromisslose Consumer Happiness«, so Friedrich weiter.



Bild: BSH

Smart Kitchen Dock

»Das Smart Kitchen Dock ist ein innovatives Tool, mit dem alle verbundenen Geräte in der Küche über eine gemeinsame Schaltstelle gesteuert werden können«, informiert **Harald Friedrich**. »Von der Weinempfehlung bis zum richtigen Heizprogramm für den Backofen oder der passenden Hintergrundmusik: In Verbindung mit einem Tablet oder Smartphone ermöglicht diese Innovation den Zugang zu allen Vorteilen und Services der Home Connect Plattform und den vernetzten Geräten sowie Alexa.«

Wer sind die Besten in unseren Branchen?

Die Jury zur Ausschreibung »Händler des Jahres« steht fest

Zum vierten Mal in Folge suchen die Fachmedien **CE-Markt** und **CE-Markt electro** die »Händler des Jahres« in den Kategorien Fachmarkt (Großfläche) sowie Fachhändler (Ladengeschäft/ Fachbetrieb). Die Bewerbungsphase endet am 30. September und im Oktober wird unsere Jury über die Gewinner entscheiden. Neben den Chefredakteuren – Jan Uebe für **CE-Markt** und Annette Pfänder-Coleman für **CE-Markt electro** – setzt sich die Jury wie folgt zusammen:



Carine Chardon

Bild: Markus Schwallier

Seit 20 Jahren in der Medienbranche tätig und seit September 2020 Geschäftsführerin der ZVEI-Fachverbände Consumer Electronics und Satellit & Kabel.



Dr. Sara Warneke

Bild: © Mese Berlin GmbH

Seit September 2020 Geschäftsführerin der gfu Consumer & Home Electronics GmbH. Die gfu ist Markeninhaberin und Veranstalterin der IFA.



Dr. Kai Hudetz

Bild: IFH Köln

Geschäftsführer des IFH Köln – Institut für Handelsforschung – und ausgewiesener Handelsexperte mit 25 Jahren Branchenerfahrung.



Robert Höwelkröger

Bild: Wertgarantie

Der Manager Public Relations bei Wertgarantie Group nimmt als Vertreter des Goldsponsors an der Jury-Sitzung im Oktober teil.



Händler des Jahres 2023



Ihre Bewerbung als »Händler des Jahres«

Erfolgreiche Handelsunternehmer unserer Branche können sich ab sofort als »Händler des Jahres 2023« für die Kategorien Fachmarkt (Großfläche) und Fachhändler (Ladengeschäft/Fachbetrieb) bewerben.

Unter www.ce-electro.de/hdj stehen die aktuellen Bewerbungsunterlagen zum Download bereit. Diese können auch unter verlag@ce-markt.de angefordert werden.

**Bewerbungsschluss ist der
30. September 2023.**



QR-Code direkt zu den
Bewerbungsunterlagen

Die Händler des Jahres 2023 werden präsentiert von:





Markus Bisping

beurer

zum »Point of Emotion« unterstützen. Die Kompetenz des stationären Handels ist eben diese Inszenierung der Produkte und die Beratungsstärke der geschulten Mitarbeiter. Mit erfolgreichen TV-Kampagnen steigert Beurer zudem seine Markenstärke und sorgt, begleitet durch umfangreiche Marketing-Maßnahmen, für zusätzliche Kaufanreize beim Endkunden. Die auf hohem Niveau weiter steigenden Umsätze mit unseren stationären Handelspartnern bestätigen unsere erfolgreiche Vertriebsstrategie.

Markus Bisping
Head of Sales Buying Groups
Beurer GmbH



medisana

Der Fachhandel in Deutschland ist nach wie vor ein zentraler Bestandteil unserer Geschäftsstrategie. In Kombination mit dem Online-Handel ermöglicht er es uns, unseren Kunden neben hochwertigen Produkten auch einen umfassenden Service anzubieten. Dadurch erhalten wir die Möglichkeit, unsere Mission zu erfüllen: das Wohlbefinden und die Gesundheit unserer Kunden zu fördern.

Marc Schmieders
Senior Account Manager Electronic Retail
Medisana GmbH



Marc Schmieders

Mit der Ausschreibung zum »Händler des Jahres 2023« möchten wir die Handelsunternehmen und Fachbetriebe unserer Branche dazu ermutigen, neue und erfolgversprechende Wege einzuschlagen.

Sie alle wissen, wie anspruchsvoll Kunden heute geworden sind. Vom Handel erwarten sie ein Einkaufserlebnis mit attraktiven Produkten und individuell zugeschnittenem Service. Außerdem wird Nachhaltigkeit immer wichtiger bei der Kaufentscheidung.

Welche besonderen Maßnahmen und außergewöhnlichen Aktionen machen Sie zum bevorzugten Händler in Ihrer Region?

Teilnahmeberechtigt sind alle Händler für Mobile und Consumer Electronics sowie Elektrohausräte / Home Appliances in Deutschland.

Die Auszeichnung wird in zwei Kategorien durchgeführt:

- Fachmarkt (Großfläche)
- Fachhändler (Ladengeschäft/Betrieb)

Wir sind gespannt, mit welchen Ideen Sie uns überraschen. Nach Bewerbungsschluss am 30. September tritt unsere Jury zusammen, wertet Ihre Angaben aus und fordert gegebenenfalls weitere Informationen an, um sich ein konkretes Bild von Ihrem Unternehmen zu machen. Danach werden aus dem Bewerberfeld die beiden »Händler des Jahres 2023« gewählt.

Um eine neutrale und gleichzeitig fachkundige Bewertung sicherzustellen, setzt sich die Jury nicht nur aus unserer Chefredaktion zusammen, sondern auch aus Vertretern branchenbezogener Fachverbände, sachkundiger Handelsinstitute sowie Unternehmen.

AMBILIGHT tv

Bauknecht

beurer

Bowers & Wilkins

Domestic & General

ELAC

hama

KENWOOD

medisana

NIVONA

REVO.
A TELESTAR BRAND

TechniSat



Modelle »Extraspace«

Mehr Platz in den Bauknecht Mikrowellen

In den neuen **Extraspace Mikrowellen von Bauknecht** vereinen sich neue und bewährte intelligente Technologien in nur einem Gerät. Statt eines Drehtellers ist die Mikrowelle mit einem flachen, über die gesamte Fläche integrierten Glasboden ausgestattet, der die Mikrowellen aussendet und die Hitze gleichmäßig verteilt. Auf diese Weise bietet sie 30 Prozent mehr Platz für jede Art von Genuss – auch in eckigen Auflaufformen oder mehreren Behältern gleichzeitig. Von knuspriger Pizza über schonend dampfgegartes Gemüse bis hin zu Grillgerichten sind der kulinarischen Kreativität fast keine Grenzen gesetzt und auch gesunde Gerichte lassen sich im Handumdrehen zubereiten. **Ein besonders praktisches Extra:** Die Mikrowelle verfügt über eine effektive Selbstreinigungsfunktion und schenkt somit mehr Zeit für Genuss. Erhältlich sind die Geräte in drei verschiedenen Ausführungen und Farben und bieten im Innenraum dank der 30 Prozent größeren Nutzfläche noch mehr Platz für das Lieblingsgericht.

Energieeffizienz A -30%

Haier präsentiert sparsame Waschmaschine

Mit dem neuen Modell der **I-Pro Serie 7 Plus** präsentiert Haier eine der sparsamsten Waschmaschinen am Markt, die nicht nur durch ihre herausragende Energieeffizienzklasse überzeugt, sondern auch mit einer Vielzahl innovativer Funktionen aufwartet. Mit der Energieeffizienzklasse A und einem Verbrauch, der um 30 Prozent niedriger ist als der herkömmlicher Maschinen dieser Klasse ist sie ideal für Verbraucher, die keine Kompromisse bei Energieeffizienz, modernster Technologie und höchster Waschleistung eingehen wollen. Doch auch Liebhaber von smarten Lösungen kommen wieder auf ihre Kosten: Die Bedienung via hOn App ermöglicht die Steuerung der Waschmaschine auch aus der Ferne. Ist der Waschgang beendet, erhält der Nutzer eine Push-Nachricht auf sein Mobiltelefon.



Hoover

Neue Geschirrspüler-Serie H-DISH

Mit der neuen **H-DISH Serie vereint die Marke Hoover** Geräumigkeit und Energieeffizienz mit einem perfekten Waschergebnis. Die Modelle bieten den geräumigsten Innenraum aller Geschirrspüler in der Energieeffizienzklasse B auf dem Markt. Dank Maxi Tub verfügen alle Geräte dieser Serie mit einer Standardbreite von 60 Zentimeter über mehr Platz als vergleichbare Modelle. So können die Geschirrspüler selbst mit sperrigen Gegenständen und größerem Geschirr mühelos beladen werden, ohne dabei Kompromisse bei der Waschleistung einzugehen. Die Serie besteht aus vier Modellen von H-DISH 300 bis zum Topmodell H-DISH 700. Darüber hinaus bietet Hoover eine smarte Funktion, die den Benutzern die ortsunabhängige Bedienung ermöglicht – ein Feature, das alle Modelle teilen. Mit der hOn App können Benutzer ihren Geschirrspüler mit ihrem Smartphone von überall steuern.

Sammlerstücke für Motorsportbegeisterte

Smeg bringt Sonderedition »100 Jahre Le Mans«

Das legendäre **Motorsport-Rennen im französischen Le Mans** ist nicht nur für Fahrzeuge eine Leistungsschau. Die Fahrer müssen auf dem 13,5 Kilometer langen Parcours binnen 24 Stunden eine maximale Distanz zurücklegen – und abschließend die Ziellinie überqueren. 2023 feiert dieser prestigeträchtige Wettbewerb sein hundertjähriges Jubiläum: der perfekte Anlass für den italienischen Hausgeräte-Hersteller Smeg, eine limitierte Sonderedition seines Kühlschranks FAB10 zu kreieren. Der schwarze Kühlschrank zeigt auf der Frontseite zusätzlich zu einem Schriftzug einen Fahrer, der unter dem Jubel der Zuschauer zu seinem Auto läuft: eine Reminiszenz an die frühen Jahre, als die Rennpiloten nach dem Startsignal erst einmal zu ihren Fahrzeugen sprinten mussten. In Deutschland wird die Sonderedition nur in einer kleinen Stückzahl verfügbar sein.



Klimaschutz und digitaler Komfort

Zu den Tophemen von **Miele** auf der IFA 2023 gehören innovative Produkte und Services für mehr Nachhaltigkeit und Komfort. Was damit konkret gemeint ist, erklärte **Bernhard Hörsch**, Commercial Director Sales der Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland KG.

Im letzten Jahr hatte Miele das Thema Umwelt und Klima, das im Unternehmen seit jeher eine hohe Priorität besitzt, erstmals auch in den Mittelpunkt seines IFA-Auftritts gerückt. Die herausragende Langlebigkeit und Reparierbarkeit der Miele-Geräte wie auch deren vorbildliche Energieeffizienz bei zugleich besten Ergebnissen und Komfortmerkmalen – dies sind nur zwei Belege dafür, wie Miele seine Kunden darin unterstützt, ihr Leben möglichst nachhaltig zu gestalten. »Diesen Weg setzen wir auch in diesem Jahr



Bernhard Hörsch

mit Nachdruck fort«, versprach **Hörsch** während der Innovations Media Briefings Anfang Juli in Berlin.

Als Beispiel nannte er die erste Miele-Waschmaschine, die den Grenzwert der Energieeffizienzklasse A um zehn Prozent unterschreitet. Die Geschirrspüler der Baureihe G 7000 gehören zu den nachhaltigsten am Markt. Das Modell G 7465 SCVi XXL wurde kürzlich mit dem renommierten »Green Product Award« ausgezeichnet. Jetzt erhalten diese Geräte weitere Programme für eine ebenso gründliche wie energieeffiziente und schonende Reinigung. Darüber hinaus wurden die Geschirrkörbe so weiterentwickelt, dass sich auch wiederverwendbare Glasflaschen und Trinkhalme sicher befestigen lassen und gründlich durchgespült werden.

Einen weiteren Beitrag zum Klimaschutz im Haushalt leistet das Consumption Dashboard der Miele App, mit detaillierten Verbrauchsanzeigen, langfristigen Statistiken zum Nutzungsverhalten, den damit verbundenen Verbräuchen und

praktischen Tipps für eine möglichst verbrauchsgünstige Nutzung. Das Consumption Dashboard, das es so nur bei Miele gibt, war zur vergangenen IFA für den Geschirrspüler gestartet und ist seit einigen Monaten auch für das Monitoring der Waschmaschine freigeschaltet.

Das Thema Smart Home leitete Hörsch mit fünf Schlüsselfaktoren für den künftigen Erfolg digitaler Produkte und Services im Haushalt ein, die Miele für sich als Richtschnur definiert hat: Erstklassige und nahtlose Erlebniswelten für Kunden etwa beim Shoppen in der App, größtmögliche Perfektion und Geschwindigkeit bei Themen wie der KI-gestützten Behebungen kleiner Gerätestörungen durch den Anwender, maßgeschneiderte personalisierte Angebote, Sicherheit und Transparenz beim Umgang mit Daten sowie möglichst auch ein Beitrag zur Nachhaltigkeit, wie beim bereits erwähnten Consumption Dashboard demonstriert.



Smart Food ID vor der Markteinführung in Deutschland
Künstliche Intelligenz interpretiert das Foto der Backofenkamera – die weitere Zubereitung erfolgt automatisch.

Neue Strukturen

Miele überführt die deutsche Vertriebsgesellschaft in ein rechtlich selbständiges Unternehmen

Zum 1. Juli 2023 hat **Miele** sein Vertriebs- und Servicegeschäft in Deutschland auf die Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland KG als rechtlich selbständiges Unternehmen übertragen. Damit trägt das Unternehmen der besonderen Bedeutung seiner deutschen Vertriebs- und Serviceorganisation mit 1.600 Beschäftigten und rund 1,5 Mrd. Umsatz Rechnung.

Ins Leben gerufen wurde die Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland im Jahr 2001 zur Bündelung von Vertrieb und Service im damals wie heute mit großem Abstand umsatzstärksten Markt der Miele Gruppe – dies jedoch bisher als Abteilung der Miele & Cie. KG.

Mit dem Schritt in die rechtliche Eigenständigkeit folgt sie dem Vorbild der Miele-Vertriebsgesellschaften der übrigen Länder, was unter anderem die Weiterentwicklung und Vereinheitlichung der weltweiten IT-Struktur erleichtert.

Auf Beschäftigte sowie Kunden der neuen Organisation hat der Übergang keine Auswirkungen. So bleiben die Mit-



Frank Jüttner

arbeiter zu unveränderten Bedingungen an Bord. Auch bei den Ansprechpartnern für die Handelspartner, die über diesen

Schritt bereits seit längerem informiert sind, ändert sich nichts.

Die Gesellschaft soll im kommenden Jahr in ein neues Gebäude auf dem Gütersloher Werkgelände einziehen, das aktuell im Bau ist, sodass dann auch räumlich alle Funktionen unter einem Dach sind.

Geschäftsführer der neuen Gesellschaft ist **Frank Jüttner**, der in seiner Rolle als Senior Vice President DACH der Miele Gruppe in Personalunion weiterhin auch das Geschäft in Österreich und der Schweiz verantwortet. Die Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland KG ist eine 100-prozentige Tochter der Miele & Cie. KG.



Ein Klick zum Video

Bild: Sodastream

»Push it real good!«

Aktionsreiche Vermarktungskampagne der Marke Sodastream

Ab sofort ist **Sodastream** mit einer neuen spektakulären 360-Grad-Kampagne »Push it real good!« on air. Darin setzt die Wassersprudlermarke auf ein Remake des legendären und weltweit bekannten Hip-Hop-Hits aus dem Jahr 1986 »Push it«.

Im Rahmen des dynamischen, frischen Spots mit Ohrwurm-Potenzial manifestiert Sodastream seinen starken Markenanspruch und setzt dabei seinen zentralen Claim »Push for better« eindrucksvoll in Szene. Die darin nochmals völlig neu gestaltete Sodastream Welt in frischem, modernem Look etabliert die Marke dabei stärker denn je als Love Brand mit Anziehungskraft, Sinnhaftigkeit und Spaß, der man sich einfach anschließen möchte.

Ausgangspunkt ist der simple Knopfdruck eines Sodastream Wassersprudlers, dank dem sich Verbraucher zu Hause jederzeit frische Getränke selbst herstellen können. Ein Knopfdruck, der sinnbildlich für eine positive Veränderung steht und der Menschen begeistern kann.

»Der Spot trifft in puncto guter Laune und Mitmachpotenzial voll auf die zwölf und zeigt gleichzeitig auf spielerische Weise, wie viel leichter und besser das Leben mit Sodastream sein kann. Damit spiegelt er in jeder Faser unsere Markenidentität wider: Wir zeigen den Menschen, dass es sich lohnt, den Status quo zu hinterfragen und seine Energie in positive Veränderungen zu investieren«, informiert **Julian Hessel** (Bild oben), Marketing Director Sodastream Deutschland und Österreich.



Bild: Oliver Roessler/Sodastream

Lebenselixier Wasser

Sodapop steigt in den Wasserfiltermarkt ein

Ab Juni erhalten Verbraucher bei **Sodapop** auch Wasserfilterkartuschen, die mit gängigen Systemen wie zum Beispiel Brita, Maxtra und Maxtra+ inklusive Perfect Fit System nutzbar sind oder mit der eigenen Wasserfilterkanne Selina kombiniert werden können.

Damit erweitert das zur Krüger Group gehörende Unternehmen, das bislang für Wassersprudler unter der Marke Sodapop bekannt ist, sein Produktportfolio und sorgt für reinen Wassergenuss zu Hause. Gefiltertes Wasser ermöglicht ein besonders gutes Geschmackserlebnis,



Selina von Sodapop
Formschöne Wasserkanne

Bild: Sodapop

eignet sich ideal für die Zubereitung von Kaffee sowie Tee und spart Zeit, Plastik sowie Transportwege.

»Mit unseren neuen Wasserfilterprodukten reagieren wir auf die Bedürfnisse unserer Kund*innen, die immer mehr zu umweltfreundlichen Produktalternativen

greifen«, berichtet **Kurt Dojaczek**, Vertriebsleiter von Sodapop und ergänzt: »Die Wasserfilterkartuschen sind mit gängigen Systemen kompatibel, fügen sich ideal in unser bestehendes Angebot ein und ergänzen insgesamt unsere Wassersprudler und Sirupe.«



Aktueller Kaffee-Trend

Ein Sideboard genügt, um eine Kaffee-Ecke einzurichten. Neben Kaffeefullautomat, Milchaufschäumer und Filterkaffeemaschine mit integriertem Mahlwerk ist der Halbautomat Jura Ono nebst Kaffeemühle prominent platziert, um jederzeit in Betrieb genommen zu werden.

Für den besonderen Anspruch

Jura Ono bereichert jede Kaffeebar

In den letzten Jahren zeichnet sich ein Trend hin zur Zweit- und Drittmachine bei der Kaffeezubereitung ab. Dafür richten sich Kaffeegenießer sogar eine Kaffee-Ecke ein, um jederzeit und zu jedem Anlass das passende Getränk zu kredenzen. Wer es einfach und bequem haben möchte, drückt beim Kaffeefullautomaten aufs Knöpfchen, um sein Lieblingsgetränk – gerne auch in Verbindung mit Milch – zu erhalten. Wer öfters zum Kaffeekränzchen einlädt, ist mit einer Filterkaffeemaschine mit integriertem Mahlwerk gut beraten. Damit können zehn oder zwölf Tassen in kurzer Zeit zubereitet werden und keiner muss lange auf seinen Kaffee warten. Und wer die Zubereitung ganz besonders zelebrieren möchte, greift zur trendigen Siebträgermaschine oder auch zum neuen Halbautomaten Ono der Marke Jura.

Eine eigene Kaffeebar hat schon was. Einfach eine Anrichte oder ein Sideboard im Wohnraum umfunktionieren, von der üblichen Dekoration wie Fotos, Vasen oder sonstigem Tinnef befreien, und den gewonnenen Platz für Kaffeemaschinen nutzen. Hier finden nicht nur Siebträger, Vollautomaten sowie Kapsel- und Filterkaffeemaschinen ihren Platz, sondern Kaffeemühlen, Milchaufschäumer, Abklopfbehälter oder auch der neue Halbautomat Jura Ono, der wunderbar aromatischen Kaffee bereitet.

Setzen auch Sie diesen Trend in Ihrem Ladengeschäft in Szene und zeigen Ihrer Kundschaft, wie eine Kaffeebar aussehen kann. Der ein oder andere Kunde mag sich davon inspirieren lassen, um mehrere Geräte aufzustellen oder ein weiteres Gerät anzuschaffen.

Übrigens: Im zweiten Quartal 2022 konsumierten Kaffeetrinker pro Kopf und pro Tag durchschnittlich 3,8 Tassen. Das sind fünf Prozent mehr als im Gesamtjahr 2021 (3,6 Tassen) und plus neun Prozent im Vergleich zum Vorpandemiejahr 2019 (3,5 Tassen). Der Pro-Kopf-Konsum von Kaffee liegt also aktuell bei 165 Liter – so viel, wie durchschnittlich in eine Badewanne passt.

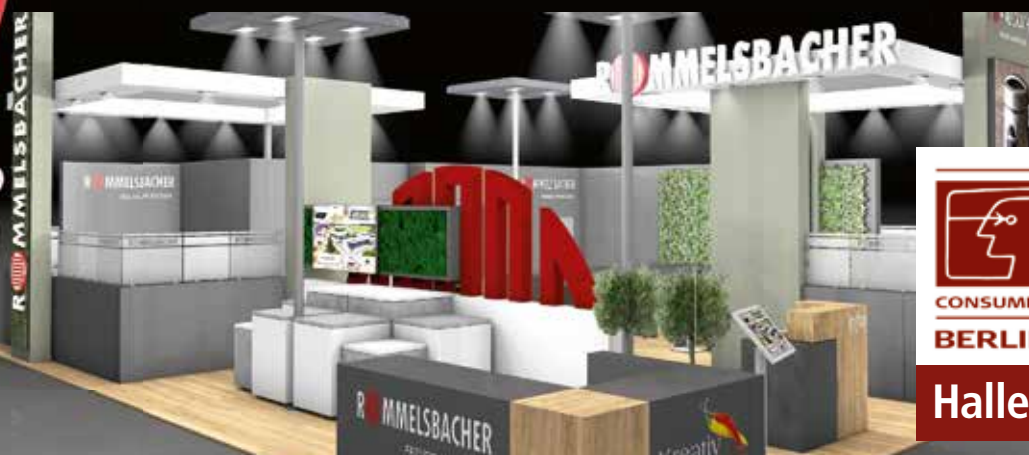
Tag des Kaffees

Am 1. Oktober findet wieder der »Tag des Kaffees« statt. Dazu veranstaltet der Deutsche Kaffeeverband aktuell einen Fotowettbewerb zu dem Motto »Kaffee auf Reisen«. Denn Kaffee ist für viele auch im Urlaub unverzichtbar – beispielsweise beim Camping ist die Kaffeeliebe besonders groß: Egal ob im Zelt, Wohnmobil oder Wohnwagen – über 80 Prozent bereiten ihren Kaffee vor Ort zu oder bringen ihn mit. Die Teilnahme zum Gewinnspiel ist denkbar einfach: Bis zum 30. September ein Bild zum Thema »Kaffee auf Reisen« an gewinnspiel@kaffeeverband.de einschicken und gewinnen. Als Hauptpreis winkt ein Reisegutschein von 1.000 Euro.

ROMMELSBACHER

Erleben Sie unsere Neuheiten in Berlin

Wir laden Sie ein! Reservierungen unter: messe@rommelsbacher.de



IFA
CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
BERLIN, 1-5 SEP 2023

Halle 4.1 Stand 211



Bild: Rowenta

Rowenta Silence Force Effitech

Gute Note bei Stiftung Warentest

Rowenta freut sich über die fünfte gute Auszeichnung der Stiftung Warentest. In Ausgabe 2/2023 wurden insgesamt zehn Kabelstaubsauger getestet. Der Silence Force Effitech Bodenstaubsauger mit Beutel erhielt in der Gesamtwertung die Note 2,2.

5 Rowenta-Modelle tragen aktuell das »gut«-Logo von Stiftung Warentest

- **Juni 2023:** Rowenta Silence Force Effitech RO7473 (2,2)
- **Februar 2023:** Rowenta Silence Force RO7755 (2,5)
- **Februar 2022:** Rowenta Compact Power Parkett RO3953EA (2,5)
- **Februar 2022:** Rowenta Compact Power Parkett RO3955EA (2,5)
- **Juli 2021:** Rowenta Silence Force Allergy+ Home & Car RO7793EA (2,1)

Besonders begeistert zeigte sich das Testmagazin von den Umwelteigenschaften des Beutelstaubsaugers. Mit der Note »sehr gut« (1,4) hebt sie die positiven Eigenschaften in Sachen Energieverbrauch und Lautstärke hervor. Mit nur 58 Dezibel überzeugt der Silence Force Effitech (RO7473) durch seine ultraleise Saugleistung. So werden selbst Alltagsgespräche nicht übertönt.

Auch in der Kategorie »Haltbarkeit« besticht der langlebige Bodenstaubsauger mit Effitech-Motor auf ganzer Linie (1,1). In den Bereichen »Saugen« und »Handhabung« hat sich die Stiwa für die Note »gut« entschieden (jeweils 2,5).

Fokus Open 2023 – Special Mention

Design-Award für Kärcher

Die Produktfamilie VC Cordless von **Kärcher** konnte die Experten der »FOCUS OPEN« Jury überzeugen. Die Akku-Staubsauger wurden im Rahmen des internationalen Designwettbewerbs Focus Open 2023 mit dem »FOCUS Special Mention« ausgezeichnet.

Das Design Center Baden-Württemberg in Stuttgart lobt jährlich weltweit den Wettbewerb Focus Open aus, um die Innovations- und Designqualität neuer Produkte, Services und Konzepte zu küren.

Mit dem Preis »FOCUS Special Mention« wurden die Akku-Staubsauger der Marke Kärcher für eine besonders herausragende Designqualität aufgrund ihrer Ergonomie und dem damit verbundenen Produkterlebnis ausgezeichnet.



Bild: Kärcher

»Mit der VC Cordless Family bietet Kärcher leichte und intuitiv zu bedienende Sauger für den Haushalt, die jederzeit einsatzbereit sind. Der Focus Open Award ist eine bedeutende Auszeichnung und Wertschätzung, die uns anspornt, unsere Produkte stets so weiterzuentwickeln, dass sie ein optimales Kundenerlebnis bieten. Wir freuen uns sehr, dass wir die Jury mit unserem Design überzeugen konnten«, freut sich **Michael Meyer**, Director Design Consumer Products bei Kärcher.

Große Bewegungsfreiheit und extra Komfort treffen auf durchdachtes Design

Die **Akku-Staubsauger VC Cordless** von Kärcher sind so leistungsstark und ausdauernd, dass sie mit kabelgebundenen Staubsaugern problemlos mithalten können. Ohne störendes Kabel und ohne Gerät zum Hinterherziehen bieten die Modelle eine große Bewegungsfreiheit. Die gesamte Technik – Akku, Saugturbine, Filter und Schmutzbehälter – findet im sehr kompakten Handgerät ihren Platz. Hier kann auch der Ladezustand des Akkus abgelesen werden. Zusätzlich können die Produkte durch das Abtrennen vom Saugrohr auch schnell zum Handstaubsauger umfunktioniert werden. Das Verstauen der Sauger nimmt aufgrund des schlanken Designs nur wenig Platz in Anspruch.



Bild: Kärcher

Entsafter und Kontaktgrill

Zero Waste Zubereitung mit Gastroback-Geräten

Konsumenten, die gerne frisch gepresste Säfte trinken und einen Juicer zu Hause haben, sind sicherlich immer wieder auf der Suche nach neuen Ideen, was mit den übrig gebliebenen Pflanzenfasern gemacht werden kann. Denn beim Entsaften bleiben viele leckere und nährstoffreiche Reste von Obst und Gemüse im Entsafter – der sogenannte Trester. Es wäre schade und ökologisch auch nicht vertretbar, wenn diese nährstoffreichen Lebensmittelreste im Müll landen. Die Marke **Gastroback** gibt Anregungen für die Verwertung.



Da für hat Gastroback Videos (siehe QR-Code) erstellt, wie die eigenen Geräte effektiv dafür eingesetzt werden können.

Süßkartoffel, Lauchzwiebeln, Champignons, Zucchini und ein paar Soja-Sprossen werden in einem Video im Gastroback Design Multi Juicer Digital zerkleinert. Dank des XXL-Einfüllschachts muss das Gemüse nicht extra vorgeschnitten werden und der 1.300 Watt Profi-Motor schafft ohne Mühe auch härteste Gemüsesorten und Gewürzwurzeln. Der gewonnene Gemüsesaft dient als perfekte Grundlage für die Barbecue-Sauce. Diese wird separat in

einer kleinen Pfanne auf dem aufgeklappten und schon heißen Gastroback Design BBQ Advanced Smart angesetzt. Etwas Zucker karamellisieren lassen, verschiedene Gewürze und den leckeren Gemüsesaft aus dem Entsafter hinzugeben – fertig ist die selbstgemachte BBQ-Sauce.

Und was passiert mit den Gemüseresten im Tresterbehälter? Die klein gehäckselten Pflanzenfasern und Gemüsereste sind die Basis für vegane Burger-Patties. Denn was sonst in die Tonne gekloppt wird, kommt heute auf die Burger.

Der frische Trester wird mit ein paar Maronen vermischt und als Patties goldbraun

Erst entsaften und dann den Trester zu Burger verarbeiten. So einfach geht das.



mit dem eigenen Burger-Programm des Design BBQ Advanced Smart gebraten. Auf der geriffelten Grillfläche erhalten die Patties eine schöne Zeichnung. Die 2.000 Watt garantieren ein besonders schnelles Grillen – so kann der Burger schon nach wenigen Minuten mit allem belegt werden was schmeckt. Und zum Abschluss werden die veganen Burger noch mit der eigenen BBQ-Sauce bestrichen.

Kompakte Multitalente

Design-Backöfen von Caso überzeugen auf ganzer Linie

Die neuen Design Backöfen der Serie TO von Caso sind vielseitig einsetzbar und ideal zum Backen, Braten, Aufbacken und Grillen. Gleich zwei Modelle bewertet »Haus & Garten Test« in der Ausgabe 03/2023 mit »sehr gut«: TO 32 electronic sowie TO 32 Classic. Und nicht nur das: Der TO 32 electronic ist Testsieger, während der TO 32 Classic zum Preis-/Leistungs-Sieger gekürt wurde.

Die Design Backöfen sind echte Multitalente und können den herkömmlichen Backöfen



Topmodell TO 32 electronic ist mit seinem digitalen Touch-Bedienfeld ein echter Hingucker, urteilt Haus & Garten Test. »Außerdem verfügt er über alle Funktionen eines herkömmlichen Backofens, zusätzliche Automatikprogramme und praktisches Zubehör.«

ergänzen oder sogar ersetzen. Die verschiedenen Funktionen sorgen bei den kompakten Geräten für optimale Ergebnisse: Ober- und Unterhitze, Unterhitze, Oberhitze, Umluft sowie Grill & Drehspieß. Der rotieren-

de Drehspieß ist perfekt für die Zubereitung von knusprigen Hähnchen. Die Temperatur ist von 30 bzw. 70 bis 230 Grad Celsius stufenlos über das Sensor-Touch Bedienfeld bzw. einen Drehregler einstellbar.



HOT & COLD

MASSAGE GUN MG 600

- Hot & Cold Peltier Technologie: Schnelles Kühlen, als auch Wärmen möglich
- Aktiviert und regeneriert die Muskulatur
- Besonders leistungsstark und effektiv

Mehr Infos findest Du hier:
www.medisana.de

Medisana erhält German Brand Award 2023 für exzellente Markenführung

Zum **sechsten Mal** in Folge ist das Unternehmen Medisana für seine exzellente Markenführung mit dem German Brand Award ausgezeichnet worden. Der renommierte deutsche Markenpreis würdigt erfolgreiche Unternehmen, die durch eine vorbildliche Markenführung, nachhaltige Kampagnen und außergewöhnliche Marketingprojekte hervorstechen. Teilnehmen können Unternehmen, Agenturen, Dienstleister und Marketeers sowie nichtkommerzielle und staatliche Organisationen aus allen Branchen weltweit. Eine unabhängige Fachjury entscheidet über die Zulassung zum Wettbewerb. Medisana konnte das hochkarätige Expertengremium wiederholt mit seiner Innovationsstärke und der herausragenden Markenarbeit überzeugen.



Das Medisana-Team freut sich über den Preis Fiorella Leines, Anja Schimmelpfennig, Stefan Pütz-Cordes und Ricarda Domnik (Bild v.l.n.r.)

Ausgezeichnet wurde Medisana in der Kategorie »Excellent Brands – Health & Pharmaceuticals«. Medisana etabliert als Experte in der Gesundheitsvorsorge regelmäßig neue Trends für den Wellness- und Gesundheitsmarkt. Dabei versteht sich das Unternehmen aus Neuss mit seiner ganzheitlichen Gesundheitskompetenz als innovative und zukunftsorientierte Marke mit Blick für neue Markttrends und Produkte, die immer mehr Menschen helfen können, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden selbst in die Hand zu nehmen.

»Die Gesundheit der Menschen liegt uns am Herzen und ist ein wichtiger Kern unseres Markenversprechens. Daher sind wir stolz darauf, den German Brand Award für unsere Markenstrategie zum wiederholten Male gewonnen zu haben«, informiert **Anja Schimmelpfennig**, Marketingleiterin bei Medisana. »Unsere über 40-jährige Markterfahrung und das engagierte Medisana Team tragen maßgeblich zu diesem Erfolg bei. Die erneute Auszeichnung der Fachjury ist eine Bestätigung für uns, dass wir uns als vertrauenswürdige Marke im Gesundheits- und Wellnessmarkt etabliert haben.«

IFA-Neuheit von Beurer

Notfallarmband mit Sturzerkennung

Unter dem Motto: »Frei im Alltag. Sicher im Notfall« präsentierte **Beurer** auf den Innovations Media Briefings in Berlin sein neues Notfallarmband EC 70. Damit möchte der Gesundheitsspezialist zukünftig alle Menschen unterstützen, die selbstbestimmt durch das Leben gehen wollen, durch Altersschwäche oder ein Handicap aber unsicher in Alltagssituationen sind.

Der große Vorteil des neuen Notfallarmbands von Beurer: Anders als der klassische Hausnotruf kann das mobile Armband inklusive der App »caera« dank Mobilfunktechnologie und eingebauter SIM-Karte sowohl zuhause als auch unterwegs genutzt und im Notfall geortet und angerufen werden.

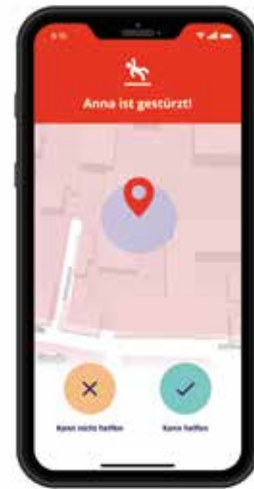
Von der Notsituation zur Hilfeleistung

Im Fall eines Sturzes, der den Träger in eine Notsituation bringen kann, wird durch die Sturzerkennung ein automatischer Notruf an bis zu sechs hinterlegte Notfallkontakte abgegeben. Per Knopfdruck kann der Träger auch selbst intuitiv den Notruf abgeben. Im Anschluss werden die in der App hinterlegten Notfallkontakte informiert. Eine Kontaktperson kann sofort den Erstkontakt zum Gestürzten aufnehmen, mit ihm telefonieren, sich zu diesem auch navigieren lassen und schnellstmöglich Hilfe leisten. Mit der Chatfunktion in der App können die anderen miteinander kommunizieren.

Doch was tun, wenn die Angehörigen nicht in der Nähe wohnen oder verreist sind? Auch dafür gibt es eine Lösung.



Notfallarmband EC 70 Mit einer Akkulaufzeit von bis zu 21 Tagen erkennt das Notfallarmband automatisch einen Sturz und meldet dies den Kontakten, die in der App hinterlegt sind. Dank der Mobilfunktechnologie werden nicht nur Stürze im Haus sondern auch unterwegs gemeldet.



QR-Code zum Video

Beurer EC 70

- Notfallarmband EC 70: 199,99 Euro UVP, verfügbar ab September 2023, 3 Jahre Garantie
- Basispaket: monatlich 17,95 Euro mit bis zu sechs Notfallkontakten
- Professioneller 24-Stunden-Notrufservice: 14,95 Euro zum Basispaket

Neben dem erforderlichen Basispaket, das sechs hinterlegte Notfallkontakte inkludiert, gibt es einen optional zubuchbaren professionellen 24-Stunden-Notrufdienst. Örtliche Rettungskräfte werden benachrichtigt und können schnellstmöglich am Notfallort eintreffen, um dem Betroffenen zu helfen.

So wird in Deutschland gegrillt

Der Sommer in Deutschland bringt nicht nur Sonne und warme Temperaturen, sondern auch die unvergleichliche Freude am Grillen. Es ist die Zeit, in der sich Familie und Freunde im Garten versammeln, um gemeinsam köstliche Speisen auf den Rost zu legen und das wunderbare Wetter in vollen Zügen zu genießen.

Doch während das wochenendliche Grillen im Sommer selbstverständlich zu sein scheint, zeichnet sich auf dem Grillmarkt eine Marktsättigung ab. Dennoch haben sich in den letzten Jahren interessante Veränderungen in den Grillgewohnheiten der Bevölkerung vollzogen. Eine aktuelle IFH-Studie wirft einen genaueren Blick auf diesen Wandel und die Marktanteile der verschiedenen Grillgeräte.

Trotz der derzeitigen Marktsättigung und abflachenden Wachstumskurve spiegeln die veränderten Grillgewohnheiten der Bevölkerung einen interessanten Strukturwandel wider. Immer komplexe-



re und raffiniertere Grillrezepte – egal ob vegane Grillspieße oder Melonen-Feta-Salat – erfreuen sich an Beliebtheit, auch wenn sich dies nicht unmittelbar in den Umsatzzahlen niederschlägt. Die Marktanteile der verschiedenen Grillgeräte sind jedoch ein deutlicher Indikator für diesen Wandel.

Der Branchenbericht Grillen widmet sich ausführlich den verschiedenen Warengruppen, wie Grillgeräten (Holzkohlegrill, Gasgrill, Elektrogrill), Brennstoffen (Holzkohle, Propangas, Briketts, Pellets, Kokoskohle) sowie Grillzubehör (Pizzasteine, Grillroste, Thermometer, Grillkörbe,

Grillbesteck, Grillanzünder, Drehspieße, Aluschalen, Grillabdeckhauben und vieles mehr).

Holzkohlegrills sind in Ostdeutschland beliebt

Es gibt deutliche regionale Unterschiede und Vorlieben bei den Grillgeräten. Während der Holzkohlegrill in den östlichen Bundesländern wie Brandenburg, Sachsen und Sachsen-Anhalt eine große Beliebtheit genießt, ist seine Nutzung in den Stadtstaaten Berlin und Bremen eher unterdurchschnittlich. Bei den Gasgrills dominieren hingegen die südwestlichen Bundesländer Baden-Württemberg und das Saarland.

In Hessen wird gerne elektrisch gegrillt

Interessanterweise findet der Elektrogrill besonders in Hessen eine überdurchschnittliche Akzeptanz, während er in den östlichen Bundesländern und Bayern weniger verbreitet ist. Dies zeigt, dass regionale Präferenzen und Vorlieben einen starken Einfluss auf die Wahl des Grillgeräts haben.

Händler sollten diese Entwicklungen insbesondere zur zielgerichteten Kundenansprache und Ausspielung von Angebotskommunikation unbedingt im Blick haben. Die Grillkultur in Deutschland ist also geprägt von einem vielfältigen Angebot an Grillgeräten und regionalen Vorlieben. Die Studienergebnisse der IFH liefern detaillierte Einblicke in den Markt und beantworten Fragen zur Entwicklung der Branche, den Vertriebswegen und den Perspektiven.

Auswirkungen von Corona

Anforderungen an Innovation haben sich erhöht

Die Pandemie hat zu außergewöhnlichen Umsatzsteigerungen im Markt für Produkte der Consumer Electronics und Home Appliances geführt. Die Konsumenten hatten sich in den Jahren 2020 und 2021 verstärkt auf ihr eigenes Zuhause und die technische Ausstattung für das Arbeiten und den Unterricht zuhause fokussiert. Diese Investitionen in Consumer Electronics-, IT- und Telekommunikations-Produkte sowie Elektrohaushaltsgeräte fehlen jetzt.

Das bedeutet, dass die Messlatte für neue Produkte nun höher liegt, um die Verbraucher ausreichend zu beeindrucken und in Zeiten knapper Budgets zum Austausch oder zur Aufrüstung zu bewegen. Dies gilt umso mehr für Produkte mit kürzeren Lebenszyklen, wie beispielsweise Staubsaugerroboter oder Stabmixer.

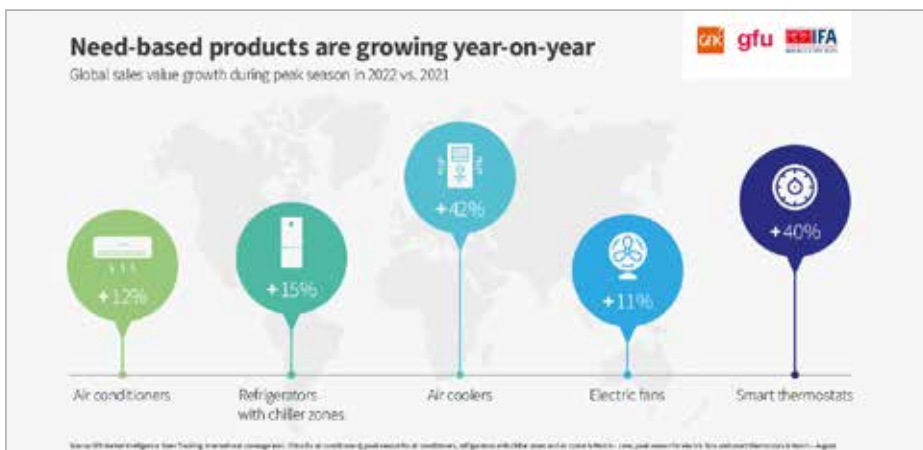
Beim Überdenken der Premiumklasse und des restlichen Portfolios sollten Haus-

gerätehersteller auch über eine höhere Schwelle für Innovationen bei Hausgeräten im Jahr 2023 nachdenken.

Nur wirklich innovative Funktionen, die den Verbrauchern einen echten Mehrwert, mehr Komfort oder eine höhere Leistung bieten, und herausragende Sor-

timente für den Einzelhandel werden sich daher durchsetzen.

Für die Hersteller wird es außerdem von entscheidender Bedeutung sein, die Produktwerbung so zu gestalten, dass sie die Erfüllung dieser Verbraucherbedürfnisse widerspiegelt.



Wachstumsstarke Bereiche: Gesundheit und Hygiene, Dampffunktionen bei Geräten wie Backofen/Dampfgarer, Waschmaschinen oder Dampfreiniger sowie Produkte, die das Raumklima verbessern.



**Händler
des Jahres
2023**

CEMarkt electro



Bewerben Sie sich als »Händler des Jahres«!

Kunden sind heute sehr anspruchsvoll geworden. Vom Handel erwarten sie ein Einkaufserlebnis mit attraktiven Produkten und individuell zugeschnittenem Service. Außerdem wird Nachhaltigkeit immer wichtiger bei der Kaufentscheidung. Welche besonderen Maßnahmen und außergewöhnlichen Aktionen machen Sie zum bevorzugten Händler in Ihrer Region?

Der »Händler des Jahres 2023« wird in zwei Kategorien ausgeschrieben:

- Fachmarkt (Großfläche)
- Fachhändler (Ladengeschäft/Fachbetrieb)

Teilnahmeberechtigt sind alle Elektrohändler für Mobile und Consumer Electronics sowie Elektrohausgeräte/ Home Appliances in Deutschland.

Bewerbungsschluss ist der 30. September 2023

CEMarkt electro



AMBILIGHT tv

Bauknecht

beurer

Bowers & Wilkins

Domestic & General

ELAC

hama

KENWOOD

medisana

NIVONA

REVO.
A TELESTAR BRAND

TechniSat

Ihr Weg
zum Händler
des Jahres 2023:
Bewerben Sie sich auf
www.ce-electro.de/hdj

