

# electro

www.ce-electro.de

Das Business-Magazin der Elektro-Hausgeräte-Branche

## Top-Themen

WMF stellt neue Strategie  
#forwardpremium vor | Seite 2

HEPT: Die attraktive Roadshow  
geht wieder auf Live-Tour | Seite 8

Landmann präsentiert neuen,  
großen Elektro-Grillwagen | Seite 14



Die neue All-in-One Lösung

**Samsung präsentiert neue Akku-  
Sauger-Generation Bespoke Jet™**

Seite 9



Neue Strategie #forwardpremium

## Konsequente Zusammenführung von Elektro und non-Elektro

**WMF** hat die vergangenen beiden Jahre der Pandemie dazu genutzt, zahlreiche Themen zu hinterfragen und sich wieder auf seine bekannten Stärken zu konzentrieren: Innovationen, Qualität, Design und Craftsmanship. Das Ergebnis ist eine strategische Neuausrichtung mit dem Ziel, künftig noch nachhaltiger und stringenter am Markt zu agieren und das Label als ganzheitliches Einkaufserlebnis in den Köpfen der Konsumenten zu verankern.

**WMF** ist in ihrem Segment einzigartig und führend, wie **Kilian Manninger**, President Consumer BU bei einer Presseveranstaltung im Januar am Firmensitz in Geislingen feststellt. Um das Volumen zu maximieren wurden jedoch in der Vergangenheit Wege eingeschlagen, die das Ansehen der Marke verwässerten und im Handel für schrumpfende Margen sorgten.

Das aufgeblähte Sortiment, ein hoher Anteil an Rabattaktionen, die Präsenz über sämtliche Distributionskanäle und nicht zuletzt fehlende Alleinstellungsmerkmale machten zahlreiche Produkte der Marke vergleich- und austauschbar. Dies gilt es jetzt durch eine klare Strategie in geordnete Bahnen zu lenken und die Marke wieder dort zu platzieren, wo sie hingehört: im obersten Premiumbereich »Modern Luxury«.

Diese neue strategische Ausrichtung steht im Zeichen von #forwardpremium. Das Ziel von WMF ist es, die Kunden gezielter auf das bedeutsame und unverwechselbare Sortiment der Premium-Marke aufmerksam zu machen und sich damit deutlich vom Wettbewerb zu differenzieren.

Für **Andreas Hornung**, seit zwei Jahren als President Consumer für den DACH-Vertrieb in der WMF Group verantwortlich, hat das Einkaufserlebnis im stationären Handel nach wie vor eine sehr hohe Relevanz und er will deshalb »die Kunden ge-



Kilian Manninger



Andreas Hornung

Mit oder ohne Stecker:  
Der Elektrohändler kann seine Kompetenz mit Produkten aus dem klassischen WMF-Portfolio weiter ausbauen.

zielter auf die WMF-Produkte aufmerksam machen und gleichzeitig dafür sorgen, dass der Kuchen insgesamt größer wird.«

Dies soll mit einem ganzheitlichen Produktangebot gelingen, mit dem WMF die Shop-Frequenz stärkt. Auch der Elektrohändler kann seine Kompetenz in den Bereichen Kaffee, Speisenzubereitung und Genuss weiter ausbauen. Egal ob mit oder ohne Stecker: Die Auswahl an qualitativ hochwertigen WMF-Produkten macht das Einkaufen zum ganz besonderen Erlebnis. Emotional aufbereitete Markenwelten mit unterschiedlichen Ladenbaumodulen ermöglichen es den Händlern, diese Themen stimmungsvoll zu präsentieren.



**World of Coffee** Präsentationsmodule in der WMF-Ausstellung in Geislingen

Im Bereich Kaffee setzt WMF die Produkte rund um die schwarze Kultbohne mit der »World of Coffee« konsequent in Szene und spielt damit die gesamte Sortimentskompetenz aus. Herausragender Bestandteil ist dabei die neue Kaffeefullautomatenserie WMF Perfection 800.

Erlesen abgerundet wird die Gerätepräsentation mit Artikeln aus dem klassischen WMF-Portfolio. Das können Kaffeetassen, Latte Macchiato Löffel oder auch Kaffeesorten sein. Schließlich weiß WMF als Kaffee-Experte seit 1927, dass das Genießen einer Tasse Kaffee zu den sinnlichsten Dingen gehört, die man erleben kann.

### Produktlaunch

**Die neue WMF Perfection 800** ist verfügbar in den Ausführungen WMF Perfection 840L, WMF Perfection 860L und WMF Perfection 890L. Die Maschinen unterscheiden sich hinsichtlich der speicherbaren Benutzerprofile und einstellbaren Individualisierungsmöglichkeiten. Die Tee-Spezialitäten und der Premium Glas-Milchbehälter sind erst ab den 860er Ausführungen verfügbar. Das Top-Modell 890L wird zudem exklusiv mit einem mattschwarzen Edelstahl-Gehäuse ausgeliefert.



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

Editorial

# Immer weniger Kassen im Handel

Laut einer aktuellen Studie gibt es im deutschen Einzelhandel derzeit rund 10.000 Kassen weniger als noch vor zwei Jahren. Mit 976.900 Kassen ist die Anzahl nach EHI Retail Institute auf den niedrigsten Stand seit 1997 gefallen. Diese Zahlen sind auf strukturelle Veränderungen im Handel wie Zusammenschlüssen, Übernahmen sowie der starken Entwicklung des E-Commerce zurückzuführen.

**Der größte Handlungsbedarf** besteht nach Meinung der für die Studie befragten Händler beim Einsatz von mobilen Geräten mit Kassenfunktion (59 Prozent). Diese können beispielsweise von Mitarbeitern auf der Fläche getragen werden. Die Befragten des Untersuchungspanels schätzen das Potenzial von mobilen Kassen am POS als hoch ein. 16 Prozent haben schon heute mobile Kassen im Einsatz, bei 55 Prozent sind sie in Planung. Zu Beratungszwecken setzen 39 Prozent auch Mobile Devices wie zum Beispiel Smartphones ein, 59 Prozent haben das in naher Zukunft vor.

»**Mobile Geräte** mit Kassenfunktion und Self-Service-Systeme sind gegenwärtig die wichtigsten Themen am POS«, stellt **Cetin Acar**, Projektleiter Forschungsbereich IT beim EHI Retail Institute, fest. »Die bestehenden Kassensysteme des Handels übernehmen bereits heute neben der reinen Kassierfunktion viele zusätzliche Aufgaben. Künftig werden immer mehr neue Funktionen hinzukommen. Schon jetzt

kann die Kundschaft an manchen Kassen Bargeld abheben oder Strafzettel bezahlen.«

**Die mobile Variante** hat Media Markt Saturn als Pilotprojekt in Deutschland eingeführt. Innerhalb von zwei Jahren haben sich die Mitarbeiter-Smartphones zum Erfolgsmodell entwickelt. Rund 44.000 Geräte inklusive der selbst entwickelten Apps »MyStore« und »Pick'n'Pack« sind mittlerweile nahezu bei allen Kundenberatern in allen rund 1.000 Märkten in Europa im Einsatz.

»Unsere Mitarbeiter-Smartphones und vor allem die von uns selbst entwickelten Apps und die Digitalisierung von Kernprozessen bieten einen deutlichen Mehrwert für unsere Kunden und Mitarbeiter«, betont **Marius Lückemeyer**, Managing Director Media Markt Saturn Technology und Vice President Omnichannel der Media Markt Saturn Retail Group. »Mit dieser Lösung sind wir in diesem Bereich führend im Handel. Wir steigern unsere Produktivität, verbessern die interne Mitarbeiterkommunikation und erhöhen vor allem auch die Kundenzufriedenheit.«

**Wo liegen** hier Pro und Contra? Für welche Geschäfte macht es Sinn? Schreiben Sie uns Ihre Erfahrungen dazu. Wir freuen uns auf Ihr Feedback.

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

## INHALT

WMF Neue Strategie #forwardpremium	2
<b>Editorial &amp; Inhalt &amp; Impressum</b>	<b>3</b>
News Meldungen aus der Branche	4
Messe Frankfurt bündelt Messen in 2023	5
EP: Würz Regional gut vernetzt	6
Amica Komfortable Kühlkombi	7
HEPT wieder live unterwegs • Haier	8
Samsung Neuer Akkusauger Bespoke Jet	9
GfK Aktuelle Einschätzung zu Grillgeräten	10
Bosch Erster lernfähiger Geschirrspüler	11
Tefal Neue Optigrill Backschale XL	12
Steba Grillvergnügen • Gefu	13
Landmann Elektro-Grillwagen	14
Caso Start in die Outdoor-Saison	15
Kaffeewelt I Graef • Acopino • Smeg	16
Kaffeewelt II Gastroback • Beem • Wilfa	17
Bodenpflege Bosch • Ecovacs • Hoogo	18
Beurer Lifepad kann Leben retten • Medisana	19



Electronic Partner

### Nachhaltigkeitsbericht

Um das Thema Nachhaltigkeit in der gesamten Verbundgruppe künftig noch effektiver umzusetzen, hat Electronic Partner einen Report mit bereits laufenden Maßnahmen und vor allem neuen Zielen veröffentlicht. Dabei orientiert sich die Kooperation an den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen.



Karl Trautmann

Zahlreiche Unternehmen in der Europäischen Union unterliegen ab 2024 einer neuen Berichterstattungspflicht zum Thema Nachhaltigkeit. »Schon bevor die entsprechenden Beschlüsse Form angenommen hatten, sind wir in eine Bestandsaufnahme gegangen und haben klare Schritte für die kommenden Jahre definiert. Wir werden unsere gesamte Unternehmung verantwortungsbewusst nachhaltig für die Zukunft aufstellen«, sagt **Karl Trautmann**, Vorstand von EP.

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, Fax 0 82 33 - 302 06  
E-Mail verlag@ce-markt.de

GESCHÄFTSFÜHRER: Rainer Simon

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

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

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

AUFLAGE: IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **CE-Markt electro**-Trägermediums **CE-Markt**  
Druckauflage 12.000 • tatsächlich verbreitet 11.792  
(IVW-Auflagenmeldung 4. Quartal 2021)

## MANAGEMENT-NEWS

### BSH



Zum 1. April 2022 wird **Lars Schubert** Mitglied der Geschäftsführung der BSH Hausgeräte GmbH. Als Chief Operating Officer (COO) verantwortet er künftig die Bereiche Fertigung, Entwicklung, Innovation sowie Corporate Technology und das Global Supply Chain Management. Mit Schubert rückt ein langjähriger BSH-Kenner in die Geschäftsführung. Nach seinem Maschinenbaustudium an der Universität Chemnitz-Zwickau startete der Diplom-Ingenieur seine Karriere 1995 bei der BSH Hausgeräte GmbH im Bereich Oberflächentechnik und Analytik in Traunreut. Zahlreiche Auslandseinsätze folgten. Lars Schubert ist derzeit als Chief Technology Officer und Mitglied der Geschäftsführung der BSH in China tätig. Der 52-Jährige tritt die Nachfolge von **Dr. Silke Maurer** an, die Ende März das Unternehmen verlässt.

### Beko Grundig



Ab dem 1. April verantwortet **Jens Grubert** alle Marketingaktivitäten in Deutschland und besetzt zudem die vor Kurzem geschaffene Rolle als Marketing Direktor Nord-europa. In dieser Funktion zeichnet der 42-jährige neben Deutschland auch für die Positionierung der Konzernmarken in Österreich, der Schweiz, Benelux und den skandinavischen Ländern verantwortlich. Vor seinem Wechsel war er bei der BSH Hausgeräte GmbH in der Funktion als Marketingleiter Zentraleuropa für die Marke Siemens tätig. Jens Grubert folgt auf **Christian Struck**, der das Unternehmen im besten Einvernehmen verlässt und sich nach langem, erfolgreichem Wirken neuen Herausforderungen stellt.

### Domestic & General



Der Technikversicherer Domestic & General (D&G) will seine Position auf dem mitteleuropäischen Markt stärken und hat mit **Andreas Topp** einen neuen Director Business Development eingestellt. Topp ist zuständig für die Märkte Deutschland und Österreich.



### Groupe SEB

Der Vorstand der Groupe SEB ist am 10. Februar 2022 unter dem Vorsitz von **Thierry de La Tour d'Artaise** (Bild links) zusammengekommen. Auf seinen Vorschlag und Empfehlung des Governance- und Personalausschusses hat der Vorstand beschlossen, die Funktionen des Vorstandsvorsitzenden und des Chief Executive Officer (CEO) zu trennen. Thierry de La Tour d'Artaise wurde in seinem Amt als Vorstandsvorsitzender, das er seit 2000 ausübt, bestätigt und **Stanislas de Gramont** (Bild rechts) ab dem 1. Juli 2022 zum Chief Executive Officer ernannt.



### Rowenta

Rowenta überzeugt erneut die Verbraucher in der Studie »Kundenempfehlung« von »BILD« und Service Value und erhält zum zweiten Mal in Folge die Auszeichnung »Sehr hohe Empfehlung« in der Kategorie Haushaltskleingerätehersteller.

### Haier



Der französische Manager **Jean Pascal Rey** wird zukünftiger CCO bei Haier. Fortan leitet er die Vertriebsorganisation von Haier Europe mit dem Ziel, das organische Wachstum weiter voranzutreiben und Haier zum führenden Anbieter für Smart Home-Produkte und -Services zu machen. In seiner neuen Funktion bei Haier berichtet Jean Pascal Rey direkt an **Yannick Fierling**, CEO von Haier Europe. Seine fundierten Kenntnisse der Branche und des internationalen Geschäftsumfeldes in Europa, China, den USA, Kanada und Lateinamerika werden für die Entwicklung innovativer Lösungen und die Leitung der Vertriebsabteilung von entscheidender Bedeutung sein.

### Aqipa

Die vom Premium-Distributor Aqipa in Mitteleuropa vertretene Wassersprudler-Marke **Mysoda** hat mit **Kärcher** einen prominenten Investor gewonnen. Zusammen werden die Partner die Vermarktung und Weiterentwicklung der nachhaltigen Sprudelgeräte vorantreiben.



### Euronics



Ab sofort übernimmt **Frank Bentz** bei Euronics die Position des Leiters Betriebsstypenmanagement und verstärkt damit die Verzahnung von Vertrieb, Marketing und Einkauf. Die ihm zugeordneten Teilbereiche werden weiterhin von **Patrick Schwarzaupt** (Leiter Betriebsstypenmanagement Fachhandel / Spezialisierter Fachhandel) und **André Fourie** (Leiter Betriebsstypenmanagement Fachmärkte) geleitet. Frank Bentz berichtet direkt an den für das Ressort Vertrieb zuständigen Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG, **Benedict Kober**.

### Expert

Zum 1. Februar 2022 verstärkte **Michael Grandin** den Vorstand der Expert SE und der Expert Wachstums- und Beteiligungs SE. Er wird von **Gerd-Christian Hesse** in seine Ressort-Verantwortlichkeiten eingearbeitet mit dem langfristigen Ziel, dessen Nachfolge anzutreten. Michael Grandin war in verschiedenen kaufmännischen Leitungsfunktionen, unter anderem bei Zara/Massimo Dutti in Deutschland, bei der Lidl Stiftung und der KaDeWe Gruppe tätig und begleitete Konsolidierungen und Expansionen, sowie Online-Aktivitäten. Neben dieser fachlichen Kompetenz bringt er eine zum Unternehmen passende menschliche Kompetenz mit. Gerd-Christian Hesse wird bis Sommer 2023 Vorstandsmitglied bleiben und sich dann in den wohlverdienten Ruhestand verabschieden.



# HEPT

Innovationen vor Ort

19. HighEvent  
ProductTour 2022

25. April – 12. Mai 2022



Innovationen  
vor Ort –  
save the date!

Herzlich willkommen zur  
19. HighEventProductTour!  
Erleben Sie die Frühjahrsneuheiten  
2022 in schönem Ambiente.  
Wir freuen uns über Ihren  
persönlichen Besuch an  
10 Standorten bundesweit.

AEG beurer

jura. KÄRCHER

jura. Miele  
GASTRO

LIEBHERR



Jetzt anmelden  
unter

HEPT.DE



»Home of Consumer Goods«

## Messe Frankfurt bündelt im kommenden Jahr ihre Messen

Die **Messe Frankfurt** nimmt ihren Auftrag zur Wirtschaftsförderung aktiv wahr und schafft neue Plattformen für die globale Konsumgüterindustrie. In einem ersten Schritt werden ab Februar 2023 die drei Konsumgüterleitmessens Ambiente, Christmasworld und Creativeworld erstmalig zeitgleich vom 3./4. bis 7. Februar 2023 auf dem Frankfurter Messegelände stattfinden.

Die globale Konsumgüterbranche ist im Umbruch. Grundlegende Parameter werden in Frage gestellt. Neue Handels- und Vertriebsformen, Digitalisierung in allen Facetten am Point of Sale, steigende Online-Verkaufsteile kombiniert mit sinkenden Kundenfrequenzen in einst attraktiven Handelslagen und die aktive Suche des Konsumenten nach nachhaltigen Alternativen, zum Zerreißen angespannte Lieferketten mit resultierenden Materialengpässen und ein Pandemie-beeinflusstes Geschäftsreiseverhalten sind nur einige der vielfältigen aber entscheidenden Treiber, die die weltweit agierende Branche in Atem halten und täglich vor neue Herausforderungen stellen.

Zudem hat die nun seit mehr als zwei Jahren weltweit grassierende Corona-Pandemie zu einer Beschleunigung des globalen Strukturwandels beigetragen. Damit einher geht ein immer schnellerer Wandel der Lebenseinstellungen, der Lifestyles und des Konsumverhaltens.

Unter dem neuen Motto »Home of Consumer Goods« bietet das neu konzipierte Angebot der Messe Frankfurt ein einzigartiges, umfassendes Produkt- und Lösungsportfolio und hebt aktiv Synergieeffekte für Aussteller, Besucher und Medien. In einem zweiten Schritt wird der Global Sourcing-Bereich der drei Leitmessens zu einem gemeinsamen Angebot verschmolzen und international vermarktet. Ergänzt wird dieser strategische Entwicklungsschritt durch ein neues, regional bezogenes Design- & Lifestyle-Angebot in Frankfurt in der zweiten Jahreshälfte.



Detlef Braun

»Die Messe Frankfurt gibt Antworten auf die aktuellen Veränderungen und Herausforderungen und definiert die Marktplätze von morgen neu. Durch die Etablierung von innovativen Formaten am Standort und international kreieren wir Wachstumsmöglichkeiten, geben Orientierung und Sicherheit in volatilen Zeiten und gestalten eine globale Branche im Umbruch aktiv mit«, informiert **Detlef Braun**, Geschäftsführer Messe Frankfurt und weiter:

»Mit unserer Vier-Komponenten-Strategie schaffen wir die neuen Leitsterne einer Branche, die in Frankfurt zu Hause und in der ganzen Welt aktiv und erfolgreich ist. Zusätzlich zum neu geschaffenen Angebot unter dem Motto »Home of Consumer Goods« hier in Frankfurt sind unsere bestehenden Konsumgütermessen im Nahen Osten und Asien, der gezielte Ausbau des Global Sourcings und ein innovatives, regionales Angebot die zukünftigen Garantien des Erfolgs.«



Fachhandelsgeschäft in Sontheim an der Brenz

EP: Wörz

## Regional gut vernetzter Elektronikspezialist

In Sontheim an der Brenz unterhält **EP: Wörz** ein Ladengeschäft mit 140 Quadratmetern und drei Mitarbeitern. Gemäß dem Electronic Partner-Motto »Unser Service macht den Unterschied« bietet das Familienunternehmen neben dem reinen Verkauf auch Beratung, Montage und Reparatur im lokalen Umfeld an.

Das im 4.500-Einwohner-Dorf in der Nähe von Ulm und Günzburg ansässige Fachhandelsgeschäft wird seit 2011 von Ehepaar **Christine** und **Robert Wörz** geführt. Angesprochen wird eine Kundschaft im Umkreis von gut 30 Kilometern. Als vor vier Jahren das neue EP: Ladenbaukonzept umgesetzt wurde, hat sich dies direkt in den Umsatzzahlen ausgewirkt.

»Seit dem Umbau haben wir eine ganz andere Kundenfrequenz und sprechen auch jüngere Kunden an«, berichtet Christine Wörz. Im aufgeräumt wirkenden Shop in moderner Aufmachung wird das gesamte Sortiment präsentiert – von TV, Audio und Multiroom über Elektrogroß- und -kleingeräte inklusive Kaffeefullautomaten bis hin zu Smartphones, Multimedia und Heimvernetzung. Hier darf alles vom

Kunden angefasst und getestet werden. Zusätzlich unterstützen POS-Videos die Produktvorstellung. »Bei uns endet das Einkaufserlebnis aber nicht mit dem Bezahlen«, so der Sontheimer Fachhändler. »Wir sind besonders stolz auf unseren exzellenten Service, der unter anderem Leistungen wie Anschluss, Leihgeräte, Fachberatung oder Gerätechecks beinhaltet.«

### Exzellenter Service

In den Lockdowns der letzten zwei Jahre hat man auch einen kostenlosen Lieferservice eingerichtet, der sogar Batterien und Glühbirnen umfasste. So ist EP: Wörz gut durch die Corona-Zeit gekommen. »Dadurch, dass EP: sehr frühzeitig für uns ein Konzept entwickelt hat, konnten wir uns schnell an die

Situation anpassen. Ob per Telefon oder online, über alle Kanäle haben wir Werbung ausgespielt und unsere Kunden angesprochen«, erzählt Christine Wörz. »Außerdem waren wir selber sehr aktiv und haben den Kopf nicht in den Sand gesteckt.«

Während der Pandemie hat natürlich der Verkauf über den EP: Onlineshop merklich zugenommen. Auf der Website werden nicht nur besondere Verkaufsaktionen dargestellt, wie IFA Messe-Shopping oder Deals zur Black Week, sondern auch eigene Angebote außerhalb der Kooperation.

Werbung erfolgt über Anzeigen in der Tageszeitung und Prospekte, vermehrt auch über Social Media (Facebook, Instagram, Whats App). »Vor Corona haben wir außerdem Verkaufsevents veranstaltet, zum Beispiel Kaffeeverköstigung an verkaufsoffenen Sonntagen, Produktpräsentationen, Markttag oder die lange Einkaufsnacht«, sagt Christine Wörz. »Das ist hoffentlich bald wieder möglich.«

### Lokal verwurzelt

Mit dem Sponsoring der örtlichen Sportvereine (Handball, Fußball und Reiten) macht EP: Wörz nebenbei Sonderangebote und Promotionen bekannt. Außerdem engagiert sich der Fachhändler in der Interessengemeinschaft Brauchtum. Dieser lokale Verein lässt traditionelles Handwerk und alte Gerätschaften wie Traktoren, Pflüge oder Küchenutensilien wiederaufleben, was sich mit der Küchenausstattung im eigenen Ladengeschäft verbinden lässt. Gute Unterstützung bekommt der Fachhändler auch über den örtlichen Handels- und Gewerbeverein, beispielsweise durch zusätzliche Werbung.

Für das laufende Jahr 2022 erwartet Christine Wörz eine weiterhin angespannte Liefersituation bei den Herstellern. »Mit der Impfpflicht wird dann hoffentlich auch das Thema Corona irgendwann ein Ende haben«, so die Geschäftsinhaberin. Und für die Zukunft macht sie sich keine großen Sorgen, denn das Erfolgsrezept des schwäbischen Fachhändlers bleibt weiterhin die regionale Verwurzelung und starke Serviceausrichtung: »Vor allem aber, dass wir nah am Kunden bleiben und immer irgendwie erreichbar sind.«



Firmeninhaber Christine und Robert Wörz



Shop in moderner Aufmachung mit 140 Quadratmeter Ladenfläche



Bild: Amica

### Komfortable Kombi

# Amica setzt auf amerikanische Größe mit französischem Charme

Im erfolgreichen Produktbereich der Kühl- und Gefrierschränke bietet **Amica** zwei beliebte großvolumige Gerätekombinationen unter anderem in Schwarz und schwarzer Edelstahloptik an.

Die Trendfarbe Schwarz darf aktuell in keiner Küche fehlen, denn sie bringt einen ganz besonderen, stilvollen Charakter mit sich – gerade in offenen Wohnküchen setzt sie zusätzlich elegante Akzente.

Die neuen Kühl-Gefrierkombis von Amica punkten optisch als French Door Version und sind mit 180 Zentimeter Höhe und 357 Liter Gesamtnutzhalt ein üppiges Frischecenter. Zwei geräumige Türen im oberen Kühlteil – 228 Liter – schaffen Überblick und schnellen Zugriff auf Getränke und Kleinteiliges. Im Innenraum bieten drei Glasablagen und die breite Gemüseschublade viel Stauraum für Obst, Gemüse und mehr.

Im unteren Gefrierraum – 129 Liter – erwartet den Nutzer ein besonderes Highlight: Die zwei weit ausziehbaren, auf Teleskopschienen gelagerten Gefrierschubladen können bequem von oben befüllt werden und ermöglichen einen schnellen Überblick über die eingelagerten Lebensmittel.

### Highlights KGCN 388 180

- Automatische **No Frost** Technologie
- Funktion **Supergefrieren** lässt auch größere Lebensmittelmengen schneller durchfrieren.
- Im Kühlraum schafft die **Air-System Umluftkühlung** eine gleichmäßige Temperaturverteilung auf allen Ebenen.
- Energieeffizienzklasse **E** (früher B)
- **LED-Bediendisplay** außen für komfortable Steuerung zahlreicher Funktionen wie Temperatureinstellung, Holiday-Schaltung oder Ökofunktion.
- Spezielle **Alarmfunktionen**, die signalisieren, dass die Tür offensteht oder die Temperatur zu hoch ist.
- **Modellbezeichnung** KGCN 388 180 SW-Schwarz • S-schwarze Edelstahloptik • E-Edelstahl



## MARINIEREN & FRISCHHALTEN MIT VAKUUM



Vakuuierer VRH 690 advanced

### Premium Vakuuiersysteme

- Fleisch, Fisch oder Gemüse intensiv und schnell marinieren
- Grillgut sicher aufbewahren
- Lebensmittel bleiben bis zu 8x länger frisch
- Inkl. kostenloser CASO Food Manager App
- Große Auswahl an Premium-Zubehör

Für frische Burger Patties

Fleischwolf FW 2000 Black



INNOVATIVE KÜCHENTECHNIK



www.caso-design.de

## Gute Bewertung für Haier Kühlgeräte von Stiftung Warentest

Wer ein neues Kühlgerät kaufen möchte, informiert sich zunächst auf dem Markt. Die Tests der Stiftung Warentest bieten in Deutschland seit Mitte der 1960er-Jahre Orientierung, um sich in dem großen Angebot an Konsumgütern zurechtzufinden. Auch bei Haushaltsgeräten sind die Prüfergebnisse des unabhängigen Verbrauchermagazins ein Kompass, auf den sich Millionen von Konsumenten verlassen. Umso wichtiger sind die Ergebnisse für die Marktteilnehmer.

Haier ist seit den 1990er-Jahren in Deutschland vertreten – einem Markt, in dem großer Wert auf Qualität gelegt wird. Umso erfreulicher ist es, dass Haier mit seinen weltweit erfolgreichen Geräten auch die hohen deutschen Qualitätsansprüche erfüllt: Seit 2019 hat das Unternehmen jährlich gute Bewertungen der Qualitätsinstanz Stiftung Warentest erhalten. Im Jahr 2021 wurden zwei Geräte von Haier mit »gut« bewertet.

Im Juli erhielt die Kühlgefrier-Kombination der 3D 70 Serie 5 das Prädikat »gut«. Die 70 Zentimeter breiten 3D-Kühl-Gefrierkombinationen bieten durch ihr Schubladensystem für das Tiefkühlfach eine optimale Raumausnutzung und einen einfachen Zugriff auf alle Fächer. Im Test wurden hier besonders Temperaturstabilität und Geräuscharmheit gelobt.

Im November folgte die nächste Auszeichnung: »gut« für den viertürigen Cube 90, der nicht nur funktional überzeugt, sondern auch ein Design-Highlight für jede Küche ist. Hier waren für die unabhängigen Prüfer insbesondere die Kühleigenschaften sowie ebenfalls die Geräuscharmheit ausschlaggebend für ihre positive Bewertung.



Thomas Wittling

»Wir haben ehrgeizige Ziele für den deutschen Markt«, informiert **Thomas Wittling**, Geschäftsführer der Haier Germany GmbH. »Die konstant guten Testergebnisse zeigen uns, dass wir auch die richtigen Produkte haben, um diese Ziele zu erreichen.«



Roadshow geht wieder live on Tour

## Termine und Städte stehen fest

Von Hamburg bis München und von Berlin bis Bochum kommt die **HEPT 2022** in alle Regionen der Republik. Die Premium-Roadshow zeigt, was die Produkte, Lösungen und Innovationen der teilnehmenden Marken zu bieten haben. Die Tour startet am 25. April in Frankenthal und endet am 12. Mai 2022 in Nürnberg.

**A**us gutem Grund hat sich die HEPT in den vergangenen zwei Jahrzehnten zum echten Publikumsmagneten für die Elektrogeräte-Branche entwickelt. Attraktive Produkte und innovative Technologien sind hierfür ebenso entscheidend wie die Gelegenheit zur Begegnung und zu ausführlichen Gesprächen in zwangloser Atmosphäre.

Mit ihrem einzigartigen Konzept ist das Informations- und Dialogforum – auch in seiner digitalen Form im Jahr 2021 – längst zum festen Termin und zu einem der ersten Jahreshighlights der Branche geworden. Umso größer ist jetzt die Freude seitens der Veranstalter, die HEPT wieder in die Städte bringen zu können und ihr damit ihren ursprünglichen Charakter zurückzugeben.

### Profilierte und renommierte Marken der Elektrogeräte-Branche

Die teilnehmenden Unternehmen repräsentieren auch bei der diesjährigen HEPT-Tour wieder die Crème de la Crème der

### Aussteller der HEPT 2022

- **AEG**/Electrolux Hausgeräte GmbH
- **Beurer** GmbH
- **Jura** Elektrogeräte Vertriebs-GmbH
- **Jura Gastro** Vertriebs-GmbH
- Alfred **Kärcher** SE & Co. KG
- **Liebherr**-Hausgeräte GmbH
- **Miele** & Cie. KG

deutschen Markenwelt und zeigen das hohe Innovationspotenzial im Bereich Elektrogeräte und Lösungen für den gewerblichen und privaten Einsatz.

Wie auch in den vergangenen Jahren haben die Veranstalter die Öffnungszeiten des Events so gelegt, dass ein Besuch nach Ladenschluss problemlos möglich ist.

Damit haben alle Beteiligten Gelegenheit, den Stress des Arbeitstages hinter sich zu lassen und die Möglichkeiten, die ihnen die HEPT bietet, entspannt zu genießen.

## HEPT

## TOURPLAN 2022

**25. April**

Frankenthal, großer Saal im Congressforum

**26. April**

Rust, Dome im Europa-Park

**27. April**

Stuttgart, Phoenixhalle im Römerkastell

**28. April**

München, Event Forum der BMW Welt

**2. Mai**

Hamburg, Fischauktionshalle

**3. Mai**

Berlin, Convention Hall 1 des Estrel Congress Centers

**5. Mai**

Mainz, Halle 45

**9. Mai**

Bochum, großer Saal des Ruhr Congresses

**10. Mai**

Köln, Palladium

**12. Mai**

Nürnberg, Ofenwerk



Von 0 auf sauber in unter 1,5 Kilo

# Neuer Akku-Staubsauger Bespoke Jet™ von Samsung mit All-in-One Clean Station™



Mit dem neuen Bespoke Jet™ bringt **Samsung** Bewegung in das Bodenpflege-Segment und demonstriert mit der Ausweitung seiner Bespoke Design-Philosophie, wie smarte Geräte kombiniert mit individueller Ästhetik den Alltag zum Glänzen bringen können.

Bedingt durch die Pandemie verbringen Menschen in Deutschland deutlich mehr Zeit mit der Reinigung ihrer Wohnumgebung – im Durchschnitt mehr als eine Stunde pro Woche im Vergleich zu 2019<sup>1</sup>. Umso mehr ist es an der Zeit, dass Staubsaugen nicht nur leicht von der Hand geht, sondern das Potenzial als neue Lieblingsbeschäftigung mitbringt.



Katharina Visic

»Mit dem Bespoke Jet zieht die Bespoke Philosophie – bekannt von unseren ikonischen Bespoke Kühlschränken – auch in andere Räume des Hauses ein. Als leichter und handlicher Akku-Staubsauger bringt er Power, Farbe und Freude in die Bodenpflege«, informiert **Katharina Visic**, Head of Product Management bei Samsung Electronics.

Mittels Bespoke Jet™ demonstriert die Marke Samsung ihre Vorstellung vom smartem Saugen: Hohe Leistungskraft gepaart mit smarter Handhabung und markantem Design bringen neue Leichtigkeit in den Wohnungsputz.

Dafür sorgt neben dem geringen Gewicht auch die All-in-One Clean Station™, die Luft und Räume durch automatische

Entleerung des Staubbehälters hygienisch sauber hält. Dank der ausgeklügelten Air Pulse-Technologie von Samsung kann die All-in-One Clean Station™ im angedockten Zustand den Staubbehälter automatisch leeren – praktisch ohne feine Staubpartikel austreten zu lassen. Gleichzeitig lädt der Bespoke Jet™ darin automatisch auf.

## Kraftvolle Reinigung im Handumdrehen

Ob auf Hartboden oder Teppich, der Bespoke Jet™ bietet starke und gründliche Saugleistung und eine effiziente Reinigung. Der integrierte Samsung Digital Inverter Motor ist 47 Prozent leichter als der Motor des Samsung Jet 90 und erzeugt eine Saugleistung bis zu 210 Watt.

Die Multi-Zyklon-Technologie mit neun Zyklonen sorgt dabei für eine kraftvolle Saugleistung. Die hocheffiziente Technologie des Jet-Zyklon-Systems erzeugt einen optimierten Luftstrom, um den Luftwiderstand zu reduzieren und für eine langanhaltende Saugkraft zu sorgen. Dank mehrstufigem Filtersystem werden die feinen Staubpartikel, die in den Staubsauger gesaugt werden, hygienisch eingefangen.

Das Handstück des tragbaren, kabellosen Bespoke Jet™ wiegt nur 1,44 Kilogramm und ist damit deutlich leichter als noch beim VS8000 mit rund zwei Kilogramm. Das Gesamtgewicht inklusive Slim Action Bürste liegt auch nur bei 2,5 Kilogramm. Vom Boden über die Oberflächen von Stühlen, Sofas und Schränken, bis hin zu Jalousien und Vorhängen – durch das geringe Gewicht kommen Nutzer mit mehr Leichtigkeit in die entlegensten Ecken.

Für eine unterbrechungsfreie Reinigungstour durch die ganze Wohnung sorgt der Akku mit einer Laufzeit von bis zu einer Stunde – je nach eingestellter Leistungsstufe. Der **Bespoke Jet pro extra** und **Bespoke Jet complete extra** kommen sogar inklusive Ersatzakku und sorgen so für bis zu 120 Minuten kabelloses Saugen. Weitere Ersatzakkus für alle Modelle des Bespoke Jet™ sind als Zubehör separat erhältlich.

## Wischaufsatz für Feuchtreinigung

Damit selbst harte Böden und Fliesen mühelos gereinigt werden können, verfügt der neue **Bespoke Jet pro extra** außerdem über einen verbesserten Spinning Sweeper Wischaufsatz für die Feuchtreinigung. Für alle weiteren Bespoke Jet Modelle ist dieser separat erhältlich. Die im neuen Spray Spinning Sweeper integrierte Sprühfunktion, die optional genutzt werden kann, bietet noch mehr Komfort, da das manuelle Befeuhen der Mikrofaserpads entfällt. Die zwei rotierenden Pads (siehe Bild unten) liefern eine gleichmäßige, effektive Reinigung von Hartböden. Der Spray Spinning Sweeper verfügt hierfür über einen einfach zu wartenden 150-Milliliter-Wassertank, damit auch manuell Wasser gesprüht werden kann.



Der Bespoke Jet™ ist mittels digitalem LCD-Display leicht einzustellen und teilt alle wesentlichen Informationen in 28 Sprachen mit: von den Einstellungen für die Saugstärke bis zur Akkulaufzeit sowie der Anzeige von Problemen, wie beispielsweise Gegenständen in der Bürste oder fehlender Filter. Kommt es zu entsprechenden Hinweisen, wird direkt eine Problembehandlung vorgeschlagen.

## Verfügbarkeit

**Der Bespoke Jet™** ist in den drei stilvollen Farben – Midnight Blue, Misty White und Woody Green – erhältlich. Sein anspruchsvolles Design macht ihn zum Wohnaccessoire, das nicht in der Abstellkammer versteckt werden muss.

Der neue Akku-Staubsauger Bespoke Jet™ von Samsung ist ab März 2022 im deutschen Handel verfügbar.

<sup>1</sup> Quelle: [https://www.mafoerwerk.de/wp-content/uploads/2021/03/Ergebnisse-und-Inhalte\\_mafoerwerk\\_Putzen-Reinigen-2021.pdf](https://www.mafoerwerk.de/wp-content/uploads/2021/03/Ergebnisse-und-Inhalte_mafoerwerk_Putzen-Reinigen-2021.pdf)

# Handel braucht zukunftsfähige Digitalisierungsstrategie

Die Pandemie hat den Online-Einkäufen ein kräftiges Wachstum beschert – auch im Bereich der Grillgeräte, wie **Thilo Heyder**, Experte für Haushaltskleingeräte bei GfK, feststellt.

*Herr Heyder, die Deutschen grillen gern – das ist kein Geheimnis. Sehen Sie das auch in den GfK-Daten?*

Ja, unsere Studien zeigen, dass Grillen nach wie vor eine der Lieblingsbeschäftigungen der Deutschen ist. Kein Wunder, denn es erfüllt gleich mehrere zentrale Konsumentenbedürfnisse: Zum einen erfüllt es den Wunsch nach Erlebnissen mit Familie und Freunden, es sorgt für persönliches Wohlbefinden und bietet zudem »Convenience«, also die Möglichkeit sich das Leben zu vereinfachen. Für rund 80 Prozent der Deutschen ist Grillen entspannend, gleichzeitig erfordert die Zubereitung von Mahlzeiten am Grill keine ausgefeilten Kochkünste und auch die Vorbereitung ist überschaubar.

*Wie schlägt sich das in den Umsätzen nieder? Entwickelt sich der Markt für Grillgeräte entsprechend positiv?*

Ja und nein. Im ersten Pandemiejahr 2020 hat das Segment der Grills unglaubliche Wachstumsraten verzeichnet, denn das eigene Zuhause wurde zum zentralen Aufenthaltsort – gerade bei den Themen Essen und Zusammensein. Restaurants und Kantinen waren geschlossen, der eigene Grill wurde zur guten Alternative. Wer noch nicht entsprechend ausgestattet war, hatte spätestens jetzt einen Grund, sich einen Grill zuzulegen. Auf der anderen Seite wurde in neue, hochwertigere Modelle investiert, denn Ausgaben für Reisen und andere Außer-Haus-Erlebnisse entfielen ja zunächst. 2021 fiel aufgrund einer gewissen Sättigung entsprechend schwächer aus, aber die Umsätze bewegten sich dennoch auf signifikant höherem Niveau als 2019 – also vor der Pandemie.

*Lassen Sie uns doch speziell über Elektrogrillgeräte sprechen. Wie sah die Entwicklung hier im vergangenen Jahr aus?*

Der Markt für Elektrogrills war im Vergleich zum starken Jahr 2020 klar rückläufig. Die Umsätze gingen um zwölf Prozent und der Absatz um 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr zurück. Entsprechend lag auch das Gesamtvolumen in Deutschland mit insgesamt 31 Millionen Euro deutlich unter dem Wert von 2020. Für einen geringeren Umsatzrückgang gegenüber den verkauften Stückzahlen sorgten die gestiegenen durchschnittlichen Verkaufspreise. Besonders gefragt und deshalb bei den verkauften Stückzahlen im Plus wa-



»Die Konsumenten möchten am Point of Sale eine gute fachliche Beratung und im besten Fall ein Produkt sogar ausprobieren. Da sind kreative Ideen gefragt – beispielsweise ein Grillevent.«

Thilo Heyder, GfK

ren Standgrills, deren Durchschnittspreis auf 159 Euro (2020:134 Euro) anstieg. Nur leichte Veränderungen waren im deutlich rückläufigen Segment der Tischgrills zu verzeichnen – hier stieg der Preis auf durchschnittlich 69 Euro (2020: 67 Euro) Auch das Premiumsegment musste drastische Verluste hinnehmen.

*Wie haben sich die Verkäufe in den unterschiedlichen Kanälen entwickelt?*

Auch bei den elektrischen Grills setzt sich der Online-Boom fort und legte wertmäßig im letzten Jahr um 17 Prozent gegenüber 2020 zu. Die Umsätze im stationären Handel gingen mit einem Minus von 28 Prozent deutlich zurück. Die Einbußen erklären sich zum einen durch den monatelangen Lockdown im Jahr 2021 bis in den Mai mit staatlich verordneten Geschäftsschließungen im Einzelhandel sowie im Vergleich zum immensen Wachstum, das Grillgeräte im ersten Pandemiejahr 2020 erzielten. Beim Blick auf die verkauften Stückzahlen hat Online ebenfalls die Nase vorn und verliert nur drei Prozent. Im stationären Handel wurden hingegen 24 Prozent weniger Geräte verkauft.

*Was bedeutet der anhaltende Online-Trend für den stationären Handel?*

Der stationäre Handel muss sich auf die verschiedenen Kundenbedürfnisse einstellen und dafür eine zukunftsfähige Digitalisierungsstrategie entwickeln. Wer langfristig erfolgreich sein will, muss den Konsumenten eine nahtlose Verschmelzung der Online- und Offline-Kanäle anbieten können. Unsere Daten zeigen, dass Omnichannel-Anbieter im Bereich technischer Gebrauchsgüter während der Pandemie ein Wachstum von 78 Prozent erzielen konnten. Deren Konversionsrate lag im selben Zeitraum bei 42 Prozent; reine Online-Anbieter erreichten im Vergleich bei technischen Gebrauchsgütern nur 27 Prozent. Das zeigt: Die richtige Kombination ist wichtig und erfolgreich.

*Und was raten Sie Herstellern?*

Von Herstellern erfordert die Entwicklung sicherlich mitunter eine neue Marketingstrategie, für die sie wissen müssen, wer die für sie relevanten Kern-Zielgruppen sind, welche zentralen Bedürfnisse diese Zielgruppen-Segmente haben und wie deren Informations- und Einkaufsverhalten im Detail aussieht – und dafür brauchen sie relevante Daten. Zu den wichtigsten Faktoren bei der Kaufentscheidung gehören natürlich nach wie vor Qualität und Preis der Produkte. Aber auch weniger greifbare Werte wie Nachhaltigkeit spielen eine große Rolle. Auf Basis von Konsumenten- und Marktdaten können Hersteller erkennen, worauf sie achten müssen, um ihre Kunden gezielt und effizient anzusprechen.

*Sie sagen Qualität ist immer noch ein wichtiger Faktor bei der Kaufentscheidung. Welche Relevanz haben darüber hinaus Marke und Innovation für den Elektrogrillmarkt?*

Laut unserer GfK Consumer Life Studie ist den deutschen Verbrauchern Qualität sehr wichtig. 49 Prozent wechseln das Produkt, wenn sie nicht zufrieden sind. Langlebigkeit und Verarbeitungsqualität gehören zu den wichtigsten Kaufkriterien bei Grills. Für jeweils 27 Prozent der deutschen Griller sind diese Eigenschaften wichtig. Unsere Daten zeigen auch: Die Marke ist nur für zwölf Prozent der Deutschen, die regelmäßig grillen, entscheidend für den Kauf eines Grills. Innovation spielt hingegen eine immer größere Bedeutung: 21 Prozent der Deutschen suchen immer wieder nach neuen Produkten, Tendenz steigend.

*Wie kann der Handel hier punkten?*

Für den Handel ist es wichtig, den Fokus auf die Themen Qualität und Bedienungsfreundlichkeit der Geräte zu legen. Aber auch das Preis-Leistungsverhältnis ist sehr wichtig. Die Konsumenten möchten am POS eine gute fachliche Beratung und im besten Fall ein Produkt sogar ausprobieren. Da sind kreative Ideen gefragt – beispielsweise ein Grillevent.



### Individuelle Programoptimierung

## Die Marke Bosch stellt den ersten »lernenden« Geschirrspüler vor

Wer würde seinem Geschirrspüler nicht gerne hin und wieder Feedback geben? Zum Beispiel, wenn das Geschirr beim Entladen noch nicht hundertprozentig trocken ist. Oder man den Spülvorgang gerne ein bisschen beschleunigen würde. Oder wenn an einem Teller im Unterkorb noch Speisereste zu sehen sind.

**G**enau das ist jetzt tatsächlich möglich: Zum Herbst präsentiert **Bosch** den ersten Geschirrspüler, der das Feedback seines Nutzers einholt und daraus »lernt«.

Der Geschirrspüler SMV8YCX03E – ein vernetztes Modell der Serie 8 – verfügt über das Intelligent Program: Mithilfe der Home Connect App kann der Nutzer nach

Beendigung des gerade durchgeführten Spülvorgangs auf einer einfachen und klar verständlichen Bewertungsskala mit Emojis seine Zufriedenheit in den Kategorien Reinigen, Trocknen und Dauer eingeben. Auf Basis dieses Feedbacks schlägt die App dann ein optimiertes Programm vor, das an die Wünsche des Nutzers angepasst wurde. Dieser kann nun entweder der Empfehlung folgen oder ganz bewusst eine andere Entscheidung treffen – er behält stets die letzte Kontrolle über sein Gerät.

### Nachhaltigkeit geht vor

Folgt der Nutzer dem intelligenten Programmvorschlag, darf er sicher sein, dass Leistung und Nachhaltigkeit des Geschirrspülers ideal miteinander in Einklang gebracht werden. Denn egal, ob intensiveres Reinigen, besseres Trocknen oder eine kürzere Laufzeit: Verbesserungen werden immer unter Berücksichtigung des Energieverbrauchs vorgenommen.

Um dem Anwender die Entscheidung zu erleichtern, schlägt die App neben dem empfohlenen, optimierten Programm auch eine schnellere, aber weniger sparsame, sowie eine besonders sparsame, aber langsamere Alternative vor. Für noch mehr Transparenz gibt das Gerät die maximale Temperatur, den Wasser- sowie den Energieverbrauch des vorgeschlagenen Programms an.



## FALL IN LOVE

### Kühlschränke zum Verlieben

Mit den exklusiven Kühl-Gefrierkombinationen von Haier erleben Sie hochwertiges Design, innovative Technologie – und ein ganz besonderes Angebot: Beim Kauf eines Aktionsgerätes gibt es bis zu 400 € Cashback\* – zwischen **15. Februar und 15. April 2022**.

\* Die Aktion "Kühlschränke zum Verlieben" im Zeitraum vom 15.02. - 15.04.2022 gilt für Aktionsgeräte, die bei teilnehmenden Händlern erworben werden. Ausführliche Informationen finden Sie auf [www.haier-cashback.de](http://www.haier-cashback.de).

BIS ZU  
**400 €**  
CASHBACK\*



# Haier



#### Vom Grill zum kleinen Backofen

Mit dem neuen Backeinsatz wird aus dem Tefal Optigrill ein Allrounder für unterschiedlichste Gerichte. Man kann damit zuhause, auf Balkon und Terrasse, aber auch beim Campen oder in der Gartenlaube grillen, kochen, schmoren und backen.

Tefal Optigrill erhält Zubehör-Zuwachs

## Unbegrenzte Kochvielfalt mit der neuen Optigrill Backschale XL

Die neue, multifunktionale Optigrill Backschale XL verwandelt Optigrill XL und jetzt auch Optigrill Elite XL von **Tefal** in einen kleinen Ofen und bietet somit beinahe unbegrenzte Koch-, Back- und Grillmöglichkeiten. Neben dem Grillen von Fleisch, Fisch und Gemüse, lassen sich mit nur wenigen Handgriffen Gerichte mit Soßen, Aufläufe, Gratins, Pizza und sogar Kuchen kreieren.

**D**abei ist die Optigrill Backschale XL in höchstem Maße benutzerfreundlich: Einfach den Tefal Optigrill öffnen, die untere Grillplatte entnehmen und die Backschale stattdessen einsetzen.

Über den manuellen Modus mit den vier Temperaturstufen lassen sich in der Backschale perfekte Koch-, Back- und Grillergebnisse erzielen. Für gesunde Kochkreationen funktioniert die Zubereitung der Speisen in der Backschale ganz ohne Zugabe von Öl.

Die Alu-Druckguss-Form ist antihafbeschichtet und verhindert somit ein Anbrennen der Zutaten. Über die große, rechteckige Form mit einer Kapazität von zwei Litern für vier bis sechs Portionen wird die Hitze gleichmäßig verteilt. Die hitzebeständigen Griffe aus thermoplastischem Kunststoff werden dabei jedoch nicht erhitzt und können sicher und verbrennungsfrei berührt werden.

Die Backschale lässt sich ebenso einfach entnehmen und entweder per Hand oder in der Spülmaschine reinigen.

### Kompatibilität

Die **Optigrill Backschale XL** lässt sich für mehr Kochvielfalt problemlos in sämtliche Tefal Optigrill XL Modelle einsetzen – GC722D, GC7228, GC760D.

### Verfügbarkeit

Die **Optigrill Backschale XL** (XA7278) von Tefal ist für eine unverbindliche Preisempfehlung von 99,99 Euro im Handel verfügbar.



#### Praktisch und universell

Der Optigrill wird geöffnet, die untere Grillplatte entnehmen und stattdessen die Backschale eingesetzt. Dank der hitzebeständigen Griffe aus thermoplastischem Kunststoff können diese sicher und verbrennungsfrei berührt werden.



Einfach Stecker rein und loslegen

## Grillvergnügen mit Steba

Elektrogrillgeräte haben bei eingeschworenen Barbecue-Fans nach wie vor einen schweren Stand. Dabei bieten Elektrogrills gegenüber Holzkohle- oder Gasgrills zahlreiche Vorteile und auch in puncto Geschmack und Grillergebnis stehen sie in nichts nach – wie das Sortiment der Marke **Steba** unter Beweis stellt.

Ob Standgrill oder Tischgrill – sämtliche Barbecue-Geräte des mittelständischen Familienunternehmens Steba sind ohne lange Vorbereitung immer spontan einsatzbereit – auch überall dort, wo das Grillen mit offener Flamme verboten ist. Einfach Stecker in die Steckdose und loslegen. Das macht beispielsweise die Steba Modelle BBQ-Grill VG 350 BIG und den Tischgrill VG 195 so beliebt.

Durch eine gleichmäßige Temperaturverteilung sowie einer stufenlosen Temperaturregelung behält der Grillmeister jederzeit die volle Kontrolle über das Grillgeschehen und kann die Temperatur stets konstant halten oder variabel an das Grillgerät anpassen.

So gelingen perfekte Steaks, saftiger Fisch oder knackiges Gemüse immer optimal. Dabei läuft überflüssige Bratenflüssigkeit in eine Auffangschale ab und ermöglicht ein fettreduziertes und nahezu geruchs- und qualmfreies Grillenerlebnis. Auch bei schlechtem Wetter sind die Steba-Geräte ein Garant für eine gelungene Grillparty. Denn sollte es plötzlich anfangen zu regnen, kann ganz einfach innen weitergegrillt werden.

Neben Stand- und Tischgeräten führt Steba auch Power-Steak-Grills und Barbecue-Zubehör. Das reicht von Bratenthermometer und Pulled Pork Krallen über Aroma-Injektor bis hin zu Burgerpresse und praktischer Grillzange.

### Fleischkrallen von Gefu

### Grillzubehör vom Feinsten

Die **Fleischkrallen BBQ** der Marke Gefu lassen die Herzen aller Grill-Fans höher schlagen, denn nur damit kann der aktuelle Essenstrend von Pulled Pork, Pulled Beef oder Pulled Chicken schnell, einfach und stilvoll umgesetzt werden.

Mit den robusten Edelstahl-Krallen gelingt das Greifen, Zerkleinern und Zupfen von saftigem Grillgut wie Schweine-, Rind- oder Geflügelfleisch ganz mühelos.

Jeweils sechs spitze Krallen und ein Kunststoffgriff sorgen für op-



timalen Halt – auch beim Transportieren oder Tranchieren – und sogar beim Vermengen von Salaten. Nach Gebrauch wandern die praktischen Helfer einfach in die Spülmaschine. Die Fleischkrallen BBQ werden im Zweierpack im gut sortierten Fach- und Einzelhandel angeboten.

## GASTROBACK®



INFO



Art.-Nr. 42542

### STEAK PROGRAMM MIT 4 GARSTUFEN



TESTURTEIL  
**Haus & Garten Test**  
**sehr gut**  
**(1,3)**  
Gastroback  
Design BBQ Advanced Smart  
Im Test: Kontaktgrill  
Ausgabe 2/2021 - www.haus-garten-test.de



### AUTOMATISCHE ANPASSUNG DER GRILLZEIT AN DIE FLEISCHDICKE



### DESIGN BBQ ADVANCED SMART

- » glatte & geriffelte Grillplatte (oben / unten austauschbar)
- » höhenverstellbare obere Platte - aufgeklappt als großer BBQ-Grill einsetzbar
- » getrennt regelbar im BBQ-Modus
- » innenliegende Heizelemente für eine optimale Hitzeverteilung
- » Besonders schnelles Grillen dank 2000 Watt Leistung



### THEMENSPECIAL **GRILLEN**



www.gastroback.de



Bild: Landmann



**Neues Elektro-Flaggschiff**  
Landmann E-Grillwagen EG-II-590  
mit zwei Fleischthermometer für  
gradgenaues Grillen



Bild: Landmann

Home of Fire

## Die Marke Landmann präsentiert einen neuen Elektro-Grillwagen

Feuer frei für die nächste Innovation von **Landmann**: Der neue E-Grillwagen EG-II-590 heizt ab sofort dem Grillmarkt ein – und zwar elektrisch und auf über 300 Grad Celsius. Mit seiner großen Grillfläche bekommt er auch große Partygesellschaften satt. Obendrein ist der Griller einfach und sicher in der Bedienung – mit zwei Fleischthermometern, Kerntemperaturanzeige sowie cleverem und platzsparendem Design.

Seit Dezember 2020 gehört der älteste deutsche Grillhersteller Landmann zur DS Unternehmensgruppe, die sich 2021 mit der Social Chain AG zusammengeschlossen hat. Jetzt erweitert Landmann sein Portfolio und stellt neben dem Gasgrill GG-II-492 mit integrierter Heißluftfritteuse eine weitere Innovation mit dem E-Grillwagen EG-II-590 vor.

»Wir wollen mit Landmann Produktwelten erschaffen, die für jeden Geschmack und jede Lebenssituation das Passende bietet«, informiert **Florian Lübcke**, Geschäftsführer von Landmann Germany. »Dazu gehören klassische Grills aber auch innovative Grillkonzepte. Mit dem EG-II-590 bringen wir das Grillen mit Stromantrieb aufs nächste Level: Er wird so heiß, dass das Fleisch schmeckt wie überm Feuer gegrillt – und er ist groß genug für die ganze Familie oder auch für eine große Feier.«

»Unser neuer E-Grillwagen ist groß, robust und erreicht besonders hohe Temperaturen«, betont **Lars Stegelmann**, Geschäftsführer Landmann Germany. »Er sieht aus wie ein Gasgrillwagen und sorgt für ein echtes BBQ-Erlebnis – ohne Kompromisse und mit besten Aromen. Noch dazu ist er jederzeit einsatzbereit, ohne Gasflasche oder Kohle, einfach per Stromantrieb über die übliche 220 Volt Steckdose zuhause. Mit diesem Grill setzen wir einen neuen Trend – und die Resonanz aus dem Handel ist schon jetzt riesig.«



# LANDMANN

Handel und Grillfans können sich auf weitere spannende Neuheiten von Landmann freuen. Neben Gasgrill mit integrierter Heißluftfritteuse und E-Grillwagen wertet die Landmann Magnetic BBQ Series jeden Edelstahl-Grill mit magnetischem Zubehör auf.

### Clevere Ergänzung: Magnetic BBQ



Bild: Landmann

**Praktisch und durchdacht**  
Magnetic BBQ-Series, die einfach am Edelstahl-Grill haftet. Neben Küchenrolle können Getränkehalter, Flaschenöffner und eine Ablage für Grillsaucen magnetisch angebracht werden.



Bild: Stefan Gorenzfeld

**Zusammen heizen sie der Grillszene ein**  
Die Geschäftsführer von Landmann Germany Florian Lübcke (links) und Lars Stegelmann



# Start in die Outdoor-Saison mit Caso

Wer hochwertige Designprodukte rund um das Thema Barbecue sucht, wird bei **Caso Design** fündig. Vom Vakuumiergerät über den Doppelkontaktgrill bis zum schicken Terrassen-Cooler führt die Marke ein ausgewähltes Portfolio an durchdachten Produkten für das nächste Grillfest.



**Jetzt auch in Schwarz verfügbar**  
Caso Barbecue Cooler



**Gesprächsthema beim nächsten Treffen**  
Der Caso Barbecue Cooler »Counter & Cool« als Edelstahl-Rollwagen mit Seitenablagen

ler einfach an jede beliebige Stelle verschieben, an der er benötigt wird. Lediglich ein Stromanschluss muss vorhanden sein. Auf der zusätzlichen Arbeitsfläche lassen sich wunderbar Cocktails mixen oder schnell noch ein paar Grillspieße fertig stellen. Flaschenöffner, Grillbesteck und weitere Utensilien finden in der Schublade mit Selbstzug schnell einen Platz.

Das A und O einer gelungenen Grillparty sind gutes Essen und gekühlte Getränke. Das fängt bereits bei der Marinade an. Engagierte BBQ-Meister setzen auf eigene Würzmischungen. Mit einem Vakuumierer kann diese optimal in Fleisch und Fisch oder Gemüse und vegane/vegetarische Ersatzprodukte einziehen.

Caso Design führt ein umfangreiches Sortiment an Vakuumierern, darunter Handgeräte sowie Kammer- oder Balkenvakuumierer. Spezielle Folien und Behälter runden das Angebot ab. Unter Vakuum kann nicht nur schnell und intensiv mariniert werden, sondern Lebensmittel bleiben länger frisch und haltbar und bekommen eingefroren seltener Gefrierbrand. Vakuumierte Speisen verändern sich dabei weder im Aussehen noch verlieren sie an Aroma.

Schnell und einfach gelingt frisch zubereitetes Hackfleisch aus dem Caso Fleischwolf – auch mit Fleisch vom Lamm oder Wild. Damit wird ein Burgerpatty zum kulinarischen Hochgenuss. Der leistungsstarke 2000 Watt Motor wölft bis zwei Kilo Hack pro Minute.

Für leckere Grillbeilagen wie Pommes Frites oder Gemüsepfanne empfiehlt Caso Design seine mobilen Induktionskochplatten, die schnell einsatzbereit sind und das Barbecue perfekt abrunden.

Absolut stylisch setzt sich der Caso Barbecue Cooler in Szene. Alleine durch seine Erscheinung steht er im Fokus und sorgt mit einer Lager Temperatur zwischen null und zehn Grad Celsius stets für gekühlte Getränke, die immer griffbereit zur Verfügung stehen. An heißen Sommertagen können auch empfindliche Lebensmittel wie Salate oder Dips bis zu ihrem Einsatz kühl und frisch gelagert werden.

## Counter & Cool

Der Caso Barbecue Cooler war bisher nur in Edelstahl verfügbar – jetzt gibt es ihn auch in einem hochwertigen, schwarzen Edelstahl-Gehäuse. In der Version »Counter & Cool« ist der Barbecue Cooler in einen Edelstahl-Rollwagen mit Seitenablagen und Schubladen integriert. Das ist gleich doppelt praktisch, denn so lässt sich der Barbecue Cool-

## Zeit zum **Angrillen!**

Mit den Elektro-BBQ-Grills von Steba schnell, sicher und unkompliziert zum perfekten Grillergebnis!

z.B. BBQ-Grill VG 350 BIG

Alle BBQ-Grills finden Sie unter [steba.com](http://steba.com)

## Kaffeegenuss in Perfektion: Vittoria von Acopino

- Der neue Kaffeevollautomat Vittoria liefert per One-Touch-Funktion auf dem farbigen Display umgehend das gewünschte Heißgetränk.
- Das Gerät kann sowohl heiße Milch und Heißwasser für Tee als auch sämtliche klassischen Kaffeespezialitäten zubereiten.
- Alle Funktionen wie Kaffeemahlgrad und -stärke oder die Milchschaumkonsistenz werden separat eingestellt.



**Acopino Flaggschiff**  
Highend-Kaffeevollautomat Vittoria

- Sämtliche Getränkeinstellungen – Kaffeetemperatur/Menge/Stärke bzw. Aufschäumzeit – können während der Zubereitung individuell angepasst werden.
- Intelligentes Erkennungssystem, mit dem das Fehlen von Wasser und Kaffeebohnen bzw. eine anstehende Entkalkung angezeigt wird sowie Timer-Funktion.
- Vittoria ist ein echtes Hightech-Gerät mit funktionalem Design und moderner Eleganz.

## Coffee Kitchen

# Die Graef Kaffeemühle CM252 mahlt aromaschonend und leise

Jede Kaffee-Zubereitungsart benötigt einen anderen Mahlgrad. Die neue Einsteigermühle der Marke **Graef** verarbeitet mit ihrem Scheibenmahlwerk Kaffeebohnen besonders aromaschonend.



**K**affeebohnen verlieren bereits wenige Minuten nach dem Mahlen wertvolle Aromen. Darum trinken echte Genießer ihren Kaffee stets mit frisch gemahlene Bohnen, um alle Geschmacksnoten optimal zur Geltung zu bringen.

Die neue Kaffeemühle CM252 aus dem Hause Graef ist vor allem für Einsteiger genau der richtige Begleiter, Kaffeebohnen frisch und aromaschonend für die French Press oder den klassischen Kaffeefilter zu mahlen.

Die individuelle Mahlgradeinstellung, in 17 Stufen – von fein bis grob – ermöglicht die perfekte Anpassung der Bohne an den Lieblingskaffee. Mit einem Knopfdruck auf die beleuchtete Start-/Stopp-

Taste liefert der kleine Helfer für bis zu zwölf Tassen immer die passende Kaffeemehlmenge in den integrierten Behälter.

Nach dem Kaffeegenuss kann das obere Mahlwerk der Mühle für die Reinigung einfach herausgenommen werden, um alle Stellen leicht von Kaffeemehlresten zu befreien. Zum Lieferumfang gehört außerdem der 80-Gramm-Kaffeebohnenbehälter mit Aromaschutzdeckel..

**Ein weiteres Plus:** Das neue Mitglied in der Graef Coffee Kitchen arbeitet mit ihrem 130-Watt Gleichstrommotor besonders leise.

Die neue Graef Mühle CM252 ist in Kürze für eine unverbindliche Preisempfehlung von 79,99 Euro erhältlich.

## Espressomaschinen im Test

### Smeg punktet bei Stiftung Warentest

**Der kleine, feine Espresso** zu Hause liegt im Trend. Deshalb hat die Zeitschrift »test« in ihrer Ausgabe 12/2021 auch Siebträgermaschinen untersucht. Platz eins holte sich die Espresso-Kaffeemaschine ECF01BLEU (Bild) von Smeg – gemeinsam mit einer anderen Marke.

Für ihr Qualitätsurteil bewertete das unabhängige Verbrauchermagazin Getränke-zubereitung, Handhabung und Umwelteigenschaften. In den Kategorien Schadstoffe und Sicherheit erzielte das Smeg Gerät jeweils Bestnoten.



Das Fazit der Tester: »Die Smeg im Retro-Design überzeugt in der Handhabung und bereitet besonders schmackhaften Espresso zu.«

Das »test«-Qualitätsurteil »gut« (2,2) gilt für alle baugleichen Geräte der Serie ECF01. Die Sensorik floss zwar nicht in die Noten ein – quasi außer Konkurrenz befragte die Stiftung Warentest dennoch Kaffee-Sommeliers nach ihrer Bewertung. Ihr Kommentar über die Smeg Kaffeemaschine: »Ungewöhnlich – bereitet in Werkseinstellungen einen geschmacklich komplexen Espresso zu. Keine Anpassungen notwendig. Auch der Cappuccino ist perfekt voreingestellt.«





Plus X Award

## Auszeichnung für Siebträger Gastroback Design Espresso Piccolo

Die beliebte Siebträgermaschine **Design Espresso Piccolo** wurde mit dem Plus X Award in den vier Kategorien »High Quality«, »Design«, »Bedienkomfort« und »Funktionalität« ausgezeichnet.

Mit einer Breite von gerade einmal 15 Zentimeter passt die Design Espresso Piccolo von Gastroback in wirklich jede Küche. In nur 40 Sekunden ist sie aufgeheizt und steht bereit für Kaffeespezialitäten wie Espresso, Cappuccino oder Latte Macchiato, denn sie verfügt auch über eine Milchschaumdüse für die Zubereitung von cremigem Milchschaum.

Dafür wurde sie im Rahmen des Plus X Awards 2021/2022 für Markenqualität und Innovation geehrt.

Und auch simple Heißgetränke wie ein Café Americano oder eine Tasse Tee sind dank der Heißwasserfunktion kein Problem. Für Espressotassen bietet das Siebträgergerät zudem Warmhalteplatten.

Illuminierte Tasten schmiegen sich ein in das benutzerfreundliche Bedienungsfeld und dank der automatischen Abschaltung spart die Maschine Energie. Neben dem abnehmbaren 1,5 Liter-Tank sind auch die Abtropfschale mit Wasserstandsanzeiger zwecks Reinigung abnehmbar.

### Kaffee mahlen wie die Profis

## Wilfa Kaffeemühle Svart Nymalt

Für ausgezeichneten Kaffee sollten die Bohnen erst kurz vor dem Aufbrühen gemahlen werden. Von grob bis fein bietet die neue Kaffeemühle Svart Nymalt der norwegischen Marke Wilfa verschiedene Einstellungsmöglichkeiten, mit denen die Kaffeebohnen verarbeitet werden. Die niedrige Drehgeschwindigkeit des Mahlwerks und die konischen Mahlscheiben sorgen für schonendes und gleichmäßiges Mahlen, wodurch der Kaffee sein volles Aroma behält. Zudem kann mit der praktischen Timer-



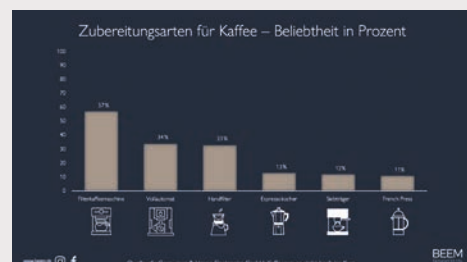
Funktion die Mahldauer so eingestellt werden, dass die Mühle bei jedem Mahlvorgang die gewünschte Menge Kaffeepulver produziert.

Der Bohnenbehälter der Svart Nymalt verfügt über ein Fassungsvermögen von 250 Gramm, sodass stets ausreichend Bohnen verarbeitet werden können. Darüber hinaus ist der Behälter mit einem UV-Lichtschutz ausgestattet. Dieser sorgt dafür, dass nicht nur UV-Licht, sondern auch Luft sowie Feuchtigkeit erfolgreich ferngehalten werden und der Kaffee somit länger frisch bleibt.

Optisch besticht die kompakte Mühle durch ihr elegantes und hochwertiges Design aus Edelstahl, das sie zum Hingucker in jedem Haushalt macht.

## Filterkaffeemaschine Direct-Brew von Beem

- Laut einer repräsentativen Studie ist die Filtermaschine immer noch die beliebteste Art der Kaffeezubereitung in Deutschland.



- Beem Direct-Brew mit Aroma-Plus-Funktion: Über das integrierte Touch-Display wird die gewünschte Kaffeestärke individuell eingestellt.



**Beem Direct-Brew**  
mit praktischer Timer-Funktion

- Auch für größere Runden: 1,25 Liter Glaskanne für die Zubereitung von bis zu zehn Tassen Filterkaffee.
- Präzise Extraktion auf Knopfdruck bei optimaler Brühtemperatur zwischen 92 und 96 Grad Celsius.
- Innovative Schnell-Brüh-Methode für die ideale Aroma-Extraktion nach höchsten Qualitätsstandards.

## Aktuelle Staubsauger-Bewertung

### Bosch punktet bei Stiftung Warentest

Im aktuellen Staubsauger-Test der Stiftung Warentest wurde der **Unlimited Gen2 Serie 8 BSS825ALL** der Marke **Bosch** zum Testsieger unter den Akku-Staubsaugern gekürt. Er überzeugte mit seiner Saugleistung und erzielt die Gesamtnote »gut« (2,3). Und auch der neue Bosch Bodenstaubsauger mit Beutel der Serie 6 BGL6XSIL3 konnte in seinem ersten Test der Stiftung Warentest glänzen und erklomm mit der Note »gut« (2,3) den zweiten Platz auf dem Siebertreppchen. Getestet wurden sieben Akkusauger und vier Bodenstaubsauger mit Beutel. Des Weiteren wurden einige Geräte aus dem Test Ausgabe 8/2021 des Vorjahres mit in die Tabelle aufgenommen.



Bild: Bosch



Bild: Ecovacs

## Ecovacs

### Komplett automatisierte Bodenreinigung

Ab Mitte März launcht **Ecovacs** mit dem **Deebot X1 Omni** sein neues Flaggschiff: Ein intelligentes und vollautomatisches All-in-One-Modell, das saugt und wischt, Staub und Schmutz entsorgt, die Wischmopps reinigt und trocknet und sogar sauberes Wischwasser nachfüllt. Für diese zukunftsweisende Modellreihe wurde Ecovacs im Rahmen der CES in Las Vegas mit dem **CES Innovation Award 2022** ausgezeichnet. Bei der innovativen Wischtechnologie Ozmo Turbo 2.0 handelt es sich um zwei drehende Wischmopps, die mit ihrer Hochgeschwindigkeitsreinigung von 180 Umdrehungen in der Minute sowie der nach unten gerichteten Kraft selbst hartnäckige Flecken auf strukturierten oder unebenen Oberflächen entfernen.

## Zubehör für Staubsauger

### Weltweit erste flexible Düse »Flipflop«

Die **Flipflop-Düse** der Marke **Hoogo** aus dem Hause **Mytek** wird den Markt der Bodenpflege revolutionieren. Diese völlig neuartige Düse passt auf alle handelsüblichen Bodenstaubsauger und vereinfacht die Reinigung von Teppichböden und Hartflächen. Durch die beiden beweglichen Flügel passt sich die Flipflop in ihrer Breite den Räumlichkeiten an und saugt mühelos in jeder Ecke und um jedes Hindernis. In der Normalstellung mit einer Spannweite von über 35 Zentimeter ist Flipflop breiter als herkömmliche Staubsaugerdüsen. Klappen die Flügel ein, passt sie in zwölf Zentimeter breite Zwischenräume. Die Flipflop-Düse kann an Bodenstaubsauger mit Saugrohr-Durchmessern von 32 und 35 Zentimeter adaptiert werden.



Bild: Mytek Hoogo



Jede Sekunde zählt

## Beurer Lifepad kann Leben retten

Ein Herzstillstand kann plötzlich und unerwartet jeden treffen – zu jeder Zeit und überall. Wir alle können einmal in die Situation kommen, helfen zu müssen oder Hilfe zu benötigen. Die sogenannte Laienreanimation durch nicht professionelle Helfer stellt meistens das erste Glied in der Rettungskette dar. Schon mit einfachen Wiederbelebensmaßnahmen kann die Überlebenschancen verdreifacht werden, wenn zum Beispiel sofort eine Herzdruckmassage ausgeführt wird. Das Lifepad von **Beurer** kann hier unterstützen und dem Ersthelfer Sicherheit geben.

Das Lifepad ist einfach anzuwenden und benötigt keine Vorkenntnisse. Es besteht aus flexiblem Material und passt sich der Körperform an. Die Anwendung ist an und von Personen ab zwölf Jahren möglich. Alle Schritte, die im Notfall zu tun sind, werden direkt auf dem Produkt verständlich abgebildet. Zum Starten muss lediglich der Batteriestreifen gezogen werden. Sofort ertönt der Signalton, der den Rhythmus der Kompression vorgibt. Die roten Markierungen zeigen die Platzierung auf dem Brustkorb selbsterklärend an. Die erhöhte Auflagefläche hilft bei der korrekten Positionierung der Hände.

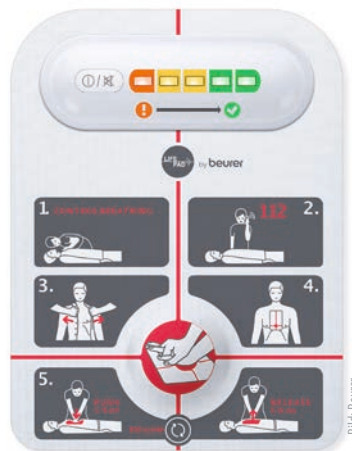
Das Lifepad verfügt über ein akustisches und visuelles Feedbacksystem für die optimale Kompressionstiefe und -frequenz. Ein Rhythmus-Signal gibt die Frequenz von 100 Schlägen pro Minute an. Bei jedem Ton muss die Kompression erfolgen, nach jedem Ton wird entlastet. Zusätzlich hilft eine farbige LED-Anzeige bei der Einhaltung des empfohlenen Kompressionsdrucks.

Erst wenn alle LEDs vollständig leuchten, wird genügend Druck ausgeübt. Dies gibt vor allem Laien in überfordernden Ausnahmesituationen konkrete Hilfestellung und Sicherheit bei der Durchführung lebensrettender Wiederbelebensmaßnahmen.

Entwickelt wurde die Reanimationshilfe mit patentierter Technologie gemeinsam mit der Innotas AG, einem Schwei-

zer Medizintechnik-Unternehmen. »Das handliche, portable Pad lässt sich durch die kompakte Größe im DIN A5-Format perfekt zu Hause, unterwegs im Rucksack oder im Auto verstauen und ist im Notfall schnell zur Hand. Zusätzlich ist das Produkt für jedermann erschwinglich und einfach zu handhaben – ein großes Plus bei diesem sensiblen Thema«, betont **Dominic Dussault**, Co-Founder & CTO der Innotas AG.

Das Lifepad von Beurer kostet im UVP 49,99 Euro und hat fünf Jahre Garantie.



### Lebensretter für zu Hause und unterwegs

Das Lifepad ist aus flexiblem Material, kann überall mitgenommen werden und assistiert bei den überlebenswichtigen Schritten.

## Wellness für gestresste Füße

**Wohltuende Fußsprudelbäder** sind Verwöhnprogramme, die neben dem Körper auch Geist und Seele viel Entspannung bieten. Denn werden die Füße durch ein Sprudelbad stimuliert, wirkt sich das positiv auf das gesamte Wohlbefinden aus.

Da sich an den Fußsohlen zahlreiche Nervenenden befinden, die im Zusammenhang mit den Reflexzonen stehen, nehmen unsere Füße eine übergeordnete Rolle ein, wenn es darum geht, Verspannungen oder Dysbalancen im gesamten Körper auszugleichen. Sie bringen Körper und Geist in Einklang. Ein weiterer positiver Nebeneffekt ist, dass nach solch einer Anwendung die sich anschließende Pediküre um ein Vielfaches einfacher gestaltet.



Mit seiner angenehmen Fußsprudelmassage sorgt das **Medisana Premium Fußsprudelbad FS 888** für Wohlbefinden bei gestressten Füßen. Es fördert die Durchblutung und belebt müde Füße im Nu. Besonders auch in der kalten Jahreszeit, wenn viele regelmäßig unter kalten Füßen leiden, ist ein Fußsprudelbad überaus wohltuend. Massagerollen im mittleren Bereich des Fußsprudelbades dienen zusätzlich der entspannenden Massage der Fußunterseiten.

Wellness für die Sinne garantiert darüber hinaus das stimmungsvolle Wellnnesslicht in den vier Farben Rot, Grün, Gelb und Blau. Der integrierte Aromaspendler für die Zugabe von Düften komplementiert die ganzheitliche Entspannung.

Die Erwärmung des Wassers ist zwischen 35 bis 45 Grad Celsius in Zweigrad-Schritten individuell im integrierten Display einstellbar – ganz wie es als angenehm empfunden wird. Sein doppelwandiges Gehäuse unterstützt das Warmhalten des Wassers für eine gute Wärmeisolierung. Dank seiner komfortablen Größe ist dieses Modell sogar bis Schuhgröße 45 geeignet. Mit Hilfe der praktischen Timer-Funktion lassen sich optional zehn bis 60 Minuten automatisch voreinstellen.

Tefal

OptiGrill™ & Bake

OptiGrill  
DOCH EINFACH  
ALLES!



&



VOM PERFEKTEN  
**GRILLEN** **BIS ZUM** **BACKEN** -  
JETZT MIT **BACKSCHALE**



[www.tefal.de/optigrill](http://www.tefal.de/optigrill) • #optigrill