

## Top-Themen

»Händler des Jahres 2021«  
Preisübergabe in Bielefeld | Seite 6+7  
Aktuelle Umfrage bei den Einkaufs-  
zentralen zur Lieferfähigkeit | Seite 10  
Ecovacs Robotics: Innovationen  
für ein hygienisches Zuhause | Seite 17

## Technologie trifft auf Leidenschaft

# Maria Groß wird Markenbotschafterin für Gorenje und OptiBake

Seite 8



# KÄRCHER

ETM TESTMAGAZIN

Kärcher VC 6 Cordless  
Premium ourFamily

**SEHR GUT** 93,6 %

Online-Einzeltest  
Akku-Staubsauger 01/2022  
[www.etm-testmagazin.de](http://www.etm-testmagazin.de)

NEU

# WOW. BEWEGUNGS- FREIHEIT TRIFFT AUF KOMFORT.

Mit dem Akku Staubsauger VC 6 Cordless Premium ourFamily wird das Saugen zu einem echten Reinigungserlebnis: 1-Klick-Entleerung des Staubbehälters, Boost-Funktion, Extra Power mit bis zu 100 Minuten Laufzeit, ergonomisch und leicht für die Reinigung an schwer zugänglichen Stellen sowie LED-Beleuchtung an der aktiven Bodendüse. [kaercher.de](http://kaercher.de)



VC 6 Cordless Premium  
ourFamily

VC 4 Cordless Premium  
myHome

<b>Editorial &amp; Inhalt &amp; Impressum</b>	<b>3</b>
<b>News</b> Meldungen aus der Branche	<b>4</b>
<b>EK</b> trotz auch dem zweiten Corona-Jahr	<b>5</b>
<b>Malz</b> ist »Händler des Jahres 2021«	<b>6+7</b>
<b>Gorenje</b> Markenbotschafterin Maria Groß	<b>8</b>
<b>Grundig</b> Effektives Plastikrecycling • <b>Beko</b>	<b>9</b>
<b>Handelsumfrage</b> EP • Euronics • Expert	<b>10</b>
<b>LG</b> Kräuter in der Küche ernten • <b>Smeg</b>	<b>11</b>
<b>Reparatur</b> • SVS • Gewinnspiel-Sieger	<b>12</b>
<b>Gastroback</b> Mittagstark • <b>Kitchenaid</b>	<b>13</b>
<b>Steba</b> • <b>Rommelsbacher</b>	<b>14</b>
<b>Kaffeewelt</b> Acopino • <b>Beem</b>	<b>15</b>
<b>Bodenpflege</b> AEG • Grundig • Kärcher	<b>16</b>
<b>Ecovacs</b> Hygienisches Zuhause	<b>17</b>
<b>Personal Care</b> Beurer • Grundig • Xiaomi	<b>18</b>
<b>Philips</b> Trendthema Nachhaltigkeit	<b>19</b>



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

## Editorial

# Internationale Messen müssen tiefe Einschnitte hinnehmen

**D**urch die Corona-Pandemie hat der Messeplatz Deutschland das zweite Jahr in Folge mit massiven wirtschaftlichen Einbrüchen zu kämpfen. 2021 konnten von den 380 geplanten Messen nur 101 im dritten und vierten Quartal durchgeführt werden. Auch unsere Branche blieb davon nicht verschont und es reißt in 2022 nicht ab. Bereits Anfang Januar wurde die Ambiente abgesagt, gefolgt von der Verschiebung der Light+Building in den Oktober. Lichtblicke gibt es derzeit auf nationaler Ebene.

**Die Messe Frankfurt** als Veranstalter großer internationaler Messen wie **Ambiente** und **Light+Building** hatte bereits im Dezember intensive Gespräche mit Kunden und Kooperationspartnern geführt. Letztlich gab die exponentielle Verschlechterung der Pandemielage weltweit und den damit einhergehenden verschärften Reise- und Kontaktregelungen am Anfang des Jahres den Ausschlag für die Absagen bzw. Verschiebungen. Davon betroffen sind die Konsumgütermessen Christmasworld, Paperworld und Creativeworld sowie die Ambiente. Die Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik wurde in den Herbst 2022 verlegt. Als neuer Termin für die Light + Building Autumn Edition wurde der Zeitraum 2. bis 6. Oktober 2022 in Frankfurt festgelegt. Die regionale Fachmesse Nordstil konnte vom 15. bis 17. Januar 2022 in Hamburg stattfinden.

**Die EK Servicegroup** veranstaltete vom 19. bis 21. Januar 2022 planmäßig die Frühjahrsmesse EK LIVE als erprobtes Hybridkonzept: Live in den ausgebuchten Bielefelder Messehallen mit bereits bewährten Sicherheits- und Hygienestandards und zusätzlich digital am heimischen Monitor. Als virtuelles Format wurde auch die EP-Messe vom 18. Februar bis 4. März angekündigt. Vom 29. bis 30. April folgt die Präsenzveranstaltung in Düsseldorf. Die neue Verbundmesse **KOOP** der beiden Einkaufskooperationen Euronics und Expert ist nach dem letztjährigen digitalen Debüt für den 19. bis 22. Februar 2022 vor Ort in Berlin geplant.

**Eine weitere positive Nachricht** vermeldet das Team der HighEventProductTour, die seit nunmehr fast zwei Jahrzehnten ein absolutes Highlight in der Branche ist. Umso größer ist die Freude darüber, dass die HEPT 2022 wieder im klassischen Format stattfinden wird. Es war immer schon die ganz besondere Atmosphäre, die aus der Roadshow ein echtes Forum für Dialog und Begegnung machte.

**Mit der Tour** durch zehn Städte Deutschlands wird die HEPT vom 25. April bis 12. Mai 2022 erneut zum Anziehungspunkt für Händler und Besucher der jeweiligen Region. Dabei bietet die Premium-Roadshow durch lange Öffnungszeiten wieder die Möglichkeit eines Besuchs nach

Ladenschluss. An der diesjährigen Veranstaltung stellen die Unternehmen AEG, Beurer, Jura, Jura Gastro, Kärcher, Liebherr und Miele aus.

**Gute Chancen** für eine planmäßige Ausstrahlung sieht auch der Veranstalter Trendfairs für die elfte Ausgabe der area30, die vom 17. bis 22. September 2022 im Mittelpunkt von Küchenmeile A30 und MOW steht. Jetzt, inmitten vieler unfreiwilliger Absagen und Verlegungen bedeutender Fachmessen vermeldet Trendfairs: Der Buchungsstand ist aktuell nicht nur außergewöhnlich hoch, sondern liegt sogar über dem bisheriger area30 Fachveranstaltungen in Vor-Corona-Zeiten. Ein wichtiger Grund dafür ist, dass die area30 im Herbst 2022 Neuaussteller wie Reginox oder Mi-dea willkommen heißen kann. A.S.K., Haier Deutschland, PKM oder Sapienstone beispielsweise haben ihrerseits die Rückkehr zu dieser begehrten Branchenplattform bestätigt.

**Ein weiteres**, herausforderndes Jahr liegt vor uns. Packen wir es an.

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

## 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  
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)

**Haier**

Der Franzose **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. Jean Pascal Rey ist ein Vertriebsprofi, der langjährige Erfahrung in Forschung und Entwicklung, Produktion und Supply Chain Management sowie ein umfassendes Verständnis individueller Kundenbedürfnisse mitbringt. Seine berufliche Laufbahn begann er als Vertriebsmitarbeiter 1986 bei der französischen Tochtergesellschaft von Philips Domestic Appliances – mit anschließenden Stationen bei Whirlpool und Somfy. Zuletzt agierte er dort als Executive Vice President Sales. 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.

**Graef**

Das Jahr startete beim Arnsberger Familienunternehmen **Graef** mit einem erfahrenen Neuzugang und einem engagierten Aufsteiger. So wird ab Januar Branchenkenner und Salesprofi **Daniel Finke** (Bild oben) das Key Account Management rund um Vertriebsleiter **Ralf Heinritz** unterstützen. Dazu wird **Holger Schamberg** (Bild unten), der bereits bei Graef tätig ist, ab sofort in neuer Position als Key Account Manager die Marke weiter nach vorne bringen. »Dass wir

den Handel und insbesondere den Fachhandel immer wieder von uns überzeugen, ist keine Selbstverständlichkeit, sondern das Ergebnis von sehr viel Engagement und Herzblut«, weiß Ralf Heinritz. »Deswegen freue ich mich umso mehr, dass wir uns nun noch besser aufstellen und 2022 mit ganzer Kraft vorausgehen.«

**Hisense Gorenje**

Mit drei neuen Key Account Managern baut die **Hisense Gorenje Germany GmbH** ihren Vertrieb für Haushaltsgroß- und Kleingeräte in Deutschland weiter aus. Mit **Marc Schmieders** (Bild links), **Tareq Nasralla** (Bild Mitte) und **Andreas Hahne** (Bild rechts) haben drei erfahrene Vertriebsspezialisten im Oktober ihre Tätigkeit für die Marken Gorenje und Hisense aufgenommen. Sie berichten direkt an **Scott Taylor**, Sales Director White Goods Electrical Retail.



**Miele**

Seit 20. Dezember 2021 lädt **Miele** seine Kunden dazu ein, die hochwertige Markenwelt in bester Düsseldorfer Lage mit allen Sinnen live zu erleben. Die neue Dependance des weltweit führenden Premiumherstellers für leistungsstarke, langlebige und nachhaltige Hausgeräte befindet sich am Kö-Bogen in der Königsallee 2. Das zweistöckige Ladenlokal umfasst insgesamt 441 Quadratmeter Verkaufs- und Lagerfläche. Das Erdgeschoss nutzt Miele selbst, während in der ersten Etage die Miele-Tochter **Otto Wilde Grillers** ihren ersten eigenen Showroom eröffnet hat.



**Electrolux**

Electrolux gehört nachweislich zu den Top-Arbeitgebern in Deutschland: Bereits zum vierten Mal in Folge erhält das Unternehmen den begehrten Award als »Top Employer« des renommierten Top Employers Institute. Erstmals wird auch Electrolux in Österreich als führender Arbeitgeber ausgezeichnet – und das gleich bei der ersten Teilnahme an dem Wettbewerb. Der Hausgerätehersteller überzeugte die Jury durch seine nachhaltige Unternehmensstrategie und Talentgewinnung sowie seine moderne Führungskultur. Das unabhängige Institut hebt zudem die starke integrative Unternehmenskultur hervor und attestiert Electrolux damit, seinen Mitarbeitenden ein hervorragendes Arbeitsumfeld zu bieten.



**Nutribullet**

**Nutribullet** und **Magic Bullet** gehören zu den führenden Marken bei Personal Blendern, weil sie wie keine andere Brand für die einfache Integration gesunder Ernährung im Alltag stehen. Die **De'Longhi Group** hat 2021 die US-amerikanische Muttergesellschaft übernommen und bringt die Trendmarken jetzt auf den deutschen Markt. Der Markteintritt ist schrittweise für online und den stationären Handel geplant. Eingeführt wird die in den USA gehypte Marke mit einer kreativen Digitalkampagne rund um Deutschraper **Eko Fresh**. Parallel zum Startschuss am 17. Januar ging die Landingpage live. Die Kampagne wird begleitet von weiteren digitalen Maßnahmen, Influencer-Kooperationen sowie eCommerce-Aktivierungen.



**HEPT**

Im kommenden Frühling bereist die **HEPT** wieder »live« zehn Städte Deutschlands. Vom **25. April bis zum 12. Mai 2022** präsentieren sich Marken, Produkte und Innovationen im Rahmen der HighEvent ProductTour auf bewährte Art. Eine sehr interessante Neuerung gibt es bei der Zusammensetzung der teilnehmenden Premium-Marken. Gemeinsam mit Beurer, Jura, Jura Gastro, Kärcher, Liebherr und Miele geht die Marke AEG in diesem Jahr wieder auf Tour. Die Angebote und Neuentwicklungen dieser Premium-Anbieter können die Besucher ganz persönlich aus nächster Nähe erleben – und sich vor Ort mit den Markenrepräsentanten austauschen. Natürlich steht ein umfassendes Hygienekonzept bereit, falls es die Situation erforderlich machen sollte.

**Miele**

Der deutsche Hausgerätekonzern **Miele** hat Ende Dezember zu 100 Prozent das Familienunternehmen **Eurofilters** übernommen. Das Unternehmen mit Sitz im belgischen Pelt steht für hocheffektive Lösungen aus Vliesstoff, darunter Material für Gesichtsmasken und eben auch Staubbeutel. Die beiden Unternehmen verbindet eine langjährige und erfolgreiche Geschäftsbeziehung, denn Eurofilters produziert einen großen Teil der bei Miele erhältlichen Staubbeutel. Zuletzt erweiterte der Vliesstoffspezialist außerdem sein medizintechnisches Portfolio.

## Klappbarer Allesschneider icaro<sup>5</sup>



Klappbar  
zur platzsparenden Aufbewahrung



Stabile  
Metallausführung



Sicherheit  
durch Moment- und Dauerschalter



**EK Vorstand** Martin Richrath, Franz-Josef Hasebrink, Gertjo Janssen und Jochen Pohle (v.l.n.r.)

Hausmesse im Januar

## EK Servicegroup trotz auch dem zweiten Corona-Jahr

Als Fels in der Brandung hat sich im vergangenen Jahr einmal mehr die **EK Gruppe** erwiesen: Der Handelsverbund kommt allen pandemiebedingten Herausforderungen zum Trotz mit einem Umsatz auf Vorjahresniveau aus dem Geschäftsjahr 2021.

Das vermeldet der EK Vorstand auf der ersten Pressekonferenz des Jahres im Rahmen der Hausmesse EK LIVE im Januar in Bielefeld.

»Wir sind nach aktuellem Stand besser durch das zweite Corona-Jahr gekommen als erwartet«, stellt CEO **Franz-Josef Hasebrink** fest. »Dabei hat sich erneut unsere breite Aufstellung als Mehrbranchenverbund bei konsequenter Spezialisierung in den einzelnen Geschäftsfeldern ausgezahlt. Rückgänge bei EK Fashion und EK Sport wurden durch Zuwächse in EK Home oder EK Living mehr als kompensiert. Hier hat uns der Rückzug ins Private und ins Home-Office in die Karten gespielt«, skizziert Franz-Josef Hasebrink wesentliche Gründe für das zufriedenstellende Abschneiden der EK im vergangenen Jahr.

Als besonders resilient erwiesen sich dabei die Handelspartner, die auf EK Shopkonzepte wie Electroplus, Intersport, Happy Baby oder Hubo setzen. Diese kundennahen Shopkonzepte stehen in allen Geschäftsfeldern und auf allen Kanälen für innovative Produkte, eine hohe Rentabilität und vor allem für den Einkaufsspaß, den die Shopper gerade in schwierigen Zeiten vermissen. Hier haben die Teilnehmer einmal mehr von dem Mehrwert für ihre Kunden profitiert, die die Konzepte bieten.

CFO **Martin Richrath** informierte über die vorläufigen Geschäftszahlen 2021. Für die EK Gruppe zeichnet sich dabei ein Jahresumsatz leicht über Vorjahreshöhe ab.

Mit einer erwarteten Steigerung von etwa 0,3 Prozent auf rund 2,18 Mrd. Euro zeigen sich die Bielefelder nicht zuletzt vor dem Hintergrund europaweiter Lockdown-Phasen – die spürbar länger andauerten als 2020 – zufrieden.

Auch beim Jahresergebnis bleiben die EK Verantwortlichen entsprechend optimistisch. »Unter dem Strich können wir konstatieren, dass die wirtschaftliche Situation der EK weiterhin stabil ist und uns auch 2022 eine aktive Marktgestaltung zum Nutzen unserer Handelspartner ermöglicht«, blickt Richrath zuversichtlich nach vorn. Das Volumen der Ausschüttung an die Mitglieder – die zentrale Erfolgskennziffer einer Verbundgruppe – liegt nach erster Einschätzung des EK Finanzvorstandes ebenfalls auf dem hohen Niveau der Vorjahre.

### Sichere Perspektiven für die kommende Saison

Rundum zufrieden zeigen sich die Messeverantwortlichen der EK Servicegroup direkt nach Abschluss der hybriden EK LIVE unter 2Gplus-Bedingungen. Auch das spontane Feedback von vielen Ausstellern und Händlern fiel nach drei spannenden Messetagen vom 19. bis 21. Januar durchweg positiv aus. Während sich rund 500 Messegäste digital vom heimischen Monitor aus zuschalteten, war die Messe vor Ort in Bielefeld auf 2.000 Fachbesucher begrenzt.



#### Strahlende Gewinner

Skulptur und Urkunde als »Händler des Jahres 2021« wurde an André Beljan (links), Filialleiter in Detmold, sowie Marcel Malz, Mitglied der Geschäftsführung, überreicht.

Auszeichnung als »Händler des Jahres 2021« in der Kategorie Fachhändler

## Große Freude bei Electropus Küchenplus Malz

Im Rahmen der Hausmesse EK LIVE in Bielefeld wurde Firmeninhaber **Joachim Malz** im Januar als »Händler des Jahres 2021« geehrt. Mit insgesamt sechs Niederlassungen und 55 Mitarbeitern ist **Electropus Küchenplus Malz** in der Region Ostwestfalen-Lippe eine Institution. Mit seinem Bewerbungsfilm, in dem der exzellente Service, die außergewöhnlich hohe Kundennähe und nicht zuletzt auch das große soziale Engagement im Fokus stand, überzeugte Händler Malz unsere Jury.



**Händler  
des Jahres  
2021**

Die Preisübergabe an **Marcel Malz** und Filialleiter **André Beljan** erfolgte im Rahmen der Bielefelder Frühjahrsveranstaltung EK LIVE in Anwesenheit von **Jochen Pohle**, CRO der EK Servicegroup GmbH, **Martin Wolf**, Leiter Vertrieb + Marketing Elektro / Küche / Licht, sowie Unternehmenssprecher **Daniel Kullmann**.

Seit mehr als 30 Jahren ist Electropus Küchenplus Malz in der Region Ostwestfalen-Lippe als der »Unternehmer mit dem Servicegedanken« bekannt, denn als ehemaliger Werkskundendiensttechniker bei Miele liegen Servicethemen quasi in der Firmen-DNA. 1991 wagte Joachim Malz den Schritt in die Selbstständigkeit und eröffnete in Detmold sein erstes Fachgeschäft. Weitere Filialen in Bielefeld, Jöllenbeck, Lemgo, Bad Salzufflen und Herford folgten im Laufe der Jahre.

Die sechs Ladengeschäfte von Händler Malz bieten auf einer Verkaufsfläche von insgesamt 1.400 Quadratmetern eine attraktive Warenpräsentation mit Schwer-

punkt auf Geräte in der Weiße Ware, die mit Videos am Point of Sale attraktiv in Szene gesetzt werden. Diese Videos erstellt Electropus Küchenplus Malz teilweise in Eigenregie. Dabei handelt es sich um Produkt-, Image- und auch Erklärvideos – beispielsweise im Bereich Kucheneinbau: Worauf kommt es beim Kauf an? Verkaufsevents in der Showküche, Thementage und Verlosungen runden das aktive Angebot ab und werden von der Kundschaft gerne genutzt.

Im Bereich Service ist Joachim Malz breit aufgestellt. Alles, was mit dem Sektor Installation und Reparatur zu tun hat, wird hier angeboten. Selbstredend gehört ein Wochenend-Notdienst zum guten Ton.

In Zeiten von Corona müssen Handelspartner auch andere Wege gehen und sich täglich neu erfinden. Bei Händler Malz wurde für die Kunden deshalb eine exklusive Online-Live-Beratung einge-

führt. Gesprächstermine können im Vorfeld bequem per Telefon, E-Mail oder mit dem Kontaktformular auf der Webseite vereinbart werden. Bei der Online-Live-Beratung werden Kunden per Video-Chat persönlich beraten und gemeinsam mit einem Küchenexperten kann sogar eine komplette Küchenplanung in Angriff genommen werden – genauso, wie dies im stationären Geschäft möglich wäre.

Für Fragen zu Elektrogeräten, Reparaturen, Neugeräten, Küchenmodernisierung oder für hilfreiche Tipps und Tricks steht das Team von Electropus Küchenplus Malz seit März 2021 seinen Kunden über eine zentrale Whats App Business Rufnummer rund um die Uhr zur Verfügung.

Im gleichen Zeitraum ging Malz auf seiner Homepage sowie bei Google My Business mit einem virtuellen 360-Grad-Rundgang (Matterport) viral. Hier können sich Kunden interaktiv durch die Filiale in Herford klicken und erste Eindrücke vom Geschäft und der Ausstellung sammeln.

Über die Mattertags – integrierte Verlinkungen auf die Website und in den Online-Shop – können Kunden Informationen zur Firmenphilosophie, den Unternehmensgrundsätzen, Produktdetails sowie Imagefilme per Mausklick aufrufen. Darüber hinaus bietet die 360-Grad-Tour eine direkte Bestellmöglichkeit im Shop und auf der Webseite an. Der mit einer 4K-Auflösung ausgestattete Matterport erzeugt dabei eine nahezu realistische Umgebung, die dem Kunden das Gefühl vermittelt, live vor Ort zu sein.

»Für uns steht der Kunde immer im Vordergrund. Wir stehen ihm nicht nur während, sondern auch nach dem Kauf kompetent zur Seite und finden für alles eine passende Lösung.«

Joachim Malz

## Unternehmensgrundsätze von Electroplus Küchenplus Malz

- Berate und behandle deine Kunden so, wie du auch selbst gern beraten oder behandelt werden möchtest.
- Du kannst nicht immer der Billigste sein, aber versuche, immer der Beste zu sein.
- Empfehle den Kunden nur das, was sie wirklich brauchen und nicht das, was vom Lager weg muss oder woran wir am meisten verdienen.
- Sei immer für deine Kunden erreichbar.
- Bemühe dich für jeden Kunden gleich, egal ob er ein Paket Staubbeutel oder eine Waschmaschine kaufen möchte.
- Verkaufe nur Geräte, die du auch selbst reparieren kannst.
- Sei immer zuverlässig.



Bild: Malz

**360-Grad-Rundgang** Auf der Website von Electroplus Küchenplus Malz können sich die Kunden bereits vorab einen Eindruck über das Produktangebot verschaffen und sich interaktiv in der Filiale Detmold informieren.



Bild: Martin Koppel

Firmeninhaber Joachim Malz

Nachhaltigkeit ist bei Malz ein gelebtes Thema und spiegelt sich auch in zahlreichen Serviceleistungen wider – vom Reparaturservice bis zur Energieberatung. Darüber hinaus gibt es im Malz-Team einen Umweltbeauftragten, der den Kunden und auch den Kollegen mit seinem Wissen beratend zur Seite steht. Für dieses besondere Engagement wurde das Unternehmen von der EK Servicegroup mit dem Label »Nachhaltiges Handeln« ausgezeichnet.



Der erste Lockdown stellte uns alle vor große Herausforderungen. Geschäfte mussten schließen und persönliche Kontakte wurden auf ein Minimum heruntergefahren. Nie waren gesellschaftlicher Zusammenhalt und gegenseitige Unterstützung notwendiger als während dieser Zeit. Um die Menschen zu unterstützen, die aufgrund von Vorerkrankungen, Infektionen oder vorsorglicher Quarantäne auf sich gestellt waren, half Händler Malz mit

besonderem Engagement. Das Team, das sich seinerzeit selbst in Kurzarbeit befand, nutzte diesen besonderen Umstand, um ehrenamtlich für jene Menschen einkaufen zu gehen, die auf fremde Hilfe angewiesen waren. Die Aktion war für die Mitarbeiter von Electroplus Küchenplus Malz eine Herzensangelegenheit, die ohne jegliche Gegenleistung angeboten wurde. Die Resonanz auf dieses Angebot war gigantisch. Allein auf Facebook konnten durch eigene Reichweite plus Unterstützung der Community über 15.000 Personen erreicht werden.



Bild: Malz

Die Flutkatastrophe, die im Juli 2021 viele Regionen in Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen und Bayern heimsuchte, sorgte auch bei Joachim Malz und seinem Team für große Erschütterung. Um den Flutopfern in den betroffenen Gebieten zu helfen, starteten sie auf Facebook und Instagram einen Spendenaufruf für Elektrogroß- und Kleingeräte. Darüber hinaus spendete man selbst weitere 20 Neugeräte sowie diverse Gebrauchtgeräte, die Joachim Malz und seine Mitarbeiter persönlich in die besonders stark betroffene Region Bad Neuenahr-Ahrweiler brachten und dort an Privathaushalte verteilte (Bild oben). Drei Wochen später konnte ein weiterer Hilfskonvoi mit 16 Neugeräten und 30 Gebrauchtgeräten realisiert werden.

## Der beste Fachhändler 2021

Wenn einer etwas Großartiges leistet, dürfen alle mitfeiern, denn letztlich profitieren viele davon – gerade in diesen schwierigen Zeiten. **Fenno de Boer**, Sales Director Germany bei der Gruppe SEB, sieht das ähnlich und freut sich als Sponsor unserer Ausschreibung über einen großartigen Gewinner:



Bild: Gruppe SEB

Fenno de Boer

»Auch das vergangene Jahr war für viele Händler wieder kein Leichtes und umso höher ist ihnen ihr Einsatz für die Kunden anzurechnen. Für das Team von Electroplus Küchenplus Malz stehen aber nicht nur die Kundenberatung und attraktive Präsentation der Waren im Geschäft und Online-Auftritt im Vordergrund, sondern auch das Engagement für mehr Nachhaltigkeit und die Gemeinschaft. Gerade letzteres ist in diesen Zeiten wichtig wie nie. Daher gratulieren wir dem Team von Electroplus Küchenplus Malz herzlich zur Auszeichnung als Händler des Jahres in der Kategorie Fachhändler.«



## Neue Zusammenarbeit

# Maria Groß wird Markenbotschafterin für Gorenje

Wenn Technik und Passion aufeinandertreffen, entstehen die besten Verbindungen und Ideen. So auch bei der Marke **Gorenje** und der Sterneköchin **Maria Groß**. Die medial bekannte Gourmet Gastronomin wirbt ab sofort für Gorenje und die neuen OptiBake Einbau-Backöfen und -Herde.

Bei dieser Verbindung trifft definitiv Technologie auf Leidenschaft: Die Technologie geht auf die Bedürfnisse von Anfängern, Kochbegeisterten und nicht zuletzt erfahrenen Köchen ein und mit dem Motto der neuen Geräte-Generation »WIR KÜMMERN UNS UMS KOCHEN. DU DICH UMS LEBEN.« kommt die Leidenschaft dazu.

»Maria Groß ist die ideale Markenbotschafterin für Gorenje und unsere neuen OptiBake Produkte. Mit ihrem Label Maria Ostzone steht sie für Unkompliziertheit, Innovation und Qualität. Attribute, die exakt zu uns passen. Wir sind begeistert, eine so authentische Persönlichkeit für uns gewonnen zu haben«, ist **Anja Zankl**, Head of Marketing der Hisense Gorenje Germany GmbH, sicher.

Als Sterneköchin blickt Maria Groß bereits auf eine vielfältige Medienerfahrung: Jurorin der ZDF Küchenschlacht, Kochgegnerin von Tim Mälzer im VOX-Format Kitchen Impossible, Jurorin bei Grill den Henssler und Grill den Profi, Gastjurorin bei The Taste, Teilnehmerin in der Sat.1-Kochshow Kampf der Köche mit Alexander Herrmann sowie den ZDF-Sendungen Kerners Köche und Stadt, Land, Lecker. Darüber hinaus ist sie als erfolgreiche Buchautorin unterwegs.

## Aufmerksamkeit in allen Kundenkanälen

Ob Kochtipp oder Küchentrick, Maria Groß sorgt mit Profi-Wissen auf verschiedenen Wegen für mediale Aufmerksamkeit zu OptiBake. Sie tritt für Gorenje in diversen Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen auf. Sowohl am POS, digital, auf Social Media und in Print wird die Markenbotschafterin im Zeitraum Ende Q1 und Q2 für Gorenje sichtbar sein – eine sympathische Unterstützung der Marke in allen Kundenkanälen.



Anja Zankl



**Maria Groß und Gorenje**  
Beide stehen für Unkompliziertheit, Innovation und Qualität.

OptiBake Einbau-Backöfen und -Herde wurden von Gorenje auf einer neuen Plattform entwickelt und gehen mit verschiedenen Ausstattungsmerkmalen gezielt auf die Bedürfnisse der Nutzer ein. Die Programmpalette bietet mit Advanced- und Essential-Modellen ein umfassendes Angebot mit mehr als 40 Produkten. Mit 16 Herden, zwölf Backöfen und je sieben Ofen- und Herd-Sets werden durch die verschiedensten Einstellungsmöglichkeiten bei OptiBake Garen und Backen zum reinsten Vergnügen.

Dabei gliedert sich das moderne Design der Serie perfekt in die bisherige Gorenje-Küchenwelt und Ausstattung ein. Neben zeitlosem Edelstahl besticht ein durchgängiger Look in Schwarz, da sowohl Bedienpanel, Bedienelemente als

auch Front komplett aus schwarzem Glas bestehen.

Erst vor wenigen Wochen wurde Gorenje für die neuen Opti Bake Einbau-Backöfen und -Herde in den schwarzen Ausführungen mit den German Design Award in der Kategorie »Special Mention« prämiert. Aktuell überzeugt die Serie beim Plus X Award. Sie wurde von den internationalen und unabhängigen Fachjuroren aus über 80 Branchen in den vier Kategorien High Quality, Design, Bedienkomfort und Funktionalität mit dem Technikpreis ausgezeichnet.







Grundig Edition 75 Waschtrockner

## Waschen/Trocknen – und gleichzeitig effektives Plastikrecycling

Die Marke **Grundig** hat bereits vor einigen Jahren begonnen, den Nachhaltigkeitsgedanken direkt in die Geräte einzubauen, damit der Schutz der Erde schon zuhause beginnen kann. Jetzt wird die Range erneut erweitert: Der beim **Plus X Award** ausgezeichnete Edition 75 Waschtrockner ist eines von mehreren Wäschepflege-Geräten mit PET-Trommelgehäuse, die jetzt verfügbar sind.

Mit dem neuen Grundig Edition 75 Waschtrockner ist Waschen und Trocknen mit nur einem Gerät möglich. Gleichzeitig setzt sich das Unternehmen für effektives Plastikrecycling ein. Die Maschine ist mit insgesamt 15 regulären und fünf über die App nutzbaren Programmen ausgestattet, die den Wasch- und Trocknungsvorgang teilweise miteinander kombinieren. Eine spezielle Dampffunktion sagt hartnäckigen Flecken dabei schonend den Kampf an und beugt gleichzeitig Faltenbildung in der Kleidung vor.

Das Trommelgehäuse des Waschtrockners besteht aus recycelten PET-Flaschen

Um aber nicht nur die Wäsche zuverlässig zu reinigen und zu trocknen, sondern auch die Umwelt zu schützen, hat das Gerät den Nachhaltigkeitsgedanken direkt eingebaut: Sein Trommelgehäuse besteht aus recycelten PET-Flaschen. Zusätzlich ist der Waschtrockner besonders wasser- und energiesparend und hilft dabei, Nachhaltigkeit erlebbar zu machen und ganz einfach in den Alltag zu integrieren.

Das bestätigt nun auch eine Auszeichnung beim internationalen Plus X Award: Der Edition 75 Waschtrockner erhielt unter anderem das Ökologie-Siegel und konnte sich in den drei Kategorien High Quality, Design, Funktionalität und Bedienkomfort behaupten. Damit ist der neue Waschtrockner der ideale Helfer für alle, die Wert auf nachhaltige Produkte legen, dabei aber keine Kompromisse bei der Qualität und Funktionalität eingehen möchten.

### Geschirrspüler und Wäschetrockner Hygiene Shield von Beko

Seit Beginn der Corona-Pandemie haben Hygiene und Sauberkeit verstärkt an Bedeutung gewonnen. Um dem neuen Bedürfnis der Verbraucher gerecht zu werden, hat Beko die Produktreihe Hygiene Shield mit zusätzlichen Hygiene-Funktionen gelauncht.

Inspiziert von der Kraft der Natur eliminieren die Geräte mit Methoden wie Dampf und Wärme effizient Viren und Bakterien. In Deutschland sind nun Ge-

schirrspüler und Wäschetrockner mit den speziellen Funktionen verfügbar.

Mittels der Hygiene Intense-Funktion ermöglichen die Geschirrspüler eine Desinfektion des Geschirrs bei Temperaturen von 60 bis 70 Grad Celsius. Ein spezieller Dampfnebel, der bei höheren Temperaturen entsteht, sorgt dafür, dass die gesamte Oberfläche jedes Geschirrs einwandfrei gereinigt und Viren und Bakterien erfolgreich entfernt werden. Ein zusätzlicher Heißspülschritt garantiert dabei eine noch intensivere hygienische Reinigung.

Und damit Textilien nicht nur getrocknet, sondern auch hygienisch rein werden, bietet der Wäschetrockner gleich zwei spezielle Hygiene-Programme: Hygiene Trocknen und Hygiene Auffrischen. Erstes trocknet und desinfiziert bis zu fünf Kilogramm gewaschene Wäsche dank eines zusätzlichen Heizkanals und Gebläses, das die Trommel mit heißer Luft füllt. Das Programm Hygiene Auffrischen wiederum eliminiert bei einer konstanten Temperatur von 60 Grad in weniger als 60 Minuten 99 Prozent der Bakterien und Viren aus bis zu zwei Kilo Wäsche.





Acopino

VITTORIA

Zubereitung von 6 Heißgetränken – mit One-Touch-Funktion.

Innovatives Design und optimale Funktionalität machen die Acopino Vittoria zu einem echten Hightech-Element in ihrer Küche und bietet Ihnen alles, was Sie von einem modernen Kaffeefullautomaten erwarten. Die intuitive Menüführung, ein intelligentes Fehlererkennungssystem sowie ein Entkalkungs- und Selbstreinigungsprogramm runden die Bedienfreundlichkeit der Acopino Vittoria ab. Jetzt entdecken auf [acopino.de](http://acopino.de).

Inh. Klaus Merzweil  
Badelacher Weg 27 • 36404 Vacha  
Telefon: 03 69 62 / 2 26 00 • eMail: [info@acopino.de](mailto:info@acopino.de)  
[www.acopino.de](http://www.acopino.de)

# Weitsichtige Planung der Unternehmer zahlt sich aus

Wie Einkaufszentralen mit Fragen zur angespannten Liefersituation umgehen, erfahren wir von **Jochen Cramer**, Leiter Einkauf Electronic Partner, **Björn Abels**, Bereichsleiter Einkauf bei Euronics Deutschland eG und **Frank Harder**, Vorstand für Vertrieb, Marketing und E-Commerce Expert SE.



Björn Abels



Jochen Cramer



Frank Harder

**D**ass die gesamte Branche von einer Warenknappheit und Lieferkettenproblematiken betroffen ist, ist mittlerweile kein Geheimnis mehr. Das alles macht es unerlässlich, deutlich weiter als gewohnt im Voraus zu planen. Daher haben alle Einkaufszentralen rechtzeitig Ware für ihre Handelspartner gesichert und sind im stetigen und verbindlichen Austausch mit den Industriepartnern.

**Bei welchen Produkten kommt es derzeit zu Lieferengpässen und wie schätzen Sie die Lage für die nächsten Wochen ein?**

»Betroffen sind viele Produkte in allen Sortimenten – von Notebooks, Tablets und Smartphones über Audioprojekte bis hin zu Fernsehern sowie Klein- und Großgeräte für den Haushalt«, informiert Jochen Cramer von Electronic Partner. »Zudem haben wir in 2021 eine erhöhte Nachfrage in vielen Bereichen – zum Beispiel bei Groß- und Kleingeräten – feststellen können.«

**»Die Warenverfügbarkeit bleibt angespannt – erste Prognosen gehen teilweise bis Anfang 2023.«**

Björn Abels

Besonders wirkt sich immer noch die Halbleiterkrise auf die Bereitstellung aller technischen Produkte aus. Die Ursache für die aktuelle Knappheit liegt unter anderem im deutlichen Anstieg der Endkunden-Nachfrage nach einzelnen Warengruppen.

Frank Harder von Expert verzeichnet in den letzten Monaten eine hohe Nachfrage bei Produkten für das mobile Arbeiten, Home-Schooling, aber auch bei Produkten rund um die Segmente Gesundheit, Fitness, Hygiene und Spielekonsolen.

»Kunden haben in ihr Zuhause investiert und sind weiterhin bereit, Geld auszugeben. Covid-19 hat nachhaltig Spuren hinterlassen, die Langzeitfolgen sind immer noch spürbar. Die Warenverfügbarkeit bleibt angespannt – erste Prognosen gehen teilweise bis Anfang 2023. Speziell bei Großgeräten beispielsweise Geschirrspüler waren wir im letzten Jahr

**»Wir empfehlen unseren Mitgliedern, frühzeitig zu ordern und den eigenen Lagerbestand vorausschauend und realistisch zu monitoren«**

Jochen Cramer

mit Lieferzeiträumen größer drei Monaten konfrontiert. Allerdings konnten wir mit frühzeitiger Warensicherung und Flexibilität diesem Trend entgegenwirken und waren in vielen Bereichen adäquat lieferfähig«, berichtet Björn Abels von Euronics.

**Welche Empfehlung geben Sie bei längerem Lieferverzug Ihren Händler im Umgang mit den Kunden, damit diese nicht zu anderen Geschäften oder gar ins Internet abwandern?**

Frank Harder führt aus: »Durch unsere frühzeitige Anpassung des Bestellverhaltens konnten wir die Warenbevorratung bestmöglich sicherstellen. Diese Vorgehensweise führt dazu, dass wir unseren Kunden, bis auf sehr wenige Ausnahmen, zu jeder Zeit ein breites und attraktives Produktsortiment bieten konnten. Sollte es in wenigen Ausnahmefällen zu Engpässen kommen, stehen die Expert Fachberater\*innen unseren Kunden zu jeder Zeit persönlich beratend zur Seite. So wird der Bedarf der Kunden in einer kompetenten

Fachberatung mit alternativ passenden Produkten gedeckt.«

»Auch wir als Zentrale haben unsere eigenen Läger deutlich hochgefahren und können Engpässe abfedern«, veranschaulicht Jochen Cramer und weiter: »Wenn ein bestimmter Wunschartikel nicht lieferbar ist, können unsere Mitglieder daher ein breites Portfolio an Alternativen anbieten und ihre Kunden entsprechend beraten. Die Kunden sind inzwischen über die Lieferschwierigkeiten im Bilde und haben meistens Verständnis, wenn ein spezielles Modell nicht verfügbar ist. Manche wundern sich sogar, dass ihr Händler bzw. ihr Markt dennoch so viel Ware vorrätig hat. Hier zahlt sich die weitsichtige Planung der Unternehmer aus.«

**»Grundsätzlich rechnen wir frühestens zum Herbst mit einer wesentlichen Erholung der Lieferschwierigkeiten.«**

Frank Harder

»Als Konsequenz aus der angespannten Situation war und ist es wichtig, Forecasts und Planungszyklen deutlich zu verlängern. Durch vorausschauende und mutige Warenplanung sind wir komplett handlungsfähig. Trotzdem kann es punktuell bei Fokusprodukten zu Engpässen kommen, gerade bei Ersatzbedarf. Deshalb müssen wir von unseren Händlern, aber auch von den Endkonsumenten eine gewisse Flexibilität erwarten. Wenn diese gegeben ist, finden wir bei Euronics für jeden das passende Produkt mit bestem Preis-Leistungs-Verhältnis – oder eine ebenwürdige Alternative. Als Verbundgruppe haben wir den Vorteil, unterschiedliche Bedarfe passgenau abbilden und bedienen zu können«, so Abels abschließend.

Intelligentes Indoor-Gartensystem

# Kräuter direkt in der Küche ernten

Im Januar stellte **LG Electronics** sein modernes, freistehendes Indoor-Gartensystem **LG tiun** vor und gewann damit den CES 2022 Innovation Award. Damit können Nutzer das ganze Jahr über bequem zu Hause Gemüse, Kräuter sowie Blumen anbauen.

Die stilvolle Lifestyle Innovation von LG ist bemerkenswert einfach zu bedienen und bietet alle Vorteile eines vollwertigen Gartens, ohne dass man sich Sorgen um Schädlinge oder ungünstige klimatische Bedingungen machen muss.

Mit der mobilen LG ThinQ-App können Nutzer sogar den gesamten Keimungsprozess aus der Ferne überwachen, Einstellungen überprüfen oder ändern und erhalten Benachrichtigungen, wenn der Wassertank aufgefüllt werden muss.

Der LG tiun wurde als vollkommen eigenständige Einheit konzipiert und verfügt über zwei Regale, die jeweils bis zu sechs All-in-One-Saatgutpakete sowie drei verschiedene Arten von Saatgutkits aufnehmen können. Jedes Saatgutpaket enthält zehn Löcher für die Keimung der Samen, so dass die Nutzer in nur vier bis acht Wochen eine Vielzahl von Grünpflanzen gleichzeitig anbauen können.



**Übrigens:** tiun ist koreanisch und bedeutet so viel wie sprießen/wachsen. Ausgesprochen wird es [ti:un]. Das Gerät wird in den schlichten Farben Nature Beige und Nature Green produziert. Ob und wann LG tiun in Deutschland verfügbar sein wird, ist jedoch noch unklar.

Kurse für Elektrofachhändler sowie Küchen- und Möbelfachhändler

## Neues Schulungsangebot von Smeg

Wer Kunden bei der Einrichtung einer neuen Küche unterstützt, hat einen anderen Informations- und Beratungsbedarf als eine Fachkraft im Elektrofachhandel. Genau darauf ist das Trainingsangebot **I'Accademia Smeg 2022** spezialisiert und bietet auf den jeweiligen Fachhandelszweig zugeschnittene Schulungen an.

Dabei geht es um viel mehr als nur um Gerätekompetenz und technische Feinheiten. Die Handelspartner sollen möglichst hautnah die Philosophie und das italienische Flair der in dritter Generation von der Familie **Bertazzoni** geführten Premiummarke kennenlernen. Die Anmeldung zu den Kursen an den vier Standorten Berlin, Gut Böckel, Hamburg und München ist ab sofort möglich unter [www.accademiasmeg.de](http://www.accademiasmeg.de)

Für 2022 stehen vier verschiedene Fortbildungen zur Auswahl. Der Kurs »Grundlagen Elektrofachhandel« führt in die Gerätewelt von Smeg ein. Fachberater für Elektrogeräte erfahren alles Wesentliche zu Standgeräten, wie den FAB-Retro Kühlschränken, Kochzentren und Geschirrspülern. Ein weiterer wichtiger Baustein der Schulung ist der Ersatzbedarf bei

Einbaugeräten. Aber auch die beliebten Kleingeräte im Stil der 50er Jahre werden besprochen und gezeigt.

L'Accademia Smeg bietet sämtliche Kurse mehrfach im Jahr an allen vier Standorten als Präsenztraining an. Denn schließlich sollen die Teilnehmenden die Geräte nicht nur theoretisch kennenlernen, sondern auch testen und die Kochergebnisse verkosten können. Sollte ein Termin pandemiebedingt nicht möglich sein, finden die Schulungen online statt.

Wer sein Fachwissen zu dem umfangreichen Kleingerätesortiment vertiefen will, kann auf ein weiteres Spezial-Training zurückgreifen – bei Bedarf beim Händler vor Ort. Die Smeg Trainer vermitteln dabei viele wichtige und nützliche Details rund um Küchenmaschine, Espressomaschine, Slow Juicer & Co.

**GASTROBACK®**

NEUHEIT

DESIGN  
DÖRRAUTOMAT  
PRO  
Art.-Nr. 46602



GESUND SNACKEN



SLOW JUICER  
ADVANCED  
VITAL  
Art.-Nr. 40145



FRISCHE SÄFTE

IHR KONTAKT  
ZU UNS!



[www.gastroback.de/handelsvertretungen/](http://www.gastroback.de/handelsvertretungen/)



THEMENSPECIAL  
GESUNDE ERNÄHRUNG



[www.gastroback.de](http://www.gastroback.de)

## Neues Vertriebskonzept bei SVS

**Der Vertriebs- und Service-Spezialist SVS** hat den Bereich Außendienst in eine erweiterte Key Account Struktur transformiert. Damit hält SVS weiterhin am Beratungsansatz gegenüber dem Handel fest, nutzt jedoch digitale Vertriebsprozesse und entwickelt sein Produkt- und Service-Portfolio weiter.

»Spätestens mit Beginn der Covid-19-Pandemie, aber auch schon deutlich davor hat sich abgezeichnet, dass sich ein Großteil unseres Services im Außendienst durch digitale Maßnahmen sehr effektiv ergänzen und ersetzen lässt, darunter zum Beispiel Auskünfte zu Warenbeständen, Preisen und Bestellvorgängen bis hin zu individuellen Beratungen per Videokonferenz. Diese Erfahrungen und die Akzeptanz seitens unserer Handelspartner haben wir genutzt, um redundante Prozesse zu verschlanken und die Qualität unserer Dienstleistungen weiter zu erhöhen«, erklärt **Andrej Ganski**, Geschäftsführer bei SVS.



Andrej Ganski

»2022 steht im Zeichen der Portfolioausweitung – mit ganz neuen Kategorien und spannenden Brands«, so Ganski weiter. »Service und Logistik für alle Bestandsmarken und neu hinzukommende Partner erfolgen dabei wie gewohnt über unser firmeneigenes Service-Center. Auch hier haben wir Ressourcen freigelegt, neue digitale Schnittstellen geschaffen und die Prozesse abermals verbessert.«

Erste Gelegenheiten – sowohl das Key Account Team als auch die neuen Marken bei SVS kennenzulernen – bieten die kommenden Kooperationsmessen:

### Koop-Messe in Berlin

Expert vom 19. bis 20. Februar und Euronics vom 21. bis 22. Februar

### EP-Messe

virtuell vom 18. Februar bis 4. März

## Recht auf Reparatur

# Handelsverband HDE warnt vor nationalen Alleingängen

Mit Blick auf die Äußerungen von Verbraucherschutzministerin **Steffi Lemke** in der Diskussion über ein Recht auf Reparatur spricht sich der Handelsverband Deutschland (HDE) gegen neue nationale Vorgaben zur Reparierbarkeit von Produkten aus. Nationale Alleingänge sind nach Einschätzung des Verbandes angesichts bestehender europäischer Vorgaben nicht zielführend.

**D**azu **Georg Grünhoff**, HDE-Abteilungsleiter Produktsicherheits-, Datenschutz- und Verbraucherrecht: »Für viele Produktgruppen existieren bereits auf europäischer Ebene Vorgaben zur Ersatzteilverfügbarkeit. Ersatzteile für Waschmaschinen müssen beispielsweise schon heute in einem Zeitraum von zehn Jahren vorgehalten werden.«

Keinesfalls sollten parallel zum europäischen System weitergehende nationale Vorgaben zur Reparierbarkeit und zur Ersatzteilverfügbarkeit erlassen werden. »Nationale Alleingänge würden den europäischen Binnenmarkt beeinträchtigen. Denn er soll gerade verhindern, dass in den Mitgliedstaaten unterschiedliche Regelungen für Produkte gelten«, so Grünhoff weiter.

In Bezug auf Vorgaben zur Reparierbarkeit können zudem Zielkonflikte mit der Nutzbarkeit und der Sicherheit der Produkte auftreten, wenn es beispielsweise

um die Wasserdichtigkeit geht. Auch können komplexere Reparaturen an technischen Geräten nicht immer selbst durchgeführt werden, ohne dass möglicherweise Einbußen bei der Produktsicherheit eintreten, wenn die Reparatur trotz der Anleitung nicht fachgerecht durchgeführt wird.

Darüber hinaus hat auch die Pflicht zur Vorhaltung von Ersatzteilen erhebliche Umweltauswirkungen. Nicht benötigte Ersatzteile müssen irgendwann entsorgt werden. Dies gilt insbesondere dann, wenn Verbraucher wegen eines technischen Fortschritts auf ein neues Gerät wechseln, obwohl das alte noch funktioniert. Dadurch können große Mengen Abfall, insbesondere Elektroschrott, entstehen. »Anstelle der angestrebten Verbesserung der Nachhaltigkeit durch Ressourcenschonung und Abfallvermeidung würde dann das Gegenteil erreicht« betont Grünhoff.

## Gewinnspiele im Dezember

### And the winners are ...

In unserem Weihnachtsgewinnspiel wurden zwei Saug-/Wischroboter X-plorer S95 Total Care der Marke **Rowenta** verlost. Es wurde gefragt, in welcher Einheit die Saugkraft bei einem Saugroboter angegeben wird. Die richtige Antwort musste natürlich Pascal lauten. Folgende Gewinner wurden ermittelt:

**Jörg Detka** von EP: Detka in Seesen  
**Gerda Kimmig** von der Wolfgang Bohnert GmbH aus Ottenhöfen



Bild: Rowenta



Bildmaterial: Oral-B

Beim Gewinnspiel der Marke **Oral-B** wollten wir von Ihnen wissen, mit welcher Technik sich die Oral-B App mit der elektrischen Zahnbürste verbindet. Hier war die korrekte Lösung »über Bluetooth«. Und das sind die Gewinner:

Die Oral-B iO9 ging an **Monika Perlak** von Euronics Perlak in Moosach  
Die Oral-B iO6 gewann **Ralf Johannsen** von Expert Boetius GmbH in Wyk auf Föhr

Herzlichen Glückwunsch den Gewinnern und viel Spaß mit den Produkten.

# Mittagstalk von Stevan Paul in Kooperation mit Gastroback

Der kurzweilige Talk zur Mittagszeit bietet journalistische Interviews mit spannenden Gästen aus Kulinarik und Kultur. Das anschließende Mittagessen wird in der **Gastroback** Studio-Küche zelebriert. Online ist bereits die dritte Folge des Videopodcasts verfügbar. Bei Spotify gibt es jetzt auch die Hörspiel-Version.



Der Hamburger Journalist und Kochbuch-Autor Stevan Paul lädt sich interessante Gäste ein. Im Gespräch erfahren die Zuschauer mehr über deren Berufe, Projekte und Passionen. Abgeleitet aus der Vita des jeweiligen Gastes kreiert Stevan Paul in der Gastroback-Küche ein individuelles Gericht, welches seine Gäste emotional berühren und zugleich glücklich und satt machen soll. Den Auftakt der Serie machte die Köchin, Gastroberaterin und kulinarische Weltenbummlerin Antje de Vries. Danach folgten Martina Olufs und Joerg Meyer seiner Einladung.

## Sendungsübersicht

### Folge #1 – Antje de Vries

»Die kulinarische Weltenbummlerin«  
Mit ihrer Begeisterung für gute Lebensmittel, der Faszination der Verarbeitung und ihrer Leidenschaft fürs Kochen, gepaart mit der Neugier an fremden Kulturen, sieht die gebürtigen Ostfriesin ihre Mission darin, Menschen mit Essen zu erreichen und zu verbinden.

### Folge #2 – Martina Olufs

»Ich lese Kochbücher wie andere Menschen Romane«

Sie kennt Yotam Ottolenghi und Jamie Oliver persönlich. Donna Hay, Eckart Witzigmann und Tim Mälzer waren schon bei ihr zu Gast. Martina Olufs betreibt seit 2006 den Kochkantor in Hamburg und aus aller Welt kommen die Besucher in den wunderschönen Kochbuchladen mit abgeschlossener Gastronomie.

### Folge #3: Joerg Meyer

»Der Erfinder des Gin Basil Smash«

Seine international gefeierte und ausgezeichnete Bar Le Lion in Hamburg gehört zur Weltspitze der Barkultur. Weltweit berühmt wurde er aber mit Basilikum.

Mit diesem QR-Code kommen Sie direkt zu den Videopodcasts von Gastroback.



Mit viel Liebe gemacht

# Kitchenaid belegt Platz 21 der besten Lovebrands



Das US-Magazin **Forbes** veröffentlichte jüngst die Liste der »Lovebrands 2022«. Der amerikanische Küchenmaschinenhersteller **Kitchenaid** darf sich über Platz 21 der insgesamt 100 ausgezeichneten Marken freuen.

Eine »Lovebrand« ist eine Marke, die von Verbrauchern geliebt wird und es schafft, emotionale Bindungen zu ihnen aufzubauen. Das Phänomen der Markenliebe sichert Kundenloyalität oft über Jahrzehnte hinaus und ist daher ein Ritter Schlag für jedes Unternehmen.

»Es ist uns eine Ehre, bei so einem wichtigen Ranking unter den Top 25 dabei zu sein. Wir möchten dies zum Anlass nehmen, um unseren Kunden weltweit für das in uns gesetzte Vertrauen zu danken und freuen uns, sie weiterhin mit großartigen Produkten und unvergesslichen Momenten zu bereichern«, berichtet **Emanuel Spulak**, Head of Marketing Kitchenaid SDA, Germany & Austria.



Besondere Würdigung

# Steba als »Marke des Jahrhunderts« prämiert

Das Traditionsunternehmen **Steba Elektrogeräte** wurde zur »Marke des Jahrhunderts« in der Kategorie Grillbackofen gewählt. Gekürt werden damit deutsche Marken, die ihre gesamte Produktgattung prägen und stellvertretend repräsentieren. Die Auswahl erfolgt dabei durch eine unabhängige Jury – die Redaktion der »Deutsche Standards«.



Mit dieser Auszeichnung reiht sich das fränkische Familienunternehmen in die Königsklasse deutscher Marken ein – neben namhaften Unternehmen wie BMW, Schaeffler und Ritter Sport.

Das Siegel der Zeit-Verlagsgruppe zeichnet sich durch ein objektives und transparentes Auswahlverfahren und die exklusive Begrenzung der Auszeichnungen auf jeweils eine Marke pro Produkt-

gattung aus. Die Wahl orientiert sich an vorher festgelegten Faktoren, die für den Erfolg einer Marke sprechen. Hierzu zählen unter anderem das Alter der Marke, ihre Innovationskraft und lokale Verbundenheit. Die ausgezeichneten Marken werden auf der Webseite [deutsche-standards.de](http://deutsche-standards.de) präsentiert.

»Wir sind stolz darauf, dass wir mit unseren Grillbacköfen die anspruchsvollen

Kriterien erfüllen und uns ‚Marke des Jahrhunderts‘ nennen dürfen«, betont **Markus Müller**, (Bild Mitte) Geschäftsführer der Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG. »Diese Auszeichnung bestätigt uns darin, dass unser Versprechen ‚Qualität. Verlässlichkeit. Kompetenz.‘ nicht nur ein Markenclaim ist, sondern etwas, auf das sich unsere Kunden und Partner stets verlassen können.«

Rommelsbacher

# Fünffache Auszeichnung mit dem Plus X Award

Bei **Rommelsbacher** in Dinkelsbühl gibt es bereits am Jahresanfang allen Grund zum Feiern. Die mobile **Einzelkochplatte CTS 2000/IN Induktion** erhält den namhaften Plus X Award in gleich fünf Kategorien: Innovation, High Quality, Design, Bedienkomfort und Funktionalität.

Mit dieser hervorragenden Beurteilung bestätigt die Jury die umfassende und hochwertige Entwicklungsarbeit des Kochplattenspezialisten. Insbesondere hinsichtlich des »Intelligent Temperature Control Sensors« zählt dieses damit zu Recht zur neuen Generation der Induktionskochplatten.

»Wir freuen uns sehr über dieses hervorragende Ergebnis beim Plus X Award und dürfen stolz darauf sein«, betont **Thomas Alter**, Marketingleiter bei Rommelsbacher. »Das bestätigt auch unseren Anspruch den Kunden gegenüber, dem wir stets mit fortschrittlichen und qualitativ hochwertigen Geräten gerecht werden wollen. Bereits zu Beginn der Entwicklungsphase waren wir zu 100 Prozent überzeugt von unserer cleveren Induktionskochplatte. Die CTS 2000/IN ist mit der pflegeleichten, ganzflächigen Glaskeramik-Kochfläche sowie den Chromelementen bereits optisch ein wahrer Blickfang – mit nur 41 Millimeter erstaunlich flach und zudem sehr leise durch optimierte Gehäusekühlung. Doch vor allem der innovative, in die Kochplatte integrierte Wärmesensor, ermöglicht ein exaktes Zubereiten diverser Speisen – besonders für



empfindliche Lebensmittel ein wichtiger Aspekt. Dank dieser intelligenten Temperaturkontrolle mittels Sensor gelingt Kochen auf einem sehr hohen Niveau. Sowohl Küchenprofis als auch Kochanfänger kommen dabei voll auf ihre Kosten.«

Kochen mit Induktion bietet grundsätzlich Vorteile gegenüber einer konventionellen Kochplatte, da die Wärme direkt am Boden der Pfannen und Töpfe entsteht. Mit einem Wirkungsgrad von bis zu 90 Prozent bedeutet dies wiederum 50 Prozent Energieersparnis und 60 Prozent schnelleres Kochen.

Doch in Dinkelsbühl wurde bei der Planung der CTS 2000/IN weiter gedacht und ergänzend zum gradgenauen Kochen auf noch mehr Effizienz Wert gelegt: sechs voreingestellte Programme für Joghurt, Sous Vide, Slow Cook, Kochen, Frittieren, Anbraten stehen zusätzlich als Auswahl zur Verfügung und werden jeweils mit nur einer Taste direkt gestartet – natürlich auch individuell einstellbar. Die Touch Control Sensoren reagieren sofort, alle notwendigen Informationen sind im übersichtlichen LED-Display klar erkennbar.

Kaffeemarke Acopino

## »Barletta« ist das neue Topmodell

Mit der Barletta präsentiert **Acopino** einen neuen High-End-Kaffeevollautomaten, der mit dem großzügigen Touch-Display sowie einem innovativen Design alle Blicke auf sich zieht.

Das neue Spitzenmodell der Marke Acopino überzeugt mit modernsten Features: Über das 7-Zoll große und hochwertige Touchscreen wird das Gerät komfortabel gesteuert. Im Menü können bis zu acht Benutzer gespeichert werden, deren Lieblingsgetränk jeweils auf Knopfdruck zubereitet wird. Zu den personalisierten Einstellungen gehören Mahlgrad, Kaffeestärke sowie Milchschaumkonsistenz.

Dank One-Touch-Funktion stehen leckere Heißgetränkevariationen im Nu



### Acopino Barletta

Eine Bedienoberfläche – wie es die Kunden von Smartphone und Tablet kennen – macht die Kaffe Zubereitung zum Genusslebnis.

bereit. Von heißem Wasser über Espresso bis Latte Macchiato. Eindeutige Symbole zeigen die verschiedenen Kaffeespezialitäten und es stehen acht verschiedene Sprachen zur Auswahl.

Das Besondere an der Acopino Barletta sind die verschiedenen Timerfunktionen. Ein automatischer Abschalttimer hilft, Energie zu sparen.

Im Inneren punktet das Gerät mit zuverlässiger Technik: Doppelkesselsystem, Ukla Hochleistungspumpe, Überhitzungsschutz sowie Schmelzsicherung mit Temperatursensor. Außerdem ist ein direkter Wasseranschluss möglich.

Zusätzlich besitzt die Acopino Barletta ein intelligentes Fehlererkennungssystem, bei dem alle Warnfunktionen und die anstehenden Wartungen selbständig erfasst und bildlich dargestellt werden.

Der mitgelieferte Thermo Milchbehälter von Acopino ist die perfekte Ergänzung zum neuen Kaffeevollautomaten. Innen mit 304er Edelstahl ausgestattet, bleibt die Milch gut gekühlt und durch den Ansaugschlauch wird die Milch vom Kaffeevollautomaten angesaugt und kann direkt zu samtig weichem Milchschaum für Milchmixgetränke weiterverarbeitet werden.

Der neue Kaffeevollautomat Acopino Barletta ist mit unterschiedlichen Frontfarben in schwarz, grau und rot erhältlich.



**Design und Bedienkomfort ausgezeichnet**

### Beem erhält Special Mention vom German Design Award

**Die neue Siebträgermaschine Espresso Grind Profession** der Marke Beem wurde zweifach ausgezeichnet. Die internationale Fachjury des renommierten German Design Awards hat den Siebträger für die »herausragende Designqualität« mit einer Special Mention in der Kategorie »Excellent Product Design – Kitchen« ausgezeichnet. Auch das ETM Testmagazin ist überzeugt und hat das Gerät in seiner Ausgabe vom November mit »gut« bewertet.



ETM TESTMAGAZIN	
BEEM ESPRESSO-GRIND-PROFESSION Siebträger mit Mahlwerk	
<b>GUT</b>	88,6 %
Vergleichstest 7 Espressomaschinen 1 x sehr gut, 6 x gut 11/2021 <a href="http://www.etm-testmagazin.de">www.etm-testmagazin.de</a>	



**GRAEF.**  
Für heute. Für morgen. Für dich.

## PURER GESCHMACK FÜR TEEGENIESSER

Der edle 1,0 Liter Glaswasserkocher WK350 mit Glaskörper DURAN® Glas erhitzt das Wasser für verschiedenste Heißgetränke auf Wunschtemperatur, ohne dass dieses dabei in Kontakt mit Kunststoff kommt.

Dank zusätzlichem Deckel mit herabsenkbarem Teesieb wird der Lieblingstee direkt im Wasserkocher zubereitet.

DELI  
KITCHEN.

[www.graef.de](http://www.graef.de)

## Staubsauger der Reihe AEG FX9

### Rückrufaktion von Electrolux

**Electrolux** hat ein Sicherheitsproblem bei bestimmten Chargen des kabellosen Staubsaugers AEG FX9 festgestellt. Das Unternehmen bittet deswegen Besitzer der Modelle mit entsprechenden Seriennummern die Geräte sofort außer Betrieb zu nehmen. Kunden können im Internet unter [www.aeg.de](http://www.aeg.de) überprüfen, ob ihr AEG FX9 betroffen ist. Der Grund für den Rückruf ist ein Problem mit einem im Produkt verwendeten Bauteil, das unter bestimmten Umständen zu einer Überhitzung führen und den Staubsauger in Brand setzen kann. Die Besitzer der betroffenen Produkte werden gebeten, sich an das AEG Servicecenter zu wenden. Dort erhalten sie genaue Informationen zur Rückgabe des Produkts und können sich über die verfügbaren Lösungsmöglichkeiten informieren. Die Überhitzung wird als ernstes Risiko betrachtet. Sie kann zu einem Brand führen, der sich möglicherweise auf angrenzendes brennbares Material ausbreitet. »Es wurden bislang keine Personen- oder Sachschäden gemeldet. Die Sicherheit unserer Kundinnen und Kunden hat bei Electrolux und AEG oberste Priorität, deswegen nehmen wir diese Angelegenheit sehr ernst. Wir haben uns daher entschieden, alle betroffenen Produkte dieser Reihe sofort zurückzurufen«, sagt **Michael Geisler**, Geschäftsführer der Electrolux Hausgeräte GmbH.



## Neue Akku-Stiel-Staubsauger von Grundig Geballte Power gegen Schmutz

**Grundig** stellt zwei neue Akku-Stiel-Staubsauger vor und komplettiert damit die High-Force-Familie. Der neue und smarte 2-in-1-Akku-Stiel-Staubsauger VCP 9131 ist das Flaggschiff unter den Staubsaugern von Grundig. Das kabellose Gerät mit einer Akkulaufzeit von bis zu 60 Minuten erkennt mit seiner intelligenten Bodendüse automatisch den Bodentyp und passt seine Saugleistung entsprechend an. Ebenso zeigt er an, wenn beispielsweise ein eingesaugtes Taschentuch droht, die Düse zu verstopfen. Das benutzerfreundliche Display meldet minutengenau die Akku-Ladung und liefert Leistungsupdates. Staubsaugen wird so einfacher und schneller – ohne Kompromisse bei der Sauberkeit. Der leistungsstärkste Neuzugang von Grundig kommt mit 550 Watt BLDC-Motor, 210 Watt Saugleistung und drei Geschwindigkeitsstufen daher und eignet sich sowohl für kleinere, oberflächliche Reinigungsaufgaben als auch für die gründliche Tiefenreinigung. Als weiteres Highlight erleichtert der Premium-Staubsauger VCP 9131 mit der praktischen Knickfunktion Actiflex das Saugen unter Möbeln und anderen schwer erreichbaren Stellen dank flachem Winkel. Der Rücken wird dadurch geschont und gleichzeitig die Sauberkeit erhöht. Kombiniert mit dem flexibel verstellbaren Winkelaufsatz – oder einer der anderen Zusatzbürsten – sowie 0,9 Liter-Staubbehältervolumen sagt das Gerät Staub und Schmutz den Kampf an. Die Knickfunktion hat Grundig bereits im VCP 8931 integriert, der mit 165 Watt Saugleistung und einem 450 Watt starken BLDC-Motor überzeugt. Nach getaner Arbeit lassen sich beide Geräte bequem in der eigenen Ladestation mit Zubehöralterung verstauen.

## Aktuelle Auszeichnung

### Kärcher erhält Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2022

**Die Alfred Kärcher SE & Co. KG** gewinnt den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2022 für ihren vorbildlichen Umgang mit Ressourcen. Die unabhängige Jury aus zwölf Experten verschiedener Fachgebiete wählte Kärcher aus den sieben Finalisten der Kategorie »Transformationsfeld Ressourcen« als Sieger aus. **Hartmut Jenner**, Vorsitzender des Vorstands der Alfred Kärcher SE & Co. KG, sagt: »Ich freue mich, dass der Einfallsreichtum und die Tatkraft unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dieser renommierten Auszeichnung gewürdigt wird. Nachhaltigkeit liegt Kärcher in den Genen. Dieses Jahr haben wir zum Beispiel erreicht, dass alle unsere Werke weltweit CO2-frei produzieren. Bis 2025 haben wir uns weitere Ziele gesteckt: unter anderem den verstärkten Einsatz moderner Recyclingkunststoffe oder eine Pilotproduktion ohne Plastikabfälle.« In der Begründung heben die Juroren besonders die durchdachte Initiative »Reduce, Reuse, Recycle« des Weltmarktführers für Reinigungstechnik hervor. So wird bis 2025 der Anteil an Kunststoffrecyclat in ausgewählten Kärcher-Produkten auf bis zu 50 Prozent erhöht werden. Und auch die zahlreichen Initiativen im Zuge der Verpackungsstrategie 2025 überzeugen Experten. Dazu gehören intelligentes materialarmes Verpackungsdesign, Verzicht auf Styropor, Einsatz von Papier- statt Plastikpolstern und mehr Verpackungen mit hohem Altpapieranteil.





ECOVACS ROBOTICS

# Innovationen für Hygiene im eigenen Zuhause

Das aktuelle Produktportfolio von **ECOVACS ROBOTICS** – einem der führenden Hersteller von Haushaltsrobotern – ist das Ergebnis kontinuierlicher Forschung und Entwicklung. Über 20 Jahre Erfahrung stecken in den intelligenten Robotiklösungen des Unternehmens. **Das Ziel:** das Leben der Kunden komfortabler zu gestalten, das Zuhause jederzeit unkompliziert zu reinigen und so mehr Zeit für Freunde, Familie und Freizeit zu ermöglichen.

**A**ls Innovationsführer treibt ECOVACS die technische Entwicklung der Branche fortwährend voran. Saug-Wischroboter der neuesten Generation verfügen über eine auf allen Ebenen verbesserte Technik: Neben zahlreichen Standards gehören dazu eine höchst präzise Navigation und bestmögliche Technologien zur intelligenten Objekterkennung.

Ein Beispiel kontinuierlicher Innovation ist die von ECOVACS entwickelte OZMO™ Technologie. Die in den Modellen DEEBOT T9 und T9 AIVI genutzte OZMO™ Pro 2.0 Wischtechnologie wischt den Boden nicht einfach nass, sondern bearbeitet ihn gezielt und kraftvoll mit 480 Vibrationen pro Minute.

Bereits in diesem Frühjahr geht der Staubsaugerhersteller ECOVACS mit der neuen DEEBOT X1-Familie den nächsten Schritt in Richtung einer noch smarteren Zukunft. Verbraucher\*innen können sich auf ein völlig neues, noch hygienischeres Reinigungskonzept freuen. Das intelligente und vollautomatische All-in-One-Modell saugt und wischt, entsorgt Staub und Schmutz, reinigt und trocknet die Wischmopps und füllt sogar sauberes Wischwasser nach.

Die neueste OZMO™ Turbo 2.0 Wischtechnologie des X1 nutzt zwei sich drehende Wischmopps und verfügt über eine Hochgeschwindigkeitsreinigung mit 180 Umdrehungen pro Minute. Mit einer maximalen Saugkraft von 5.000 Pascal ist der DEEBOT X1 so stark wie keiner vor ihm.



**Sauber und komfortabel** Die Absaugstation – hier die des T9 AIVI – fasst 2,5 Liter Staub und Schmutz für eine etwa 30-tägige Nutzung.

## Weniger Allergene durch häufigeres Saugen und Wischen

Gerade Allergie geplagte Nutzer\*innen profitieren von einer deutlich geringeren Staubbelastung im Wohnraum durch häufigeres Saugen und Wischen. Pollen und Hausstaub werden durch das direkte Nasswischen perfekt gebunden. Und wer den smarten Helfer putzen lässt, ohne selbst zu Hause zu sein, atmet noch weniger aufgewirbelten Staub ein. Eine automatische Absaugstation – erhältlich für Modelle der ECOVACS Produktfamilien T8, N8, T9, T9 AIVI und X1 – sorgt für noch weniger Kontakt mit Staub, Haaren und möglichen Allergenen.

## Nachhaltiger Umgang mit Ressourcen

ECOVACS hat nicht nur die fortdauernde Weiterentwicklung der Produktfeatures im Blick, auch im Hinblick auf die Schonung der Ressourcen setzt das Unternehmen auf fortwährende Verbesserungen. Etwa bei der Nutzung der mitgelieferten Mikrofaser-Wischtücher. Sie sind wiederverwendbar, recyclebar und können bis zu 20-mal gewaschen werden. Ihre Struktur aus abwechselnd weichen und harten Mikrofaser, die das Tuch gleichmäßig feucht hält, gewährleistet ein noch gründlicheres Wischergebnis.

Zudem setzt das Unternehmen ECOVACS auf eine verbesserte, umweltfreundliche Verpackung (Molded Pulp Tray), die komplett abbaubar und recyclebar ist und gleichzeitig das Transportvolumen reduziert.



## Ein weiterer wichtiger Schritt im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie

Die Photovoltaikanlage, die auf den Werkdächern am Firmenstandort von ECOVACS im chinesischen Suzhou installiert ist, kann bis zu einem Drittel seines gesamten Strombedarfs decken und sorgt für einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen.

## Beurer

### Wärmeunterbett ist Sieger beim ARD Marktcheck

Am 11. Januar 2022 hat das ARD Magazin Marktcheck verschiedene Wärmeunterbetten genauer unter die Lupe genommen, darunter auch das Wärmeunterbett UB 60 von Beurer. Beim Labortest wurde vor allem auf die elektrische Sicherheit und die Wärmeverteilung Wert gelegt – den Praxistest haben zwei Testerinnen durchgeführt. Nach genauer Prüfung hat das Wirtschafts- und Verbrauchermagazin für den Südwesten das Wärmeunterbett von Beurer zum Sieger erklärt. Das Labor von Marktcheck hat sich auch eingehend mit der Sicherheit, der Kabellänge und der Wärmeverteilung befasst. In der Verarbeitung des Schalters konnte Beurer überzeugen – auch in der Wärmeverteilung hatte Beurer die Nase vorn. Die Heizdrähte waren am gleichmäßigsten verarbeitet und erzeugen somit eine gleichmäßige Wärme im gesamten Liegebereich. Im Praxistest wurde besonders der hohe Liegekomfort positiv erwähnt – das Unterbett lag besonders gut auf, ohne zu verrutschen. Alles in Allem wurde das UB 60 vom Ulmer Gesundheitspezialisten mit dem ersten Platz belohnt.



Bild: Beurer

## Men's Care Serie von Grundig

### Für anspruchsvolle Bartträger

Die drei neuen Modelle der Pro Club-Serie der Marke Grundig – bestehend aus Multihaarschneideset MGK 9030 sowie die Haar- und Bartschneider MC 9030 und MC 8030 – sind die perfekten Begleiter für Männer, die Wert auf ein gepflegtes Äußeres legen. Alle drei Geräte überzeugen durch praktische Features: Um den Schnitt zu präzisieren und die Bartpflege zu erleichtern, ist der innovative Beard Care Sensor das besondere Highlight der neuen Modelle. Der Sensor erkennt in Echtzeit die Dichte der Barthaare und passt die Leistung des Motors entsprechend an. So werden bereits rasierte Stellen erkannt und die Leistung reduziert sich automatisch – bei dickerem Haar wird die Leistung hingegen erhöht. Man(n) erzielt so ein gleichmäßiges Ergebnis und unnötige Hautreizungen werden vermieden. Alle drei Modelle sind ab sofort im Handel erhältlich: Der Haar- und Bartschneider MC 9030 für 79,99 Euro, der Haar- und Bartschneider MC 8030 für 69,99 Euro und das Multihaarschneideset MGK 9030 für 89,99 Euro. Bei allen genannten Preisen handelt es sich um die UVPs. Auf die Modelle gewährt Grundig eine Garantie von drei Jahren.



Bild: Grundig

## Xiaomi Smart Air Purifier 4 Pro

### Der Nachfolger des Testsiegers

Xiaomi ergänzt sein Luftreiniger-Portfolio in Deutschland um ein weiteres Gerät: den Xiaomi Smart Air Purifier 4 Pro. Der neue Luftreiniger ist der direkte Nachfolger des aktuellen Testsiegers bei Stiftung Warentest. Dabei überzeugt der Xiaomi Smart Air Purifier 4 Pro durch verbesserte Leistung und sorgt jederzeit für optimale Luftverhältnisse. Er verfügt über ein 3-in-1 Filtersystem und eine Reihe von Funktionen, die eine erstklassige Luftreinigung garantieren. Mit dem Xiaomi High Efficiency Filter als Hauptfilter ist das Gerät in der Lage, bis zu 99,97 Prozent der Partikel bis 0,3 Mikrometer effizient zu entfernen. Das Gerät verfügt außerdem über einen Generator für negative Ionen, der dazu beiträgt, Partikel in der Luft wie Pollen, Tierhaare, Staub und Schimmelsporen zu entfernen. Was die Effizienz angeht, so bietet der Xiaomi Smart Air Purifier 4 Pro eine unglaubliche Partikelreinigungsrate von 500 Kubikmeter in der Stunde und eine Formaldehyd-Reinigungsrate von 185 Kubikmeter pro Stunde, womit er innerhalb von nur 15 Minuten die Luft eines 40 Quadratmeter großen Raumes umwälzen kann. Das Gerät ist dank PM2.5- und PM10-Sensoren ebenfalls empfindlicher für die Erkennung von Luftpartikeln aller Größen.



Bild: Xiaomi



© d. Philips

Topthema Nachhaltigkeit

# Das Unternehmen Philips setzt Reduktionsziele von Treibhausgasemissionen in seinen Lieferketten

Der Gesundheitstechnologiekonzern **Philips** hat weitere Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels angekündigt. Das Ziel: 50 Prozent der Zuliefererfirmen zur Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen zu bewegen. Sollte dies gelingen, wird der Vorstoß zur Dekarbonisierung der Lieferketten eine sieben Mal größere Wirkung haben als die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die Philips in seinen betriebseigenen Prozessen reduziert. Über die Fortschritte wird im Jahresbericht des Unternehmens berichtet.

**D**azu **Frans van Houten**, CEO von Royal Philips: »In den letzten Jahren haben wir immense Fortschritte bei der Reduktion unserer eigenen Treibhausgasemissionen gemacht. Unsere Geschäftsprozesse sind seit 2020 klimaneutral und wir beziehen unseren Strom aus erneuerbaren Energien. Wir nutzen unsere Erfahrungen nun, um diesen Weg mit unseren Partnerfirmen entlang der Lieferkette erfolgreich weiterzugehen und zu skalieren – so kann der positive Gesamteinfluss auf die Umwelt noch größer werden.«

Die Aktivitäten zur Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen umfassen bei Philips drei Kernbereiche: Neben Produkt- und Geschäftsmodellinnovationen sowie Klimaneutralität im eigenen Betrieb ist die Verringerung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks innerhalb der Lieferketten der Schlüssel zur Erfüllung der Verpflichtung von Philips, verantwortungsvoll und nachhaltig zu wirtschaften. Dies steht im Einklang mit dem angestrebten Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens, die globale Erwärmung auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen.

»Wir befinden uns an einem kritischen Punkt. Der globale Übergang zu einer klimaneutralen, kreislaforientierten und ressourceneffizienten Wirtschaft und Gesellschaft muss schneller vorangehen«, so Frans van Houten.

»Als Unternehmen sind wir uns unserer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft bewusst und haben uns klare

Verpflichtungen für die Bereiche Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG) auferlegt, um diesen Wandel zu unterstützen. Wir ermutigen alle jene, mit denen wir zusammenarbeiten, sich zu Klimamaßnahmen und wissenschaftsbasierten Zielen zu verpflichten, diese Maßnahmen umzusetzen und durch eine transparente Berichterstattung über Fortschritte und Ergebnisse zu informieren.«

## Nachhaltigkeitsprogramm für Zulieferfirmen

Aufbauend auf dem bereits bestehenden Supplier Sustainability Performance Program, an dem derzeit mehr als 200 liefernde Unternehmen teilnehmen, schafft Philips weitere Anreize zur Emissionsreduktion. Dazu gehört die Unterstützung mit Know-how oder Vorteilen bei den Zahlungsbedingungen. Durch den Einsatz von maschinellem Lernen und Data Science wird die Wirksamkeit des Nachhaltigkeitsprogramms iterativ optimiert. Das vergrößert Reichweite und Wirkung. Darüber hinaus prüft Philips die Einrichtung virtueller Stromabnahmevereinbarungen (Virtual Power Purchase Agreements, VPPA) mit liefernden Unternehmen, ähnlich der bereits mit Industriekonsortien geschlossenen, um die Finanzierung neuer Projekte für erneuerbare Energien wie Wind- und Solarparks zu unterstützen und das Netz weiter zu »begrünen«.

Royal Philips agiert in allen Geschäftsprozessen CO<sub>2</sub>-neutral und bezieht Elektrizität zu 100 Prozent aus erneuerbaren Quellen. Im Jahr 2020 erzielte das Unternehmen mehr als 70 Prozent seines Umsatzes mit nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen und recycelte mehr als 90 Prozent seiner Betriebsabfälle. Philips liegt auf den vorderen Plätzen des Dow Jones Sustainability Indexes, steht seit acht Jahren auf der CDP Climate Change A-Liste und belegte im Jahr 2020 den zweiten Platz auf der Liste der 100 am nachhaltigsten geführten Unternehmen der Welt des Wall Street Journal.

## Nachhaltigkeit bei Royal Philips

Philips setzt sich für die Reduktion des ökologischen Fußabdrucks über die gesamte Wertschöpfungskette ein und hat sich bis 2025 noch ambitioniertere Ziele gesetzt: Das Unternehmen verpflichtet sich zu 100 Prozent Eco Design, erhöhter Energieeffizienz, verstärkter Nutzung von erneuerbaren Energien und Lösungsansätzen für die Kreislaufwirtschaft und leistet damit einen Beitrag zum Pariser Klimaabkommen, die Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen.

Bis 2025 wird Philips 75 Prozent seines Gesamtenergieverbrauchs, einschließlich Kraftstoff, aus erneuerbaren Quellen beziehen.

# **mach** **Momente** **unvergesslich**



Mit der Küchenmaschine von KitchenAid machst du mehr als nur Essen.

Von selbstgemachten Dips für deinen Filmabend bis hin zum einzigartigen Wochenend-Brunch oder einem unglaublichen Snackerlebnis. Mit KitchenAid bist du für wirklich alles bereit: [www.kitchenaid.de/unvergesslich](http://www.kitchenaid.de/unvergesslich)

## **KitchenAid**