

Top-Themen

Miele stattet »Zero Waste House«
in Melbourne aus | Seite 2

Die »Händler des Jahres 2021«
stehen fest | Seite 8+9

AEG: Interview mit Daniel Köhn
zu Akkusaugern | Seite 21

Sterneküche einfach gemacht

Perfekte Sous Vide Vorbereitung mit Vakuumierern von CASO Design

Seite 18+19



TESTURTEIL

Haus & Garten Test

sehr gut

(1,3)

Caso

VRH 490 advanced

Im Test: Vakuumierer der Oberklasse

Ausgabe 4/2020 • www.haus-garten-test.de



Miele stattet in Melbourne innovatives »Zero Waste House« aus

Paradebeispiel für Precycling: Müll vermeiden, bevor er entsteht

Für viele Menschen ist es Wunsch und Herausforderung zugleich, in den eigenen vier Wänden konsequent nachhaltig zu haushalten und besser zu leben. Wie das funktionieren kann, zeigt das beeindruckende Projekt des Nachhaltigkeitspioniers **Joost Bakker**. Sein »Future Food System Home« im australischen Melbourne verfügt über geschlossene Kreisläufe – und ist damit abfallfrei und wird komplett mit regenerativer Energie versorgt. Bei der Ausstattung des Gebäudes mit energiesparenden Hausgeräten setzt Bakker als erste Wahl auf **Miele**-Geräte.

In dem dreistöckigen Haus mit zwei Schlafzimmern können auf einer Fläche von 87 Quadratmeter Obst, Gemüse, Kräuter, Fische, Muscheln und sogar Schnecken angebaut, gezüchtet und gepflegt werden. Ausgestattet ist das Gebäude unter anderem mit einem eigenen kontrollierten Be- und Entlüftungssystem und den energieeffizientesten Geräten von Miele.

Damit bereiteten die mit mehreren Kochauszeichnungen prämierten und auf die nachhaltige Zubereitung von Speisen spezialisierten Köche **Jo Barrett** und **Matt Stone** über 250 verschiedene kreative Gerichte zu, während sie zwölf Monate in dem Gebäude am Federation Square in Melbourne lebten. Alle Lebensmittel ernten die »No Waste«-Experten Stone und Barrett direkt frisch vor Ort, kreieren inspirierende Gerichte und präsentieren diese regelmäßig einer begeisterten Community über Social Media. Um mehr Menschen die Möglichkeit zu geben, das innovative Konzept aus erster Hand zu erleben, sind Matt und Jo im Oktober ausgezogen und Bakker hat das Haus bis April 2022 für Besichtigungen geöffnet.

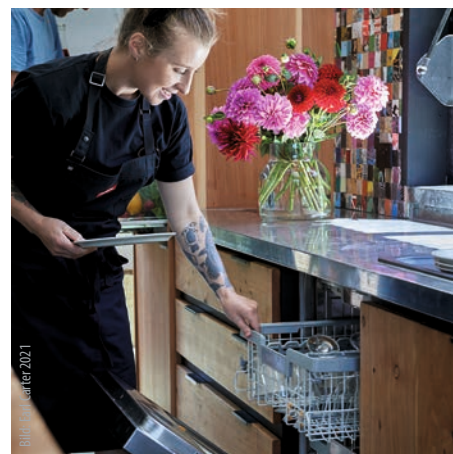


Joost Bakker (Bild oben), ist gebürtiger Niederländer und bekannt für seinen einzigartigen Ansatz für nachhaltiges Bauen, Design und Wohnen. Seit rund 25 Jahren setzt er immer wieder wegweisende Projekte im Sinne des »Zero Waste«-Prinzips um. »Den Kundinnen und Kunden ein perfektes Ergebnis bei sehr niedrigen Ver-

bräuchen und möglichst geringen Auswirkungen auf die Umwelt zu liefern, ist ein Anspruch, den Joost Bakker und uns eint«, betont **Christoph Wendker**, Vice President Corporate Sustainability and Regulatory Affairs der Miele Gruppe. Die Geräte von Miele sind für ihre besondere Qualität und Langlebigkeit bekannt.

»Um Verbraucherinnen und Verbraucher in einem ganzheitlichen Lebensstil zu unterstützen und dabei Ressourcen zu sparen und das Klima zu schonen, berücksichtigen wir alle Phasen des Produktlebenszyklus – von der Herstellung über die Nutzung bis hin zur Instandhaltung und möglichen Wiederverwertung.«

Miele liefert eine Vielzahl an innovativen Hausgeräten für die Zubereitung der hochwertigen Gerichte in dem innovativen Haus. Neben dem Induktionskochfeld KM 7897 setzen Stone und Barret auf eine Kühl-Gefrierkombination mit Perfect Fresh Pro – dabei hält das Zusammen-



Im **Future Food System Home** gehört ein Miele Geschirrspüler zur Ausstattung.

spiel von Kälte (etwa null Grad Celsius) und Feuchtigkeit Lebensmittel bis zu fünfmal länger frisch. Der Backofen H 7860 BP sorgt für einen optimalen Ergebnis beim Braten und Backen.

Daneben setzen die Köche auch auf einen Miele Combi-Dampfgarer, um den intensiven und natürlichen Geschmack der Speisen zu erhalten. Vervollständigt wird die Premium-Küche durch einen Geschirrspüler der Generation 7000 mit Auto Dos und Power Disk.

»Alle im »Future Food System Home« genutzten Geräte sind über Solarstrom betrieben und wurden sorgfältig nach ihrer Umweltfreundlichkeit ausgewählt«, ergänzt **Yves Dalcourt**, Geschäftsführer von Miele Australien, der das Projekt von Anfang an begleitet hat und von der Zusammenarbeit begeistert ist: »Den Kundinnen und Kunden durch Reduzieren, Wiederverwenden, Reparieren und Recyceln einen nachhaltigen Lebensstil zu ermöglichen, ist eines unserer wichtigsten Anliegen. Daher freuen wir uns sehr, dass Joost sich bei dieser Initiative für eine Partnerschaft mit Miele entschieden hat und unsere Geräte für dieses Projekt einsetzt.«



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

Editorial

In der Pandemie wird das eigene Zuhause zum neuen Zentrum

Auch wenn Corona tiefe Spuren in unserer Wirtschaft hinterlässt, so kann unsere Branche dennoch aufatmen, denn kein anderer Sektor profitiert von der aktuellen Situation mehr als die Hausgeräte. Wenn das öffentliche Leben für die Menschen eingeschränkt wird, konzentrieren sie sich auf ihre eigenen vier Wände, auf ihre Familie und deren Versorgung. Und dafür werden Hausgeräte jeglicher Couleur benötigt.

Dies bestätigt auch die aktuelle Analyse der Nürnberger Marktforschung GfK: Über die gesamte Pandemie hinweg stieg die Nachfrage nach Haushaltsgeräten aller Art aufgrund der neuen Häuslichkeit. So verzeichneten Geräte zur Essenzubereitung in der Black Friday Woche 2020 ein Plus von 134 Prozent im Vergleich zu durchschnittlichen Wochen. Für 2021 werden besonders Geräte mit einer hohen Marktdurchdringung stärker nachgefragt, beispielsweise Espressovollautomaten mit plus 33 Prozent oder Küchenmaschinen mit plus vier Prozent von Januar bis September 2021.

In den Bereichen Home Office und Home Schooling wird 2021 ebenfalls wieder eine hohe Nachfrage für technische Güter erwartet. Und auch der Bedarf an Premium-Technik nimmt weiter an Fahrt auf, denn Konsumenten sind gewillt, in ihr eigenes Zuhause zu investieren, wenn das Geld nicht für andere Zwecke wie Kultur und Reisen ausgegeben werden kann.

Mit einem Wachstum von 35 Prozent 2020 im Vergleich zum Vorjahr war der Online-Handel der Gewinner der Pandemie. Dennoch finden traditionelle Verkäufe im stationären Handel wieder in erheblichem Umfang statt, wie GfK feststellt. Ein Omnichannel-Absatz in Kombination mit einem Shopping-Erlebnis statt nur dem reinen Verkauf wird für die diesjährige Shopping-Saison der Schlüssel zum Erfolg für Einzelhändler sein.

»Diejenigen Händler, die die Vorteile der verschiedenen Kanäle auf die attraktivste und flexibelste Weise kombinieren können, werden gewinnen«, stellt **Norbert Herzog**, GfK-Experte für technische Konsumgüter fest. Damit wird klar: Erfolgreiche Zukunftsmodelle werden aus einer Kombination von stationärem Geschäft und Online-Plattform bestehen.

Wie die Händler die Herausforderungen im zweiten Corona-Jahr gemeistert haben, war indes eine zentrale Fragestellung in unserer Ausschreibung »Händler des Jahres 2021«. Ende Oktober haben wir zusammen mit unserer fachkundigen Jury zwei Handelspartner ausgewählt und die Ergebnisse können Sie auf den Seiten 8 und 9 lesen. Ich freue mich sehr über unsere beiden Gewinner, die mit Leib und Seele ihre Geschäfte betreiben, die nichts unversucht lassen, um für ihre Kunden da zu sein und die auch ein großes Herz für ihre Mitmenschen haben.

Das Ihnen vorliegende Heft ist für dieses Jahr die letzte Ausgabe von **CE-Markt electro** und wir möchten die Gelegenheit nutzen und allen Geschäftspartnern und Lesern für die hoffnungsvolle Zusammenarbeit in 2021 zu danken. Auch wenn die Nachfrage nach Hausgeräten zahlreiche Rekorde schlägt, so sind wir – denke ich – alle froh, wenn ein Ende der Pandemie in Sicht ist.

Ich wünsche Ihnen und Ihren Teams im Dezember gute Geschäfte, ein gesegnetes Weihnachtsfest und einen guten Rutsch ins Jahr 2022. Bleiben Sie gesund. Und ich freue mich, wenn Sie unser Magazin auch im kommenden Jahr wieder monatlich lesen. Übrigens wird **CE-Markt** nächstes Jahr 25 Jahre jung. Wenn das kein Grund zum Feiern ist.

In diesem Sinne
Ihre Annette Pfänder-Coleman
Chefredakteurin **CE-Markt electro**

GASTROBACK®

DESIGN BBQ
ADVANCED
SMART
Art.-Nr.: 42542



PRODUKTVIDEO



THEMENSPECIAL WEIHNACHTEN

DESIGN MULTI
JUICER DIGITAL PLUS
Art.-Nr.: 40152



PRODUKTVIDEO



KLASSIKER VOM WEIHNACHTSMARKT ZUM SELBER MACHEN



www.gastroback.de



**Händler
des Jahres
2021**

8+9

Unsere »Händler des Jahres 2021« wurden jetzt ermittelt

Welche Händler konnten die Herausforderungen im zweiten Corona-Jahr souverän meistern? Wir haben die beiden Gewinner ermittelt ...



11

Informationen rund um die Ambiente im nächsten Jahr

Vom 11. bis 18. Februar 2022 findet sie wieder statt: Die Konsumgütermesse Ambiente. Über Details zum Ablauf unterrichtet **Thomas Kastl** ...

Bild: PIETRO SUTERA



22

Die junge Marke Hoogo führt den nächsten Staubsauger ein

Unter dem Markendach **Hoogo** erweitert das Unternehmen **Mytek** das eigene Home Cleaning-Programm mit dem ersten Bodenstaubsauger ...

Bild: Mytek/Hoogo

INHALT Ausgabe 12 | 2021

Miele stattet »Zero Waste House« in Melbourne aus	2
Editorial Das eigene Zuhause wird zum neuen Zentrum	3
Inhaltsverzeichnis dieser Ausgabe • Impressum	4
EK Servicegroup Hybrid-Messe im neuen Jahr	5
News Aktuelles aus der Branche	6
Grundig Keine Kompromisse bei Nachhaltigkeit	7
Händler des Jahres Das sind die Gewinner 2021	8+9
BSH Herbstkampagnen von Bosch und Siemens	10
Ambiente 2022 Interview mit Thomas Kastl	11
Gorenje Sponsoring und German Design Award	12
Amica Herdsets im Farbtrend Schwarz	13
De'Longhi holt Trendmarken nach Deutschland	13
Graef Nachhaltig mit Tradition	14
Kaffeewelt La Pavoni • Saeco Xelsis Suprema	15
Unold Schonend und gelingsicher garen • Severin	16
WMF Vakuumierer und Sous Vide Garer	17

Titelthema

Sous Vide Garen Mit Caso Design in drei Schritten zur Sterneküche

Caso Design liefert alles, was zur Garmethode Sous Vide benötigt wird. | Seite 18+19



Rommelsbacher Vakuumierer • Steba Sous Vide Sticks	20
AEG Interview mit Daniel Köhn	21
Mytek Hoogo führt den nächsten Staubsauger ein	22
Ecovacs Stärker • Smarter • Sauberer	23
Rowenta Saugroboter überzeugt Stiftung Warentest	24
Beurer Waagen für Weltenbummler • Philips Sonicare	25
Unold • Venta • Medisana	26
Oral-B iO-Zahnbürsten für individuelle Bedürfnisse	27

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

REDAKTIONSBÜRO:
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 12.638 • tatsächlich verbreitet 12.480
(IVW-Auflagenmeldung 3. Quartal 2021)

 Besuchen Sie uns auf Xing



EK LIVE vom 19. bis 21. Januar 2022

Ordermesse geht als Hybrid in das neue Jahr

EK Servicegroup richtet den Blick bereits auf die kommende Saison. Einmal mehr werden die Bielefelder alles daransetzen, dass die Hoffnungen ihrer Handelspartner für 2022 wahr werden.

Vom 19. bis 21.01.2022 öffnen sich die EK Veranstaltungshallen zur ersten großen Messe des Jahres, die wieder stationär und digital durchgeführt wird. Dabei greifen die Verantwortlichen auf das bereits bewährte Sicherheitskonzept zurück, das Händlern, Ausstellern, Dienstleistern und den EK Mitarbeitenden größtmögliche Sicherheit bietet.

Auf mehr als 30.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche zeigen die Teams aus den EK Geschäftsfeldern in gewohnter Qualität und Vielfalt alles, was die Kunden im Frühjahr/Sommer 2022 in die Geschäfte holen soll.

Unterstützung kommt von rund 250 führenden Industriepartnern – darunter erneut interessante Erstaussteller –, die ihre aktuellen Sortimente mit nach Ostwestfalen bringen. Ein absoluter Messe-Schwerpunkt liegt auf dem Thema, mit dem sich alle Akteure im Handel intensiv beschäftigen: Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

EK entwickelt hier entsprechende Konzepte, zum Beispiel mit der neuen Sonderfläche **Green Change** im Geschäftsfeld EK Fashion mit nachhaltig produzierten Produkten zu Top-Preisen aus allen Sortimentsbereichen.

Auch in ureigener Sache haben die Bielefelder viel vor. Vor dem Hintergrund des anhaltenden Wachstums in europäischer Dimension, einer neuen strategischen Ausrichtung des Geschäftsmodells und einer entsprechenden Veränderung im Selbstverständnis startet die EK mit einem neuen Markenauftritt ins neue Jahr. Mehr dazu werden die Besucher dann auf der EK LIVE erfahren.

Was sich nicht ändert, ist die konsequente Ausrichtung auf die wirtschaftliche und konzeptionelle Weiterentwicklung der Händler vor Ort. Mit »Local Hero« – dem Messe-Maskottchen unterstreichen die Ostwestfalen diese Zielsetzung auf ebenso anschauliche wie sympathische Art und Weise.

EK LIVE in Bielefeld

Frühjahrsmesse 2022

Termin: 19. bis 21. Januar 2022 – vor Ort + digital

Öffnungszeiten:

Mittwoch, 19. Januar
09:00 - 18:00 Uhr
Donnerstag, 20. Januar
09:00 - 18:00 Uhr
Freitag, 21. Januar
09:00 - 15:00 Uhr



ambiente
the show

11. – 15. 2. 2022
FRANKFURT / MAIN



GLOBALLY UNITED

Vor dem Erfolg steht der Überblick. Die Ambiente bildet das Panorama des Konsumgütermarkts ab. Sie ist die Plattform für Tisch, Küche und Haushalt – mit Sicht auf die aktuellen Designs, Trends und zukünftige Chancen. **ENDLICH. WIEDER. LIVE.**

Neue digitale Features unterstützen das Geschäft. Infos und Tickets:
ambiente.messefrankfurt.com

messe frankfurt

Siemens

Zum 1. April 2022 geht **Roland Hagenbucher** planmäßig in den Ruhestand. Hagenbucher war seit 1985 in verschiedenen Positionen, zunächst bei der Neff GmbH und anschließend der BSH tätig – die

letzten knapp 20 Jahre als Geschäftsführer von Siemens Hausgeräte. »Es war mir eine große Freude und Ehre, über viele Jahre hinweg die Nr. 1 Marke im Hausgerätegeschäft zu führen und sie nun in gute Hände zu übergeben«, sagt Roland Hagenbucher. Sein

Nachfolger ist **Michael Mehnert**, aktueller Geschäftsführer der BSH Hausgeräte Gesellschaft mbH in Österreich. Mehnert ist ein Kenner der BSH Hausgeräte GmbH und der gesamten Hausgerätebranche. Hinter ihm liegen über sieben Jahre Erfahrung als Geschäftsführer der BSH in

Österreich mit einer Verantwortung für den Vertrieb von Groß- und Kleingeräten sowie für die gesamte Kundendienst-Mannschaft. Weiterhin hat Mehnert den Aufbau von insgesamt fünf eigenen Marken-Stores in Österreich vorangetrieben, die ergänzend zum Hauptgeschäft mit dem Handel die Marken und ihre Innovationskraft stärken. Vor seiner Zeit in Österreich bekleidete Mehnert unterschiedliche Positionen in Vertrieb und Marketing innerhalb der BSH. In seiner neuen Funktion verantwortet Mehnert künftig das deutschlandweite Vertriebsgeschäft für die Marke Siemens.

Ritterwerk

Leonard Lorin Schüller wechselt von der Bosch Siemens Hausgeräte GmbH zum Vertriebsteam der **Ritterwerk GmbH** im Bereich Export. Damit ist fortan auch das letzte Gesellschaftermitglied direkt

vor Ort operativ tätig – im Oktober letzten Jahres hatte Familie Schüller das Ritterwerk per Management-Buy-Out übernommen. Zuvor lag das Unternehmen in Besitz von **Werner Braun**, der sich jedoch altersbedingt zum Verkauf entschloss. Der Hausgerätehersteller mit Sitz in Gröbenzell ist seit über 115 Jahren eine feste Größe in Bayern und heute auf dem Gebiet der Elektrokleingeräte etabliert.



Haier

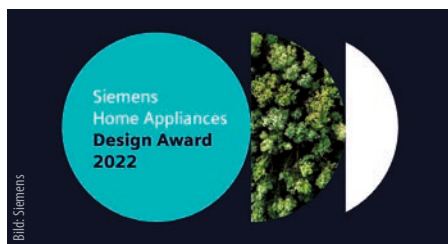
Passend zum Jahresendgeschäft hat **Haier** unter dem Titel »Haier. Kühlen auf höchstem Niveau« eine **Cashback-Aktion** für zahlreiche Kühlgeräte gestartet. Vom 15. November 2021 bis zum 31. Januar 2022 gewährt Haier zwischen 50 und 200 Euro Cashback auf zahlreiche Modelle. Zu den 24 Aktionsmodellen zählen neben hochwertigen Kühlschränken, Gefriergeräten und Kühl-Gefrier-Kombinationen auch Weinklimaschränke. Private Endkunden profitieren beim Kauf eines Aktionsprodukts bei teilnehmenden Händlern in Deutschland und Österreich innerhalb des genannten Zeitraums, indem sie den Kaufbeleg bis zum 14. Februar 2022 im Internet registrieren.



küchenwohntrends
premium messe münchen

Küchenwohntrends

Nach intensiver Prüfung verschiebt Messeveranstalter **Trendfairs GmbH** die Einrichtungsfachmesse **Küchenwohntrends** in München, die für Mai 2022 anberaumt war. Ein neuer Termin wird in den nächsten Monaten bekannt gegeben. Die Entscheidung liegt in der zeitlichen Nähe zu der zwangsweise auf den Herbst 2021 verlegten Schwesterveranstaltung begründet, die erst vom 6. bis 8. Oktober in Salzburg stattfand. Unter Normalbedingungen alternieren beide Fachmessen im jährlichen Wechsel.



Siemens

Ressourcenknappheit ist ein Thema, das die Welt bewegt wie nie zuvor. Lösungen sind gefragt. Deshalb dreht sich der diesjährige **Siemens Home Appliances Design Award** ganz um das Thema Ressourcen und ihre nachhaltige Nutzung. In einem globalen Wettbewerb sind junge Designer*innen aus aller Welt dazu aufgerufen, ihre Ideen auf die große Bühne zu heben. Von Oktober 2021 bis März 2022 haben Studierende und Young Professionals die Aufgabe, ein zukunftsweisendes Designkonzept für die Welt von morgen zu entwickeln.

Hama

Um den Unternehmenserfolg auch zukünftig sicherzustellen und den Wachstumskurs zu beschleunigen, baut **Hama** sein Dienstleistungs-Portfolio für seine Handelspartner weiter aus. Im gleichen Zug rücken auch die Endverbraucher mehr in den Fokus. Vor allem entwickelt Hama seine B2B-Rolle weiter. Das Warengruppen-Management wird durch die Distribution einer immer größer werdenden Anzahl von Partnermarken gestärkt. Die Service-Angebote für den Handel werden in den Bereichen PoS-Service, PoS-Verkaufsförderung, Newsletter-Marketing, B2B-Shops sowie angepassten Logistik-Lösungen kontinuierlich ausgebaut. **Neue Wege** geht



Hama auch mit dem leicht veränderten Markenlogo. Es wird Zug um Zug eingeführt und soll sich bis zum 100-jährigen Firmenjubiläum 2023 weitestgehend etabliert haben. Die Veränderung des seit 1968 eingesetzten Schriftzuges ist subtil, die Wiedererkennung bleibt unberührt. Die Logofarbe, das Hama-Rot, wird heller und wärmer, die Zwischen- und Innenräume der Buchstaben optimiert und die Verbindungslinien entfernt. Insgesamt ist das einprägsame Logo schnell und klar erfassbar und auch auf kleinsten Bühnen wie Handy-Displays oder in Bewegtbildern gut darstellbar.

LG Electronics



LG Electronics gibt bekannt, dass die Unternehmensstrategie zur Senkung

der Treibhausgasemissionen im gesamten Herstellungsprozess – von der Produktion bis zur Nutzung – bis 2030 von dem Klimawissenschaftler **SBTi** unabhängig geprüft und validiert wurde. Damit ist LG der erste koreanische Hersteller von Haushaltsgeräten, der eine solche Anerkennung erhält. Die Validierung bestätigt das Ziel von LG, die Gesamtmenge der direkten Treibhausgasemissionen im Einklang mit der **Business Ambition for 1,5°C** zu reduzieren, zu der sich LG verpflichtet hat. Im Rahmen seiner kürzlich vorgestellten Initiative Zero Negative Environmental Impact plant LG mehr Produktionsstandorte zu errichten, die einen positiven Einfluss auf die Umwelt haben. Um sicherzustellen, dass das Unternehmen seine ehrgeizigen Ziel in Bezug auf Kohlenstoffneutralität und Kreislaufwirtschaft erreicht, kündigte LG an, die Verwendung von Kunststoffen auf petrochemischer Basis zu reduzieren und bis 2030 bis zu 600.000 Tonnen recycelten Kunststoff in seinen Produktionsprozess einzuführen. Zudem soll die Verwertung von Elektroschrott bis zum selben Jahr auf acht Millionen Tonnen nahezu verdoppelt werden.



Passende Einbaulösungen

GR 5500 punktet durch benutzerfreundliche Funktionen wie einfache Reinigung und Pflege. Zudem ist die Serie mit ergonomischen, flexiblen Lösungen ausgestattet.

GR 7700 liefert zudem Konnektivität über Home Whiz, automatisierte Lösungen dank neuer Sensor-Technologien, Displays mit hochwertigen Chrom- und Edelstahl-Elementen sowie eine intuitivere Benutzerführung.

GR 9900 überzeugt im Premiumsegment zusätzlich mit der Bedienung über breitere TFT-Bildschirme.

Neue Einbaugeräte-Generation

Grundig setzt den Nachhaltigkeitsgedanken direkt und konsequent in den Produkten um

Im Rahmen der Küchenmeile 2021 auf Gut Böckel präsentierte **Grundig** eine neue Einbau-Serie, die durch hochwertiges Design, Nachhaltigkeit und modernste, leistungsstarke Technologien besticht und den Konsumenten mit seinen unterschiedlichen Bedürfnissen in den Mittelpunkt stellt. Das Portfolio reicht vom smarten Induktionskochfeld bis zum energiesparenden Geschirrspüler.

Nachhaltigkeit beginnt in der Küche – und das nicht erst bei der Auswahl der Lebensmittel, sondern bereits bei der technischen Ausstattung. Die neue Einbau-Serie von Grundig umfasst mit den Linien GR 5500, GR 7700 und GR 9900 passende Einbaulösungen für verschiedene Zielgruppen, die keine Kompromisse bei Qualität, Ästhetik und Nachhaltigkeit eingehen.

Während sich die Produkte der Linie GR 5500 vor allem durch benutzerfreundliche Funktionen wie eine einfache Reinigung und Pflege auszeichnen und mit ergonomischen, flexiblen Lösungen ausgestattet sind, liefern die GR 7700-Geräte zudem Konnektivität über Home Whiz, automatisierte Lösungen dank neuer Sensor-Technologien, Displays mit hochwertigen Chrom- und Edelstahl-Elementen sowie eine intuitivere Benutzerführung. Im Premiumbereich überzeugt die GR 9900-Serie mit Technologien für besonders präzise Ergebnisse. Darüber hinaus besticht sie mit einem modernen, zeitlosen Design und ermöglicht eine mühelose Bedienung dank breiterer TFT-Bildschirme.

Alle neuen Produkte verbindet ein klassisches Design, das mit aufregenden modernen Elementen kombiniert wird und somit Ansprüche an den gehobenen Geschmack erfüllt. Auch in den Details zeigt sich der hohe Standard: Terrakotta-Akzente in den Displays verleihen den Produkten eine sehr warme Note.

Die neuen Einbau-Geräte eint eine hohe Energie- und Wassereffizienz, der Einsatz von Bauteilen aus recycelten Kunststoffen oder Bio-Kunststoffen sowie ressourcenschonenden Technologien. Dieser Nachhaltigkeitsgedanke wird konsequent direkt in die Produkte eingebaut und damit unmittelbar für Kunden erlebbar. Entsprechend kann die gesamte Küche mit Grundig Geräten nachhaltig ausgestattet werden. Das reicht von Backöfen, deren Bauteile aus recycelten Fischernetzen hergestellt werden, über Geschirrspülerteile, die aus wiederverwerteten Kunststoffen bestehen, bis hin zu Külschränkelementen aus Bio-Plastik und Trommelgehäusen von Waschmaschinen und Trocknern aus recycelten PET-Flaschen.

Leise Geräte für offene Wohnräume

Außerdem zeichnen sich die Küchengroßgeräte von Grundig durch einen sehr niedrigen Geräuschpegel sowie erstklassige Bewertungen im neuen Kennzeichnungssystem für Energieeffizienzklassen aus. Durch Optimierungen bei der Isolierung, den Kompressoren und Motoren ist es Grundig gelungen, besonders leise Geschirrspüler in der Geräuschpegelklasse B anzubieten – entspricht 42 bis 44 Dezibel – und bei einem Großteil der Külschränke den Geräuschpegel auf maximal 29 bis 35 Dezibel zu reduzieren – dies entspricht den Geräuschpegelklassen A und B.

Die neuen Einbau-Produkte sind also auch für offene Küchen ideal geeignet. Darüber hinaus kann Grundig bereits heute viele Geräte in den besten Energieeffizienzklassen anbieten, darunter Külschränke in der Energieklasse B und Geschirrspüler in den Energieklassen A und B.

Neben Design und Nachhaltigkeit verbinden die Produkte auch innovative Technologien, die das Kochen und Spülen flexibel und smart machen. Wie das konkret aussehen kann, zeigt Grundig beispielsweise mit dem Flexi Cook Induktionskochfeld. Dank erweiterter Flexizone sind die neuen Induktionskochfelder jeder Herausforderung in der Küche gewachsen, denn sie lassen sich flexibel zu unterschiedlich großen Kochzonen zusammenschalten, die Kochzonengröße passt sich dabei automatisch dem Kochgeschirr an.

Auch bei den neuen Backöfen kommen modernste Technologien für noch mehr Spaß beim Kochen zum Einsatz: Im Ofen verteilt das Feature Smart Aero Pro mit Hilfe eines innovativen BLDC Motors den Luftstrom homogen und garantiert damit eine noch genauere Temperaturregelung. Das Resultat sind saftigere Garergebnisse sowie eine schnellere und bessere Bräunung der Gerichte.

Nach dem Kochen und Backen geht das Geschirrspülen mit den Spülmaschinen-Technologien Fast Track, Super Dry & Pro Dose schnell und hygienisch von der Hand.

Unsere Händler des Jahres 2021 wurden gewählt und stehen fest

Welche Händler konnten die Herausforderungen im zweiten Corona-Jahr souverän meistern? Nach der Auswertung der eingereichten Bewerbungsunterlagen haben uns und unsere Jury diese beiden Handelspartner überzeugt: In der Kategorie Fachhändler **Electroplus Küchenplus Malz** mit sechs Filialen in und um Bielefeld. Und in der Kategorie Fachmarkt **Expert Hartmann** mit zwei Märkten in der mittelfränkischen Region.

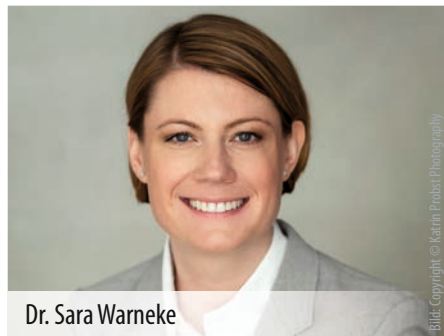


Händler des Jahres 2021



Carine Chardon

Bild: Markus Schaefer



Dr. Sara Warneke

Bild: Proba Photography



Dr. Kai Hudetz

Bild: Kai Köhn

Der Fachhändler **Electroplus Küchenplus Malz** ist im Raum Bielefeld mit sechs Filialen auf 1.400 Quadratmeter Verkaufsfläche präsent. Die Ladengeschäfte mit insgesamt 55 Mitarbeitern bieten Showküche, Thementage und eine attraktive Warenpräsentation mit Schwerpunkt auf Weiße Ware. Seine Services sind breit aufgestellt, inklusive Zusatzdiensten wie Online-Beratung mit Küchenplanung, Küchenberatung zu Hause und einem Wochenend-Notdienst.

Auf der Website ragt ein interaktiver 360-Grad-Shop-Rundgang heraus. Neben der Beratung zählt er zu seinen Besonderheiten: Nachhaltigkeit mit Reparatur, Energieberatung, Entsorgung sowie soziales Engagement – aktuell Hilfe für Flutopfer –, Lieferservice für Hilfsbedürftige im Lockdown und vieles mehr.

In der Kategorie Fachmarkt konnte Expert Hartmann punkten

Der Fachmarkt **Expert Hartmann** unterhält zwei Filialen in Bad Windsheim und Neustadt an der Aisch mit rund 130 Mitarbeitern. Die Verkaufsfläche von insgesamt 8.300 Quadratmeter umfasst Elektrofachmarkt, Küchen- und Wohngalerie sowie den Grillstore **Grilldorado**. Dazu kommen mehrere Webseiten. Angebunden ist das Systemhaus **Xenonet** für IT-Kunden.

Auf der Fläche gibt es Shop-in-Shop-Präsentationen verschiedener Hersteller – darunter die **größte Loewe Galerie Deutschlands** – sowie eine Koch- und

Grillschule. Zum Service gehören HiFi-Vorführungen im hauseigenen Multiroom/Kino, Beratung beim Kunden direkt zu Hause, Workshops, Reparatur, im Lockdown auch Express-Lieferservice, Videochat-Beratung sowie Corona-Teststation.

Unsere Jury zur Wahl »Händler des Jahres 2021«

Die Bewertung und Entscheidung zum »Händler des Jahres 2021« fiel auf unserer Jurysitzung vom 28. Oktober. Neben der Chefredaktion von **CE-Markt** und **CE-Markt electro** setzt sich die Jury wie folgt zusammen:

- **Carine Chardon** – seit 20 Jahren in der Medienbranche tätig und seit September 2020 Geschäftsführerin der ZVEI-Fachverbände Consumer Electronics und Satellit & Kabel. Beim Verband für Elektro- und Digitalwirtschaft ZVEI e.V. war sie bereits seit 2008 als Leiterin Medienpolitik/Medienrecht tätig. Zudem ist sie seit 2008 Geschäftsführerin der Deutschen TV-Plattform e.V.

- **Dr. Sara Warneke** – seit September 2020 Geschäftsführerin der gfu Consumer & Home Electronics GmbH. Die gfu ist Markeninhaberin und Veranstalterin der IFA, veröffentlicht in Kooperation mit der GfK den Hemix – Home Electronics Market Index – und informiert regelmäßig zu den Trends unserer Branche.

- **Dr. Kai Hudetz** – Geschäftsführer des IFH Köln – Institut für Handelsforschung – und ausgewiesener Handelsexperte mit 25 Jahren Branchenerfahrung. Das renom-

mierte Marktforschungs- und Beratungsunternehmen unterstützt Händler bei der Etablierung zeitgemäßer Geschäftsmodelle.

»Sich auch in der Krisenzeit in die Kundenbedürfnisse hinein zu versetzen, finde ich stark.«

Carine Chardon

»Mein Favorit bei den Fachhändlern ist Electroplus Küchenplus Malz«, urteilt **Carine Chardon**. »Vom Ideenreichtum über die Flexibilität – mit seinem großen Engagement und der ausgeprägten Serviceorientierung hat er für mich in allen Facetten maximal gepunktet.« In ihrer Begründung führt sie aus: »Sich gerade in der Krisenzeit so umfassend auf die Kundenbedürfnisse auszurichten, finde ich stark, sei es durch Unterstützung beim Geräte-Einbau oder durch praktische Beratungstipps in selbst erstellten Videos.«

Die ZVEI-Geschäftsführerin ergänzt: »Hinzu kommt das beeindruckende soziale Engagement. In der Phase, in der wenig verkauft werden konnte, hat das Team Einkaufshilfe für Menschen geleistet, die sich in Quarantäne befanden bzw. nicht hinausgehen konnten. Zudem hat er wertvolle Unterstützung in der Flutkatastrophe ebenso wie kontinuierliche Jugendarbeit geleistet. Dieses gemeinnützige Engagement ist bemerkenswert. Als hätten diese Argumente nicht schon gereicht, hat

Electroplus Malz auch noch eine sehr sorgfältig aufbereitete Bewerbung inklusive eines eigens produzierten Bewerbungsvideos eingereicht, und sich damit deutlich von den anderen Bewerbern abgehoben, und die Ersthaftigkeit seiner Bewerbung unterstrichen.« Bei den Fachmärkten hat ihrer Ansicht nach Expert Hartmann die Nase vorn.

»Manche Händler lassen sich über das reine Verkaufen hinaus etwas einfallen.«

Dr. Kai Hudetz

»Bei den Bewerbungen hat man gesehen, der Handel ist teilweise durchaus gut aufgestellt«, erklärt **Dr. Kai Hudetz**. »Das gilt auf beiden Ebenen: Online und vor Ort regional. Gerade in der Pandemie haben wir gesehen: Digitalisierung muss auf jeden Fall gemacht werden, aber die lokale Verankerung vor Ort ist ebenso wichtig. Und das wurde im Fragebogen zur Bewerbung schön abgefragt. Man sieht ja durchaus: Manche Händler lassen sich über das reine Verkaufen hinaus etwas einfallen. Da sind interessante Elemente mit dabei. Praktisch alle arbeiten mit Videos, Verkaufsaktionen, Social Media Plattformen.«

Dr. Hudetz weiter: »Aus dem gesamten Bewerberfeld stechen zwei Händler heraus: Electroplus Malz bei den Fachhändlern und Expert Hartmann bei den Fachmärkten. Bei letztem ist die Frequenz seiner Veranstaltungen und Verkaufsaktionen beeindruckend – mit Foodtrucks, Showgrillen und Seminaren. Diese hohe Schlagzahl mit den gan-

zen Videos am PoS ist ziemlich gut. Damit kürt man aus meiner Sicht zwei würdige Preisträger.«

»Herr Malz hat ein Video eingeschickt und eine tolle Bewerbung abgegeben«, begründet **Dr. Sara Warneke** ihre Entscheidung. »Auch hat mich der Punkt Nachhaltigkeit besonders angesprochen. Antworten auf dieses wichtige Thema werden von der gesamten Gesellschaft erwartet und Vorreiter wie Herr Malz sind dabei wichtige Vorbilder. Auch sein soziales Engagement fand ich bemerkenswert.«

»Expert Hartmann hat ein sehr großes Portfolio und viele interessante Aktivitäten. Offenbar ist er auch in der Community gut verankert und hat sich einen guten Namen gemacht.«

Dr. Sara Warneke

»Die Bewerbung von Expert Hartmann fand ich auch sehr spannend«, ergänzt die gfu-Geschäftsführerin. »Der Händler hat ein sehr großes Portfolio und viele interessante Aktivitäten. Offenbar ist er auch in der Community gut verankert und hat sich einen guten Namen gemacht – trotz oder gerade wegen seiner Größe.«

Ausführliche Porträts der prämierten Händler und der Bericht zur Preisübergabe folgen in den Jahresstartausgaben 2022 unserer Fachhandelsmedien **CE-Markt** sowie **CE-Markt electro**.

UNOLD®

SOUS VIDE STICK Time

Artikelnummer-Nr. 58915



Der **SOUS VIDE STICK Time** von UNOLD® ist für das Sous-Vide-Garen der ideale Partner.

Er erwärmt bis zu 20 Liter Wasser in einem Topf oder einem anderen hitzebeständigen Gefäß – die Mindesthöhe sollte 18 Zentimeter betragen. Während des Garprozesses wird der Wärmegrad konstant gehalten, dafür sorgt die leistungsfähige Umwälzpumpe im **SOUS VIDE STICK Time**.

Ausgestattet mit einer Timerfunktion (bis zu 60 Stunden), bietet der selbstverständlich BPA-freie **SOUS VIDE STICK Time** natürlich auch eine Abschaltautomatik bei zu niedrigem Wasserstand. Angenehm ist das abgeschrägte LCD-Display, so lassen sich Zeit und Temperatur bequem ablesen.

Mit freundlicher Unterstützung von



UNOLD AG

www.unold.de



Primetime für Dunstabzüge auf Kochfeldebene von Siemens

Zur Adventszeit herrscht im Fernseher und auch im Internet Hochkonjunktur. Siemens Hausgeräte nutzt dies für eine großangelegte 360 Grad Werbekampagne, die von Ende November bis zum 31. Dezember 2021 parallel in Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz läuft. Im Mittelpunkt stehen die innovativen Kochfeld-Dunstabzüge »glassdraftAir« und »inductionAir Plus«. Beide bieten perfekte Lösungen für alle großzügigen Raumkonzepte, bei denen der Blick über der Kochinsel frei bleiben soll.

»TV, Online-Videos und -Banner, Social Media und Print: Wir sprechen die Konsumenten genau dort an, wo sie sind«, unterstreicht **Jens Grubert**, Marketingleiter Siemens Hausgeräte Central Europe. Mit der Kampagne ist die Marke die ganze Advents- und Weihnachtszeit über auf allen wichtigen On- und Offlinekanälen mit verschiedenen Formaten präsent. Ideal, um diejenigen zu erreichen, die sich im neuen Jahr eine neue Küche oder ein Küchen-Upgrade leisten möchten.



Jens Grubert

Der TV-Spot läuft länderübergreifend zu den besten Sendezeiten auf reichweitenstarken Privatsendern und ausgewählten Pay-TV-Kanälen und erreicht dort breite Konsumenten-Gruppen. Zeitgleich richtet sich die Kampagne mit Online-Videos und -Bannern direkt an Menschen, die sich für das Thema »Küche und Wohnen« interessieren. Auf Google geschaltete Werbung weist Nutzer der Online-Suche gezielt und emotional auf die Kochfeld-Dunstabzüge von Siemens hin. Und nicht zuletzt sind die stylischen Lüftungslösungen auch mit Print-Anzeigen in den passenden Publikumsmedien gut platziert.

Nur logisch, dass Siemens Hausgeräte die Kampagne konsequent zum Point of Sale hin verlängert: Für den Handel stehen Sales-Folder im aufmerksamkeitsstarken Sonderformat ebenso zur Verfügung wie Aufkleber mit der Botschaft »Bekannt aus der TV-Werbung«, Kochfeldaufleger sowie Postkarten zur Mitnahme für Konsumenten. Angeboten wird zudem ein interaktiver Live-Stream auf der Siemens Website, über den die Konsumenten von zuhause aus das Produkt erleben und Fragen stellen können.

Herbstkampagnen

Umfassende Werbung für Elektrokleingeräte von Bosch und Siemens

In den letzten Wochen des ausklingenden Jahres machen **Bosch** und **Siemens** noch einmal laut und deutlich auf sich aufmerksam. Fünf breit angelegte Aktionen rücken die kleinen Helfer für Küche und Haushalt bis zum Jahresende in den Fokus der Öffentlichkeit.

Der neue Kaffeevollautomat EQ.700 der Marke Siemens wird der breiten Öffentlichkeit seit August aufmerksamkeitsstark mit der bisher größten TV-Kampagne von Siemens für Kaffeevollautomaten präsentiert. Im TV läuft die Aktion bis Jahresende über drei Flights und hat eine Gesamtreichweite von über 80 Prozent. Zusätzlich sorgen seit September Videos und Anzeigen auf allen Social Media Kanälen mit über 400 Millionen Werbeimpulsen für Aufmerksamkeit.

»MUM« zum Selbermachen

Seit Mitte September macht die digitale Herbstkampagne für die Bosch Küchenmaschinen Mum 5 und Opti Mum wieder Lust aufs Selbermachen. Die Menschen werden gezielt dort angesprochen, wo sie viel Zeit verbringen: online auf allen relevanten Plattformen. Anzeigen auf Social Media, Display Ads und SEA-Kontakte sorgen für über 303 Millionen Mediainpulse. Ganzjährig unterstützen zudem Influencer-Kooperationen die Kommunikation, deren Frequenz im Herbst erhöht wird.

Bequem Kochen mit dem Cookit

Die #LikeABosch Kampagne zeigt seit Mitte September auf unterhaltsame Weise, wie die verschiedenen Funktionen des Cookit beim Kochen unterstützen. Es ist nicht nur die erste Cookit-Kampagne, die auch im TV läuft, sondern auch die größte Cookit-Kampagne aller Zeiten mit über 1,04 Milliarden Werbeimpulsen. Im Herzen der Kampagne stehen ein 20-sekündiger und zwei zehneckündige TV-Spots, die von einer Vielzahl digitaler Anzeigen sowohl auf Social Media, als auch im Bereich der Display-Banner und Native-Platzierungen unterstützt werden.

Der zieht alle Blicke auf sich

Der neue kabellose Staubsauger Unlimited Gen2 Serie 8 ist seit Mitte September Star der großen Online-Staubsaugerkampagne von Bosch. Display und Banner Ads sowie Platzierungen auf Google und Preisvergleichsportalen sorgen für mehr als 108 Millionen Werbekontakte. Die Kampagne wird gezielt an Menschen ausgeliefert, die sich bereits im fortgeschrittenen Informations- und Kaufprozess befinden

Highlights zu Weihnachten

Die Marken Bosch und Siemens stellen aktuelle Neuheiten in den Fokus

- Kaffeevollautomat EQ.700
- Indoor Gardening System Smart Grow Life
- kabelloser Staubsauger Unlimited Gen2 Serie 8

Ebenfalls im Rampenlicht stehen

- Küchenmaschine Mum 5
- Küchenmaschine Opti Mum
- Cookit – die Küchenmaschine mit Kochfunktion

und dadurch eine große Kaufbereitschaft aufweisen.



Kräutergarten mit Stil

Das neue Indoor Gardening System »Smart Grow Life« von Bosch, verlagert den Kräutergarten in die eigenen vier Wände. Sein zeitloses, innovatives Design macht ihn zu einem echten Interieur-Blickfang, der das ganze Jahr über für frische Kräuter sorgt. Sein vollautomatisches Beleuchtungs- und Bewässerungssystem erledigt vom Keimen bis zur Erntereife alles von allein.

Der Produktlaunch wird seit September mit einer umfassenden Kampagne begleitet. Der Smart Grow Life wird online, auf Social Media und im TV der Öffentlichkeit präsentiert, zusätzlich macht eine Influencer-Kampagne auf die Vorteile des Indoor Gardening Systems aufmerksam. Insgesamt sorgt die Kampagne mit zehn Millionen Werbekontakten für breite Aufmerksamkeit.

Ambiente findet als Präsenzmesse statt mit digitaler Ergänzung

Vom 11. bis 15. Februar 2022 trifft sich die Branche wieder auf der internationalen Konsumgütermesse **Ambiente** auf dem Frankfurter Messegelände. Aktuelle Fragen dazu beantwortet **Thomas Kastl**, Leiter Ambiente Dining.

Herr Kastl, nach der langen Lockdown-Phase ist die Ambiente 2022 wieder am Start. Was planen Sie für das kommende Jahr?

Wir können es kaum erwarten, auf der Ambiente endlich wieder die nationale und internationale Konsumgüterbranche zusammenzubringen. Im Mittelpunkt steht dann vor allem eins: die persönliche Begegnung. Denn diese hat der Branche in den vergangenen Monaten sehr gefehlt. Unser umfassendes Hygiene- und Schutzkonzept gewährleistet dabei eine sichere Messeteilnahme hier in Frankfurt.

Die Dining-Hallen werden in ihrer Grundstruktur alle wie gewohnt belegt sein und wir freuen uns über die Teilnahme vieler namhafter Aussteller, darunter Alessi, ASA Selection, Brabantia, Koziol, Robbe & Berking, Stelton und viele weitere. Um Industrie und Handel noch effizienter und zielgerichteter zusammenzubringen, wird die physische Veranstaltung im Rahmen der **Ambiente digital addition** um Online-Services wie Matchmaking und Live-Streams aus dem Vortragsprogramm ergänzt. Damit bietet sie Ausstellern und Besuchern neue Möglichkeiten.

Das Rahmenprogramm der Ambiente bietet Besuchern wie gewohnt zahlreiche Highlights. So ermöglicht etwa das Vortragsprogramm **Ambiente Academy** Einblicke in aktuelle Marktentwicklungen und lädt zum Austausch ein. Für die Sonderpräsentation Solutions wählt der Kurator **Sebastian Berge** praktische Küchen- und Haushaltshelfer aus, die uns das Leben einfacher machen. Zu sehen sind sowohl Produkte namhafter Unternehmen als auch kreativer Newcomer. Ebenso lohnt sich ein Besuch bei den Talents: Junge Designer auf dem Weg in den Markt zeigen auf den Talents-Arealen in den Hallen 4.0 und 8.0 ihre Produkte.

Ist die Messe ausgebucht oder gibt es noch Spielraum?

Die Ambiente ist über alle Produktbereiche hinweg gut gebucht. Diese Tatsache beweist, wie groß der Wunsch auf allen Seiten ist, sich endlich wieder persönlich auf Messen zu treffen, Kontakte zu knüpfen und Produkte live zu erleben. Klar gibt es Hallenareale, die stärker von der Pandemie getroffen sind als andere. In den Hallen 3 und 12, wo die Produktbereiche Küche und Haushalt und damit auch die



Thomas Kastl

Bild Copyright: Marc Jacquemin | www.marc-jacquemin.com

Elektrokleingeräte zu finden sind, ist die Nachfrage aber sehr hoch und es gibt dort kaum Spielraum. Um Sicherheitsabstände und Hygieneregeln einzuhalten, werden die Gänge in den Hallen teilweise breiter sein als früher, um sich dort freier bewegen zu können. Dadurch werden sich zur Ambiente 2022 aber keine gänzlich neuen Hallenkonzepte und keine großen grundsätzlichen Veränderungen ergeben.

Besucher müssen sich vorab online registrieren

Wie sieht das Schutz- und Hygienekonzept der Messe Frankfurt aus?

Das Schutz- und Hygienekonzept der Messe Frankfurt berücksichtigt alle Vorgaben der zuständigen Behörden und des Gesundheitsamts. Konkret geht es dabei aktuell um Maßnahmen wie Negativnachweispflicht, Online-Ticketing mit Vollregistrierung und konsequenter Kontaktnachverfolgung, 100 Prozent Frischluftzufuhr, großzügige Gestaltung von Hallen und Eingängen zur Einhaltung von Sicherheitsabständen, intensive Reinigungsmaßnahmen und ein hygieneangepasstes Gastronomiekonzept. Treten neue gesetzliche Regelungen in Kraft, wird unser Schutz- und Hygienekonzept entsprechend angepasst. Alle Maßnahmen sind anschaulich und tagesaktuell auf der Website der Messe Frankfurt zusammengefasst. Sie sehen, wir haben schon jetzt sämtliche Vorkehrungen für eine sichere Teilnahme an der Ambiente 2022 getroffen.

Was müssen Besucher im Vorfeld konkret beachten?

Zur kommenden Ambiente wird es für Besucher wichtiger denn je sein, sich umfas-

send auf den Messebesuch vorzubereiten. Vor allem im Hinblick auf zur Messe geltende Zutrittsregelungen sowie Hygiene- und Schutzmaßnahmen. Ebenfalls wichtig zu wissen ist, dass der Ticketkauf zum ersten Mal nur online und im Vorfeld der Veranstaltung möglich ist. Der Ticketshop ist bereits geöffnet. Es wird ausschließlich Tagestickets geben und sämtliche Kontaktdaten müssen online hinterlegt werden, um eine lückenlose und konsequente Kontaktnachverfolgung zu ermöglichen. Ich empfehle daher allen Besuchern, sich vor der Ambiente 2022 kurzfristig auf unserer Website über den aktuellen Stand zu informieren.

Bieten Sie auch digitale Ergänzungen an?

Ja, die Ambiente wird ab 2022 um zusätzliche digitale Angebote und Networking-Formate in Form der digital addition ergänzt. Besucher können sowohl live dabei sein als auch online netzwerken und die Messe-Highlights in Content-Streamings verfolgen. Internationalen Besuchern, die aufgrund der Reiserestriktionen nicht nach Frankfurt kommen können, ermöglicht die Ambiente digital addition so eine effiziente Vernetzung zu den Ausstellern vor Ort in Frankfurt. Darüber hinaus versorgen unsere Online-Plattformen Nexttrade und Conzoom Solutions bereits seit 2019 die Konsumgüterbranche 365 Tage im Jahr mit branchenrelevanten Inhalten und bieten ein digitales Order- und Datenmanagement. Die direkte Orderfunktion über Nexttrade wird in Zukunft noch attraktiver und interaktiver, denn der Ausbau der Showrooms in 3D sorgt für noch mehr Erlebnisshopping. Durch die digitale Begehrbarkeit gelangen Einkäufer ganz intuitiv und mit wenigen Klicks ans Ziel.

In welchen Hallen finden Besucher Elektrokleingeräte und welche Trends zeichnen sich derzeit ab?

Wie in der Vergangenheit finden Besucher Elektrokleingeräte vor allem im Produktbereich Kitchen in den Hallen 3.0 und 3.1. Marken wie Clatronic, Gastroback, Graef, Kuyvings, Unold und Van Berkel werden dort ihre Produktneuheiten vorstellen. Auf der Suche nach Zusatzsortimenten mit dem gewissen Etwas lohnt sich zudem ein Besuch in den Hallen 1.1 und 1.2 – Kitchen Trends – sowie 12.0 und 12.1 – Houseware & Storage.

Während der Corona-Pandemie haben wir so viel Zeit zu Hause verbracht wie nie zuvor. Das hat bei vielen die Lust am Kochen, Backen und Ausprobieren geweckt, was sich sehr positiv auf die Nachfrage nach Elektrokleingeräten ausgewirkt hat. Das ist für mich einer der großen Dining-Trends seit Beginn der Pandemie. Und gerade jetzt im Winter machen wir es uns im kleinen Kreis mit Familie und Freunden drinnen bequem. In gemütlicher Atmosphäre werden dann am Tisch zum Beispiel Raclette, Fondue, Waffeln oder Cold Stone Eis gemeinsam zubereitet und neue Elektrokleingeräte getestet.



Gorenje erhält German Design Award Special 2022

In diesem Jahr feiert der German Design Award sein zehnjähriges Jubiläum und nahm dies zum Anlass, einen Blick auf die Rolle des Designs sowie auf die Highlights einer Dekade zu werfen.

In einem einzigartigen Nominierungsverfahren werden Unternehmen zur Teilnahme eingeladen, deren Produkte und Kommunikationsdesignleistungen nachweislich durch ihre gestalterische Qualität überzeugen. Der Opti Bake Glas-Einbaubackofen von Gorenje wurde in der Kategorie »Special Mention« prämiert.



Die neuen Opti Bake Einbau-Herde und -Backöfen wurden von Gorenje auf einer neuen Plattform entwickelt und gliedern sich mit dem modernen 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. Die Programmpalette bietet mit Advanced- und Essential-Modellen ein umfassendes Angebot mit mehr als 40 Produkten, wobei die Advanced-Geräte über zahlreiche technische Raffinessen verfügen.

Sie verfügen zum Beispiel über die eingebauten LED-Screens »ICONLED+« mit allen wichtigen Steuerungen und Informationen zu Programm- und Temperaturdetails der hochmodernen Features. Highlight dieser Serie ist außerdem die Funktion Steam Assist, die Garen und Backen mit Dampf auf ein neues Level hebt. Für perfekt gedämpfte Speisen oder eine hervorragende Kruste wird der Behälter neben dem Display mit Wasser befüllt. Ist das Programm aktiviert, informiert der Ofen darüber, wann der richtige Zeitpunkt gekommen ist, um den Dampf hinzuzufügen.



Handball-Europameisterschaft der Männer

Gorenje komplettiert Sponsoring-Hattrick im Handball

Die Handball-Europameisterschaft der Männer – EHF EURO 2022 wird vom 13. bis zum 30. Januar 2022 in Ungarn und der Slowakei ausgetragen. Die 15. Austragung der alle zwei Jahre stattfindenden Veranstaltung wird erneut vom slowenischen Hausgerätehersteller **Gorenje** unterstützt.

Bereits in den Jahren 2018 und 2020 wurde das Flaggschiff-Event der Europäischen Handballföderation durch Gorenje gesponsert. Die Verlängerung des Vertrages mit der Infront Sports & Media – dem Medien- und Marketingpartner der EHF – bestätigt Gorenjes Engagement bei der Unterstützung des Spitzensport. Dabei ist Gorenje im Handballsport kein Unbekannter, denn seit 2017 sponsert die zum Hisense Konzern gehörende Gruppe ebenfalls die EHF Champions League.

Die Partnerschaft mit der Men's EHF EURO 2022 bietet die Möglichkeit, die Handballmeisterschaft erneut kreativ in Szene zu setzen: Mit der bereits bekannten #simplyfans-Kampagne werden auch dieses Mal attraktive Preise ausgelobt, die von EHF Fan-Accessoires bis hin zu Tribünettickets des eigenen Lieblingsteams reichen. Über @gorenjesimplyfans werden die Social Media Kanäle bedient.

»Gorenje hat eine starke, loyale und erfolgreiche Tradition, wenn es um die Unterstützung des Handballsports geht, vor allem auf nationaler und Vereinsebene«, informiert **Martin Hausleitner**, EHF-Generalsekretär und ergänzt: »Wir sind begeistert, sie als offiziellen Partner für die dritte EHF EURO der Männer in Folge an Bord zu haben. Einen Partner zu haben, der sich so sehr für den Handball einsetzt wie Gorenje, bewirkt Wunder für die Förderung unseres Sports und wir freuen uns auf ein weiteres fantastisches Event mit ihnen an unserer Seite.«

»Wir freuen uns, einer der wichtigsten Partner der EHF EURO der Männer zu sein und zum dritten Mal in Folge eine Erfolgsgeschichte des europäischen Handballs auf höchstem Niveau zu schreiben«, betont **Alenka Potočnik Anžič**, Marketing-Direktorin der Hisense Europe Group.

»Bei Gorenje geht es darum, das Leben mit unseren Haushaltsgeräten zu vereinfachen.«

Alenka Potočnik Anžič
Marketing-Direktorin der
Hisense Europe Group

»Handball auf höchstem Niveau zu spielen, erfordert ein starkes Team, eine klare, fokussierte Strategie und den Wunsch nach Erfolg. Eigenschaften, mit denen wir uns in der Hisense Europe Group identifizieren. Bei Gorenje geht es darum, das Leben mit unseren Haushaltsgeräten zu vereinfachen. Ich bin davon überzeugt, dass unsere Haushaltsgeräte den Fans dabei helfen können, mehr Zeit für die Dinge zu haben, die sie lieben, darunter auch das Mitfeiern bei Spitzenspielen, wie wir es in Ungarn und der Slowakei sehen werden«, fügt die Marketingchefin hinzu.



Elegante Puristen in schwarz

Attraktive Kochwerkstatt mit Backofen und Kochfeld von Amica

Gerade für den umsatzstarken Ersatzbedarf – aber auch für neue Küchen – stehen Herdsets mit Mehrwertausstattung hoch im Kurs. Die Marke **Amica** trifft mit zwei neuen Herd-Sets im X-type Design in der Farbe Schwarz den aktuellen Zeitgeist – beide gehören mit der Energieeffizienzklasse A zur besten Deklaration.

Was schon lange in der Mode gilt, ist in der Küche angekommen. Zeitlose Farben und dezentes Design liegen genau im Trend. Schwarz ist in, denn es wirkt elegant, wohnlich und weniger steril als Geräte in weißer oder Edelstahl-Optik.

Sehr edel und puristisch präsentieren sich die beiden Herdsets, die mit den schwarzen Amica-Hauben schick kombinierbar sind. Die Kochfelder sind wahlweise mit Induktion oder Glaskeramik erhältlich und die versenkbaren Soft Touch-Knebel sorgen für eine angenehme Haptik. Die Herde erhalten durch den über die gesamte Breite geführten Griff eine ganz besondere Note.

Mit 77 Litern bieten sie viel Garraumvolumen für große Braten, hohe Auflaufformen oder mehrere Kuchenbleche. Beide Modelle sind mit digitalem Sensor Control Timer ausgestattet und überzeugen im Backalltag mit neun Beheizungsarten inklusive drei Grilleinstellungen. Für ein sicheres Handling der heißen Bleche sorgt ein solider Teleskopauszug, während das effiziente und langlebige Halogenlicht den Backraum perfekt ausleuchtet.

Das Modell EHIX 933 133 S ist als Set mit einem vierer Induktionskochfeld konzipiert. Booster für jede Kochzone und Ankochautomatik sind inklusive. Das Schwestermodell EHCX 933 130 S verfügt über ein Glaskeramik-Kochfeld mit vier Top Speed Kochzonen inklusive zuschaltbarer Zweikreis- und Bräter-Zone.

Schwarz ist nicht gleich Schwarz

Neben den beiden X-type Herden geht das Herd-Set EHC 933 107 SM – Bedienleiste im Bild unten – im dezenten, schwarz matten Fine Design an den Start. Optisch ein harmonischer Materialmix aus schwarzem Glas und Edelstahllakzenten – technisch bietet es mit neun Backofenfunktionen, Timer und Teleskopauszug eine solide Mehrausstattung im Backalltag.



De'Longhi Group holt Trendmarken Nutribullet und Magic Bullet nach Deutschland

Personal Blender Blender liegen aktuell im Trend: Im Handumdrehen bereiten sie Smoothies, Shakes oder Dips zu und sind beliebt bei einer Zielgruppe, die sich für schnelle, gesunde Ernährung begeistert. Die Marken Nutribullet und Magic Bullet gehören zu den führenden Marken, weil sie wie keine andere Brand für die einfache Integration gesunder Ernährung im Alltag stehen.

Die De'Longhi Group übernimmt die US-amerikanische Capital Brands Holding Inc. und bringt die Trendmarken Anfang 2022 auch auf den deutschen Markt. Der Markteintritt ist schrittweise für online und den stationären Handel geplant.

»Über 80 Millionen Nutzer weltweit vertrauen auf Nutribullet und machen die Marke damit zur führenden Franchise für Personal Blender. Beide Marken verfügen über einen hohen Wiedererkennungswert, gelten als Innovationstreiber und haben eine enthusiastische Fan Gemeinde«, schildert **Susanne Harring**, CEO De'Longhi Deutschland GmbH.

»Durch die Übernahme der Muttergesellschaft Capital Brands ergänzen wir unser Portfolio um zwei junge und dynamische Marken, erweitern unser Angebot an innovativen Produkten und verbessern zugleich unsere Marktdurchdringung in den USA, einem wachsenden und für die Gruppe strategisch wichtigen Markt. In Deutschland legen wir unseren Fokus insbesondere auf den Premium-Markt und sind überzeugt, mit Nutribullet die Sehnsucht nach schneller, gesunder Ernährung im Alltag erfüllen zu können«, ergänzt Geschäftsführerin Harring.

Neben der Marken Nutribullet und Magic Bullet bringt Capital Brands seine Forschungs- und Entwicklungszentren in Boston und in Connecticut mit ein. Diese Stärken und das Fachwissen bei der Entwicklung innovativer Produkte im Segment der Personal Blender sollen dazu beitragen, die wachsende Rolle der De'Longhi Group im Markt für gesunde Ernährung weiter zu stärken.

Die Gruppe hat das amerikanische Unternehmen für 420 Millionen Dollar übernommen und aus bestehenden Liquiditätsreserven finanziert. Durch diesen Schritt sind die Vereinigten Staaten zum größten Absatzmarkt der Gruppe geworden – mit einem Gesamtumsatz von mehr als 500 Millionen Dollar.

Nachhaltig mit Tradition

Im vergangenen Jahr feierte der Elektrokleingeräte-Spezialist **Graef** aus Arnsberg sein 100-jähriges Firmenjubiläum. Wenn ein Unternehmen auf so eine lange Geschichte zurückblicken kann, könnte die Versuchung groß sein, möglichst nichts zu verändern. Doch von Stillstand will man bei der Traditionsmarke aus dem Sauerland nichts wissen – wichtig ist nur, dass Veränderungen auf die Unternehmenswerte einzahlen.



Dazu stellt **Hermann Graef**, Geschäftsführer des gleichnamigen Familienunternehmens fest: »Graef handelte schon nachhaltig, als Nachhaltigkeit noch kein Modewort war.« Für ihn beginnt Nachhaltigkeit bereits damit, Produkte herzustellen und zu verkaufen, die langlebig sind und nicht nach überschaubarer Zeit wieder ersetzt werden müssen.

»Es kommt sogar manchmal vor, dass sich Kunden bei uns melden, die eins unser Produkte geerbt haben«, unterstreicht Marketingleiterin **Franziska Graef** die Botschaft der robusten Produkte mit einer langen Gebrauchsdauer. Um diesen Markenkern zukünftig greifbar an die Kunden zu transportieren, hat Graef einen neuen Markenclaim entwickelt, der kurzfristig an den Start geht: »Für heute. Für morgen. Für dich.« Er soll ausdrücken, dass das Unternehmen am Alltag der Konsumenten orientierte Lösungen anbietet, die sowohl den täglichen Genuss bieten als auch die langfristige Nutzung gewährleisten.

GRAEF

Für heute. Für morgen. Für dich.

Das Nachhaltigkeitsdenken hört allerdings nicht beim neuen Markenclaim auf. Der Kauf regional produzierter Lebensmittel liegt beim Verbraucher stark im Trend. Warum dann nicht auch die Produkte, mit denen diese Lebensmittel verarbeitet werden, aus möglichst vielen regionalen

Komponenten produzieren? Umgesetzt wurde dieser Gedanke beim Feinschneider SKS 700. Das Spitzenmodell kann von sich behaupten, dass stolze 85 Prozent der eingesetzten Materialien aus regionaler Herkunft, nämlich aus Nordrhein-Westfalen sind.

Dass die Schneidemaschinen von Graef nicht nur selbst nachhaltige Produkte sind, sondern ob sie auch einen nachhaltigen Lebensstil unterstützen, wird aktuell in einem Langzeit-Experiment unter dem Namen **#Graefgreenfamily** untersucht: Elf Familien wurden dazu seit Juli mit einem SKS 700 ausgestattet. Die Teilnehmer sollen möglichst viele ihrer Lebensmittel am Stück kaufen und nur nach Bedarf etwas abschneiden. Ein Beitrag, um Lebensmittelverschwendung zu reduzieren, denn vorgeschnittene Lebensmittel bleiben in der Regel weniger lang frisch. Ein Zwischenfazit gibt es aus dem Experiment auch schon: die Testfamilien sind überrascht, wieviel weniger Verpackungsmüll sie produzieren.

Das Graef Traditionssegment der Schneidemaschinen wird auch im 101. Jahr des Firmenbestehens mit innovativen Ideen weiter aufgepeppt. Beispielsweise mit speziellen limitierten Serien. So wurde zur diesjährigen Black Week eine mattschwarze Version des Allschneiders »Manuale« konzipiert. Bei ihm wird – der Name ist Programm – die Schneidescheibe manuell in Rotation gebracht. Und damit das Handgefühl besonders angenehm ist, bekam er auch gleich noch eine Holzkurbel spendiert. Der beliebte Allschneider SKS 110 ist ebenfalls in einer limitierten schwarzen Variante verfügbar.



Hermann Graef

Der langjährige Graef-Geschäftsführer legt immer noch gerne Hand an seine Produkte.

Trotz aller Liebe zu den Feinschneidern, muss auch Geschäftsführer Hermann Graef einräumen: »Emotionaler als Schneiden ist das Thema Kaffee.« Und auch hier hat Graef eine Tradition zu bieten. Seit 2009 führt das Unternehmen Siebträger-Kaffeemaschinen im Programm.

Der Start in das Segment fand also statt, als Siebträger im Privatgebrauch hierzulande bestenfalls Exotenstatus hatten. Inzwischen sind Siebträger-Maschinen ein absolutes Trendthema. Allein im ersten Halbjahr 2021 wuchs der deutsche Markt für die anspruchsvollen Kaffe Zubereiter laut GfK/HEMIX um 27 Prozent.

Doch Siebträgermaschinen verlangen mehr Aufmerksamkeit als Kaffeefullautomaten. Für manche Nutzer liegt hier gerade die Faszination, andere schreckt es eher ab, dass die Kaffeespezialität nicht einfach per Knopfdruck in die Tasse gelangt, sondern an mehreren Stellen auf feine Details geachtet werden muss, um höchsten Genuss zu erzielen.

Um Berührungsängste abzubauen, startete Graef im November eine App mit dem bezeichnenden Namen »Taschenbarista«. Speziell Kunden, die in das Siebträgersegment einsteigen wollen, sollen von der App abgeholt werden, doch auch erfahrene Barista können noch dazulernen. Schließlich gibt es handfeste Erklärungen und Anleitungen von Profis, denn die App wurde in enger Zusammenarbeit mit **Raffaele Iulucci**, Barista und Espresso-Italien-Champion 2018, und **Michael Gliss**, Diplom-Kaffeekommelier, erstellt.

Graef Hausbarista Raffaele Iulucci spielt auch die Hauptrolle in den exklusiven Video-Tutorials der App. In zwei- bis fünfminütigen Videos erklärt er, wie der allererste Espresso gelingt, wie die Kaffeemühle richtig eingestellt wird, was die drei Begriffe Leveln, Tampen und Channeling bedeuten, und gibt Tipps für den perfekten Milchschaum. (kp)



Bild: La Pavoni

Kaffee und Kunstwerk

La Pavoni Handhebelgerät – Gespür für den vollen Genuss

In Italien ist die Marke **La Pavoni** Kult. Und auch in Deutschland wächst die Fangemeinde dieser Siebträger-Kaffeemaschinen stetig. Ihren Ursprung haben die glänzenden Edelstahlgeräte in einer kleinen Mailänder Werkstatt: Dort erfand **Desiderio Pavoni** im Jahr 1905 den Filterhalter, der in seiner Espressomaschine »Ideale« erstmals zum Einsatz kam.

Über die folgenden Jahrzehnte erarbeitete sich La Pavoni den Ruf einer echten Kultmarke – seit 2019 gehört die Ikone italienischer Kaffeekunst zur Smeg Gruppe. Neben ihren gemeinsamen norditalienischen Wurzeln und einer hohen handwerklichen Qualität, verbindet beide Unternehmen auch ein sicheres Gespür für Design und Ästhetik.

Das Highlight im aktuellen Portfolio sind die traditionellen Handhebelmaschinen. Aber auch semiprofessionelle Espressomaschinen für die private Küche bietet der italienische Hersteller an. Und wo ein Espresso mit so viel Leidenschaft und Sachverstand zubereitet wird, darf natürlich die passende, leistungsstarke Kaffeemühle nicht fehlen.

Trotz der langjährigen Tradition kommt bei einer aktuellen Handhebelmaschine der zeitgemäße Komfort nicht zu kurz: Die Maschine verfügt über eine Cappuccino-Automatik, die die Milch direkt über einen Aufsatz aus einem Behälter ansaugt, erhitzt und den duftend-frischen Kaffee mit cremigem Schaum krönt. Wer lieber traditionell aufschäumt, kann auch eine klassische Dampfzange mit 3-Lochdüse aufstecken, um so den perfekten Milchschaum herzustellen.

Je nach Modell präsentieren sich die Geräte mit schwarzem oder hochglanzverchromtem Sockel. Für extra Blickfang sorgt das Sondergerät zur Weltausstellung Expo 2015 (Bild) – mit dekorativem Adlermotiv und in glänzenden Metalltönen.

Xelsis Suprema

Saeco präsentiert neuen Highend-Vollautomaten

Mit **22 Kaffeespezialitäten** verwöhnt die neue Xelsis Suprema von Saeco den Gaumen und bietet darüber hinaus umfangreiche Personalisierungsmöglichkeiten.

Die neue Bean Maestro Technologie sorgt für die volle Aromaextraktion aus jeder Bohne und über den Coffee Maestro kann aus voreingestellten Geschmacksprofilen gewählt werden, woraufhin die Maschine automatisch die Brüheinstellun-

gen anpasst. Der Coffee Equalizer Touch+ ermöglicht die individuelle Erstellung eines eigenen Lieblingsrezepts. Zusätzlich kommen Highlights wie das große TFT-Farbdisplay mit Touchscreen, acht Benutzerprofile und eine integrierte WLAN-Konnektivität.

»Italien... Land des Kaffees und vor 40 Jahren Gründungsort von Saeco. Seitdem steht unsere Marke für das Zusammentreffen von italienischer Handwerkskunst und innovativer Technologie, um so den individuellen, perfekten Kaffeemoment zu kreieren«, stellt **Patrick Kleinekathoefer**, Consumer Marketing Manager Espresso bei Philips Domestic Appliances fest.

»Die neue Saeco Xelsis Suprema ist unser Highend-Vollautomat und ermöglicht den Konsumenten kompromisslose Perfektion sowie eine besondere Art der Interaktion über das große Display. So können nicht nur die bisherigen Lieblingsgetränke abgespeichert werden. Die Xelsis schlägt den Nutzer*innen darauf basierend erstmalig neue, inspirierende Variationen vor«, so Kleinekathoefer weiter.



Bild: Saeco

CASO
DESIGN

LANGE FRISCHE MIT
VAKUUM



Vakuümierer VRH 690 advanced

- Sicheres Vakuumieren und Lagern für perfekte SousVide Ergebnisse
- Starke Doppelschweißnaht bis zu 30 cm Breite
- Manuell regulierbare, stufenlose Vakuumstärke – Ideal für empfindliche Lebensmittel
- Bis zu 150 Vakuümvorgänge non-stop
- Wertvolle Geschmacks- und Nährstoffe bewahren

Mein
Geheimtipp



INNOVATIVE
KÜCHENTECHNIK

www.caso-design.de



Mit Unold schonend und gelingsicher garen

Bei »Sous Vide« werden Fleisch, Fisch oder Gemüse in entsprechenden Beuteln vakuumiert und im Wasserbad auf gleichbleibender Temperatur behutsam und fettfrei gegart, so dass Vitamine und Mineralien geschont werden und erhalten bleiben. **Unold** liefert dazu die passenden Produkte.



Zur Grundausstattung für die angesagte Kochmethode »Sous Vide« gehört zum einen ein Vakuierer, der dafür sorgt, dass den eingeschweißten Speisen der Sauerstoff entzogen wird. Zum anderen muss das Wasserbad auf konstanter Wärme gehalten werden und das funktioniert mit einem handlichen Sous Vide Stick sehr präzise. Unold führt beides im Sortiment.

Das Modell »Vakuierer Kompakt« hat die Power, um Lebensmittel perfekt zu vakuumieren oder auch nur zu verschweißen. Im Zusammenspiel mit dem Produkt »Sous Vide Stick Time« ergänzt er die moderne Slow Food Küche. Dabei ist er kinderleicht zu bedienen und so gestaltet, dass er platzsparend in jeder Schublade untergebracht werden kann.

Aber der kompakte Vakuierer kann noch viel mehr. Er sorgt dafür, dass Tiefkühlgut keinen Gefrierbrand bekommt, denn ohne Sauerstoff kann das nicht mehr passieren. Das Vakuum gewährleistet zudem, dass Fleisch, Geflügel, Fisch, Käse und vieles mehr länger im Kühlschrank gelagert werden können und dabei deutlich weniger Platz wegnehmen.

Mit dem Unold Vakuierer wird wahlweise verschweißt oder verschweiß und gleich anschließend vakuumiert. Dazu genügt ein Knopfdruck und die Funktionskontrollleuchten zeigen an, welcher Arbeitsvorgang gewählt wurde.

Im Lieferumfang enthalten ist ein Schlauch, mit dem Dosen und Flaschen vakuumiert werden können. Optionales Zubehör wie Dosen, Flaschenverschluss,

Folienbeutel und Folienrollen in verschiedenen Größen ist ebenfalls bei Unold in Hockenheim erhältlich.

Das perfekte Duo: Vakuierer und Sous Vide Stick

Der »Sous Vide Stick Time« von Unold ist bei dieser Garmethode der ideale Partner. Er erwärmt bis zu 20 Liter Wasser in einem Topf oder einem anderen hitzebeständigen Gefäß – die Mindesthöhe sollte dabei 18 Zentimeter betragen.

Hat das Wasser die gewünschte Temperatur erreicht, kann das vakuumierte Gargut eingelegt werden. Der Sous Vide Stick erwärmt mit seinen 1.300 Watt das Wasser präzise bis auf +/- 0,2 Grad Celsius. Die gewünschte Temperatur kann in 0,5-Grad-Schritten eingestellt werden. Die leistungsfähige Umwälzpumpe sorgt dafür, dass während des Garprozesses der Wärmegrad konstant gehalten wird.

Ausgestattet mit einer Timerfunktion, bietet der BPA-freie »Sous Vide Stick Time« auch eine Abschaltautomatik bei zu niedrigem Wasserstand. Angenehm ist das abgeschrägte LCD-Display – so lassen sich Zeit und Temperatur bequem ablesen.

Praktisch und schnell aufgeräumt

Severin stellt neuen Sous Vide Stick vor

Der **Sous Vide Stick SV 2451** aus dem Hause Severin trifft mit seinem eleganten Gehäuse aus Edelstahl nicht nur beim Design den Zeitgeist, sondern auch in seiner Funktionalität. Dies ermöglicht eine einfache und praktische Nutzung in der Küche für jedermann.

Die Bedienung erfolgt über ein intuitives LED-Display. So lässt sich die gewünschte Temperatur von null bis 90 Grad Celsius, sowie die Zeit mühelos einstellen. Dank 1.300 Watt wird eine schnelle Aufheizung des Wassers



garantiert. Als besonderes Feature zählt die Umwälzpumpen-Technologie, die zu einer konstant haltenden Temperatur führt – auch bei Behältern von nur 15 Zentimeter Höhe.

Durch das Sous Vide Garen werden Lebensmittel wie Fisch, Fleisch oder auch Gemüse besonders vitamin- und nährstoffschonend zubereitet, da bei Temperaturen von 40 bis 90 Grad Celsius die natürlichen Aromen erhalten bleiben und für ein intensiveres Geschmackserlebnis sorgen. Dank des Sticks wird ein »übergaren« des Essens vermieden und man erhält ein absolut gleichmäßiges Garergebnis.

Der neue Sous Vide Garer von Severin ist ab Frühjahr 2022 erhältlich.

Auf den Punkt genau! **Steba** GERMANY

Französische Sterneküche für zu Hause

Entdecken Sie Sous-Vide-Garer auf steba.com



WMF Lono Sous Vide Garer Pro

Perfekt zubereitete Speisen gelingen mit optimaler Küchen-Ausstattung

Für höchstes Koch-Niveau in privaten Küchen hat die Marke **WMF** den Lono Sous Vide Garer Pro konzipiert. Ein Produkt, dass sich auch ideal für die Speisenzubereitung zu den anstehenden Feiertagen eignet.

Wer schon einmal ein Rindersteak aus dem WMF Lono Sous Vide Garer Pro genießen konnte, möchte sein Fleisch nie mehr anders zubereiten. Durch die Schongarung bei konstanter Wassertemperatur – bei Rindersteaks medium gebraten in etwa 57 Grad Celsius – wird das Fleisch innen wunderbar rosa und saftig.

Nach dem Sous Vide Garen werden die Steaks noch einmal kurz in der heißen Pfanne angebraten. Das sorgt erstens für feine Röstaromen und zweitens wird es außen besonders kross, während es innen saftig und rosa bleibt.

Für so manchen Hobbykoch ist die Zubereitung von Steaks undenkbar, wenn mehrere Gäste zu bewirten sind. Die Gefahr, dass das gute und teure Fleisch nicht richtig gelingt, ist vielen eindeutig zu riskant.

Durch die Verwendung des WMF Sous Vide Garers gelingt diese Herausforderung jedes Mal aufs Neue. Und selbst wenn sich ein Gast verspätet, bekommt er durch die Sous Vide Methode immer noch das perfekte Steak serviert.



WMF Lono Vakuierer

Zum Lieferumfang gehören Folienrolle, Beutel sowie ein Vakuiererschlauch für Behälter.

Kein Sous Vide ohne Vakuiergerät

Passend zum Lono Sous Vide Garer Pro bietet WMF einen Vakuierer an. Dieser verfügt über einen leicht zu bedienenden Öffnungs- und Schließhebel, eine abnehmbare Aufbewahrungsbox für bis zu sechs Meter Folie sowie einen integrierten Folienschneider. Er vakuumiert und schweißt die zu garenden Lebensmittel in die vorhandene Folie ein und bereitet sie so für das Sous Vide Garen vor.

Praktikabler Nebeneffekt: Eingeschweißte Lebensmittel

sind ganz ohne Konservierungsstoffe länger haltbar. Die Schweißzeit ist für feuchte oder trockene Lebensmittel einstellbar. Die 30 Zentimeter breiten Folienrollen oder Beutel lassen sich dank der doppelten Schweißnaht auslaufsicher verschweißen. Außerdem können Vakuumkammer und Tropfschale zur einfachen Reinigung aus dem Gerät entnommen werden. Alle gewünschten Funktionen sind mit Hilfe der fünf beleuchteten Funktionstasten wählbar.

DER NEUE FRISCHE-TRESOR VON ROMMELSBACHER



für eine clevere Vorratshaltung Lebensmittel lange frisch halten.

- Gehäuse aus hochwertigem, pflegeleichtem Edelstahl
- komfortable Einhand-Bedienung – effektiv und sicher
- für Langzeitbetrieb ohne Zwischenpausen geeignet
- hochwertige, leistungsstarke Kolbenpumpe, ca. 12 Liter/Minute
- vollautomatische Vakuumierung und Versiegelung in einem Arbeitsgang
- individuelles Absaugen und manuelles Versiegeln für druckempfindliche Lebensmittel
- intelligente Versiegelungsdaueranpassung – spart Energie und Zeit
- 2 Versiegelungszeiten, elektronische Temperaturüberwachung der Versiegelungsnaht
- stabile Versiegelungsnaht, Stärke 2,5 mm



Vakuierer NEU VAC 385 – 230 V~ 120 W



Schlauchanschluss zum Vakuumieren in Behältern



Integriertes Rollenfach inklusive Schneidmesser



Einfach mit nur einer Hand zu bedienen

ROMMELSBACHER FREUDE AM KOCHEN





Bildmaterial: Caso Design

Vakuumieren • Garen • Anrichten

Mit Caso Design in drei Schritten zur Sterneküche

Die Zukunft des Kochens zergeht mit Sous Vide zubereiteten Speisen auf der Zunge. Die Vorteile liegen dabei klar auf der Hand: Beim Garen im Vakuum bleibt der natürliche Geschmack der Speisen erhalten, das Fleisch wird zart und saftig, Nährstoffe, Vitamine und Spurenelemente gehen nicht verloren und Gemüse bleibt knackig und farbintensiv. Alles, was dazu benötigt wird, liefert **Caso Design**: Vakuuierer und Folien, Sous Vide Garer und Sous Vide Stick sowie Zubehör.

Der erste Schritt für die Garmethode »Sous Vide« beginnt beim Vakuuieren der Speisen. Die rohen Zutaten wie Fisch, Fleisch oder Gemüse kommen in einen speziell dafür geeigneten Beutel und werden je nach Belieben mit Ölen, Gewürzen und Kräutern mariniert und verfeinert.

Mit einem Vakuuiergerät wird die Luft aus dem Beutel gezogen, denn Sauerstoff greift die Lebensmittel an, lässt sie verfärben und oxidieren. Zudem haben auch natürlich vorkommende Bakterien keine Chance, denn sie brauchen Sauerstoff zum Überleben.

Caso Design bietet ein umfangreiches Sortiment an leistungsstarken Vakuuiergeräten, wie beispielsweise das Modell VRH 690 advanced, das von Haus & Garten Test im vergangenen Jahr mit der Note 1,2 »sehr gut« zum Testsieger in der Oberklasse gekürt wurde.

Vakuuierer und Profi-Folien von Caso Design sind perfekt aufeinander abgestimmt

Wenn feuchte, sossige oder supppige Speisen vakuumiert werden sollen, dann lässt sich beim VRH 690 advanced mit der Einstellung »feucht« durch eine längere Schweißzeit sicherstellen, dass auch dieses Vakuuiergut mit einer festversiegelten Schweißnaht versehen wird und



Vakuuierer und Spezialbeutel sind Voraussetzung für Sous Vide. Caso Design bietet eine große Auswahl an Geräten, die in der Vergangenheit immer wieder durch Testmagazine ausgezeichnet wurden. Beutel und Folienrollen mit Rippenstruktur hat Caso Design speziell für seine Geräte konzipiert. Diese sind absolut koch- und reißfest und eignen sich perfekt für das Sous Vide Garen.

danach nichts ausläuft. Bei trockenen Lebensmitteln ist das nicht notwendig.

Die Bandbreite an Vakuuierern reicht vom kompakten Basismodell, wie zum Beispiel dem Topseller Caso VC 10 bis hin zum vollausgestatteten Gerät mit vielseitigen Funktionen. Einige Modelle sind mit einer praktischen Rollenbox und Cutter ausgestattet, um Folienrollen direkt und individuell in ihrer Länge zuzuschneiden. Im professionellen Bereich findet man bei

Caso Design den starken Kammervakuuierer Caso Vacu Chef 40.

Die von Caso Design erhältlichen Profi-Folien in Form von Beuteln oder Rollen sind perfekt auf die Vakuuier-Geräte abgestimmt. Sie sind absolut koch- und reißfest und sorgen mit ihrer Rippenstruktur für ein perfektes Vakuum. Sie sind in unterschiedlichen Größen erhältlich. Die Folien eignen sich ideal für Sous Vide Gerichte und sind auch mikrowellenfest.



Sous Vide Center Caso SV 900 ausgezeichnet mit Note 1,3 als Testsieger bei Haus & Garten Test.

Im zweiten Schritt müssen die vakuumierten Beutel ins perfekt temperierte Wasserbad. Theoretisch wäre das auch in einem Topf auf dem Herd denkbar, wenn konstant die Wassertemperatur mit einem Thermometer überprüft wird. Praktisch ist es jedoch eine heikle Angelegenheit, denn wenn das Wasser zu heiß wird, flockt das Eiweiß im Fleisch aus und es wird trocken. Dies geschieht bei einer Temperatur von über 70 Grad Celsius.



Neun Liter Volumen und zwei große Edelstahlgestelle können bis zu fünf Beutel aufnehmen.

Viel einfacher und komfortabler gelingt die Niedrigtemperaturmethode mit einem Sous Vide Garer und wer weniger Platz in der Küche hat, kann auch einen Sous Vide Stick verwenden. Beide haben die Eigenschaft, dass sie eine bestimmte Wassermenge exakt auf der eingestellten Temperatur halten.

Mit neun Liter Volumen bietet das Sous Vide Center Caso SV 900 ein großes Platzangebot. In zwei großen Edelstahlgestellen finden bis zu fünf Sous Vide Beutel Platz. Eine kurze Aufheizdauer und schnell erreichte Temperaturen zeichnen das Gerät aus. Das begeisterte auch die Redaktion von Haus & Garten Test, die dieses Modell in der Ausgabe 5/2021 mit der Note 1,3 »sehr gut« als Testsieger auszeichnete.

Die professionelle Wasser-Zirkulationstechnik sorgt für ein gleichmäßiges Vakuumgaren im Wasserbad. Perfekt zum Sous Vide Garen, Zubereiten von Joghurt, Erwärmen von Babynahrung im Glas, Temperieren von Kuvertüre im Beutel uvm.

Dank »FINETEMP« Funktion ist die Temperatur in 0,1 Grad Schritten im Bereich von 30 bis 90 Grad Celsius gradgenau einstellbar. Der Timer bis 99 Stunden erinnert zuverlässig an das Garen. Das Wasser wird nach der Benutzung ganz bequem über einen Ablauf-Schlauch abgelassen.

Sous Vide Sticks benötigen wenig Platz

Mit den Sous Vide Sticks der Marke Caso Design ist ein flexibles Sous Vide Garen in nahezu jedem hitzebeständigen Gefäß möglich. Über einen einfachen Klemhalter wird der Garer einfach an das Gefäß geklemmt. Mit den Modellen Caso Sous Vide SV 1200 Smart und Caso Sous Vide SV 1200 Pro Smart ist der Garprozess sogar per App steuer-, kontrollier- und ablesbar.



Praktisch ist der Sous Vide Stick, der in jedem hitzebeständigen Gefäß eingesetzt werden kann.

Durch die Wasserumwälzung wird auch hier die Temperatur konstant gehalten. Die Temperaturregelung erfolgt bis 90 Grad Celsius in 0,5 Grad Schritten und der Timer ist in Ein-Minuten Schritten bis 99 Stunden einstellbar. Dank seiner kompakten Bauweise wird der Sous Vide Stick nach leichter Reinigung platzsparend aufbewahrt.

Damit das Sous Vide Gericht auch konstant unter Wasser gart, bietet Caso Design thermoisolierte Schwimmkugeln, die wie ein Deckel funktionieren. Die Isolationskugeln sind sehr energiesparend, reduzieren Wasserverdunstung und tragen zur Temperaturgenauigkeit bei. Zum einfachen Trocknen und Verstauen ist ein Aufbewahrungsnetz inklusive.

Während die Sous Vide Beutel im warmen Wasserbad vor sich hin garen, kann sich der Gastgeber um alles kümmern, was ihm wichtig ist: Tisch schön eindecken, Getränke vorbereiten und vor dem großen Auftritt noch einmal durchatmen. **Im dritten und letzten Schritt** wird Fleisch oder Fisch noch einmal kurz in der heißen Pfanne angebraten und ist dann fertig, um serviert zu werden. Bon Appetit!

3 gute Gründe für das Kochen von Speisen mit Sous Vide

In der gehobenen Gastronomie ist die Garmethode **Sous Vide** bei niedrigen Temperaturen schon lange fester Bestandteil. Dabei werden Nahrungsmittel unter Vakuum in einen Folienbeutel eingeschweißt, damit das Produkt nicht mit Sauerstoff reagieren kann. Anschließend werden die Speisen im Wasserbad gradgenau erhitzt. Auch in privaten Haushalten finden Sous Vide Garer immer mehr Liebhaber. Der Begriff kommt übrigens aus der französischen Sprache und bedeutet »unter Vakuum«.

1. Kochen mit eingebauter »Geling-Garantie«

Beim Garen unter Vakuum kann nichts anbrennen oder verkochen. So lassen sich Speisen optimal vorbereiten und sind dann schnell servierfertig. Gerade Fleisch verzeiht ein Überziehen der Garzeit ohne Qualitätsverlust. Das Essen behält also auch dann noch seinen idealen Geschmack und die perfekte Konsistenz, wenn sich Gäste einmal verspäten.

2. Vitamine, Farben und Aromen bleiben erhalten

Ein wichtiger Aspekt ist die Geschmacksvielfalt der Nahrungsmittel, denn bei Sous Vide gegarten Speisen bleibt der Eigengeschmack nahezu vollständig erhalten. Auch empfindliche Lebensmittel wie Obst und Gemüse eignen sich hervorragend für dieses schonende Kochverfahren. Vitamine, Aromen und Konsistenz überzeugen im Ergebnis und die Speisen behalten ihre natürliche frische Farbe.

3. Kochergebnisse sind beliebig wiederholbar

Mit der Sous Vide Garmethode werden Fleisch, Fisch und auch Obst und Gemüse bei niedrigen Temperaturen zubereitet. Dabei werden die Kochergebnisse genauer und sind gut wiederholbar. Die Speisen schmecken also immer gleich gut. Damit ist Sous Vide quasi Kochen mit Geling-Garantie.

Clevere Vorratshaltung mit Rommelsbacher

Leistungsstarker Vakuumierer überzeugt jeden Haushalt

Vakuumierte Lebensmittel verderben nicht so schnell und halten teilweise bis zu zehnmal länger frisch. Durch die Konservierung ohne Sauerstoff bleiben auch wichtige Nährstoffe erhalten. Ein gutes Argument für das Modell VAC 385 von **Rommelsbacher**.



Das kompakte Gerät lässt sich mittels komfortablem Griff ohne Kraftaufwand bequem mit einer Hand öffnen und schließen. Stets einsatzbereit hält das integrierte Rollenfach mit Schneidvorrichtung die benötigte Folienrolle mit patentierter Rillenstruktur.

Eine leistungsstarke Pumpe sorgt für einen Unterdruck bis zu minus 0,8 Bar in den Vakuumierbeuteln. Danach werden diese vollautomatisch mit einer stabilen Naht in nur einem Arbeitsgang versiegelt. Mit der Spezial-Funktion lassen sich auch empfindliche und feuchte Speisen sicher vakuumieren – auch in speziellen Behältern. Zusätzlich ist manuelles Absaugen und Versiegeln möglich. Der Vakuumiervorgang kann also ganz individuell an das Lebensmittel angepasst werden. Außerdem lässt sich Tiefkühlkost vor Gefrierbrand schützen.

Der robuste Vakuumierer aus dem Hause Rommelsbacher ist für den Langzeitgebrauch geeignet und damit perfekt geeignet für Angler und Jäger oder bei einer ertragreichen Ernte im heimischen Garten. Selbst für den semiprofessionellen Einsatz in der Kleingastronomie wird das Gerät empfohlen.

On Top sind vakuumierte Nahrungsmittel Voraussetzung für die Niedrigtemperatur-Garmethode Sous Vide, bei der Speisen im Wasserbad schonend und aromatisch gegart werden.

Vakuumierer und Sous Vide Stick

Haute Cuisine mit Steba in der eigenen Küche

Die Garmethode Sous Vide hat mittlerweile in deutschen Haushalten an Popularität gewonnen. Doch wie kommt die Zubereitungsart – die lange Zeit nur in der gehobenen Gastronomie verbreitet war – in die deutsche Küche?

Das Traditionsunternehmen Steba Elektrogeräte hat das Potenzial von »sous vide« (franz. »unter Vakuum«) für den kommerziellen Gebrauch früh erkannt und mit dem Steba SV 1 im Jahr 2012 eines der ersten Sous Vide Geräte für den privaten Haushalt herausgebracht.

»Wir wollten allen Hobbyköchen zeigen, wie einfach es ist, sich die französische Sterneküche nach Hause zu holen«, so Steba Geschäftsführer **Markus Müller**.

»Seitdem arbeiten wir kontinuierlich an neuen Modellen.« Aktuell führt Steba sieben verschiedene Sous Vide Garer sowie fünf Vakuumiergeräte in seinem Sortiment. Ob Wannengeräte, platzsparende Sous Vide Sticks mit WiFi-Funktion oder Hochleistungsgarer – bei Steba findet jeder Hobbykoch das richtige Gerät für seine Ansprüche.

Aktuellste Neuzugänge sind die Modelle SV 60 und SV 120 Professional, die Vakuumier-Geräte VK 12 Double Seal und VK 7 sowie der Weinstopper AC 18.

Der Steba Sous Vide Garer SV 60 (Bild oben) verfügt über vier Automatikprogramme. Drei Farbanzeigen visualisieren aktuelle Stufen – Aufheizen, Garen, Garzeitende – auf einem LED-Display und machen die Bedienung spielend einfach.

Mit dem Hochleistungs – Sous Vide Garer SV 120 Professional lassen sich immer auf den Punkt perfekt gegarte Gerichte zubereiten. Einmal die optimale Tempe-

ratur für individuelle Vorlieben ermittelt, lässt sich das Gargergebnis immer genau so wiederholen. Das bedeutet: Nie wieder zähes Fleisch, trockener Fisch oder verkochtes Gemüse. Das Essen gelingt immer so, wie es vom Koch präferiert wird.

Das Modell Vakuumierer VK 12 verfügt nicht nur über eine hohe Absauggeschwindigkeit von zwölf Liter in der Minute und einen Unterdruck von 0,8 Bar, sondern ist zusätzlich mit einer Doppelschweißnaht für Folien bis 30 Zentimeter Breite ausgestattet. Dadurch bietet er doppelten Schutz vor dem Auslaufen, wenn feuchte Lebensmittel vakuumiert werden. Mit drei Automatikprogrammen ist er außerdem sehr einfach zu bedienen.



Steba SV 120 Professional unterscheidet sich durch sein kantiges Design auch optisch von anderen Sous Vide Sticks.

Akkusauger von AEG vereinen Performance mit Bedienkomfort

Die Premiummarke **AEG** baut ihr Portfolio an Akku-Staubsaugern kontinuierlich weiter aus. Das aktuelle Sortiment hält in der kabellosen Raumpflege für jedes Kundenbedürfnis das passende Geräte bereit. Lesen Sie hier, um welche Produkte es sich dabei genau handelt und wie der Verkauf im Handel am Point of Sale von **Electrolux Hausgeräte** erfolgreich in Szene gesetzt wird.

Herr Köhn, welche Bauformen bietet AEG bei den Akkusaugern und wie unterscheiden sich diese?

Mit unseren drei Baukonzepten präsentieren wir am Markt eine einzigartige Vielseitigkeit und decken die jeweiligen Bedürfnisse verschiedener Kundengruppen ab. Ein Vertreter für unser »**Flex Power**« Konzept ist der AEG FX9. Dieser Akku-Staubsauger ist mit seiner extra starken Saugkraft eine kabellose Alternative zum klassischen Bodenstaubsauger. Die verschiebbare Motoreinheit lässt sich flexibel oben oder unten positionieren – je nachdem, ob etwa der Boden gereinigt, Schmutz unter niedrigen Möbeln aufgesaugt oder Spinnweben von der Zimmerdecke entfernt werden.

Die QX-Reihe gehört zum »**Ergo Power**« Konzept und hat den Geräteschwerpunkt im unteren Bereich. Dadurch sind diese Modelle besonders leicht manövrierbar und perfekt geeignet für kraftvolles, ergonomisches Staubsaugen zwischendurch. Das Handteil ist entnehmbar, sodass die QX-Reihe mit wenigen Handgriffen bereit für jede Reinigungsaufgabe ist, auch an schwer zugänglichen Stellen.

Unsere neue AP8000-Baureihe folgt dem »**Multi Power**« Konzept. Der Geräteschwerpunkt ist dabei im oberen Bereich positioniert. Diese auf dem Markt bereits etablierte Bauform haben wir auf Basis von Konsumenten-Bedürfnissen weiterentwickelt, um neben der kraftvollen Reinigung eine noch einfachere, intuitive Handhabung sowie komfortable Bedienung zu gewährleisten.

Was ist das Besondere an den neuen AP8000-Modellen und welche Verkaufsargumente stehen dabei im Fokus?

Bei unseren neuen AP8000-Geräten vereinen wir Performance mit Bedienkomfort und ermöglichen vielseitige Einsatzmöglichkeiten vom Boden bis zur Decke. Diese Vorteile liefern Händlern fundierte Argumente im Verkaufsgespräch. Unsere neue Akku-Staubsauger Baureihe überzeugt mit einer extrastarken Staub- und Schmutzaufnahme und reinigt bis zu 35 Minuten mit Elektroaugdüse bei gleich-



bleibend hoher Leistung. Dabei ist der AP8000 besonders effektiv, denn der Auto-Modus passt die Saugkraft automatisch an verschiedene Bodenbeläge an und optimiert so auch gleichzeitig die Akku-Laufzeit.

Zudem bietet unser AP8000 viele verschiedene komfortable Features: So lässt sich der Staubsauger beispielsweise ohne mühsames Anheben einfach aus der freistehenden und flexibel platzierbaren Ladestation herausfahren. Außerdem verfügt der AP8000 über ein verstell- und abnehmbares Alu-Teleskoprohr, das sich bequem und individuell für unterschiedliche Körpergrößen einstellen lässt. Und auch für unterschiedlichste Reinigungsaufgaben ist der AP8000 »MULTI POWER« Akku-Staubsauger bestens ausgestattet. Die modulare Bauweise und das umfangreiche Zubehör, welches modellabhängig bereits im Lieferumfang enthalten ist, ermöglichen eine einfache und vielseitige Reinigung von verschiedenen Bodenbelägen, Zimmerdecken, Regalen oder auch Polstern.

Welche Vorteile bringen diese drei Baukonzepte der Marke AEG für den Fachhandel mit sich?

Egal wie Menschen leben – ob im Haus oder in einer Wohnung, mit Kindern oder Haustieren: Wir bieten mit diesem Portfolio für jedes Bedürfnis und jede Anforderung den richtigen Akku-Staubsauger. So können unsere Handelspartner*innen mit unseren Modellen alle Kundenbedürfnisse abdecken und genau die Variante empfehlen, die perfekt zur individuellen Bedarfssituation passt.

Wie ist die optimale Präsentation der Akku-Staubsauger der Premiummarke AEG am Point of Sale vorgesehen und von welchen Benefits profitiert der Handel dabei?

Vom Regal über die Verkaufstheke bis zum Schaufenster oder auch den Online-auftritt: Wir unterstützen unsere Handelspartner mit vielfältigen Materialien für die perfekte Inszenierung unserer Akku-Staubsauger. Roll-ups, Poster und Aufsteller ziehen die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich.

»Unser attraktives Video-Material auf Connected Screens zeigt den AP8000 im Einsatz, macht das Produkt so erlebbar und weckt Emotionen und Begeisterung für ein überzeugendes Markenerlebnis.«

Außerdem bieten wir unseren Partnern verschiedene, flexible PoS-Lösungen, um die AEG Raumpflege stets bestmöglich im Handel in Szene zu setzen. Produktanhänger und ein -sticker direkt am Gerät verweisen unter anderem auf das umfangreiche Zubehör und fördern so Cross-Selling-Potenziale. Für die optimale Kommunikation abseits der Verkaufsfläche können Händler Vorlagen für Beilagen- und Prospektanzeigen aus unserem Online-Tool auswählen und direkt in ihre Materialien einfügen.

Wie macht AEG seine Handelspartner mit den Highlights der verschiedenen Baureihen vertraut?

Unsere Trainer und Markenbotschafter bereiten die Kolleginnen und Kollegen auf den Verkaufsflächen in gezielten Schulungen perfekt auf Kundengespräche vor. Ergänzend zum persönlichen Austausch nutzen wir seit diesem Jahr die **AEG Connect App** für die Bereiche Raumpflege und Kleingeräte. Darin informieren wir über Neuigkeiten wie Produktlaunches und Testsiege, stellen Datenblätter, Bedienungsanleitungen und Hintergrundinformationen zur Verfügung. So sind alle Inhalte zentral gebündelt und intuitiv auffindbar. Über den EAN-Barcode, die PCN oder die Bildersuche gelangen Nutzer sofort zum gewünschten Produkt und können schnell weitere Details abrufen. Über die App bieten wir auch kurze Trainingseinheiten und Schulungen an. User können sich in wenigen Minuten einen Überblick über die Produkte verschaffen, Botschaften und Kundennutzen vertiefen und in kurzen Quizzes ihr Wissen testen. Damit sind Mitarbeitende im Einzelhandel ideal auf die Kundenberatung vorbereitet.



Nachhaltige Firmenphilosophie

Hoogo bedient jetzt auch das Segment der Bodenstaubsauger

Nach Saugroboter und Stielsauger erweitert das Unternehmen **Mytek** unter dem Markendach **Hoogo** das Home Cleaning-Programm mit dem ersten Bodenstaubsauger **Hoogo B3+** und führt damit ihre Strategie »best-in-class« konsequent weiter.

Das nächste Produkt der Hoogo World zum UVP von 149,99 Euro ist ab sofort im Onlineshop www.hoogo.world verfügbar. Und auch im Fachhandel ist der Bodenstaubsauger mit Beutel erhältlich.

»Der Hoogo B3+ ist mit dem breiten Zubehörpaket ein leistungsstarker Alleskönner für den ganzen Haushalt samt Familienauto. Dank des Hepa 14-Filters ist der B3+ sehr allergikerfreundlich und reinigt selbst Corona-Viren aus der Luft«, berichtet **Ralf Wietek**, Geschäftsführer Mytek GmbH.



Ralf Wietek

Anfang 2021 startete die junge Marke auf dem deutschen Markt mit dem Saugroboter Hoogo R2.



Der Hoogo B3+ verfügt mit 74 Dezibel über einen angenehm leisen, hocheffizienten 850-Watt-Motor mit stufenloser Saugkraftregulierung. Mit dem Komfort Gleitfahrwerk lässt er sich bequem und störungsfrei durch die Räume manövrieren. Hepa 14-Filter sind im Schwebstofffilter-Bereich mit einem Abscheidegrad von 99,995 Prozent das Maß aller Dinge und werden aktuell in hochqualitativen Luftreinigern im öffentlichen Raum, in der Gastronomie oder in medizinischen Anwendungsbereichen eingesetzt. »Damit verlässt die angesaugte Luft unseren Bodenstaubsauger deutlich sauberer und nahezu virenfrei und geruchslos«, ergänzt Ralf Wietek.

Ein weiterer Clou: Das längere Stromkabel erweitert den Aktionsradius auf ganze elf Meter. Ein häufiges Umstecken entfällt. Durch die vier zusätzlichen Düsen reinigt der neue Hoogo-Staubsauger die unterschiedlichsten Flächen, Ecken und Ritzen einwandfrei. Das extralange Teleskoprohr *easy touch* aus Stahl ermöglicht die Reinigung von schwer erreichbaren Flächen. Dank der patentierten *easy touch*-Manschette lässt sich die Länge des Rohrs besonders einfach und komfortabel variieren. Das Rohr ist darüber hinaus sicher per Klickverbindung mit dem ergonomischen, gummierten Handgriff verbunden. Ein Staubsauger für den ganzen Haushalt. Das intuitive Design mit Staubfüllanzeige und einem Staubvolumen von drei Litern runden das Angebot ab.

Durch die Kombination aus langlebigen, hochwertigen Komponenten, umweltfreundlicher Verpackung und zehn Jahren Ersatzteilverfügbarkeit ist im Ergebnis ein leistungsfähiges, vielseitiges und besonders nachhaltiges Gerät entwickelt worden und unterstreicht die auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensphilosophie.

»Hohe Saugleistung, gepaart mit Zubehör für Teppich, Hartböden, Polster, Möbel, Fugen und Autoinnenräume – unser neuer Bodenstaubsauger mit Beutel Hoogo B3+ reinigt so ziemlich alles von Staub, Schmutz, Milben, Allergenen, Pollen, Viren und Gerüchen.«

Ralf Wietek
Geschäftsführer Mytek GmbH



Hepa 14 Filter und großes Staubbeutelvolumen zeichnen den neuen Hoogo B3+ zusätzlich aus.

Perfekte Sauberkeit ohne Kompromisse.

Der leistungsstarke Grundig 2-in-1 Akku-Stielstaubsauger VCP 9131.

Ein sauberer Boden ist nicht nur aus hygienischer Sicht bedeutend, er ist die Basis echten Wohlfühlens in jedem Zuhause. Unser Akku-Stielstaubsauger mit beeindruckender 210-Watt-Saugleistung bringt perfekte Sauberkeit bis in die hinterste Ecke. Höchsten Bedienkomfort bietet dabei das LC-Display, das Nutzungsdauer und Ladestatus anzeigt, das knickbare Saugrohr, das auch schwer zugängliche Stellen mühelos reinigt, sowie die Floor Detection Technologie in der Saugdüse, die eigenständig den Bodenbelag erkennt und so automatisch die Saugleistung anpasst.

GRUNDIG

Alles beginnt zuhause



grundig.de



Effiziente Hinderniserkennung
Der neue Deebot umfährt geschickt Gegenstände am Boden.

Saugroboter Ecovacs Deebot T9 AIVI

Stärker. Smarter. Sauberer.

Der neue **Ecovacs Deebot T9 AIVI** ist eine konsequente Weiterentwicklung im Markt der Saug- und Wischroboter. **Stärker** mit maximaler Saugkraft von 3.000 Pascal, die doppelt so hoch ist wie die des Vorgängers. **Smarter** dank leistungsfähigerer künstlicher Intelligenz, die verbunden mit dem integrierten visuellen Kommunikationssystem zahlreiche neue Features möglich macht und **sauberer** auf jedem Bodenbelag durch neue Bürstentechnologie.

Seit Jahren sind Saugroboter auf dem Vormarsch. Erleichtern sie doch die regelmäßige Putzarbeit erheblich. Noch beliebter werden die kombinierten Saug- und Wischroboter, die sich auch um die allgemein ungeliebte feuchte Bodenpflege kümmern. Wären da nicht einige Schwachstellen, die manche Modelle an ihre Grenzen bringt. Beispielsweise herumliegende Gegenstände, lange Haare oder eingetrocknete Flecken.

Mit diesen Problemstellungen haben sich die Entwickler der Marke Ecovacs eingehend beschäftigt und das neue Flaggschiff Deebot T 9 AIVI danach ausgerichtet. Die Nutzer erhalten perfekt saubere Böden, denn dank verbesserter künstlicher Intelligenz erkennt dieses Multitalent bis zu 15 unterschiedliche Objekte, so dass niemand mehr vor dem Reinigen aufräumen muss.

Die neuen, verwicklungsfreien Gummibürsten des Deebot T9 AIVI eignen sich perfekt für die Tiefenreinigung von Teppichen, zum Saugen von Tierhaaren oder zum Entfernen von hartnäckigem Schmutz und Ablagerungen aller Art. Die wartungs- und reinigungsfreien Bürsten sind perfekt aufeinander abgestimmt und rotieren gegenläufig. Ecovacs setzt erstmals in Partnerschaft mit iRobot die Aero Force Technologie ein. Anstelle von klassischen Bürsten befördern zwei Gummwalzen höchst effektiv den Schmutz in den Roboter.



Darüber hinaus organisiert er selbstständig den besten Reinigungsplan für die Anforderungen des Raumtyps. Die AIVI 2.0-Technologie erkennt jetzt auch menschliche Umriss und reinigt zuerst dort, wo niemand im Raum ist. Er ist damit der rücksichtsvollste und achtsamste Mitbewohner, den man sich wünschen kann.

Für noch mehr Entspannung sorgt die separat erwerbbar automatische Absaugstation. Sie fasst 2,5 Liter komprimierten Staub und Schmutz. Das entspricht je nach Wohnungsgröße einer bis zu 30-tägigen Nutzung.

Der Deebot T9 AIVI ist für 799 Euro (UVP) im Handel verfügbar. Die passende Absaugstation wird ab Ende des Jahres für 299 Euro (UVP) erhältlich sein.



Bildmaterial: Rowenta



in allen Ecken und Kanten für Sauberkeit, so dass der Saugroboter insgesamt in der Kategorie »Saugen (Hartboden)« mit der Note 1,7 sogar eine bessere Bewertung als der Testsieger erhält. Die Wischfunktion überzeugt ebenfalls, gerade in Hinblick auf die Punktreinigung: Der X-plorer S95 wischte im Test sehr gut gezielt einzelne Flecken weg.

Besonders erfreulich: Das Gerät von Rowenta schnitt bei der Praxistauglichkeit von den acht getesteten Saug- und Wischrobotern mit der Note 2,1 am besten ab. Es bietet dank smarter Steuerung eine präzise Navigation sowie eine personalisierte Reinigung mit gespeicherten Saugwegen und »No-Go-Zonen«.

Aktuelles Testergebnis

Saugroboter von Rowenta überzeugt bei Stiftung Warentest

Der **Rowenta X-plorer S95** punktet beim Verbrauchermagazin Stiftung Warentest insbesondere mit seinen Fähigkeiten auf Hartböden und erreicht in der November-Ausgabe (11/2021) als eines von nur zwei Geräten die Bewertung »gut«.

Die Saugleistung von 8.000 Pascal macht sich bemerkbar: Auf harten Böden zeigt der Rowenta X-plorer S95 Total Care nicht nur ein sehr gutes Er-

gebnis bei der Aufnahme von größerem Schmutz, sondern auch eine gute Gründlichkeit und gleichmäßige Reinigung. Zudem sorgen die beiden seitlichen Düsen

Rowenta belegt den vierten Platz im Markt der Saugroboter

Alles in allem wurde der X-plorer S95 von Stiftung Warentest mit »gut« und der Note 2,4 ausgezeichnet, und damit in Schlagdistanz zum Testsieger. Dank Produkten wie dem X-plorer S95 konnte Rowenta zudem im ersten Halbjahr 2021 seine Marktanteile in der Kategorie Saugroboter mehr als verdreifachen und nimmt dadurch in Deutschland jetzt den vierten Rang unter den Herstellern ein.

Der Rowenta X-plorer S95 Total Care ist ab sofort im Handel und online für eine UVP von 1.099,99 Euro erhältlich.

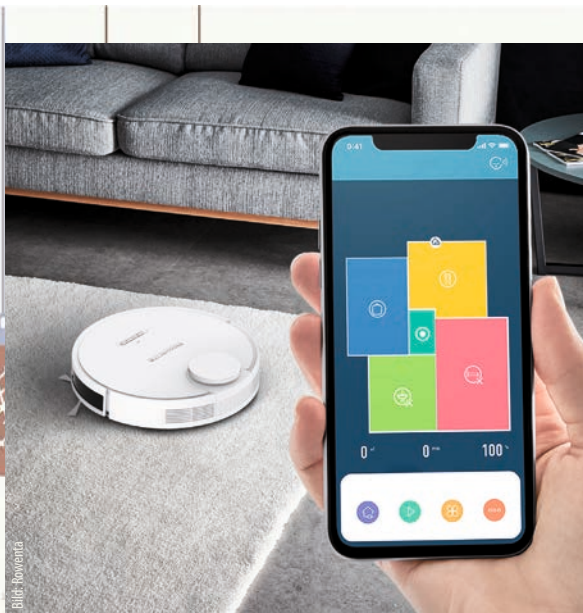


Bild: Rowenta

Gewinnen Sie Wisch- & Saugroboter X-plorer S95 Total Care von Rowenta

GEWINNSPIELFRAGE:

In welcher Einheit wird die Saugkraft eines Saugroboters angegeben?

Einsendeschluss: 24. Dezember 2021

Tragen Sie hier Ihre Antwort ein

GEWINNE:

Wir verlosen zwei Wisch- und Saugroboter X-plorer S95 Total Care der Marke **Rowenta** im Wert von jeweils 1.099,99 Euro UVP*

* Unverbindliche Preisempfehlung – Die Festlegung der Verkaufspreise liegt im alleinigen Ermessen des Handels

Senden Sie Ihre Lösung bitte per eMail an apc@ce-markt.de bzw. per Telefax an 0 91 06 – 92 55 62 oder nehmen Sie online über den Gewinnspiel-Banner unter ce-electro.de teil.

Bitte Name, Anschrift und Telefonnummer nicht vergessen! Unter mehreren richtigen Einsendungen ermitteln wir die Sieger im Losverfahren.

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Mit der Teilnahme am Gewinnspiel erklären sich die künftigen Gewinner*innen damit einverstanden, in der Ausgabe 1+2/2022 **CE-Markt electro** bzw. im Newsletter namentlich erwähnt zu werden.

Beurer Glaswaagen bringen Großstadtflair ins Badezimmer

Die neuen GS 215 Design-Glaswaagen Rome und San Francisco von **Beurer** bringen die bekannten Wahrzeichen – Kolosseum und Golden Gate Bridge – mit farbrillantem Motivdruck ins eigene Heim. Mit den Städte-Editionen dieser Körperwaagen gestaltet sich die Gewichtsmessung nicht nur einfach, modern und elegant, sondern sie wird auch zum Blickfang in jedem Bad.



Magic Display erscheint nur bei der Messung, um die Schönheit des Motivs nicht zu stören.

Als einer der führenden Anbieter von Personenwaagen in Europa bietet Beurer stetig innovative Produkte für mehr Gesundheit und Wohlbefinden im Alltag an. So dienen auch die Glaswaagen GS 215 in neuem Design nicht nur einer präzisen Körpergewichtsmessung, sondern verwandeln jedes Badezimmer in eine kleine Wohlfühlzone für Weltenbummler.

Mit ihrem stilvollen Design und den durchdachten Einstellungen sind sie ein echtes Must-Have und vermitteln Reise-Feeling direkt in den eigenen vier Wänden. Das Magic Display, welches nur bei der Messung erscheint und ansonsten das Waagenmotiv nicht stört, zeigt das Ergebnis in 100-Gramm-Schritten mittels leuch-

tender roter LED-Ziffern im modernen Dot-Matrix-Look an. Durch die Zifferngröße von 27 Millimeter ist ein einfaches Ablesen möglich. Dabei können Nutzer zwischen den drei Messeinheiten kg, lb und st – Kilogramm, Pounds und Stone – wählen.

Mit einem Gewicht von circa 1,5 Kilogramm und einer Länge und Breite von jeweils 30 Zentimeter sind die Design-Glaswaagen zudem handlich und bei Bedarf leicht zu bewegen. Die Quickstart-Einschaltschalttechnik, die Abschaltautomatik und eine Überlastungsanzeige sind weitere praktische Features.

Beide Waagen sind bereits verfügbar, kosten UVP 25,99 Euro und werden mit 5-Jahres-Garantie ausgeliefert.



Reise-Feeling vermittelt auch das Modell Golden Gate Bridge beim morgendlichen Wiegen.

Bunte elektrische Zahnbürsten

Das Leben ist bunt – genauso wie die **Philips One by Sonicare**, die ab November den Wechsel von einer Handzahnbürste zu einem elektrischen Modell so einfach wie noch nie macht.

Die Philips One versteht sich als elektrische Variante einer Handzahnbürste: Die Bewegungen des manuellen Putzvorgangs bleiben erhalten, die Mikro-vibrationen und wellenförmigen Borsten optimieren allerdings zusätzlich die Zahnreinigung und verbessern das Putzergebnis. Zur optimalen Unterstützung weist die Zahnbürste alle 30 Sekunden mit einem Signal darauf hin, zum nächsten Quadranten des Mundes überzugehen. Ein

längeres Summen nach zwei Minuten signalisiert, dass der Putzvorgang beendet werden kann.

Die Philips One ist in fünf stylischen Farben erhältlich: Shimmer (Peach), Mango (Gelb), Mitternachtsblau, Shadow (Schwarz) und Miami (Koralle). Dabei können die Bürstenköpfe farblich passend gewählt oder aber eine eigene Farbkombination zwischen Handstück und Bürstenkopf kreiert werden.



Bild: Philips

Modelle Mango und Miami in frischem Gelb und einem zarten Koralle-Ton.

»Das schlanke, leichte Design und das passende Reiseetui machen aus der Philips One den perfekten Reisebegleiter. Je nach Modell wird sie mit nur einer handelsüblichen Batterie bestückt oder via USB-C-Kabel geladen. Mit einer Batterie können die Zähne 90 Tage lang geputzt werden. Via USB-Aufladung ist sie 30 Tage lang einsatzbereit.«



Bild: Philips

Anke Hille
Marketing Manager
Oral Healthcare bei Philips

Heizflasche von Unold

Einfach aufladen und Wärme genießen

Bauchschmerzen? Rückenschmerzen? Nackenschmerzen? Mit der **Wärmi** von **Unold** haben Konsumenten in wenigen Minuten die perfekte und sichere Wärmflasche. Kein heißes Wasser, kein Kabel, und überall einsatzbereit. Einfach aufladen und dann in die Tasche oder in den Gürtel stecken. Die wohlige Wärme verbreitet sich schnell und ganz ohne elektromagnetische Strahlung. Egal ob im Bett oder auf der Couch – die Tasche auf den Bauch oder in den Nacken zur Entspannung legen. Die Wärmi von Unold bleibt für mehrere Stunden warm und kann jederzeit wieder aufgeladen werden. Gerade auch bei kalten Außentemperaturen ist der Gürtel besonders praktisch, zum Beispiel bei Events oder beim Grillfest im Garten. Wärmi gibt es in vier Farben – beige, rot, rosa und blau. Somit ist für jeden Farbgeschmack etwas dabei.

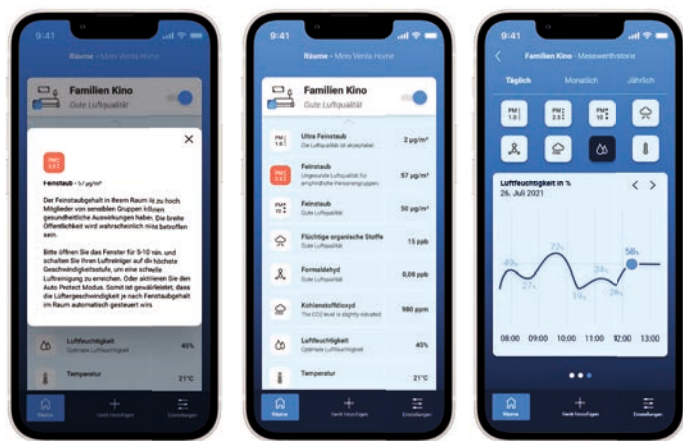


Bild: Venta

Venta Home App

Ratgeber für gesunde Raumluft

Die in diesem Jahr neu entwickelte **Venta Home App** bekommt neue Funktionen und wird so zum Informationszentrum für die individuelle Raumluft. Die App ist für Apple und Android auf Deutsch und Englisch und in weiteren 19 Sprachen verfügbar. Das Update ist für Venta ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg ins Smart Home. Wenn bei den Venta-Air Connect-Geräten der Auto Protect-Modus gewählt ist, nimmt der Luftwäscher oder Luftreiniger die notwendigen Einstellungen automatisch vor. Künftig kann also die Raumluft neben vielen anderen Dingen smart gesteuert werden. Die von Venta Geräten übermittelten Messwerte sind in der App abrufbar und es werden Informationen über deren Auswirkungen und mögliche Ursachen aufgezeigt. Zusätzlich gibt es Handlungsempfehlungen, um die Werte wieder in den optimalen Bereich zu lenken. Kompatible Geräte sind die Modelle mit Air Connect Funktionalität sowie die in diesem Herbst auf den Markt kommende Raumklima- und Luftqualitätsmesser-Produktreihe Air Sense.

Preisträger in der Kategorie Gesundheitsprodukte

Deutschlands Beste Online-Shops 2021

Medisana besitzt einen ausgezeichneten Online-Shop, genauer gesagt einen von »Deutschlands Besten Online-Shops 2021«. Einkaufen rund um die Uhr ohne Beschränkung und mit bequemer Lieferung – das ist bei vielen Verbrauchern äußerst beliebt und so haben viele Online-Shops gerade auch in Lockdown-Zeiten einen starken Umsatzzuwachs verbuchen können. Als einer der führenden Spezialisten im Home Health Care-Markt zählt Medisana zu den Preisträgern des Awards »Deutschlands Beste Online-Shops 2021« in der Kategorie Gesundheitsprodukte. »Wir freuen uns sehr über diese Auszeichnung für den Medisana Online-Shop und das Vertrauen, das uns unsere Kunden beim Thema E-Commerce entgegenbringen«, sagt **Thomas Hollefeld**, Managing Director Medisana EMEA.



Bild: Medisana



Bild: Oral-B

Elektrische iO Zahnbürsten-Serie

Oral-B erfüllt individuelle Bedürfnisse beim Zähneputzen

Für das beste Reinigungsergebnis steht die revolutionäre iO-Magnettechnologie von **Oral-B**, die für ein sensationell sauberes Gefühl sorgt und ein sanftes Zahnputzerlebnis mit künstlicher Intelligenz und 3D-Zahn-Tracking-Funktion unterstützt.

Wir alle haben ganz unterschiedliche Anforderungen, wenn es ums Zähneputzen geht. Aber wir sind uns einig: Mundpflege sollte so einfach und angenehm wie möglich sein – und dabei angepasst auf unsere ganz individuellen Bedürfnisse.

Die neue Oral-B iO6 ergänzt die innovative iO-Serie von Oral-B und sorgt dank moderner Technologie für ein hervorragendes Zahnputzerlebnis mit besten Ergebnissen. Sie begleitet den Nutzer durch den gesamten Zahnputzvorgang. Aus fünf Reinigungsprogrammen – tägliche Reini-

gung, Sensitiv, Zahnfleischschutz, Tiefenreinigung und Aufhellen – kann der Nutzer seinen persönlichen Favoriten wählen.

Die Modi unterscheiden sich im Hinblick auf die Rotationsgeschwindigkeit der Bürste. Während des Putzens hilft die intelligente Andruckkontrolle dabei, das Zahnfleisch vor zu viel Druck zu schützen. Bei optimalem Druck leuchtet sie grün und warnt mit rotem Licht vor zu viel Druck.

Über Bluetooth mit der Oral-B App verbunden stellt die neue Oral-B iO6 sicher, dass Nutzer beim Putzen keinen Bereich vergessen: Künstliche Intelligenz erkennt den individuellen Putzstil und hilft, alle Zähne gleichmäßig zu reinigen. Am Ende des Putzvorgangs erscheint ein Smiley auf dem Display, der entweder lächelt oder die Mundwinkel herunterzieht – je nachdem wie lange und gründlich geputzt wurde.

Mit iO-Zahnbürsten wird länger geputzt

Klinische Studien haben gezeigt, dass sich die Plaque-Entfernung durch Oral-B iO-Zahnbürsten in nur acht Wochen um 100 Prozent verbessert. Personen, die während des Putzens die Oral-B iO kompatible App verwendet haben, putzten ihre Zähne durchschnittlich 2:27 Minuten pro Putzdurchgang. Zum Vergleich: Menschen, die eine herkömmliche Handzahnbürste verwenden, putzten durchschnittlich weniger als eine Minute*.

* Quelle: Based on an 8-week clinical trial. Grender J, et al., Int Dent J 2020; in press



Bildmaterial: Oral-B

Gewinnen Sie elektrische Zahnbürsten der Marke Oral-B

GEWINNFRAGE:

Wie verbindet sich die Oral-B App mit der elektrischen Zahnbürste?

- per WLAN
- über Bluetooth
- via NFC

Einsendeschluss: 31. Dezember 2021

GEWINNE:

1. Preis **Oral-B iO9** im Wert von 399,99 Euro (UVP*)
2. Preis **Oral-B iO6** im Wert von 199,99 Euro (UVP*)

* Unverbindliche Preisempfehlung
Die Festlegung der Verkaufspreise liegt im alleinigen Ermessen des Handels



Mobile Teilnahme

Senden Sie Ihre Lösung bitte per eMail an apc@ce-markt.de bzw. per Telefax an 0 91 06 – 92 55 62 oder nehmen Sie online über den QR-Code teil. Bitte Name, Anschrift und Telefonnummer nicht vergessen! Unter mehreren richtigen Einsendungen ermitteln wir die Sieger im Losverfahren. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Mit der Teilnahme am Gewinnspiel erklären sich die künftigen Gewinner*innen damit einverstanden, in der Ausgabe 1+2/2022 **CE-Markt electro** bzw. im Newsletter namentlich erwähnt zu werden.



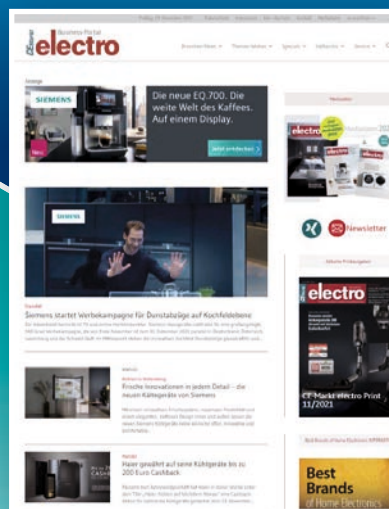
CE-Markt electro

Ihr Leitmedium
für Home Appliances



Business-Portal www.ce-electro.de

Ihre Online-Plattform mit
tagesaktuellen Brancheninfos



ePaper

Print-Ausgaben
zum Download



Newsletter



News auf Xing



geprüft