

www.ce-electro.de

# electro

Das Business-Magazin der Elektro-Hausgeräte-Branche

## Top-Themen

Beauty@Home – Personal Care  
Produkte im Trend | Seite 8+9

Corona-Krise: Wie geht unsere  
Branche damit um? | Seite 10+11

Severin launcht eBBQ-Range  
mit Erfolg | Seite 15



**Oral-B** iO

Oral-B

## Elektrische Zahnbürste mit innovativem Magnetantrieb

Seite 2

Oral-B iO-Technologie

# Elektrische Zahnbürste mit innovativem Magnetantrieb



**Oral-B** hat ein neuartiges Antriebssystem für seine elektrischen Zahnbürsten entwickelt. Es kombiniert ein extrem sanftes Anwendererlebnis mit präziser Reinigungsleistung. Damit baut der Innovationsführer seine Position in der Mundhygiene weiter aus

Die herausfordernde Aufgabe an die Experten im Forschungszentrum von Oral-B lautete: Die Kategorie elektrischer Zahnbürsten von Grund auf neu zu gestalten. Nach insgesamt sechs Jahren Entwicklungszeit ist mit der Oral-B iO ein Produkt entstanden, das erstmals mit Magnettechnik statt Mechanik arbeitet und auch in puncto Design neue Wege geht. Insgesamt verfügt die neue Oral-B iO weltweit über mehr als 250 Patente.

Im Laufe des Prozesses wurde das gesamte Innenleben der Bürsten ausgetauscht und ein völlig neues Designkonzept entwickelt. Die neuen Oral-B iO Modelle sind extrem leise, sehr sanft und präzise in der Anwendung und liegen durch ihre schlanke Form gut in der Hand.

Das P&G Forschungszentrum im hessischen Kronberg berichtet: »Mit der Oral-B iO haben wir unsere bewährte Rundbürstentechnologie nicht nur weiterentwickelt, sondern vielmehr das Produkt ganz neu aufgebaut. Nun können wir mit konzentrierten Energien von Mikrovibrationen ein besonders sanftes und angenehmes Putzerlebnis ermöglichen. Der innovative Magnetantrieb hat sich sowohl in der Handhabung als auch in der Reinigungsleistung

bewährt und eine gründlichere Reinigung von Zähnen und Zahnfleisch erzielt.«

Die neue Bürste arbeitet erstmals mit dem innovativen magnetischen Antriebssystem, das die bewährten oszillierend-rotierenden Bewegungen mit dem Antrieb durch neuartige Mikrovibrationen kombiniert. Somit wird die Energie punktgenau auf die Borstenspitzen übertragen, konzentriert sie dort, wo sie am meisten benötigt wird und lässt den von Zahnärzten entwickelten kleinen, runden Bürstenkopf sanft von Zahn zu Zahn gleiten. Intensive Forschungsjahre mit mehr als 1800 Testern führten neben der neuen Magnettechnologie zu der Entwicklung einer innovativen Nutzeroberfläche und zusätzlichen Funktionen, die für ein angenehmeres sowie individuelles Putzerlebnis in Kombination mit der bewährten Oral-B Qualität sorgen.

Der intelligente Drucksensor sorgt für zusätzlichen Schutz des Zahnfleisches, in dem er Nutzern dabei hilft, den optimalen Druckgrad zu verwenden. Das große interaktive Display ermöglicht eine einfache Navigation durch die verschiedenen Funktionen und Einstellungen der Bürste. Zudem ist die Oral-B iO mit Positions- und



Benno Stan

»Mit dieser Premium-Innovation treiben wir das Kategoriewachstum weiter an und bieten neue Umsatzchancen für den Handel.«

Benno Stan

Verkaufsleiter Elektro-Channel DACH Procter &amp; Gamble

KI-unterstützter Putztechnikerkennung für eine ganzheitliche Reinigung im Mund ausgestattet: In Kombination mit der Oral-B iO App und Sensoren im Handstück der Bürste werden erstmalig alle sechs Zahnflächen<sup>1</sup> sowie die Position der Bürste im Mund erfasst.

»Die bahnbrechende Technologie der Oral-B iO stellt erneut unsere unangefochtene Position als Pionier im Bereich elektrischer Zahnbürsten unter Beweis und baut unsere Position als Innovationsführer im Bereich Mundgesundheit weiter aus«, betont **Benno Stan**, Verkaufsleiter Elektro-Channel für Deutschland, Österreich und Schweiz bei Procter & Gamble. »Die nationale Einführung der Oral-B iO setzen wir ab Sommer 2020 erstmalig mit einer kriterienbasierten Distributionsstrategie um.«



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

## Editorial

# Wieder persönlich für Kunden da

Nach wochenlangen Ladenschließungen wegen erhöhter Corona-Ansteckungsgefahr keimte am 20. April wieder ein Fünkchen Hoffnung im Einzelhandel auf. Zunächst nur für Verkaufsflächen bis 800 Quadratmeter und auch nicht in allen Bundesländern. Aber peu à peu normalisierte sich im Mai die Ladenöffnung in den Geschäften – so auch im Elektrohandel. Die Kurzarbeit wurde bei vielen Unternehmen wieder aufgehoben und die Hersteller der Hausgerätebranche nahmen ebenfalls wieder die Produktionen auf.

**Die Ladenöffnung** ist nach wie vor mit Auflagen verbunden. Kunden sind verpflichtet, Schutzmasken zu tragen und sich an Abstandsregeln zu halten. In großen Geschäften kontrollieren Sicherheitsdienste den Ladenzutritt und regelmäßig werden Einkaufswägen desinfiziert. Dieser Tage sieht man verstärkt, dass bereitgestellte Desinfektionsstationen von den Kunden aktiv benutzt werden.

**Die Einkaufsverbände** in unserer Branche haben ihre Mitglieder bei der Wiedereröffnung ihrer Geschäfte vorbildlich unterstützt. So hat Telering attraktive Banner für die IQ-Webseiten und Facebook-Accounts zur Verfügung gestellt. Mit knackigen Sprüchen wie »Raus aus der Bude, rein in den Laden!« oder »1,5 m Abstand und trotzdem nah beim Kunden« weist der rührige Professor IQ darauf hin, dass ab sofort die IQ-Fachgeschäfte wieder geöffnet sind.

**Sobald der Beschluss** der Regierung feststand, hat Electronic Partner seine Mitglieder über die genauen Bedingungen für eine Wiedereröffnung informiert. Die Fachhändler haben schnell reagiert, Informationen bei ihren lokalen Ämtern eingeholt und alle nötigen Vorkehrungen getroffen. Dazu gehören unter anderem Sicherheitsmaßnahmen wie Abstands-

markierungen, Schutzvorrichtungen an Tresen und Kassen sowie die Versorgung mit Desinfektionsspendern und Masken. Einen Großteil der benötigten Materialien konnten die Händler direkt über die Zentrale von Electronic Partner bestellen. Aushänge und weitere Hinweise zu Hygienevorschriften stellte EP auch zum Download zur Verfügung.

**Bei den praktischen** Vorbereitungen wurden die Händler der EK Servicegroup ebenfalls tatkräftig unterstützt. Neben Mund- und Hustenschutz, Desinfektionsmittel-Ständern oder der Einrichtung kontaktloser Bezahlmöglichkeiten stellen die Bielefelder zum Beispiel Aufsteller, Plakate, Fußbodenaufkleber und Piktogramme im Shopkonzept-Design mit allen wichtigen Abstands- und Hygienevorschriften zur Verfügung. Zudem wurde ein Marketing-Paket geschnürt, das zwei wesentliche Botschaften nach außen trägt: »Wir sind wieder persönlich für Sie da!« und »Ihre Gesundheit ist für uns das Wichtigste!«

**Mit der Lockerung** der Ladenöffnungszeiten für den Einzelhandel geht man nun einen wichtigen Schritt in die richtige Richtung. In den letzten Wochen und auch in der Phase der Wiedereröffnung unterstützte die Euronics Zentrale ihre Mitglieder an verschiedensten Stellen. Für die Verbundgruppe heißt es nun, nach vorne gerichtet zu handeln. Euronics hat für die kommenden Wochen bereits 42 Restart-Kampagnen vorbereitet. Mehr dazu lesen Sie auf Seite 5.

**Ich wünsche Ihnen** und Ihrem Geschäft, dass es nach dem Shutdown nun wieder deutlich nach oben geht.

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



## Messe

### Was wird aus der IFA 2020?

**Am 21. April** informierte das Land Berlin, dass Großveranstaltungen mit mehr als 5.000 Teilnehmern bis 24. Oktober 2020 verboten sind. Was bedeutet das für die IFA 2020?

Bis zu unserem Redaktionsschluss Mitte Mai stand eine endgültige Entscheidung der IFA-Veranstalter gfu und Messe Berlin noch nicht fest. Nur soviel: Die IFA 2020 kann nicht im gewohnten Rahmen stattfinden.

**Hans-Joachim Kamp**, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer und Home Electronics GmbH erklärt dazu: »Die neuen Rahmenbedingungen treffen uns natürlich nicht völlig überraschend. Sie schaffen nun aber Klarheit und ermöglichen uns, gemeinsam mit unserem Partner Messe Berlin sowie namhaften Ausstellern, eine konkrete Planung und Vorbereitung.«

Aktuelle Meldungen dazu, können Sie auf unserer tagesaktuellen Branchenplattform unter [www.ce-electro.de](http://www.ce-electro.de) lesen.



## De'Longhi SpA

### Fabio De'Longhi gibt die Geschäftsführung ab

**Am 1. Mai 2020** hat **Fabio De'Longhi** die Verantwortung als CEO und General Manager der De'Longhi SpA abgegeben. Er fungierte 15 Jahre als CEO und wird weiterhin eine bedeutende Rolle im Unternehmen einnehmen. So steht er seinem Nachfolger in der Übergangsphase zur Seite und widmet sich zukünftig den Mitarbeitern, der Unternehmenskultur und Innovationen sowie dem Bereich Mergers & Acquisitions. Letzteres beschäftigt sich in erster Linie mit Fusionen und Unternehmenskäufen.

Sein Nachfolger ist der internationale Spitzenmanager **Massimo Garavaglia**. Mit ihm wird die De'Longhi Gruppe den in den letzten Jahren eingeschlagenen Wachstumspfad konsequent fortsetzen und gleichzeitig ihre Unternehmensführung mit einem äußerst erfahrenen Manager verstärken, der den Herausforderungen und Möglichkeiten eines sich ständig wandelnden Marktes souverän begegnen wird. Für Garavaglia liegt die Latte dennoch sehr hoch, denn im vergangenen Jahr konnte die De'Longhi-Gruppe einen Rekordumsatz von über zwei Milliarden Euro erzielen.





10+11

Bild: Pixabay

## Wie geht unsere Branche mit der Corona-Krise um?

**Die Elektrohändler** mussten wochenlang ihre stationären Geschäfte schließen. Lesen Sie hier einen Querschnitt, welche Impulse aus unserer Branche hervorgingen ...



15

Bild: Kay Henschelmann

## Mit Severin in die Zukunft des Elektrogrillens starten

**Sascha Steinberg** Marketing & Product Management Director informiert, wie es Severin trotz Corona-Krise gelang, die auf der Ambiente vorgestellten Elektrogrills auf die Erfolgsspur zu bringen ...



17

Bild: Beurer

## Beurer stellt sich dem Thema Schlaf mit Produktneuheiten

Es gibt viele Gründe, die das Einschlafen erschweren und eine erholsame Nachtruhe stören können. Abhilfe versprechen die neuen Artikel der Produktlinie **Sleep Line** von **Beurer** ...

# INHALT Ausgabe 5+6 | 2020

<b>Oral-B</b> Elektrische Zahnbürste mit Magnetantrieb	2
<b>Editorial</b> Wieder persönlich für Kunden da	3
<b>Inhaltsverzeichnis</b> dieser Ausgabe • Impressum	4
<b>Euronics</b> 42 Restart-Kampagnen	5
<b>News</b> Aktuelles aus der Branche	6
<b>Im Brennpunkt</b> Jetzt das Kleingeräte-Geschäft forcieren	7
<b>GfK</b> Personal Care Produkte im Trend	8+9
<b>Haier</b> Analyse zum Verbraucherverhalten	9
<b>Beko</b> Wäschetrockner im XS-Format	9
<b>Corona-Krise 2020</b> So reagiert unsere Branche	10+11

### Titelthema

## Oral-B iO State-of-the-art in der Mundpflege

*Oral-B stellt mit der neuen elektrischen Zahnbürste wieder seine Kompetenz unter Beweis | Seite 2*



## NEWSLETTER

Sie wollen stets über die aktuellen Themen in der Branche Bescheid wissen? Dann abonnieren Sie den kostenlosen Newsletter von **CE-Markt electro**, der Sie regelmäßig über Produkte, Technologien und Trends informiert. Zur Anmeldung nutzen Sie bitte den QR-Code oder direkt unsere Website [ce-electro.de](http://ce-electro.de)



<b>Graef</b> stellt Haltbarkeitsstudie vor	12
<b>Gastroback</b> Cooles Geräte-Trio für sommerliche Drinks	13
<b>WMF</b> Premium BBQ-Kollektion • Tefal Opti Grill Deluxe	14
<b>Severin</b> Exklusiv-Interview mit Sascha Steinberg	15
<b>Luftbehandlung</b> Rowenta • Dyson • Soehnle • Philips	16
<b>Beurer</b> Erholsamer Schlaf mit neuen Produkten	17
<b>Personal Care</b> Grundig • Remington • Gewinnspiel Braun	18
<b>Medisana</b> Verspannt im Home Office? • WMF Diffusor	19

### 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](mailto:verlag@ce-markt.de)

GESCHÄFTSFÜHRER: Rainer Simon

REDAKTION: Annette Pfänder-Coleman (Chefredakteurin), Sebastian Schmidt, Jan Uebe, Lutz Rossmesl, 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](mailto:alexander.zoehler@ce-markt.de)

VERLAGSBÜRO MARKT ERLBACH:  
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](mailto:apc@ce-markt.de)

Lutz Rossmesl  
Telefon 09 11 - 970 90 30  
Fax 09 11 - 970 90 31, Mobil 01 60 - 440 37 54  
[rossmesl@ce-markt.de](mailto:rossmesl@ce-markt.de)

AUFLAGE: IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **CE-Markt electro**-Trägermediums **CE-Markt**. Druckauflage 14.550 • tatsächlich verbreitet 14.345 • verkauft 7.336 Exemplare (IVW-Auflagenmeldung 4. Quartal 2019)

## 42 Restart-Kampagnen

Bereits zwei Wochen nach den Ladenöffnungen zeichnet sich bei Euronics ab, dass die stationäre Nachfrage bemerkenswert gut ist. Der Umsatz im April lag schon wieder fast auf Vorjahresniveau

Unter Einhaltung der Auflagen und Berücksichtigung der lokalen und überregionalen Vorgaben startete ein Großteil der Euronics Mitglieder ihren Betrieb.

**Frank Schipper**, Geschäftsführer von Euronics XXL Lüdinghausen: »Wir haben die letzten Wochen intensiv genutzt, um unsere Online-Aktivitäten auszubauen und auf verschiedensten kontaktlosen Wegen für unsere Kunden da

auf unterschiedlichen Ebenen bestmöglich zu unterstützen« informiert **Benedict Kober**, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland.

»In den letzten Wochen haben wir deshalb viele Maßnahmen initiiert, die unsere Händler und damit den lokalen Einzelhandel stärken. Nach individueller Beratung von Mitgliedern in rechtlichen und finanziellen Fragen sowie Verhandlungen mit Lieferan-



Frank Schipper

Bild: apc



Benedict Kober

Bild: Euronics

zu sein. Jetzt freuen wir uns, dass wir einen Schritt Richtung Normalität gehen können, natürlich unter Einhaltung aller nötigen Hygienevorschriften. Wir haben uns auf die neue Art der Beratung bestens vorbereitet, all unsere Mitarbeiter sind mit Masken und Desinfektionsschutz ausgestattet, die wir über die Zentrale beziehen konnten. Zudem zeigen die letzten Wochen, dass sich lokale Nähe und aufgebautes Vertrauen auszahlt. Wir sind überwältigt von der Welle der Dankbarkeit und des Zuspruchs, die wir von unseren Kunden erfahren haben.«

»Die aktuelle Krisenzeit ist für uns und alle Händler eine neue, noch nie dagewesene Situation und es ist uns ein Anliegen, unsere Mitglieder

ten und Herstellern in den vergangenen Wochen heißt es nun, nach vorne gerichtet zu handeln. Für die kommenden Wochen sind bereits 42 Restart-Kampagnen vorbereitet«, so Kober weiter.

Darüber hinaus wurde von Euronics die lokale Einkaufsplattform [mein-lokaler-handel.de](http://mein-lokaler-handel.de) ins Leben gerufen. Dieser zentrale Onlineauftritt ermöglicht es gerade kleineren und mittleren Betrieben, ihre Öffnungszeiten, Services und Kontaktmöglichkeiten während der verordneten Schließung und darüber hinaus zu hinterlegen. Das Angebot ist branchenübergreifend, nicht auf Euronics Mitglieder beschränkt und sorgt damit zusätzlich für langfristige regionale Verankerung.

# UNOLD®

## NACKENVENTILATOR Breezy



## NACKENVENTILATOR Breezy

Erfrischend unterwegs - Balkon, Terrasse, Zug, Auto oder Bus: Wenn cool entspannt werden soll, übernimmt der NACKENVENTILATOR Breezy die Frische-Faktoren! Sein bequemer Nackenbügel mit flexiblem Schwanenhals sorgt für freie Hände zum Umblättern oder Simsen ... Die mit Knopfdruck aktivierte 3-stufige Geschwindigkeitsregelung liefert 2 bis 8 Stunden angenehme Erfrischung. Durch das Sicherheitsnetz bleibt die Frisur dabei tiptop in Ordnung! Mit dem USB-Ladekabel benötigt der Akku ca. 3 Stunden, bis die volle Power wieder da ist. Den NACKENVENTILATOR Breezy gibt es in 5 Farben und inkl. LED-Beleuchtung. Artikel-Nr. 86690 White / 86694 Pink / 86696 Green / 86698 Blue / 86699 Anthrazit.



**Severin**



Als neuer Head of Sales verstärkt **Scott Taylor** seit 1. Mai 2020 das deutsche Vertriebsteam von Severin. Als Branchen-Profi mit langjähriger Erfahrung hat Taylor seine Expertise im Change Management und im Ausbau von Marken bereits erfolgreich unter Beweis gestellt. Bei Severin wird er die strategische Neuausrichtung der Marke maßgeblich mitgestalten und für Kontinuität in der Zusammenarbeit mit den Fachhandelspartnern sorgen.

**Haier**



Zum 1. Mai 2020 ist **Jörg Reichel** (52) die Position des Vertriebsleiters SDA bei Haier angetreten. Der gelernte Industriekaufmann und Betriebswirt (VWA) berichtet an **Christian Burghardt**, Head of Sales der Haier

Deutschland GmbH. Der studierte Betriebswirt arbeitete in verschiedenen Sales-Positionen, unter anderem bei Procter & Gamble sowie De'Longhi Deutschland.

**Rommelsbacher**



**Bertram Breitenbach** hat Mitte März die Position des Exportleiters übernommen. Langjährige und diverse internationale Vertriebserfahrungen sowie mehrfache Sprachkenntnisse zeichnen den 42-jährigen

aus. Mit dieser Verstärkung sollen die weltweit wachstumsorientierten Ziele des mittelständischen Unternehmens weiter verfolgt werden. Bei seinen vorherigen Stationen war Bertram Breitenbach auf zahlreichen Märkten in fast allen Kontinenten aktiv – und das seit über 15 Jahren.

**Kärcher**



**Am 1. April 2020** feierte **Markus Asch**, stellvertretender Vorsitzender des Vorstands und Vorstand Technologie der Alfred Kärcher SE & Co. KG seine 25-jährige Betriebszugehörigkeit. Herzlichen Glückwunsch.

**Miji**



Produkte der Marke Miji werden dem Fachhandel in ganz Deutschland ab sofort über das

bundesweit operierende Vertriebs- und Service-Netzwerk des Distributionsunternehmens SVS angeboten. Diese Partnerschaft ermöglicht Miji den nächsten Schritt zur Entwicklung des deutschen Marktes für mobiles Kochen. Gleichzeitig erweitert und ergänzt SVS seinen neu geschaffenen Bereich SDA mit hochwertigen kompakten Kochfeldern und Backöfen von Miji. Die in Deutschland gegründete Marke ist seit mehr als 20 Jahren speziell auf dem chinesischen etabliert. Im vergangenen Jahr begann die Marke Miji verstärkt mit der Vermarktung ihrer Produkte auf dem deutschen Markt.

**Jura**



Nach Wochen des weitgehenden Lockdowns haben die meisten Geschäfte wieder geöffnet. Endlich können sich die Kunden wieder persönlich und »live« bei den autorisierten Jura-Fachhändlern von den Qualitäten der Kaffeespezialitäten-Vollautomaten der Schweizer Traditionsmarke überzeugen. **Mehr noch:** Jura versüßt ihnen den Besuch beim Händler mit einem attraktiven Sommer-Genusspaket in Form von zweieinhalb Kilo edelster Jura-Kaffeebohnen beim Kauf eines Gerätes aus der S-Linie.

**Braun**



Kunden, die jetzt das Silk-Expert Pro 5 IPL der Marke Braun bei ihrem Händler kaufen, profitieren nicht nur von seidig glatter Haut, sondern auch von 40 Euro Cashback. Mit der deutschlandweiten Geld-zurück-Aktion »Test it. Love it!« bietet Braun dem Handel zusätzliche

Umsatzsteigerungen mit seinem starken Produkt zur Haarentfernung. Die Promotion läuft bis zum 30. Juni 2020. Unterstützt wird sie mit Instore-Kommunikation und Online-Präsenz.

**Severin**

Nach dem Plus X Award freut sich Severin über eine weitere Auszeichnung. Der Milchaufschäumer Spuma 700 Plus erhielt den renommierten Red Dot Award für hervorragendes Produktdesign. Auch für den Handel ein gutes Zeichen, unterstreicht der Award doch das Leistungsversprechen von Severin an den Handel.



**Amica**

Zum 30. April 2020 hat **Zbigniew Platek** (60) um Beendigung seiner Tätigkeit als Geschäftsführer der Amica International GmbH gebeten. Mit Beschluss der Gesellschafterversammlung am 30. April 2020 wurde Herr Platek als Geschäftsführer abberufen. **Jacek Rutkowski**, CEO der Amica Gruppe, übernimmt interimswise.

**Thomson**



Der Vertriebs- und Service-Spezialist SVS baut sein Portfolio in der Weißen Ware mit hochwertigen SDA/MDA Produkten der Marke Thomson weiter aus. Dazu hat SVS eine exklusive Vertriebspartnerschaft für den deutschen Markt mit der französischen Unternehmensgruppe Schneider Consumer Group SA geschlossen. Gleichzeitig vermeldet SVS, dass die Ampere GmbH in Schönebeck/Sachsen Anhalt ab sofort die komplette Service-Abwicklung für Produkte der Marke Thomson im Bereich Weiße Ware übernimmt.

**Electrolux**

Viele Fachmessen werden in diesem Jahr nicht im gewohnten Rahmen stattfinden. Deshalb entwickelt **Electrolux** für seine Premiummarke **AEG** auf dem deutschen Markt derzeit ein neues Showroom-Konzept. **Das Versprechen:** Unter Auflage strenger Sicherheitsvorkehrungen bleibt die Marke so mit seinen Kunden und Handelspartnern in engem Austausch. Im Fokus steht dabei der Auftritt auf der diesjährigen A30 Küchenmeile in Ostwestfalen.

# Jetzt das Kleingeräte-Geschäft forcieren

Mit einem Plus von 7,1 Prozent auf knapp 5,9 Milliarden Euro verzeichneten Elektro-Kleingeräte im vergangenen Jahr erneut eine deutliche Steigerung des Umsatzes. Das ist für unsere Branche eine sehr gute Nachricht.



Lutz Rossmeiß

Die positive Entwicklung könnte im laufenden Jahr allerdings ins Stocken geraten. Denn zum jetzigen Zeitpunkt lassen sich die Einflüsse des Corona-Virus auf die weltweit vernetzten Lieferketten und damit die Verfügbarkeit von Produkten sowie die Entwicklung der Kaufbereitschaft in Deutschland nicht seriös vorhersagen, sagt gfu-Aufsichtsrats-Chef **Hans-Joachim Kamp**.

Der Handel ist demnach gut beraten, wenn er sich auf die veränderten Bedingungen schnell und konsequent einstellt. Es ist wichtig, dass sich der Fachhändler ab sofort für ein proaktives Handeln entscheidet und seine Kunden noch stärker offensiv anspricht.

Das bedeutet ganz klassisch über Anzeigen und Beilagen in der Tagespresse. Direkt am Ladengeschäft durch eine aufmerksamkeitsstarke Information in den Schaufenstern sowie im Eingangsbereich. Und natürlich über digitale Kommunikationsformen, sprich auf der eigenen Online-Seite sowie über Social Media. Ein Firmenauftritt über Facebook oder Instagram sollte für einen erfolgreichen Händler heute selbstverständlich sein.

Dazu gehört im Moment auch, die Kunden verstärkt auf die Kleingeräte-Angebote im firmeneigenen Onlineshop aufmerksam zu machen, denn aktuelle Umfragen sehen angesichts der Virus-Lage einen Trend hin zum Onlinehandel. Schlägt also jetzt die große Stunde des Onlinehandels?

t3n meint: Einerseits ja, weil sich immer mehr Kunden aus guten Gründen den Weg ins Geschäft wegen der sozialen

Kontakte lieber sparen wollen. Andererseits sei vielen Kunden aktuell einfach weniger nach Shopping zumute, weil sie eine Unsicherheit spürten.

Händler müssen also das eine tun, ohne das andere zu lassen: Sie müssen mit speziellen Aktionen rund ums Kleingeräte-Geschäft versuchen, die Kunden wieder in den Laden zu holen. Gleichzeitig müssen sie mehr Konsumenten für ihren Onlineshop mobilisieren, indem sie den Einkauf per Klick noch attraktiver, leichter und bequemer machen. Dazu gehört heute unbedingt der Hinweis, dass sie die Ware dem Konsumenten auch direkt nach Hause liefern.

Wenn Händlern dieser zugegeben schwierige Spagat gelingt, dann mache ich mir um die Zukunft unserer Branche keine Sorgen, trotz aller noch möglichen Weiterungen der Corona-Krise.

Machen Sie's gut und vor allem – bleiben Sie gesund!  
Ihr  
Lutz Rossmeiß

Ein Geheimnis, das Sie ständig lüften möchten.

Entdecken Sie maximalen Komfort und mehr Stauraum mit der LiftUp-Box.

Qualität, Design und Innovation





# Beauty @ Home

## Personal Care Produkte im Trend

Selfcare ist Trend: Ob Hautverjüngung, Haarentfernung oder Bartstyling – noch vor wenigen Jahren waren solche Anwendungen den professionellen Beauty-Studios vorbehalten. Inzwischen haben aber auch Kleingerätehersteller dieses Marktpotenzial erkannt und bieten entsprechende Alternativen für zuhause

Das Interesse an elektrischen Schönheits- und Stylingprodukten für den privaten Gebrauch ist in Deutschland in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Lag der Umsatz für ausgewählte Kategorien im GfK Panelmarkt im Jahr 2012 noch bei 600 Millionen Euro\*, konnten in den letzten zwölf Monaten bereits 915 Millionen Euro erzielt werden. Besonders Geräte für Haarstyling, Bartstyling, die dauerhafte Haarentfernung oder für Gesichtsbildung in Form von Hautreinigung und -verjüngung sorgen für Wachstum.

**Doch warum werden genau diese Produkte in Deutschland immer stärker nachgefragt?** Die Antwort findet sich in der zunehmenden Hektik des Alltags, der es den Menschen zunehmend schwerer macht, Beruf, Privatleben und die Zeit für sich selbst unter einen Hut zu bringen. Entsprechend gewinnt «Selfcare» an Bedeutung und wird zum Trendthema. Auf sich selbst Acht geben, sich selbst etwas Gutes tun – das, so 40 Prozent der Befragten der Konsumentenstudie GfK Consumer Life 2019, sei wichtig und zwar regelmäßig. Genau hier setzen die Hersteller an und liefern Konsumenten attraktive Lösungen für die perfekte Beauty-Routine zuhause.

### Geräte zur Hautverjüngung sind multifunktional und innovativ

Multifunktionsgeräte, die nicht nur Make-Up-Rückstände entfernen, sondern gleichzeitig eine wohltuende Massage spenden, die Durchblutung anregen und die Haut verjüngen, revolutionieren den Markt und ließen ihn im letzten Jahr um 35 Prozent im Wert wachsen. Neue Technologien wie Ionisierung sorgen dafür, dass Gesichtscremes und Inhaltsstoffe auch in tiefere Hautschichten eindringen und dort wirksam werden.

Bei alternativen Geräten sorgen Schallwellen mit einer Frequenz von bis zu 100 Hertz für eine Tiefenstimulation der Haut. Für diese innovativen Technologien, die eine Beauty-Behandlung in Salon-Qualität für das Selfcare-Programm zuhause

ermöglichen sollen, sind Konsumenten bereit, auch tiefer in die Taschen zu greifen. Der Trend hin zu hochpreisigen Multifunktionsgeräten treibt den Markt über 120 Euro stark an und lässt ihn um 77 Prozent auf 27 Prozent Marktanteil wachsen (siehe Grafik).

### Simplification als Trend bei Haarentfernung und Haarstyling

Neben innovativen Gesichtspflegeprodukten ist auch die dauerhafte Haarentfernung weiterhin ein Markt mit Potential. Seit 2012 steigen die Umsätze bei Produkten mit der sogenannten Intense Pulsed Light (IPL) Technologie stetig an. Diese Geräte stoppen durch Erhitzen der Haarwurzel nachhaltig das Haarwachstum an Armen und Beinen. Mittlerweile gibt es Modelle, die sogar empfindliche Regionen, wie beispielsweise das Gesicht oder die Bikinizone behandeln.

Während die Umsätze im Jahr 2012 noch bei 8,2 Millionen Euro lagen, erreichten sie in den letzten zwölf Monaten einen Wert von 48 Millionen Euro in Deutschland. Auch hier liefert die GfK Consumer Life Studie eine mögliche Erklärung: Rund ein Drittel der Befragten sucht kontinuierlich nach Möglichkeiten, das alltägliche

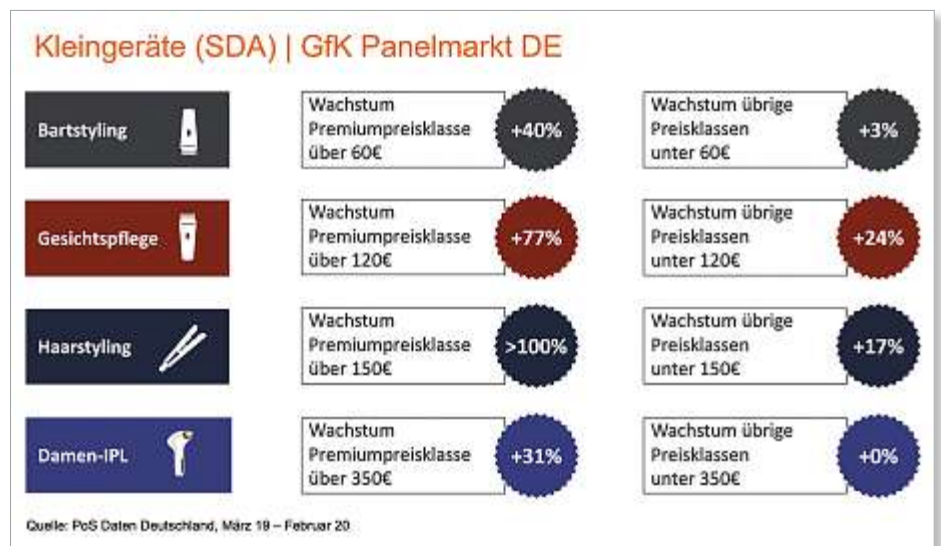


Karen Alscher



Jessica Gügel

Leben einfacher zu gestalten. Das Stichwort lautet hier »Simplification«. Für viele Frauen ist beispielsweise das tägliche Rasieren ein lästiges und zeitaufwändiges Unterfangen. Produkte zur dauerhaften Haarentfernung sind da willkommene Helfer. Der Wunsch, für längere Zeit haarfrei zu sein, treibt die Preisbereitschaft der Kunden in die Höhe. Im Durchschnitt zahlt der Konsument für ein Gerät zur dauerhaften Haarentfernung 289 Euro, Tendenz



\*Hairdryers, Hairstylers, Hairclipper, Electric Toothbrushes, Electric Personal Scales, Skin Care, Men Shaver, Grooming, Female Hair Removal



steigend: Produkte über 350 Euro zeigen in den letzten zwölf Monaten ein Wachstum von 31 Prozent (siehe Grafik). Auch wenn der Anschaffungspreis dieser Produkte verhältnismäßig hoch ist, so scheint es sich für den Konsumenten dauerhaft zu lohnen.

Der Wunsch nach einfachen Lösungen zeigt sich auch im Bereich Haarstyling: Im Segment der High Performance Glätteisen erleichtern aktuell kabellose Modelle das Styling und bieten Flexibilität und Mobilität während der Anwendung. Der Konsument ist auch hier bereit für diese innovativen Ansätze mehr Geld auszugeben. Produkte für Haarstyling über 150 Euro sorgen für Umsatzzuwächse im Markt (siehe Grafik).

## Der Trend zum Bart sorgt für weiteres Wachstum

Personal Care Produkte für zuhause bedienen jedoch nicht nur das Bedürfnis nach Vereinfachung, Annehmlichkeit und Komfort, sondern auch Trends spielen hier eine wichtige Rolle. Bei den Männern beispielsweise hat vor allem der Bart einen neuen Stellenwert. **Bart ist Trend und die Looks mindestens so variantenreich wie das Haarstyling der Frauen.** Um ihn auch zu Hause angemessen zu pflegen, unterstützt die Industrie mit einem breiten Produktangebot vom klassischen Bartschneider über flexible Multigroomer bis hin zu neuartigen Hybridrasierern mit elektrischem Ein-Klingen-System.

Seit 2012 wächst die Nachfrage nach Stylingprodukten für den Bart fast stetig zweistellig an. In den letzten zwölf Monaten legte der Markt um zehn Prozent im Wert zu und verzeichnete einen gemessenen Marktumsatz von 77 Millionen Euro im GfK Panelmarkt.

Auch die aktuelle Situation um Covid-19 beeinflusst Markttrends. Durch die virusbedingte Schließung von Frisuren und Barber-Shops sahen sich viele Konsumenten gezwungen, umzudenken und selbst Hand anzulegen. Dies ließ die Verkäufe für Haarschneider im März 2020 um 62,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat steigen. Genauso verhielt es sich mit Geräten, um den Bart zu stylen. Diese wuchsen im gleichen Zeitraum um 15,5 Prozent, während andere Kategorien ein deutliches Minus verzeichneten.

**Fazit dieser aktuellen GfK-Erhebung: Egal ob nachhaltiges oder trendgetriebenes Wachstum: Elektrische Produkte zur Selfcare-Behandlung zuhause liegen im Trend. Für ihren Mehrwert – Zeitersparnis, Flexibilität, Komfort und Wohlbefinden – sind die Verbraucher bereit, einen höheren Preis zu zahlen. Damit bieten sie neue Verkaufspotenziale für die Elektrokleingeräteindustrie in Deutschland.**

## Haier Analyse

### In Covid-19-Zeiten wird sehr viel mehr Geschirr gespült

**Wie hat sich das** Verbraucherverhalten nach Verschärfung der Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus und insbesondere ab Beginn des Lockdowns verändert? Dieser spannenden Frage ist das Unternehmen Haier Europe nachgegangen. Dabei wurden die im Januar 2020 aggregierten anonymisierten Daten von vernetzten Haushaltsgeräten mit den seit Beginn des Lockdowns gewonnenen Informationen verglichen. Ausgewertet wurde dabei das Nutzerverhalten von über 70.000 europäischen Verbraucher\*innen, die Waschmaschinen und Geschirrspülmaschinen der Marken Candy und Hoover verwenden.

**Das Ergebnis:** Die Nutzung von Geschirrspülern ist mit 24 Prozent stark gestiegen, die Nutzung von Waschmaschinen hingegen ist mit minus um ein Prozent leicht rückläufig. Darüber hinaus zeigt die Studie, dass die Dampfprogramme mit einem Plus von acht Prozent etwas häufiger zum Einsatz kommen. Auffällig ist auch, dass sich die bevorzugte Uhrzeit



für das Wäschewaschen verändert hat: So wird die Waschmaschine in der Corona-Krise meist in den Morgenstunden beladen. Überraschend ist, dass die beliebtesten Waschtage nach wie vor Samstag und Sonntag sind. An diesen beiden Tagen werden insgesamt 34 Prozent der wöchentlichen Wäschen erledigt. Eine Ausnahme bildete das Osterwochenende: Hier gab es eine Verschiebung von Ostersonntag auf den Ostermontag – was aber dem Verbraucherverhalten der letzten Jahre an langen Wochenenden entsprach, als die Mobilität noch nicht eingeschränkt war.

## Wäschepflege leicht gemacht

### Trockner von Beko überzeugen auch im XS-Format

**Immer mehr** Menschen zieht es zum Leben, Arbeiten oder Studieren in Großstädte. Wohnraum wird aber zunehmend knapper und teurer – ein Trend, der bereits seit einigen Jahren zu beobachten ist. Vor allem für junge Familien ist es besonders schwierig, die kleine Wohnung zu einem gemütlichen, trendigen Rückzugsort zu machen, ohne dabei auf praktische Haushaltsgroßgeräte wie Trockner & Co. verzichten zu müssen.

Eine der größten Herausforderungen in kleinen Küchen oder Bädern ist dabei, die zur Verfügung stehende Wohnfläche optimal auszunutzen. Deshalb ist es wichtig, dass Hausgeräte möglichst wenig Platz einnehmen. Die internationale Hausgerätemarke Beko hat mit den beiden Wäschetrocknern DS73S2PA und DS73S2GX nun zwei der platzsparendsten Modelle Deutschlands im Sortiment.

Mit einer Korpustiefe von lediglich 46 Zentimeter und einer Gesamttiefe von nur 50,8 Zentimeter inklusive Verkabelung etc. passen die kleinen Raumsparwunder selbst in schmale Nischen und können auf fast allen Waschmaschinen als Turm aufgestellt werden. So benötigen die Wäschepflegegeräte im Gegensatz zu anderen Modellen deutlich weniger Fläche. Der DS73S2PA ist bereits im Handel verfügbar. Mitte Mai 2020 folgt mit dem DS73S2GX das zweite Gerät.

Doch die praktischen Haushaltshelfer können viel mehr als nur mit ihrer Größe überzeugen. Ob Lieblingsjeans, Sportkleidung oder das gemütliche Daunebett: Mit jeweils 15 Programmen bieten die Trockner für jedes Textil die passende Pflege. Bei einer Beladungskapazität von sieben Kilogramm wird die Wäsche beim DS73S2PA in einer galvanisierten Trommel getrocknet, während der DS73S2GX mit einer Edeltrommel ausgestattet ist.

Erleichtert wird die Säuberung der Geräte durch den kombinierten Filtermechanismus, mit dem der Kondensator nur noch zweimal pro Jahr gereinigt werden muss – anstatt circa vierzig Mal im Jahr bei einem konventionellen Wärmepumpentrockner. Wann die Reinigung ansteht, wird im Display angezeigt.





Corona-Krise 2020

## Welche Impulse kommen aus unserer Branche?

Die Corona-Krise hat den Globus seit Monaten fest im Griff. Am 18. März 2020 mussten die meisten Geschäfte in Deutschland ihre Türen schließen – darunter auch der stationäre Elektrohandel. Ab 20. April durften die Läden wieder schrittweise eröffnen. Was in der Zeit dazwischen in unserer Branche los war und was die Industrie initiierte, haben wir hier für unsere Leser\*innen zusammengefasst

### Jura »Home Office Ready«

#### Kaffeevollautomaten werden bis an die Haustür geliefert

**Aufgrund** der flächendeckenden Beschränkungen im Hinblick auf die Schließung von Ladengeschäften sieht sich der stationäre Fachhandel mit großen Herausforderungen konfrontiert. Aktuell setzt das Unternehmen Jura mit der Kampagne »Home Office Ready« geschmackvolle Akzente und bietet über seine autorisierten Fachhändler einen umfassenden Hauslieferservice an, bei dem die Jura-Vollautomaten bis an die Wohnungstür kommen. Mit dieser Kampagne unterstützt Jura seine Händler, indem diese die Bestellung bei Jura platzieren und der Vollautomat auf direktem Weg im Auftrag des Händlers an den Endverbraucher geliefert wird. So können die von Jura autorisierten Händler ihre hochwertigen Angebote weiterhin allen Kaffeekennern überall in Deutschland zur Verfügung stellen.

*Damit die Work-Life-Balance auch beim Home-Office stimmt.*



### Rommelsbacher

#### Handel wird durch virtuelle Beratung unterstützt

**In der aktuellen Situation** unterstützt der Dinkelsbühler Hausgerätehersteller Rommelsbacher den Handel mit einer ganz neuen Idee. Der Kunde kann via WhatsApp oder Skype per Videotelefonie Kontakt aufnehmen und erhält eine exzellente Kauf-

**ROMMELSBACHER**  
FREUDE AM KOCHEN

beratung, direkt aus der Werksausstellung des Unternehmens. Damit übernimmt Rommelsbacher die Beratungsleistung, die sonst der Verkäufer im Geschäft erbringt. Die virtuelle Beratung war eine Idee von Rommelsbacher zur Unterstützung des lokalen Handels innerhalb des Citymarketings Dinkelsbühl, wo das Unternehmen auch einen Werksverkauf betreibt. Hier haben die Kunden sehr schnell die Vorteile des virtuellen Einkaufens schätzen gelernt. Damit aber nicht genug. Auf der Produktseite von Rommelsbacher besteht die Möglichkeit, Kontaktdetails zum lokalen Händler zu erfahren, um die Liefermöglichkeiten zu klären oder direkt eine Online-Bezugsquelle zu finden, mit direktem Verfügbarkeitshinweis und Möglichkeit zur Bestellung.





## Kärcher

### Virusbekämpfung im Haushalt mit Dampfreinigern

In einem unabhängigen Labor hat der Reinigungsspezialist Kärcher die Wirksamkeit seiner Dampfreinigern bei der Bekämpfung von Viren testen lassen. **Das Ergebnis:** Bei richtiger Anwendung beseitigen die Geräte von Hartflächen bis zu 99,999 Prozent der behüllten Viren wie Corona- oder Influenzaviren und 99,99 Prozent der haushaltsüblichen Bakterien. Da zurzeit Desinfektionsmittel vor allem der ambulanten und stationären Patientenversorgung vorbehalten werden sollten, können Dampfreinigern einen wertvollen Beitrag zur allgemeinen Hygiene leisten – sowohl im privaten Haushalt als auch im gewerblichen und industriellen Einsatz.

## Light Air

### Luftreiniger zum Schutz vor Verbreitung von Viren

Die Corona-Krise bringt ans Tageslicht, was schon immer wichtig war: der effektive Schutz vor Viren. Regelmäßiges Händewaschen und das richtige Niesen und Husten in die Armbeuge sind Maßnahmen, die oftmals nicht flächendeckend eingehalten werden. Luftreiniger von Light Air eliminieren mehr als 97 Prozent aller Viren. Dank der Ion Flow-Technologie werden negative Ionen erzeugt, die schädliche Luftpartikel und Viren in der Luft aufladen. Bereits ab diesem Zeitpunkt sind sie nicht länger ansteckend. Wie ein Magnet zieht der positiv geladene Teil des Luftreinigers im Anschluss diese negativ geladenen Partikel an und bindet sie. Die Technologie wurde in einer siebenjährigen Studie am Karolinska-Institut in Schweden überprüft und ihre Wirkung bestätigt.



## Bauknecht

### Hausgeräte-Spende für Coronazentrum in Stuttgart

Der Hausgerätehersteller Bauknecht spendet dringend benötigte Waschmaschinen und Mikrowellen für Coronaschutzunterkünfte der Stadt Stuttgart. Damit werden Einrichtungen ausgestattet, in denen sich Stuttgart gemeinsam mit dem Deutschen Roten Kreuz um Personen aus dem Kreis von Geflüchteten und von wohnungslosen Menschen kümmert, die sich mit dem Corona-Virus infiziert haben und sich in Quarantäne begeben müssen. Um Kliniken zu entlasten, schafft die Landeshauptstadt außerdem vorsorglich über 300 Plätze zur Unterbringung von Erkrankten und Verdachtsfällen.



Als ortsansässiges Unternehmen sieht es die Bauknecht Hausgeräte GmbH als ihre Pflicht, die Stadt Stuttgart mit der sofortigen Bereitstellung von Waschmaschinen und Mikrowellen für die betroffenen Personen in den jeweiligen Unterkünften zu unterstützen.

## Starmix

### Händetrockner genauso hygienisch wie Papierhandtücher

In der aktuellen Corona-Krise empfiehlt das Unternehmen Electrostar mit seiner Marke Starmix und als Gründungsmitglied der elektrischen Händetrockner-Vereinigung eHA eine bestmögliche und intensive Handhygiene-Routine.



Als Händetrocknungsindustrie fordert die eHA alle dringend auf, sich häufig die Hände zu waschen. Danach werden sie gründlich abgetrocknet, denn feuchte Hände können Bakterien beherbergen. Dafür werden entweder Papierhandtücher oder Händetrockner verwendet. Von Handtüchern sollten Verbraucher derzeit Abstand nehmen. Die Papierhandtuchindustrie behauptet, Händetrockner seien unhygienisch. Die Weltgesundheitsorganisation WHO meint dazu: »Wenn Ihre Hände einmal gereinigt sind, sollten Sie sie vollständig mit Papierhandtüchern oder einem Warmlufttrockner trocknen.«

## #ZuhausemitNeff

### Live-Kochen und digitale Handelsunterstützung

Neff hat mit der Social-Media-Strategie #ZuhausemitNeff ein neues Live-Format ins Leben gerufen – das Neff Social Cooking auf Instagram, Facebook und Youtube. Derzeit laden jeden Mittwoch um 11:30 Uhr die Influencerinnen **Alexandra** und **Felicitas** von @epifood auf den Neff-Kanälen zum Lunch. Sie servieren dabei allerlei Leckereien rund um das Thema #stayhealthy. Begleitet werden sie von einem wöchentlich wechselnden Gast aus der Neff-Welt, zum Beispiel Köchen oder Geräteexperten. Die Samstagstage erklären **Madeleine** und **Florian** vom @backstuebchenblog in diesem Frühjahr zum #soulfoodsaturday. Ergänzt wird die B2C-Marketingstrategie durch eine umfangreiche, digitale Unterstützung der Handelspartner. Ihnen stellt die Marke Neff maßgeschneiderte Inhalte zur Ver-



fügung, beispielsweise einen Online-Baukasten, der unter anderem zur Bespielung der eigenen Social-Media-Kanäle genutzt werden kann.



Graef agiert seit 50 Jahren  
aktiv gegen Verschwendung



Nachhaltigkeit für Küche und Handel

## Graef stellt Haltbarkeitsstudie vor

Lebensmittel wie Wurst, Käse und Brot sind teilweise über zwei Wochen länger haltbar, wenn man sie am Stück kauft, anstatt fertig geschnitten und abgepackt. Zu diesem Ergebnis kommt eine große Haltbarkeitsstudie, die das Familienunternehmen **Graef** aus dem Sauerland in Kooperation mit dem Labor Dr. Böhm aus München von Januar bis März 2020 durchgeführt hat

Über einen Zeitraum von 21 Tagen wurden in dem Labor, das auf mikrobiologische Untersuchungen spezialisiert ist, herkömmliches Mischbrot, westfälischer Schinken, Salami und Gouda auf Haltbarkeit und Frische getestet. Dazu wurden die Lebensmittel jeweils einmal am Stück und vorgeschnitten in Scheiben eingekauft und für den Testzeitraum in einem handelsüblichen Kühlschrank gelagert. Dann wurden täglich Laborproben von den Lebensmitteln genommen – mit verblüffenden Ergebnissen.

**Eindeutiger Verlierer des Tests:** Das geschnittene Mischbrot. Schon am vierten Tag war es stark von Schimmel befallen. Die geschnittenen Varianten von Schinken, Salami und Gouda hielten zwar länger durch, doch auch sie waren am neunten bzw. spätestens am zehnten Tag ein »Fall für die Tonne«.

**Besonders bemerkenswert:** Die Lebensmittel, die zuvor am Stück gekauft worden waren, blie-

ben während des gesamten Testzeitraums und sogar darüber hinaus unverändert genießbar und schmackhaft.



Die Testergebnisse stützen den allgemeinen Trend zu mehr Nachhaltigkeit, der aktuell auf dem Vormarsch ist und inzwischen nahezu alle Branchen erreicht hat. **Franziska Graef**, Marketing-Chefin bei Graef betont, dass Nachhaltigkeit von jeher mit der Geschichte des Familienunternehmens aus Arnsberg verbunden ist: »Für uns ist Verschwendung ein rotes Tuch – bei unserer täglichen Arbeit und unseren Produkten. Unsere Allesschneider helfen deshalb dabei, Lebensmittelverschwendung zu vermeiden – und das seit über fünfzig Jahren.« So lange stellt das Unternehmen bereits Allesschneider für Privathaushalte und Gewerbe her. Und in 2020 feiert Graef sein 100-jähriges Firmenjubiläum.

Der neueste Zuwachs in der Sliced Kitchen Serie ist der Allesschneider SKS 500 zur UVP von 299,99 Euro, der in den Kategorien Design und Bedienkomfort bereits mit dem Plus X Award ausgezeichnet wurde. Das Gerät vereint alle wichtigen Features in einem familienfreundlichen und nachhaltigen Küchenhelfer: die erhöhte Bauweise ermöglicht direktes Schneiden in Schüsseln oder Auflaufformen, der Mini-Slice-Aufsatz schneidet selbst kleinste Lebensmittel wie Erdbeeren und sogar die Frühstücksbrötchen können mit der SKS500 aufgeschnitten werden.

### Graef ist verlässlicher Partner des Handels

Um auch den Fachhandel, der in diesen Tagen besonders unter Druck steht, nachhaltig zu unterstützen, bietet Graef ab sofort hochwertige Möbel für den POS an, die den Händlern maximale Flexibilität und passgenaue Lösungen für die Verkaufsflächen bieten. So ist es bald möglich, eine Kopfgondel, sowie einen speziellen Tisch für die Graef Themenwelten zu ordern. Das schlichte, platzsparende Design aus wertigen Materialien lässt sich dabei in jede Umgebung integrieren. Graef bewies bereits seine Stärke als verlässlicher Partner des Fachhandels in den vergangenen Wochen mit Dropshipping-Angeboten während der Corona-Krise. Die neuen Möbel sind ein weiterer Baustein der langfristigen und nachhaltigen Unterstützung.

### POS-Präsentation

Neben einer Kopfgondel bietet Graef diesen hochwertigen Tisch an



Frisch und gesund in den Sommer

# Cooler Geräte-Trio von Gastroback

Auch wenn wir derzeit noch auf große Grillfeste verzichten müssen, steht dem heimischen BBQ-Genuss im Kreise der Familie nichts entgegen. Bei **Gastroback** gibt es dazu hochwertige Kontaktgrills und auch für ausgefallene Getränke wird gesorgt



Besonders im Sommer sind coole Drinks mit frischen Früchten immer ein Highlight. Für einen selbst gemixten Sommerdrink sind süße Beeren, frische Limetten oder exotische Früchte die erste Wahl. Aufgefüllt mit Tonic oder Mineralwasser ergeben diese Zutaten sommerliche Getränke-Kreationen. »Crushed Ice« ist dabei ein Muss. Gastroback führt in seinem Sortiment ein Geräte-Trio zur Umsetzung dieser coolen Drinks.

So gelingt eine »Brazilian Lemonade« mit erfrischenden Limetten schnell und einfach mit dem **Vital Mixer Pro**. Im modernen und robusten Edelstahlgehäuse steht er für kraftvolles Mixen dank eines leistungsstarken 1.000 Watt Motors. Mit

drei Programmen »Ice Crush«, »Smoothie«, »Intervall« und den zwölf stufenlosen Einstellungen der Geschwindigkeit wird stets ein optimales Mixergebnis erreicht. Ohne Mühe gelingt es, gefrorenes Eis zu crushen. Der 1,75 Liter fassende Behälter aus Borosilikatglas ist hitze- und kältebeständig und für eine leichte Reinigung in der Spülmaschine geeignet.

Ebenfalls ein Hochgenuss ist der exotische »Südsee-Mix«, für den Papaya, Mango, Orange, Maracuja und Limette mit dem **Design Multi Juicer Digital Plus** entsaftet werden. Mit einem Durchmesser von 84 Millimeter werden im extra großen Einfüllschacht auch unzerkleinerte Früchte bis hin zu ganzen Äpfeln verarbeitet, so dass zeitaufwendiges Vorschneiden entfällt. Für diese Leistung ist der 1.300 Watt starke Profi-Motor verantwortlich, der elektronisch geregelt ist und auch harte Gemüsesorten oder Gewürzwurzeln wie Ingwer mühelos schafft. Dank der großen Saftbox und des zwei Liter fassenden Tresterbehälters können in einem Vorgang bis zu 1,2 Liter Saft gewonnen werden.

Mit der **Zitruspresse Advanced Pro S** können neben frischen Orangen und Zitronen auch Limonen, Grapefruits und viele weitere Zitrusfrüchte ausgepresst werden. Dabei ist sie leicht und unkompliziert zu bedienen. Durch Druck auf den schweren Guss-Presskegel läuft die Zitruspresse automatisch an und der Hebel-Pressarm sorgt für eine optimale Saftausbeute, die in einer Schale mit hochklappbarem Saftauslauf gesammelt wird.



VIDEO

**DESIGN BBQ  
ADVANCED  
CONTROL** Art.-Nr. 42539



**INTEGRIERTES GRILLTHERMOMETER**



**AUFGEKLAFFT ALS BBQ-GRILL NUTZBAR**

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



# Mit WMF wird jedes Barbecue zu einem anspruchsvollen Erlebnis

Für ein perfektes Grillvergnügen sind die richtigen Grillhelfer unerlässlich – und die gibt es von **WMF**. Der Hobbygriller erhält mit der BBQ-Kollektion unter anderem das passende Grillbesteck und für schnelles Grillen zwischendurch sorgt der neue Lono Tischgrill mit Glasdeckel – für den Einsatz innen und außen



Bild: WMF

Über eine Auswahl von zwölf Zubehörtteilen können sich Grillfreunde bei der BBQ-Kollektion der Marke WMF freuen, die seit April im Handel ist. Das reicht von Grillzange und Tranchiermesser über Hamburger Presse und Fleisch-Thermometer bis zu Anzündkamin und Grillhandschuhe in gewohnt hochwertiger WMF-Qualität.

Dabei verfügt das digitale Fleischthermometer über ein beleuchtetes Touch-Display, damit man auch in den Abendstunden die Kerntemperatur des Grillguts genau ablesen kann und die Grillhandschuhe sind aus hochwertigem Leder gefertigt. Da macht Grillen Spaß.



Bild: WMF

## So wird heute gegrillt

Wer in der Küche ein Steak oder eine Bratwurst grillen möchte, ist mit dem neuen WMF Lono Tischgrill gut beraten. Sein Glasaufsatz sorgt dafür, dass die Küche dabei sauber bleibt.

Der BBQ-Spezialist

**Steba**  
GERMANY



steba.com

## Immer auf den Punkt gegrillt

### Tefal Opti Grill Deluxe in neuem schicken Design

Die Deutschen lieben Grillen – saftige Steaks, knusprige Würstchen und frisches Gemüse vom Grill gehören für viele zu einem gelungenen Sommer einfach dazu. Deshalb hat Tefal seiner beliebten Opti Grill-Reihe in der neuen Deluxe-Variante ein elegantes Design mit einer spiegelnden Oberfläche spendiert.

Bei Fleisch vom Grill scheiden sich die Geister: Der eine mag es gerne durch, dem anderen kann es gar nicht blutig genug sein. Viele bevorzugen ein zartes Rosa dazwischen. Die einzelnen Garstufen perfekt zu treffen, ist selbst für erfahrene Grillmeister keine leichte Aufgabe.



Bild: Tefal

Nicht so für den Opti Grill Deluxe von Tefal, der über eine Technologie verfügt, die Garzeit und -temperatur genau auf die Dicke des Fleisches und die gewünschte Beschaffenheit abstimmt.

Nutzer haben die Wahl zwischen Rare, Medium Rare, Medium, Medium Well und Well Done. Zudem gibt es sechs automatische Programme für Steak, Burger, Fisch, Panini, Hähnchen oder Wurst. Diese werden noch ergänzt um einen manuellen Modus und ein spezielles Programm zum Auftauen von gefrorenen Lebensmitteln.

Mit dem neuen Opti Grill Deluxe ist ein gepflegtes Barbecue zu jeder Jahreszeit möglich. Das Gerät ist sowohl auf Balkon und Terrasse als auch im Innenbereich wie .....der Küche stets einsatzbereit – und das ohne Rauch und Feuer sowie mit dem stets perfekten Ergebnis.



Die Zukunft des Elektrogrillens

# SEVERIN launcht eBBQ-Range mit Erfolg

Auf der Ambiente präsentierte SEVERIN die neue eBBQ-Range und begeisterte viele Handelspartner. Wie es gelang, trotz der anschließenden Herausforderungen rund um das Thema Corona den Launch der neuen Generation an Elektrogrills zum Erfolg zu machen, erläutert Marketing & Product Management Director **Sascha Steinberg** im Gespräch mit der **CE-Markt electro** Redaktion

The screenshot shows the eBBQ website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'HÄNDLER SUCHE', 'PRODUKTE', 'WELCHER eBBQ TYP PASST ZU MIR?', 'NEUHEITEN', 'GALERIE & TERMINE', 'eBBQ-FRIENDS-CLUB', 'KUNDENSERVICE', and 'KONTAKT'. The main heading is 'HÄNDLERSUCHE ZU DEN HOTSPOTS'. Below this, there's a map of Germany with red location pins. To the left of the map, there are three search results for 'MUSTERMANN GmbH' in different locations, each with contact details. At the bottom, there's a banner for 'HEISSE VORTEILE SICHERN eBBQ-FRIENDS-CLUB' with a 'BILDELEN' button.



Sascha Steinberg

Bild: Ley Henschelmann

»Die Handelspartner können sich in der Grillsaison auf Severin verlassen.«

Sascha Steinberg

natürlich weiteren Traffic auf die Microsite und damit viel Aufmerksamkeit bringen. Diese lenken wir direkt auf die integrierte Händlersuche, damit Endkunden ihren Fachhändler – der das eBBQ Sortiment führt – finden und kontaktieren können, um sich die Geräte vor Ort anzusehen.

**Wie ist das Feedback von Handel und Endkunden?**

Wir bekommen positive Rückmeldungen von allen Seiten. Die Nachfrage ist enorm. Bereits Mitte April waren die eBBQ-Top Modelle bei unseren Handelspartnern ausverkauft. Pünktlich zu den Lockerungen der Beschränkungen im Laufe des Mai waren wir wieder lieferfähig. Somit können wir jetzt, wenn bundesweit alle Verkaufsflächen – also auch ab 800 Quadratmeter – öffnen, gemeinsam mit unseren Handelspartnern durchstarten.

**Gerade bekommt das Thema Elektrogrillen durch die Stiftung Warentest besondere Aufmerksamkeit. Auch ein SEVERIN Modell wurde mit der Note gut getestet.**

Ja, das freut uns sehr. Der Test zeigt, dass wir mit dem Kugelgrill-Modell PG 8541, das wir bereits 2018 auf den Markt gebracht haben, schon früh den e-Trend erkannt haben. Das unterstreicht zum einen unsere Kompetenz als Marktführer im Bereich Elektrogrillen und zum anderen zeigt es unseren Anspruch als eBBQ-Vollsortimenter. Egal ob Kugel-, Plancha-, Kontaktgrill oder unsere neue eBBQ-Range – unsere Handelspartner können sich in der Grillsaison auf uns verlassen.

Zur Ambiente 2020 hat Severin seine neuen Premiumprodukte Sevo und Senoa erstmalig dem Publikum präsentiert und dabei den Bereich Elektrogrillen auf ein neues Level gehoben.

**Herr Steinberg, den Marktstart der neuen eBBQ-Range hatten Sie sich sicherlich anders vorgestellt, richtig?**

In der Tat, der Lockdown und die Schließung fast aller Verkaufsflächen Mitte März kamen zum ungünstigsten Zeitpunkt. Dennoch ist das Thema Grillen jetzt im Aufschwung, da die Menschen viel Zeit zuhause verbringen, das Wetter ja größtenteils hervorragend mitspielt und statt mit Freunden vermehrt im Kreis der Familie gegrillt wird.

**Was waren die wichtigsten Schritte, nachdem die Fachhändler ihre Geschäfte schließen mussten?**

Im ersten Schritt galt es, unsere Fachhandelspartner – die ja in Teilen Online weiterverkauft haben – so gut es ging zu unterstützen. Dazu haben wir kurzfristig unsere

eBBQ-Microsite – [www.eBBQ.de](http://www.eBBQ.de) – gestartet, auf der wir die Vorteile der neuen Elektrogrills in unserer eBBQ Welt inszenieren. Parallel ist die Zusammenarbeit mit Bloggern und Influencern sehr gut angelaufen, die





Bild: Rowenta

## Rowenta

### Reine Luft mit dem neuen Pure Air Genius

**Ab sofort** ist wieder Durchatmen angesagt. Rowenta bringt mit dem **Pure Air Genius** ein Stück mehr Lebensqualität in die heimischen vier Wände und verschafft so Linderung für die zunehmende Anzahl an Allergikern. Der Luftreiniger reduziert das Risiko, Allergien, Asthma oder Atembeschwerden zu entwickeln, indem er in nur wenigen Minuten bis zu 99,99 Prozent der Allergene und Feinstaub aus der Luft filtert. Durch die integrierten Sensoren und einer Anzeige für Luftqualität passt er sich automatisch an die Luft im Zimmer an und sorgt zu jeder Tages- und Nachtzeit für reine Luft. Die Timer-Einstellung und die Fernsteuerung per App sorgen darüber hinaus für höchsten Bedienkomfort.

## Dyson

### Luftreiniger für ein sauberes Raumklima

**Die Deutschen** verbringen aufgrund der aktuellen Situation sehr viel Zeit in den eigenen Wänden. Damit rückt auch das Thema Luft in Innenräumen noch einmal mehr in den Fokus. Die Luftreiniger der Marke Dyson helfen dabei, die Innenraum-Luft rein zu halten. So wie der neue **Dyson Pure Humidify+Cool** – ein 3-in-1-Luftreiniger mit integrierter Befeuchtungs- und Ventilatorfunktion. Diese Technologie tötet dabei mit Hilfe von UV-C-Licht bis zu 99,9 Prozent der Bakterien im Wasser ab. Zusätzlich verhindert ein biostatischer Verdampfer mit Silberdraht das Bakterienwachstum, sodass eine wirklich hygienische Luftbefeuchtung und Luftreinigung gewährleistet ist. Das Gerät findet praktisch das gesamte Jahr über Anwendung. Von der hygienischen Befeuchtung im Winter, für kühlenden Luftstrom im Sommer und somit zur effizienten Luftreinigung im ganze Jahr.



Bild: Dyson



Bild: Soehnle

**Stiftung Warentest**  
**test**

**GUT (2,5)**  
 Soehnle Airfresh Clean Connect 500  
 Im Test  
 7 Luftreiniger:  
 2x gut  
 3x befriedigend  
 2x ausreichend

**Ausgabe 3/2020**  
 www.test.de

2019/G03

## Airfresh Clean Connect 500

### Soehnle überzeugt Stiftung Warentest

**Stiftung Warentest** hat in seiner März-Ausgabe der Verbraucherzeitung »test« sieben Luftreiniger getestet. Zweitbestes Gerät ist der **Soehnle Airfresh Clean Connect 500** mit der Auszeichnung »gut (2,5)«. Der Luftreiniger ist bereits zu einem Aktionspreis von 249 Euro und der Ersatzfilter für 39 Euro zu haben. Die Geräte wurden in den Kategorien Luftreinigung, Handhabung, Umwelteigenschaften, Sicherheit und dem Datensendeverhalten der Apps geprüft. Der Luftreiniger von Soehnle überzeugt insbesondere durch sein Preis-Leistungs-Verhältnis. Zudem schneidet er bei der Filterung der Luft von Formaldehyd als Bester ab. Das Urteil »sehr gut« erreicht das Gerät in der Kategorie Sicherheit in Bezug auf Bedienung, Elektronik und Mechanik.

## Philips Luftreiniger 800

### Perfekt für Schlaf- und Kinderzimmer

**Nach der Pollenzeit** ist vor der Pollenzeit – das spüren immer mehr Menschen jeden Alters: Allergene, Viren und andere Partikel wie Tierhaare befinden sich nicht nur draußen, sondern auch in Innenräumen und können so das ganze Jahr zu Beschwerden führen. Im April hat Philips die **Luftreiniger Serie 800** auf den Markt gebracht, die sich dank ihres kompakten Designs sehr gut für kleinere Räume wie Kinder- oder Schlafzimmer eignet. Im Sleep-Modus sind die Anzeige-Leuchten gedimmt und der flüsterleise Luftreiniger sorgt mit 35 Dezibel nahezu geräuschlos für saubere Luft.



Bild: Philips



Neue Produkte in der Beurer Sleep Line

# Leistungsfähigkeit im Alltag braucht erholsamen Schlaf



**Beurer Anti-Schnarchgurt SL 40**  
verhindert das positionsabhängige Schnarchen in Rückenlage

Sorgen, Stress, ein ständig gegenwärtiges Gedankenkarussell oder aber ein schnarchender Partner – es gibt viele Gründe, die das Einschlafen erschweren und eine erholsame Nachtruhe stören können. Abhilfe verspricht die Sleep Line der Marke **Beurer**

**N**eu im Sortiment sind ab sofort der Anti-Schnarchgurt SL 40 sowie die beiden Einschlafhilfen SL 10 Dream Light und SL 15 Dream Sound.

Schnarchen kann sehr störend sein und zu den Hauptursachen zählt das Schlafen in Rückenlage. Hier können Unterkiefer und Zunge zurückfallen und den Rachenraum verengen. Unangenehme Schnarchgeräusche sind oft die Folge und können sowohl für den Betroffenen selbst als auch für deren Partner eine Belastung sein.

Der Beurer Anti-Schnarchgurt SL 40 wird ganz einfach um Brust und Rücken fixiert und verhindert das positionsabhängige Schnarchen in Rückenlage. Dank der verschleißfreien Wasserkontakt-Elektroden aus leitendem Carbonmaterial ist kein Kontaktgel zur Anwendung nötig. Der Lagesensor ermittelt die Körperposition und ein sanfter Elektroimpuls sorgt für einen Wechsel der Schlafposition, sodass das Schlafen in Rückenlage vermieden wird.

## Einschlafhilfen mit Sound oder Licht

Die Einschlafhilfe SL 10 Dream Light von Beurer hilft gezielt dabei, vom Alltag abzuschalten. Das Gerät projiziert einen farbigen, pulsierenden Lichtkreis an die Schlafzimmerdecke, welcher in einem bestimmten Rhythmus kleiner und größer



Bild: Beurer

## Einschlafhilfe Beurer Dream Light SL 10

wird. Der Nutzer atmet im Einklang mit der Lichtprojektion der Einschlafhilfe ein und aus und kommt auf diese Weise zur Ruhe. Die Gedanken werden abgelenkt und die Atmung wird entspannt.

Der SL 15 Dream Sound bietet eine weitere Möglichkeit, das Einschlafen mittels Musik und Tönen zu erleichtern. Die vier speziell für den Einschlafprozess zusammengestellten Klänge können Herzschlag und Blutdruck verändern, die Atemfrequenz beruhigen und die natürliche Muskelentspannung fördern. Gewählt werden kann zwischen Meeresrauschen, Sommernacht mit Vogelgesang, Haartrockner und harmonischer Melodie.

Beide Geräte verfügen über eine automatische Abschaltung.

## Beurer stiftet Schutzmasken und baut eigene Produktion auf

**In Zeiten** von Corona ist medizinische Schutzausrüstung Mangelware. Aufgrund der momentanen Notsituation hat Beurer kurzerhand Mund-Nasen-Schutz mit in das aktuelle Sortiment aufgenommen. Zukünftig wird der Ulmer Gesundheitspezialist außerdem auch in die Versorgung einsteigen und selbst medizinische Gesichtsmasken produzieren.

**Eine erste Lieferung** – vorerst wegen der Dringlichkeit noch vom asiatischen Partner – ist bereits eingetroffen und wurde von **Marco Bühler**, Geschäftsführender Gesellschafter der Beurer GmbH, persönlich in Empfang genommen. Davon werden 25.000 Schutzmasken an Bewohner und Personal von Senioreneinrichtungen in Ulm und Neu-Ulm gesendet.

»**Besonders** die Altenheime leiden unter der aktuellen Corona-Krise und der mangelnden Versorgung mit Schutzausrüstung. Der Bedarf ist riesig und es ist uns eine Herzensangelegenheit vor allem Senioren, die zur Hauptrisikogruppe zählen, im Kampf gegen die Pandemie zu unterstützen. Wir können nun kurzfristig und lokal auf schnellem Weg dafür sorgen, dass Menschen für mehrere Wochen mit Schutzmasken ausgestattet sind und somit auch das medizinische Personal entlastet wird«, informiert Marco Bühler.

**Beurer** wird sein Produktangebot auch dahingehend ausbauen. »Um der hohen Nachfrage an Schutzausrüstung im Gesundheits- und Pflegebereich zukünftig besser gerecht werden zu können, werden wir ab sofort medizinische Gesichtsmasken als neue Produktparte in unserem Sortiment führen und auch selbst herstellen«, so Marco Bühler. Entsprechende Fertigungsmaschinen für OP-Masken und FFP2-Masken werden am deutschen Standort in Uttenweiler sowie im ungarischen Werk in Veszprém installiert, sodass die Produktion voraussichtlich im Herbst 2020 starten kann.



**Marco Bühler** nimmt die erste Lieferung an Schutzmasken im Logistikzentrum von Beurer in Uttenweiler in Empfang



## Aktuelle Hairstyler

### Grundig bringt Schwung ins Haar

Die einen sind von Natur aus mit perfekter Lockenpracht gesegnet – andere müssen etwas nachhelfen. Alle, die dafür noch etwas Übung brauchen, können die Zeit zu Hause nun perfekt nutzen. Doch nicht nur Übung macht den Meister, entscheidend für schöne Wellen ist auch die richtige Styling-Methode.

**1.) Hitzeschutz verwenden** – Der Grundig Lockenstab HS 6430 ist mit einer extra Protect Zone ausgestattet, die die empfindlichen Haarspitzen vor dem Austrocknen schützt.

**2.) Volumen schaffen** – Der Grundig Volumen & Lockenstyler HS 7880 in edlem weiß-roségoldenen Design zaubert ganz einfach tolles Volumen in die Haare.

**3.) Für Beachwaves** ist der Grundig Touch-Control Hair Styler Straight & Curls HS 7831 der ideale Helfer.



## Haarpflege mit Remington

### Glanz-Garantie mit Shine Therapy Pro

Verbraucher\*innen wünschen sich professionell gestyltes Haar mit viel Glanz und Schimmer. Dafür hat Beauty-Spezialist Remington die neue Shine Therapy Pro Haarstyling-Serie entwickelt. Dank dreifacher Glanz-Technologie verleiht sie dem Haar einen extraschönen Glanz. Dabei versorgen hochwertige Keramikbeschichtungen mit marokkanischem Arganöl das Haar während des Stylings mit Mikrowirkstoffen. Die Superlonen-Technologie mit einer doppelten Menge an negativ geladenen Ionen verteilt Millionen von Ionen gleichmäßig im gesamten Haar. Somit wird eine statische Aufladung des Haars reduziert und die äußere Schuppenschicht geglättet – für glänzendes, gepflegtes Haar ohne Frizz.



# GEWINNEN SIE DAS BRAUN SILK-ÉPIL 9 FLEX BEAUTY-SET

## GEWINNFRAGE: Was macht ein Epilierer?

entfernt störende Haare  vermehrt störende Haare

Einsendeschluss: 10. Juli 2020

## PREIS: Braun Silk-épil 9 Flex als Beauty-Set

im Wert von 299,99 Euro UVP\* – \* Unverbindliche Preisempfehlung, die Festlegung des Verkaufspreises liegt im alleinigen Ermessen des Handels

Senden Sie Ihre Lösung bitte per eMail an [apc@ce-electro.de](mailto:apc@ce-electro.de) oder per Telefax an 0 91 06 – 92 55 62. Bitte Name, Anschrift und Telefonnummer nicht vergessen!

Unter mehreren richtigen Einsendungen ermitteln wir den Sieger im Losverfahren. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Mit der Teilnahme am Gewinnspiel erklärt sich die künftige GewinnerIn damit einverstanden, in der Ausgabe 9/2020 **CE-Markt electro** namentlich genannt zu werden.



Mobile Teilnahme



**Medisana NM 890**  
Shiatsu-Nackenmassagegerät

Medisana Massageprodukte

## Verspannt im Home Office?

Derzeit verbringen viele Menschen ihren Arbeitsalltag im Home Office. Vielen schlägt das Arbeiten von Zuhause aber nicht nur psychisch aufs Gemüt, sondern birgt auch körperlich einige Nachteile. Dafür bietet die Marke **Medisana** passende Produkte an

**W**er zuhause nicht über ein voll eingerichtetes Büro mit Schreibtisch in passender Höhe und ergonomisch geformten Stuhl verfügt, erledigt die Arbeiten am heimischen Esszimmertisch oder dank Laptop gar sitzend auf dem Sofa.

Falsche Sitzpositionen sowie wenig Abwechslung und Bewegung führen zu

einer angespannten oder verkrampten Arbeitshaltungen, die schnell in hartnäckige Verspannungen sowie Rücken- und Nackenschmerzen ausarten kann.

Für schnelle und unkomplizierte Abhilfe können die modernen Massagegeräte von Medisana sorgen. Mit ihnen lassen sich nicht nur körperliche Beschwerden lindern,

## Beste Marke des Jahres 2020



**Medisana** ist die »Beste Marke des Jahres 2020« im Bereich Massage. Mit dieser besonderen Auszeichnung wurde der deutsche Marktführer und einer der führenden Spezialisten im Home Health Care-Markt kürzlich vom Plus X Award geadelt.

sondern sie beeinflussen auch das körperliche und seelische Wohlbefinden positiv.

Entsprechend vielfältig sind die gesundheitlichen Vorteile: Verspannungen lösen, Stress abbauen, Schmerzen lindern, die Durchblutung fördern, Blutdruck und Puls senken, Bindegewebe und Muskeln stimulieren oder entspannen – und das alles flexibel und bequem von zu Hause, wann immer Bedarf besteht.

Mit dem Shiatsu-Nackenmassagegerät NM 890 etwa lässt sich das Gefühl einer echten Knetmassage erleben. In seiner hochwertigen Leinen-Optik bietet es eine besonders wohltuende und intensive Shiatsu-Massage für den Nacken, da es spezifisch an die Ergonomie des Nackenbereichs angepasst ist.

Flexibel einsetzbar ist dieses Massagegerät für Schultern, Rücken, Bauch sowie Ober- und Unterschenkeln. Durch Zug an den Halteschlaufen lässt sich die Intensität je nach persönlichem Empfinden zusätzlich individuell anpassen. Drei unterschiedliche Rotationsgeschwindigkeiten und zwei Massagemodi sind wählbar, so dass die jeweils passende Form der Massage angewendet werden kann. Für Entspannung und Wohlbefinden sorgt zudem die zuschaltbare Wärmefunktion.

## WMF Ambient Aroma Diffusor

### Wohlfühlatmosphäre zuhause

**Der stilvolle** WMF Aroma Diffusor kombiniert angenehme Düfte mit unterschiedlichen Lichtfarben und sorgt damit für eine entspannende Wohlfühlatmosphäre in den heimischen vier Wänden.

Licht wirkt anregend oder hilft beim Relaxen – fördert entweder die Konzentration oder beruhigt gestresste Gemüter. Farben beeinflussen unser Wohlbefinden, ohne dass wir dies bewusst wahrnehmen. So wirkt rotes Licht anregend und wärmend, während blaues Licht einen beruhigenden Einfluss auf den Körper hat.

Ähnlich verhält es sich mit Düften. Blumige, weiche und fein holzige Noten sind harmonisierend, während herbe, krautige bis hin zu kräftigen holzigen Noten beruhigend wirken.

Der Aroma Diffusor von WMF verbindet beide Welten in einem sehr stilvollen,

kompakten Gerät. Einerseits zerstäubt er eine Mischung aus Wasser und frei wählbaren Aromen für bis zu vier Stunden in die Raumluft. Zum anderen lässt sich die Beleuchtung zusätzlich per Timer ein-

schalten – entweder im Dauerbetrieb, oder für 30, 60 und 90 Minuten. Für ein wohltuendes Licht kann zwischen sieben verschiedenen Farben gewählt werden.

### Licht und Duft

Beide Funktionen arbeiten unabhängig voneinander und werden dank Easy Touch Steuerung sehr einfach über eine berührungsempfindliche Fläche im edlen Cromargan-Gehäuse gesteuert. Die Zerstäubungsfunktion ist individuell regelbar und im Dauerbetrieb bis zu vier Stunden aktiv.

Für die rundum uneingeschränkte Wohlfühlatmosphäre arbeitet der WMF Diffusor mit weniger als 30 Dezibel sehr leise. Durch den abnehmbaren Deckel ist der 150 Milliliter große Tank zudem sehr komfortabel mit Wasser und verschiedensten Aromazusätzen in Form von Ölen befüllbar. Für die anschließende Reinigung liegt dem Gerät eine Reinigungsbürste bei.





### CE-Markt electro

Ihr Leitmedium  
für Home Appliances



### Business-Portal

www.ce-electro.de

Ihre Online-Plattform mit  
tagesaktuellen Brancheninfos



### Newsletter



### E-Paper

Print-Ausgaben  
zum Download



### News auf Xing

