

electro

www.ce-electro.de

Das Business-Magazin der Elektro-Hausgeräte-Branche

Top-Themen

Mobile Payment – Bezahlen mit dem Smartphone | Seite 6

Grundig: Nachhaltigkeit gehört zur Konzern-Philosophie | Seite 8

Staubsauger Spezial – die besten Geräte auf dem Markt | ab Seite 12



effizient • leistungstark • ausdauernd

**Der neue H-Free 500
der Marke Hoover**

Seite 13

KÄRCHER

**NIE MEHR
SAUGEN VOR
DEM WISCHEN**

COMING SOON:

Der FC 7 Cordless ist das neue Flaggschiff der Kärcher Hartbodenreiniger und entfernt alle Arten von trockenem und feuchtem Alltagsschmutz in einem Arbeitsgang. Auf Staubsaugen vor dem Bodenwischen kann verzichtet werden, so spart der FC 7 Cordless bis zu 50% Zeit bei einem deutlich besseren Reinigungsergebnis.

[kaercher.de](https://www.kaercher.de)





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

Editorial

Mutmacher in der Corona-Krise

In der letzten Ausgabe von **CE-Markt electro** habe ich an dieser Stelle noch von der Spaßgesellschaft geschrieben und heute geht es um die größte Krise, die Deutschland seit dem Zweiten Weltkrieg durchlebt. Was für eine 180 Grad Wende, bei der auf einmal Themen, über die wir gestern noch diskutiert haben, plötzlich ganz klein und unwichtig werden. Jetzt geht es um das Leben jedes Einzelnen. Die Informationen über die Auswirkungen des Corona-Virus überschlagen sich und wir werden tagtäglich mit neuen Hiobsbotschaften konfrontiert. Auch Sie, liebe Leserinnen und Leser im Elektrohandel, sind durch Ladenschließungen direkt davon betroffen.

Wo es möglich ist, mussten die Menschen ihren Arbeitsplatz ins Home Of-

fice verlegen. Viele Unternehmen teilen ihre Mitarbeiter in den Arbeitsstätten in Teams auf, um sicher zu stellen, dass bei einem Virusfall nicht das ganze Personal unter Quarantäne gestellt werden muss. Teilweise wird in der Industrie in Schichtbetrieben gearbeitet und Supermärkte haben jetzt sogar am Sonntag geöffnet, um den anstehenden Bedarf der Verbraucher zu decken.

Aber es gibt auch Licht am Horizont. Bereits einen Tag nach der offiziellen Ankündigung der Ladenschließungen schlage ich morgens die Tageszeitung auf und finde von meinem regionalen Händler Euronics XXL Hartmann eine halbseitige Anzeige mit dem Titel »Corona-Hotline & Bestellservice«. Was für eine Ansage! Dieser Händler geht unverzüglich in die Of-

fensive und gehört für mich zu den Mutmachern in unserer Branche.

Armin Siemandel, Geschäftsführer der Niederlassung in Bad Windsheim teilt mir telefonisch mit, dass man sich sofort zu diesem Schritt entschlossen habe, um den Kontakt zu den Kunden nicht abreißen zu lassen und sie umgehend zu informieren, wie sie weiterhin nicht nur den Reparaturservice nutzen, sondern auch Ware bestellen können, die dann nach Hause geliefert wird. Neben den Informationen über Social Media Kanäle werden Kunden am schnellsten und umfassendsten über die Tagespresse erreicht. Deshalb war eine Anzeigenschaltung hier die erste Wahl.

Die Mitarbeiter von Euronics XXL Hartmann stehen unter den aufgeführten Hotlines telefonisch zu den regulären Öffnungszeiten bereit, um die Kunden zu beraten und um Bestellungen entgegen zu nehmen. Denn auch in Krisenzeiten müssen defekte Waschmaschinen, Herde oder Kühlgeräte umgehend repariert oder ausgetauscht werden.

Sie als Händler müssen der Situation jetzt proaktiv entgegenwirken. Bleiben Sie im konstanten Informationsfluss mit Ihren Kunden. Stellen Sie sicher, dass eine Kontaktaufnahme möglich ist – und wenn es erst einmal nur ein Zettel im Schaufenster mit einer Rufnummer ist, die natürlich zu den regulären Öffnungszeiten besetzt sein muss.

Posten Sie diese Notfallnummer über soziale Medien oder schalten Sie in Ihrer Tagespresse eine Anzeige. Nutzen Sie die Zeit, um Ihre Kunden direkt über Mailings zu erreichen, und um sie über die aktuelle Lage auf dem Laufenden zu halten. Dabei können Sie natürlich auch Produkte erwähnen, die jetzt neu auf den Markt kommen. In unseren Ausgaben finden Sie die aktuellen Neuheiten-Sortimente.

Auf unserer Website ce-electro.de werden wir Sie laufend über aktuelle Entwicklungen unterrichten und auch weitere Mutmacher-Aktionen veröffentlichen. Sollte die Krise noch nicht überwunden sein, wenn Sie dieses Heft in Händen halten, dann freuen wir uns, wenn auch Sie uns Bescheid geben, mit welchen Aktionen der Kontakt zu den Kunden aufrecht erhalten bleibt. Schicken Sie mir für eine Online-Publikation Ihre Ideen, gerne auch mit Bildmaterial an die apc@ce-electro.de. So können wir anderen Handelspartnern Mut machen, gestärkt aus dieser Krise hervorzugehen.

Ich wünsche Ihnen, Ihrem Team und Ihren Familien alles Gute in dieser schwierigen Zeit und bleiben Sie alle gesund.

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

HARTMANN ALLES UNTER EINEM DACH!
CORONA-HOTLINE & BESTELLSERVICE
Wir sind auch weiterhin für euch da!

Auch wenn unsere Märkte geschlossen sind, könnt ihr uns zu den normalen Öffnungszeiten folgendermaßen erreichen:

| BAD WINDSHEIM | | NEUSTADT/AISCH | |
|---------------|--|----------------|---|
| ✉ | Bad Windsheim: info-bw@tvhartmann.de | ✉ | Neustadt: info@tvhartmann.de |
| 📞 | Unterhaltungselektronik: 09841/6890047-20 | 📞 | Unterhaltungselektronik: 09161/883380-20 |
| 📞 | Haustechnik Großgeräte: 09841/6890047-35 | 📞 | Haustechnik Großgeräte: 09161/883380-15 |
| 📞 | Haustechnik Kleingeräte: 09841/6890047-30 | 📞 | Haustechnik Kleingeräte: 09161/883380-30 |
| 📞 | PC-Verkauf: 09841/6890047-50 | 📞 | PC-Verkauf: 09161/883380-50 |
| 📞 | Telekom-Verkauf: 09841/6890047-40 | 📞 | Telekom-Verkauf: 09161/883380-40 |
| 📞 | Grill-Verkauf: 09841/6890047-80 | 📞 | Haushaltswaren: 09161/883380-80 |
| 📞 | Service: 09841/6890047-10 | 📞 | Service: 09161/5230 |
| 📞 | Küche- & Wohnen-Verkauf: 09841/6890047-70 | 📞 | Küche- & Wohnen-Verkauf: 09161/664080 |

Hierüber könnt ihr gern **BESTELLUNGEN** aufgeben oder Fragen stellen.
WIR LIEFERN WIE GEWOHNT AUS!

Unsere Service- und Reparaturannahme ist in beiden Märkten wie gewohnt geöffnet.

Online-Bestellungen über unsere Website www.tvhartmann.de sind 24h/7 Tage immer möglich.

EURONICS XXL Hartmann





Bild: ajpc

Nachhaltigkeit ist bei Grundig ein zentrales Thema

In diesem Jahr feiert die Marke **Grundig** ihren 75. Geburtstag. Grund genug, um eine Jubiläumsedition auf den Markt zu bringen, die ganz im Zeichen von Nachhaltigkeit steht ...

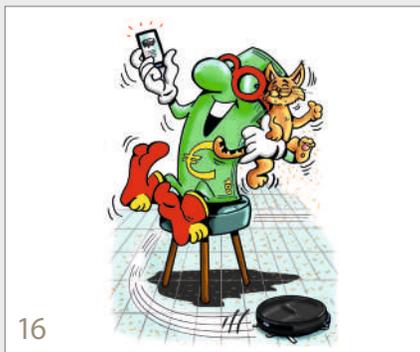


Bild: CE-Markt electro

Cashman testet heute den neuen Saugroboter von Rowenta

Saugroboter haben im Handel derzeit Hochkonjunktur und werden von Konsumenten immer öfters nachgefragt. Heute testet Cashman den Explorer 60 Animal Connect von **Rowenta** ...



Bild: Sage

Sage setzt bei seinen Produkten auf Anwendung und Erlebnis

Im Exklusiv-Interview verrät uns **Sage** Geschäftsführer **Gerd Holl**, welche Produktneuheiten in der Pipeline sind und wie sie in den kommenden Wochen in Deutschland vermarktet werden ...

INHALT Ausgabe 4 | 2020

| | |
|---|----|
| Editorial | 3 |
| Inhaltsverzeichnis dieser Ausgabe • Impressum | 4 |
| Aktuell Messen werden abgesagt und verschoben | 5 |
| Mobiles Bezahlen mit dem Smartphone | 6 |
| News Aktuelles aus der Branche | 7 |
| Grundig Nachhaltigkeit ist ein zentrales Thema | 8 |
| Hemix 2019 Wachstum bei Hausgeräten | 9 |
| Graef Brand Days im Sauerland • Caso Hot Spot | 10 |
| WMF ist die beste Marke in Deutschland | 11 |
| Samsung • LG • Gaggenau • Thomas | 12 |

Titelthema

Hoover H-Free 500 Akku-Handstaubsauger

Der kabellose Hoover H-Free 500 ist ultra-kompakt, leistungsstark und WLAN-fähig | Seite 13



| | |
|--|-------|
| GfK Convenience als Wachstumstreiber | 14+15 |
| AEG Ausgezeichneter Style • Sebo Felix Oriental | 15 |
| Cashman Saugroboter Rowenta Explorer | 16 |
| Ecovacs Deebot übernimmt den Frühjahrsputz | 17 |
| Kärcher SC3 Upright Easy Fix • Grundig Akkusauger | 18 |
| Miele Globale Kampagne für Triflex HX 1 | 19 |
| Gastroback bietet Elektrogrillen auf japanische Art | 20 |
| Grilltypen und Trends Das müssen Fachhändler wissen | 21 |
| Unold Grillportfolio 2020 Immer am Puls der Zeit | 22 |
| Markenmehrwertcheck Sevo von Severin | 23 |
| Sage Exklusiv-Interview mit Geschäftsführer Gerd Holl | 24 |
| Jura setzt sein Wachstum weiter fort | 25 |
| Personal Care Medisana • Dyson • Soehnle | 26 |

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



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), Sebastian Schmidt, Jan Uebe, Lutz Rossmeißl, 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

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

Lutz Rossmeißl
Telefon 09 11 - 970 90 30
Fax 09 11 - 970 90 31, Mobil 01 60 - 440 37 54
rossmeisl@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)

Die Auswirkungen von Corona auf unsere Branche

Ende Februar trudelten bereits die ersten Messeabsagen für die Light+Building und den Sonepar Partnertreff ein. Danach ging es Schlag auf Schlag: Es folgten die Frühjahrsveranstaltungen der Verbundgruppen Electronic Partner und Euronics. Die HEPT wurde am 11. März 2020 abgesagt. Einen Tag später die Küchenwohntrends und kurz vor Redaktionsschluss auch noch die Bekanntgabe für das Aus der Fußball-Europameisterschaft 2020. Wie geht es jetzt weiter?

Oberstes Ziel in der Corona-Krise ist es, soziale Kontakte zu vermeiden, um das Virus so in seiner Ausbreitung zu verlangsamen. Dafür greift Deutschland zu drastischen Maßnahmen. Nicht nur Kitas und Schulen mussten geschlossen werden, sondern Mitte März wurde bundesweit das gesamte soziale Leben lahm gelegt. Und auch der Elektrohandel ist stark davon betroffen.

»Wir reagieren zeitnah auf jede neue Entwicklung bzw. Forderung der Bundesregierung und der nachgeordneten Landes- bzw. Kreisbehörden«, betont EP-Vorstand **Friedrich Sobol**. »Dafür stehen wir im laufenden Kontakt mit den Vertretern unserer Mitglieder, um schnell und verantwortungsvoll Lösungen zu entwickeln. So verschicken wir regelmäßig Sondernewsletters, in denen wir die bereits getroffenen und sich noch in Planung befindlichen Maßnahmen unsererseits kommunizieren. Darüber hinaus erhalten die Mitglieder weiterführende wichtige Informationen, auf die sie als Unternehmer und Teamchefs jetzt angewiesen sind.«

Electronic Partner unterstützt seine Händler durch kostenfreies Werbematerial, das zur Kommunikation vor Ort, auf der Homepage, via Facebook und in der lokalen Presse eingesetzt werden kann, um den Kunden zu zeigen: Unser Service geht weiter, wir sind für Sie da und ansprechbar! »Des Weiteren stehen wir mit unseren Industriepartnern in Verhandlung bezüglich einer möglichen Verschiebung der Zahlungsziele«, so Sobol weiter.

Die Versorgung der Verbundgruppen-Mitglieder mit Ware aus den Lagern in Augsburg und Halle ist gewährleistet – durch ausreichende Bevorratung und einen getrennten Schichtbetrieb. Auch die Betreuung über die Electronic Partner Zentrale wurde sichergestellt. »Aktuell befinden sich bis auf wenige Ausnahmen alle Mitarbeiter im Homeoffice und sind für unsere Mitglieder zu den gewohnten Zeiten erreichbar«, ergänzt Friedrich Sobol.

Die weitere Ausbreitung des Coronavirus und die damit verbundene Anordnung von Geschäftsschließungen führt zu einer sehr kritischen Situation für unsere stationären Mitglieder, ließ die **EK Servicegroup** aus Bielefeld verlauten. »Wir als Verbundgruppe mit fast 4.000 angeschlossenen Händlern werden alles tun was in unserer Macht steht, um diese für

unsere Anschlusshäuser existenzbedrohende Krise abzuwenden«, informiert die EK-Geschäftsführung.

Corona-Info-Portal

Telering hat für seine Mitglieder ein »Corona-Info-Portal« eingerichtet und hält sie über weitere Maßnahmenpakete der Bundesregierung auf dem Laufenden. »Wir werden mit allen Kräften versuchen, unsere 2.000 Teling- und Markenprofifachhändler auch von unserer Seite aus mit allen zur Verfügung stehenden Informationen so zeitnah wie möglich zu versorgen«, berichtet **Franz Schnur**, Geschäftsführer von Teling.

Darüber hinaus sind im Teling Extranet unter einer speziellen Rubrik alle grundsätzlich wichtigen und relevanten Informationen für die Mitglieder hinterlegt. Unter anderem die Leitlinien, die zwischen der Bundesregierung und den Regierungschefs der Bundesländer zum einheitlichen Vorgehen zur weiteren Beschränkung von sozialen Kontakten im öffentlichen Bereich vereinbart wurden.

Und der Deutsche Industrie- und Handelskammertag hat in einer FAQ-Liste hilfreiche Links rund um das Coronavirus zusammengestellt. Dort finden sich aktuell Antworten zu Fragen, die für die Teling-

Mitglieder äußerst wichtig sind: Wie kann mein Unternehmen die Krise überleben? Wie bekomme ich Ersatz für Ausfälle?

Für den Erhalt der Arbeitsplätze wird die Kurzarbeiter-Regelung bis Anfang April angepasst. Betroffene Unternehmen können Lohnkosten und Sozialabgaben von der Bundesagentur für Arbeit bezahlen lassen. Die Bundesregierung wird ein Milliarden-Schutzschild für Betriebe und Unternehmen aufstellen. Das Volumen dieser Maßnahmen wird nicht begrenzt sein. Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen wird dies unverschuldete Finanznöte lindern.

Bestehende Programme für Liquiditätshilfen sollen erheblich ausgeweitet werden, um den Zugang zu günstigen Krediten zu erleichtern. Zusätzliche Sonderprogramme für Unternehmen werden bei der KfW aufgelegt. Die Bundesregierung wird die KfW in die Lage versetzen, alle Programme auszustatten. Im Bundeshaushalt steht ein Garantierahmen von rund 460 Milliarden Euro zur Verfügung. Wenn notwendig, kann dieser um bis zu 93 Milliarden Euro erhöht werden. Und es soll eine Reihe von steuerpolitischen Maßnahmen auf den Weg gebracht werden, um die Liquidität, gerade von kleinen und mittelständischen Betrieben, in der aktuellen Lage zu verbessern.

THOMAS

DIE TIERLIEBHABER-STAUBSAUGER

www.robert-thomas.de

MADE IN GERMANY

The advertisement features a large orange rectangular background. At the top right, the 'THOMAS' logo is enclosed in a red-bordered box. Below it, the headline 'DIE TIERLIEBHABER-STAUBSAUGER' is written in large, bold, orange letters. Underneath the headline, the website 'www.robert-thomas.de' is printed in a smaller orange font. The bottom half of the ad is dominated by black silhouettes of a dog and a cat sitting side-by-side. The dog is on the left, and the cat is on the right. Scattered around the silhouettes are several white paw prints. At the bottom center, the text 'MADE IN GERMANY' is written in a small, black, sans-serif font.

Das sollten Handelspartner jetzt zum Thema Mobiles Bezahlen mit dem Smartphone wissen

Die Möglichkeiten, die Smartphones heute bieten, wirken sich immer häufiger auf das Verhalten der Konsumenten aus. So wird festgestellt, dass Kunden immer öfter mit dem Smartphone bezahlen möchten, wobei die Anzahl in den Flächenmärkten deutlich höher ist als bei klassischen Elektrohändlern. Was Handelspartner jetzt wissen müssen, fassen die Einkaufsverbände hier zusammen

Laut Trendmonitor 2019 dominiert im gesamten Online-Bereich die Plattform Paypal Mobile – insbesondere bei Frauen und jüngeren Verbrauchern, gefolgt von den Apps der jeweiligen Hausbank und Google Pay. Smartphone-Hersteller konnten ihre mobilen Lösungen wie Apple und auch Samsung Pay noch nicht umfassend platzieren.

Benedict Kober
Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG

Wichtig ist für den Kunden, dass das Wellensymbol für die NFC-Akzeptanz am POS angebracht ist. Damit wird ihm angezeigt, dass hier kontaktlos mit der Karte und mit dem Smartphone bezahlt werden kann.

Wir stellen fest, dass Kunden vermehrt mit dem Smartphone zahlen. Statistische Angaben dazu liegen zwar nicht vor, jedoch wird die Tendenz von den meisten unserer Gesellschafter bestätigt.

Dr. Stefan Müller
Vorstandsvorsitzender der Expert SE

Die Entscheidung, ob mobile Bezahlmethoden angeboten werden, obliegt jedem Händler selbst. Sofern die Entscheidung positiv ausfällt, inkludiert kontaktloses Bezahlen automatisch alle relevanten Methoden: von Paypal, über Apple Pay bis hin zu Google Pay.

Mobile Payment mit Smartphone

Das neueste Bezahlverfahren mit optischer Identifikation ist im Kundenkreis noch nicht sehr verbreitet, da es den meisten Händlern an der zusätzlichen Ausstattung fehlt, die hinsichtlich Hardware und Software erforderlich ist. Hier werden Bar- oder QR-Code-Scanner an der Kasse benötigt.

Unsere IQ Fachgeschäfte stehen dem mobilen Bezahlen sehr aufgeschlossen gegenüber und bewerben die Serviceleistung »Bargeldlos bezahlen« auch proaktiv unter anderem auf ihren IQ-Homepages. So wie in der Zielgruppe »50Plus« die Bereitschaft zur Zahlung per Smartphone mit NFC-Chip steigt, so akzeptieren unsere Mitglieder auch die entsprechenden Zahlungen via Google und Apple Pay, da unsere Terminals, die wir mit unserem Dienstleistungspartner Payone (Ingenico) vertreiben, diese Bezahlösung schon seit letztem Jahr ausnahmslos bieten.

Franz Schnur
Geschäftsführer Telering

Um mobile Bezahlverfahren mit dem Smartphone anbieten zu können, müssen im Handel sowohl technische als auch kaufmännische Voraussetzungen geschaffen werden. Die meisten Händler sind heute in der Lage, mobile Bezahlverfahren zu akzeptieren, die über die NFC-Technologie funktionieren.

MANAGEMENT-NEWS



Bild: Jan Mantheimer

WMF

Die WMF Group stärkt die DACH Marktgesellschaft weiter. Seit dem 9. März ist der 53-jährige **Andreas Hornung** President Consumer DACH in der WMF Group. Als Mitglied des Executive Leadership

Teams berichtet er direkt an den CEO **Oliver Kastalio**.



Bild: Fakir

Scott Taylor



Bild: Fotosteam Wehrenberg

Thomas Klüsener

Fakir

Zum 31. März 2020 hat **Scott Taylor** das Unternehmen Fakir als Director Sales and Marketing verlassen, um sich neuen Aufgaben zu widmen. Seine Nachfolge übernimmt **Thomas Klüsener**, der von Beurer kommt und vorher 13 Jahre lange im Konzern Spectrum Brands Gruppe mit den bekannten Marken Remington, Russell Hobbs und Varta beschäftigt war, zuletzt als General Manager Appliances in der DACH-Region.

Beko&Grundig

Als neuer Director Product Management & Pricing Nordeuropa ist **Roland Wälde** seit 1. Dezember 2019 an Bord der Beko Deutschland GmbH und berichtet in dieser Position direkt an **Mario Vogl**. Mit **Uwe Paul** beginnt zum 1. April 2020 ein weiterer erfahrener Kollege als Vertriebsdirektor für Elektrogroß- und Elektroklein-geräte der Marken Beko und Grundig. Ebenfalls am 1. Dezember 2019 hat **Uwe Silkenat** als Key Account Manager SDA Kooperationen die Aufgaben von **Peter Schlick** übernommen, der nach langer Unternehmenszugehörigkeit in den Ruhestand gegangen.



Bilder: Grundig

Roland Wälde



Uwe Paul



Uwe Silkenat

Severin

Die Severin Elektrogeräte GmbH hat zum 1. März 2020 alle Gesellschaftsanteile des Tochterunternehmens Severin Floorcare GmbH übernommen. Die bisherigen Geschäftsführer und Anteilseigner **Ralf Wietek** und **Thomas Meyer** haben das Unternehmen verlassen. Nach der Übernahme werden die Geschäftsführer der Severin Elektrogeräte GmbH – **Christian Strebl** und **Ulrich Cramer** – auch die Geschäftsführung der Severin Floorcare GmbH verantworten. Das komplette Floorcare-Team bestehend aus drei Mitarbeitern wird übernommen.



Bild: Severin

Christian Strebl



Bild: Smeg

Smeg

Wer nach Sizilien fährt, wird Majolika treffen. Darunter versteht man bemalte Keramikgefäße und Kacheln in leuchtenden Farben. In Zusammenarbeit mit Dolce & Gabbana hat Smeg dieses Dekor aufgegriffen und feiert eine jahrhundertealte sizilianische Handwerkskunst mit einer edlen Designlinie, die Kühlschrank, Kochzentrum und Wandhaube umfasst.

BSH

Die BSH Hausgeräte GmbH ruft bestimmte Frontlader-Waschmaschinen der Marken Bosch, Siemens und Constructa zurück. Möglicherweise besteht eine Verletzungsgefahr durch die Innentrommel der Geräte. Besitzer dieser Maschinen werden aufgefordert, unter washingmachinesafety.de zu prüfen, ob ihr Gerät betroffen ist. Betroffene Geräte werden kostenlos durch eine neue Waschmaschine ersetzt. Die Geräte tragen die FD-Nummer 9902 aus dem Produktionszeitraum Februar 2019. Interne Qualitätskontrollen haben ergeben, dass die mechanische Verbindung an der Innentrommel möglicherweise beschädigt sein kann. Diese Verbindung kann sich unter gewissen Umständen beim Schleuderbetrieb lösen und stellt dann ein erhebliches Verletzungsrisiko dar. **Wichtig:** Um Sicherheitsrisiken zu minimieren, werden Besitzer betroffener Waschmaschinen aufgefordert, das Gerät mit nicht mehr als 800 Umdrehungen pro Minute zu betreiben, bis es ausgetauscht wurde. Rufnummer für Konsumenten: +49 (89) 358 805 137.



Bild: BSH

De'Longhi

Die Marke De'Longhi wurde im Rahmen des Plus X Awards in der Kategorie Kaffeefüllautomat zur »Fachhandelsmarke des Jahres 2020« gewählt. Für den italienischen Kaffeespezialisten ist es eine ganz besondere Auszeichnung und Geschäftsführer **Stephan Tahy** kommentiert: »Wir freuen uns sehr über diese erstklassige Sonderauszeichnung und das Vertrauen, das unsere Handelspartner uns kontinuierlich entgegenbringen.«



Bild: De'Longhi

Stephan Tahy

DIE TIERLIEBHABER-STAUBSAUGER

THOMAS

www.robert-thomas.de



MADE IN GERMANY

Nachhaltigkeit ist ein zentrales Thema bei Grundig Intermedia

Das Jahr 2020 steht für **Grundig** unter einem ganz besonderen Stern, denn das Unternehmen feiert seinen 75. Geburtstag. Die Marke blickt mit Stolz auf die Leistungen der Vergangenheit zurück und freut sich auf eine Zukunft, die geprägt ist durch nachhaltige Technologien in sämtlichen Produktsortimenten

Die Traditionsmarke Grundig wurde 1945 gegründet und gehört seit dem Jahr 2008 zur Arçelik A.S. als Teil der türkischen Koç Holding. Unter der Ägide von Arçelik wurde aus dem Unternehmen für Unterhaltungselektronik in den letzten 15 Jahren Europas einziger Vollsortimenter mit Produkten aus den Bereichen Haushaltsgroß- und -kleingeräte, Personal Care und Consumer Electronics.

Es betrifft uns alle auf diesem Planeten, wenn es darum geht, umweltfreundlich zu leben, Rohstoffe sinnvoll einzusetzen und die Natur zu respektieren. Als Geschäftsführer von Arçelik geht **Hakan Bulgurlu** mit musterhaftem Beispiel voran und nutzt seine Position als CEO eines weltweit agierenden Hausgeräteherstellers dazu, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Denn Nachhaltigkeit beginnt bereits in der Produktentwicklung und der Hausgeräteproduktion leistet unter anderem durch Upcycling einen wichtigen Beitrag.

So entwickelte das Unternehmen einen mechanisch belastbaren und wärmebeständigen Verbundwerkstoff auf Nylonbasis aus alten Fischernetzen und Textilfasern und nutzt diesen zur Herstellung von Ofenteilen. Seit 2018 werden diese Materialien bereits in den Grundig Backöfen eingesetzt und bis Ende 2019 konnten rund 330 Tonnen Textilien recycelt werden.

In den kommenden Jahren wird Grundig weitere Technologien vorantreiben, die die Nutzung von Hausgeräten nachhaltiger gestalten. Ein Filterkasten für die Waschmittelschublade filtert das Wasser vor der Ableitung ins Abwassersystem und reduziert somit die Anzahl der Mikrofasern um bis zu 90 Prozent.

Lebensmittelreste können in Hausgeräten ebenfalls in Form innovativer Dämmmaterialien wiedergefunden werden. Reste wie Soja, Eierschalen und Mais werden zu biobasiertem Polyurethan, das gemein-

sam mit anderen Verbundwerkstoffen effizient dämmt. Durch die Erhöhung der Haltbarkeit der biologischen Materialien ist der CO₂-Fußabdruck bei diesen Biokunststoffen um rund 80 Prozent geringer



Fit für die Zukunft Grundig Geschäftsführer Mario Vogl (zweite Reihe rechts) mit seiner Sales-Führung Frau Gülcin Magel, Dr. Evren Aksoy, Peter Herzberger, Marius Stoica, Carsten Siebler, Roland Wäldle sowie ganz oben Brand Director Christian Struck

als bei herkömmlichen Kunststoffen. Die Markteinführung dieser Technologie soll voraussichtlich 2021 beginnen.

Geburtstagsedition zum Jubiläum

Nachhaltigkeit ist daher das zentrale Thema, wenn es um die Hausgeräte der Grundig-Jubiläumssedition für Bad und Küche geht. Der Waschvollautomat GWN 4940 HC etwa bietet nicht nur 24 Flecken-Programme und Selbstreinigung, sondern verfügt über einen Wäschebottich aus recycelten PET-Flaschen. Alleine 25 Millionen Flaschen – rund 60 pro Maschine

– konnten bisher sinnvoll wiederverwertet werden. Darüber hinaus wird die Wäsche mithilfe des Multi Sense Programms perfekt und schonend gesäubert, da das Automatikprogramm die benötigte Wassertemperatur und die Spülgänge der Wäsche anpasst und damit die Umwelt schont.

Auch der Vollwaschtrockner GWD 8546 Steam trägt zu einem nachhaltigeren Zuhause bei. Der Dampf entfernt unangenehme Gerüche, verringert die Faltenbildung und erleichtert das Bügeln. Dank der Kapazität können acht Kilogramm Wäsche gewaschen und fünf Kilogramm getrocknet werden. Das Wäschetrio wird durch den Kondentrockner mit Wärmepumpen-Technologie GTA 38267 G komplettiert. Mit seiner Express Dry Technologie arbeitet das Gerät in Rekordzeit: In nur 35 Minuten lassen sich sechs Hemden trocknen, so dass diese direkt wieder getragen werden können.

Das Bewusstsein für die Natur beginnt oft in der Küche, wo mit frischen Lebensmitteln gearbeitet wird. Die freistehende Kühl- und Gefrierkombination GKN 26231 XR/ XP sorgt mit ihren verschiedenen Frischetechnologien dafür, dass Essen länger genießbar bleibt und Abfälle vermieden werden. So hält die Full Fresh+ Technologie das Obst und Gemüse länger frisch.

Die Super Fresh Technologie hält die Temperatur in gewissen Bereichen des Geräts knapp über dem Gefrierpunkt, sodass sich gerade Fisch und Fleisch dort besonders gut lagern lassen und Vitamine und Nährstoffe erhalten bleiben. Abgerundet wird der Frischekick des GKN 26231 XR/ XP durch die Vitamin Care Zone. In dieser fördert blaues Licht den natürlichen Prozess der Photosynthese, so dass das dort gelagerte Obst und Gemüse länger frisch bleibt und Vitamine nicht verloren gehen.

Das Multifunktionsherdset mit Glaskeramikkochfeld GEHM 13101 X1 ergänzt die nachhaltige Küche um ein Multitalent mit acht Heizarten und einem 71 Liter fassenden Innenraum. Was man dem Gerät nicht direkt ansieht: die Displayabdeckung, die Halterung der Elektronik, die seitlichen Plastikelemente und weitere Teile sind aus recycelten Fischernetzen und Textilien aus dem Meer gefertigt.

Nach dem Essen sorgt die Spülmaschine GNV 44835 für sauberes Geschirr. Der speziell designte Sprüharm Corner Wash reinigt bis in die Ecken und der Status-Indikator gibt genau an, wie lange der Spülvorgang dauern wird. Mit einer Energieeffizienzklasse von A+++ und einem Verbrauch von 9,9 Litern arbeitet der Geschirrspüler sehr sparsam und ist mit nur 40 Dezibel auch extrem leise im Betrieb.

Elektrogroß- und Kleingeräte mit Wachstum

Im Gesamtjahr 2019 ist der Markt für Produkte im Segment Home Electronics um insgesamt 0,6 Prozent gewachsen. Große und kleine Hausgeräte gehören dabei zu den Gewinnern

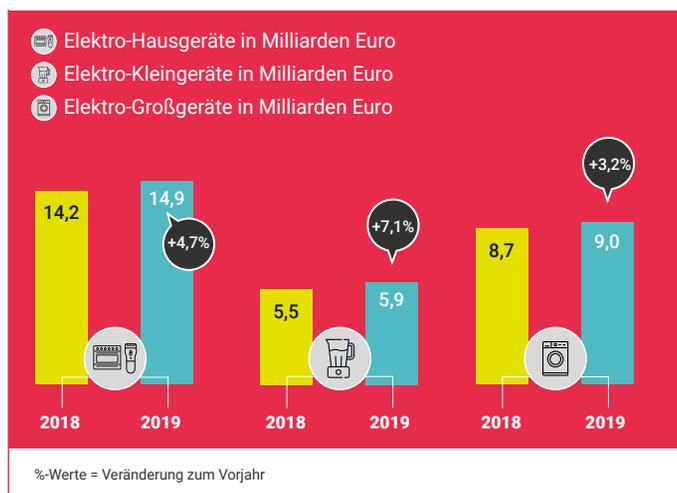
Der Markt für Home Electronics-Produkte wird im HEMIX – Home Electronics Market Index – dargestellt und hat im Jahr 2019 ein Umsatzvolumen von 42,6 Milliarden Euro erreicht. Der HEMIX zeigt auf Basis Menge und Wert die quartalsweise Marktentwicklung in Deutschland auf. Der Home Electronics-Markt ist dabei fest und einheitlich definiert als die Summe der Verkäufe in Deutschland an private Konsumenten.

»Der Umsatzzuwachs im Markt für Home Electronics-Produkte ist auf die positive Entwicklung der Produktsegmente privat genutzter IT-Produkte sowie Elektrogroß- und Kleingeräte zurückzuführen, während die klassische Unterhaltungselektronik und die privat genutzten Telekommunikationsprodukte insgesamt rückläufig waren«, konstatiert **Hans-Joachim Kamp**, Vorsitzender des Aufsichtsrats der gfu Consumer & Home Electronics GmbH, Frankfurt.

Elektro-Hausgeräte verzeichneten einen gestiegenen Umsatz von 14,9 Milliarden Euro und somit ein Plus von 4,7 Prozent. Die Produktpar-

te Elektro-Großgeräte konnte 2019, nach einem einmaligen Rückgang im Vorjahr, mit 3,2 Prozent auf neun Milliarden Euro wachsen und so wieder an die mehr als zehnjährige Erfolgsgeschichte anknüpfen. Mit Elektro-Kleingeräten wurde 2019 mit einem Plus von 7,1 Prozent auf knapp 5,9 Milliarden Euro erneut eine Umsatzsteigerung erreicht. Auch diese positive Entwicklung ist seit mehr als zehn Jahren stabil.

»Zum jetzigen Zeitpunkt lassen sich die möglichen 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«, so Kamp weiter. »Sobald diese Einwirkungen nicht mehr bestehen, sehen wir für den Home Electronics Markt die Voraussetzungen für eine stabile bis leicht positive Entwicklung auf hohem Niveau aufgrund innovativer Produkte, hoher Anschaffungsbereitschaft der Konsumenten sowie dem Ersatzbedarf für das laufende Jahr als gegeben«, erklärt Hans-Joachim Kamp.



Deutlich ist bei den Hausgeräten die positive Entwicklung erkennbar

UNOLD®

BARBECUE Power Grill



BARBECUE Power Grill

Der Elektrogrill bietet mit seiner Grillfläche von 35 x 40 cm Platz für jede Menge Grillgut, um Familie und Gäste zu verwöhnen. Mit stufenlos regulierbarer Temperatur wird die passende Hitze für empfindliches Fischfilet, lecker marinierte Steaks oder aromatische Folienkartoffeln ganz einfach eingestellt. Die Grillplatte mit glatter und geriffelter Oberfläche bietet die perfekte Kombination. Das Gerät ist komplett zerlegbar und auch als Tischgrill verwendbar. Artikel-Nr. 58580.

50
UNOLD AG
Seit 1966



www.unold.de

Die Brand Days bei Graef

Wegen Sturmtief »Sabine« konnten Anfang Februar zahlreiche Fachhändler nicht nach Frankfurt zur Ambiente-Messe reisen. Kurzerhand veranstalteten **Graef** und weitere Unternehmen aus dem Sauerland in eigenen Räumlichkeiten die Brand Days

Dabei wurden den Handelspartnern von Graef im hauseigenen Bistro- und Markenzentrum »Mundwerk« am Firmenstammsitz in Arnsberg die neuesten Produkte und Entwicklungen präsentiert. Denn wenn die Händler nicht zur Messe kommen können, dann kommt die Messe eben zu ihnen, ließ **Hermann Graef**, Geschäftsführer von Graef im Vorfeld verlauten. »Wie schon in Frankfurt, wollten wir auch bei den Brand Days die Gelegenheit nutzen, unseren 100. Firmengeburtstag mit unseren Kunden zu feiern.«

Als Reminiszenz an die eigene Geschichte hat die Marke Graef den Hand-Allerschneider Manuale neu aufgelegt. Das schicke Gerät im Retro-Look der



Graef's Mundwerk war die ideale Location für die ersten Brand Days

50er-Jahre passt auch heute noch in jede Küche. Zusätzlich wurden natürlich Neuheiten wie der Allerschneider SKS 500 in Szene gesetzt. Die freitragende Vollme-

tallmaschine ist dank ihrer Sicherheitsvorkehrungen besonders familienfreundlich.

Seine Kaffeekompetenz wiederum stellt Graef mit der aktuellen Kaffeemühle CM 500 unter Beweis. Im Dezemberheft der Stiftung Warentest (12/2019) wurden Graef Kaffeemühlen erst kürzlich zur Testsiegerin gekürt.

»Insgesamt war die Besucherfrequenz bei den Brand-Days eher verhalten. Geschuldet war das sicherlich auch der verschärften Lage rund um das Thema Corona Virus«, informiert **Franziska Graef**, Head of Marketing bei Graef. »Die Resonanz der anwesenden Fachhändler war jedoch erfreulicherweise rundum positiv. Die Händler hatten die Möglichkeit, in entspannter Atmosphäre die Marke und das gesamte Produktsortiment im Graef's Mundwerk zu erleben.«

»Nach den Brand-Days werden wir uns mit den teilgenommenen Unternehmen über mögliche Konzepte für das kommende Jahr austauschen. Insgesamt sehe ich für Graef großes Potenzial für ähnliche Veranstaltungen in den nächsten Jahren.

Außerdem kann ein solches Event die Zusammenarbeit von Handel und Marken langfristig stärken und intensivieren«, ist die Marketing-Chefin überzeugt.

Caso Induktionskochfeld

Der neue Hot Spot für alle Köche

Wer mehrere Gäste erwartet und dafür ein besonderes Menü kredenzen möchte, stößt beim heimischen Kochfeld häufig an seine Grenzen. Als idealer Match Partner erweist sich hier das mobile Induktionskochfeld Pro Chef 3500 von **Caso Design**



Mit diesem leistungsstarken Gerät ist Präzisionskochen auf Sternenniveau nun auch für Hobbyköche erschwinglich. Schnell wie Gas können auf dem Kochfeld all jene Zutaten blitzschnell zubereitet werden, die entweder auf dem Kochfeld oder beim Barbecue draußen keinen Platz mehr gefunden haben.

Ob leckere Steaksoße, knackiges Gemüse oder würzige Country-Potatoes, es gibt viele Möglichkeiten das Induktionskochfeld zu nutzen. Zwölf Leistungs- und 19 Temperaturstufen stehen zur Wahl, so dass eine feine Temperaturabstufung in zehn Grad Schritten möglich ist. Mit der praktischen Warmhalte-Funktion kann die Speise auch schonend heiß bei 70 Grad Celsius geparkt werden.

Pro Chef 3500 vereint das Beste aus zwei Kochwelten. Während in der Profiküche Leistung, Schnelligkeit und Vielseitigkeit das A und O sind, kommt es bei den Hobbyköchen auf intuitive Bedienung und Sicherheit an. Das Caso Induktionskochfeld mit strapazierfähiger Kristalloberfläche verfügt über eine automatische Topferkennung sowie Überhitzungsschutz.

Das mobile Induktionskochfeld Pro Chef 3500 ist ab März zum unverbindlichen Verkaufspreis von 169,99 Euro im Handel erhältlich.

Ungeahnte Möglichkeiten bei der Speisenzubereitung bietet das mobile Induktionskochfeld

Die Konsumenten haben gewählt

WMF ist beste Marke Deutschlands

Jährlich werden von GfK in einer repräsentativen Studie die »Best Brands« ermittelt. Dabei handelt es sich nicht nur um wirtschaftlich erfolgreiche Marken, sondern um Marken, die beim Verbraucher Emotionen auslösen. Erstmals erreicht das Traditionsunternehmen **WMF** die Spitzenposition unter den zehn besten Produktmarken im deutschen Markenranking



Siegesfreude Dr. Stephen Schuster (VP Brand Marketing & Product Communications), Oliver Kastalio (CEO WMF Group) und Martin Ludwig (SVP International Strategy & Product Creation)

Mit diesem Erfolg positioniert sich WMF in 2020 vor den Vorjahressiegern wie Lego, Bosch oder Adidas und setzt sich an die Spitze eines hochwertigen, internationalen Premium-Umfelds. Das Ranking des Best Brands Awards basiert auf einer Studie der Gesellschaft für

Konsumforschung (GfK), bei der keine Jury, sondern allein die Verbraucher entscheiden. Gemessen werden dabei der wirtschaftliche Markterfolg sowie die Attraktivität der Marke.

»Der Spitzenplatz der Marke WMF spricht für eine exzellente Positionierung

unter den Konsumenten und hohes Vertrauen in Design, Funktionalität und Qualität unserer Produkte«, so **Martin Ludwig**, Senior Vice President International Strategy and Product Creation der WMF Group.

Die Ergebnisse bestätigen:
WMF bringt zwei
Erfolgskriterien in Einklang:
Begeistern und verkaufen

Mehr als 80 Prozent der Befragten bescheinigen WMF einen ausgezeichneten Ruf. Außerdem gelingt es der Marke, Kunden aller Altersgruppen ein hervorragendes Markenerlebnis zu bieten. Nachdem WMF bereits in den letzten Jahren unter den Top 10 Marken war, wurde die Markenattraktivität in der Wahrnehmung der Verbraucher nun nochmal deutlich gesteigert – und damit der Spitzenplatz im Markenranking geholt.

Dr. Stephen Schuster, Vice President Brand Marketing & Product Communications der WMF Group: »Wir freuen uns sehr über diese Konsumenten-Auszeichnung, denn sie ist für uns vor allem deshalb ein großartiger Erfolg, da sie unsere Strategie einer nachhaltigen und stringenten Markenführung voll und ganz bestätigt.«

Die Basis dieses Erfolgs ist die Orientierung an den Bedürfnissen der Konsumenten. Sie sind wichtigster Ansporn und Impulsgeber bei der WMF-Entwicklung von Produktinnovationen. Ein weiterer Baustein ist die emotionale und zielgerichtete Kundenansprache. »Diese erreichen wir durch eine lebendige Markeninszenierung über alle Kontaktpunkte hinweg und bieten unseren Kunden so inspirierende Markenerlebnisse«, betont Dr. Schuster.

Am 19. Februar 2020 wurden die Best Brands Awards den Gewinnern im Rahmen einer Gala im Bayerischen Hof in München überreicht.

beurer

Stop für Viren & Feinstaub Luftreiniger LR 500

- Luftreinigung durch ein dreischichtiges Filtersystem HEPA 13: **entfernt bis zu 99,95 %* Viren, Pollen, Feinstaub usw.**
- Steuerung der Raumluft per „beurer FreshHome“ App

*HEPA 13 Filter System filtert Partikel mit einer Größe $\geq 0,3 \mu\text{m}$ zu 99,95 %

german
engineering



www.beurer.com

Deutsche Traditionsmarke Thomas ausgezeichnet

Die Fachjury des Plus X Awards hat das Gütesiegel »Deutsche Traditionsmarke« an den renommierten Staubsaugerhersteller Thomas vergeben. Damit honoriert der weltweit größte Innovationspreis nicht nur die Entwicklungsleistungen des Sauberkeitsexperten, sondern auch dessen Beständigkeit und vorbildliche Markenführung.

»Thomas vereint unternehmerischen Weitblick mit Mut und Willen zur Innovation. Wir entwickeln seit über 100 Jahren Produkte, die gezielt die Wünsche unserer Kunden aufgreifen und Haushaltsherausforderungen meistern. Ein Erfolgsrezept, das durch das Siegel noch einmal unterstrichen wird«, freut sich **Manfred Donath**, Marketing Manager von Thomas.



Made in Germany
Einhundert Jahre Erfindergeist von Thomas

Bereits in der vierten Generation ist die Marke Thomas inhabergeführt und steht wie kaum ein Unternehmen in Deutschland für Tradition, Kontinuität und Pioniergeist. Als Bodenpflegeexperte und Spezialist für Sauberkeit in Tierhaushalten hat sich Thomas auf die Entwicklung von Staubsaugern für Tierliebhaber fokussiert.

Ausgestattet mit der von Thomas patentierten, einzigartigen Aqua-Filtertechnologie erfüllen die Geräte passgenau die Wünsche und Bedürfnisse von Menschen, die ihr Zuhause mit geliebten Vierbeinern teilen und deshalb häufig vor besonderen Herausforderungen stehen, wenn es darum geht, das Heim sauber und hygienisch zu halten. Das Modell Thomas Aqua+ Pet & Family ist zusätzlich mit einer innovativen Sprüh-Wisch-Saug-Funktion ausgestattet. Egal, ob weicher Flaum und borstige Drahthaare auf dem Sofa, schmutzige Pfoten auf den Fliesen, eingetrocknetes Futter auf den Küchenfliesen oder ein nicht immer angenehmer Geruch von nassem Tier. Dank des effektiven Sprühdruk-systems und der speziellen Sprühhex-Düsen entfernt das Multitalent selbst hartnäckige Flecken und Gerüche aus Polstern, Teppichen und Hartböden – und das in nur einem Arbeitsgang.

Zwei Partner – ein Ziel

Samsung Hausgeräte erhält Lieferanten-Status »A« bei Expert

Zum 1. April 2020 hat die Einkaufsgemeinschaft **Expert** ihren langjährigen Partner **Samsung** im Bereich der Elektrohausgeräte in den Status eines A-Lieferanten aufgenommen

Damit bietet die Verbundgruppe ihren Handelspartnern vielfältige Vorteile in der Vermarktung und Wertschöpfung von Samsung Hausgeräten.

»Wir möchten diese positive Entwicklung, die sich in den Marktzahlen nachhaltig widerspiegelt, honorieren. Samsung bereichert den Markt kontinuierlich mit Innovationen, die uns erfolgversprechende Vermarktungschancen bieten«, erläutert **Frank Harder**, Vorstand für Vertrieb, Marketing und E-Commerce.

Mit dem Smart-Dealer-Programm hat Samsung die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Elektronikfachhandel bewiesen. Das Ziel der intensiven und langfristig angelegten Kooperation zwischen Expert und Samsung lautet: Vertrieb und Marketing im Endverbrauchergeschäft stärken.

Expert-Fachhändler profitieren konkret von Maßnahmen in den Bereichen Training, Promotion, Produktsortiment und Service. Samsung bietet so als Smart-Dealer eine stabile und beständige Partnerschaft auf allen Ebenen an. Getreu dem Motto »Zwei Partner, ein Ziel: Kunden begeistern« richten beide Kooperationspartner ihren Fokus vollständig auf den Endkunden.



Kunden begeistern

ist das Ziel von Peter Zyprian (links) und Frank Harder von Expert sowie Leif-Erik Lindner (Bild Mitte) von Samsung Hausgeräte

Die Aufnahme von Samsung als Expert-Partner in den etablierten Kreis der strategischen Partner und Lieferanten stellt auch für den Elektronikhersteller eine wichtige Bestätigung dar. »Wir freuen uns, den A-Lieferanten-Status von Expert zu erhalten. Damit ist eine Verantwortung verbunden, der wir uns sehr wohl bewusst sind«, erklärt **Leif-Erik Lindner**, Vice-President-Consumer-Electronics bei Samsung Electronics GmbH.

LG Convention 2020

Brandneue Produktpalette von LG Electronics



Auf erfolgreiche und spannende Tage blickt LG Electronics im Rahmen seiner Convention in Frankfurt am Main zurück, auf der der südkoreanischen Herstellers die Neuheiten für das Jahr 2020 präsentierte. Zu den aktuellen Hausgeräte-Highlights gehörte eine Waschmaschine mit intelligenter Gewebearbeitung. Darüber hinaus zeigte LG Signature den Besuchern einen eleganten Weintemperierschrank, der optimale Lagerbedingungen für bis zu 65 Flaschen Wein schafft.

Gaggenau

Flex-Induktionskochfeld mit integrierter Lüftung

Die Innovationsfreude des Unternehmens Gaggenau zeigt sich in dem neuen Flex-Induktionskochfeld mit integrierter Lüftung, das Kochen auf professionellem Niveau mit Flexibilität und Automatik verbindet. Das 80 Zentimeter breite Kochfeld erkennt Größe und Form des Kochgeschirrs und erhitzt es genau an der richtigen Stelle. Beim Verschieben von Töpfen und Pfannen wird die Temperatur-Einstellung automatisch und ohne Wartezeit mitgenommen.





Bilder: Hoover

effizient • leistungsstark • ausdauernd

Hoover setzt beim Staubsaugen auf modernste Technologie

Die Traditionsmarke **Hoover** ist mit dem Bodenpflege-Segment seit Jahrzehnten eng verbunden und führt jetzt einen neuen Handstaubsauger auf dem Markt ein. Das Modell H-FREE 500 ist ultra-kompakt, leistungsstark, kabellos und WLAN-fähig

Überraschend klein in den Abmessungen, aber dennoch bemerkenswert leicht und höchst funktional ist der neue schlanke H-FREE 500 von Hoover, der gerade einmal eineinhalb Kilogramm auf die Waage bringt. Damit ist er so leicht, dass er auch bequem hochgehoben werden kann – beispielsweise um Treppenstufen zu reinigen oder Spinweben unter der Decke zu entfernen.

Dank seiner WLAN-Anbindung informiert die Hoover Wizard App kontinuierlich über optimale Reinigungsoptionen für bestmögliche Ergebnisse sowie über

die aktuelle Leistung des H-FREE 500. Zudem erlaubt sie es, eine Reihe von kundenspezifischen und anpassbaren Funktionen zu aktivieren und zu steuern, wie zum Beispiel: Akkustand prüfen, Nutzungsstatistiken anzeigen, Benachrichtigungen über den Wartungszustand verfolgen und empfangen sowie vieles mehr. Selbst wie viele Kalorien bei der Arbeit verbrannt wurden, kann die App berechnen. Zusätzlich verdeutlichen Leuchten am Gerät, wie viel Energie der Handstaubsauger sowie der abnehmbare, einzeln aufladbare Akku noch haben.



Bilder: Hoover

Stets flexibel Eine spezielle Düse für Tierhaare erleichtert die Reinigung von Polstern und Kissen



Bilder: Hoover

Optimaler Schwerpunkt Der kabellose Hoover H-FREE 500 kann auch mühelos über Kopf saugen



Thomas Wittling

»Kabellose Handstaubsauger boomen. Mit Zuwachsraten von über 60 Prozent gehören sie zu den wachstumsstärksten Segmenten im Bereich der Elektrokleingeräte. Die Vorteile der akkubetriebenen Sticks liegen klar auf der Hand: Sie punkten mit Handlichkeit, geringem Gewicht, innovativen Features und futuristischem Design. Ob als Haupt- oder Zweitgerät – mit den Modellen unserer Hoover H-FREE Serie bieten wir dem Konsumenten ein breites Sortiment kabelloser Handstaubsauger, die ihnen die alltäglichen Arbeiten erleichtern«, informiert **Thomas Wittling**, Geschäftsführer der Haier Deutschland GmbH und Candy Hoover GmbH.

Mit der Freihsteh-Funktion bleibt der kabellose Handsauger ganz von allein stehen, sodass unnötiges Bücken entfällt. Hat der H-Free 500 seinen Reinigungseinsatz beendet, lässt er sich auf gerade einmal 69 Zentimeter Höhe zusammenschieben und kann dadurch optimal in Wandschränken oder Nischen verstaut werden.

Die kompakten Abmessungen sind ein Vorteil des H-FREE 500, ein weiterer die effiziente, kabellose Power*: Der borstenlose H-LAB-Motor gewährleistet eine gleichbleibende, hervorragende Leistung, um Feinstaub, größere Partikel und Haare aufzusaugen – dank Lithium-Ionen-Akku über 40 Minuten – ganz ohne Kabelsalat. Praktisch ist darüber hinaus, dass das gesamte Zubehör komfortabel im Gerät untergebracht ist. Für die Entfernung von Tierhaaren wird eine spezielle Düse zusätzlich mitgeliefert.

* Leistung basierend auf internen Tests der Staubaufnahme auf Hartboden, Hartboden mit Fugen und Teppich, gemessen nach EN 60312-1 und Erreichen der Staubaufnahmegrenzen der Verordnung (EU) Nr. 666/2013.

Die Zukunft wird einfacher – Convenience als Wachstumstreiber

Im Bereich der technischen Konsumgüter ist der Markt für Elektrokleingeräte im Jahre 2019 in Deutschland wertmäßig mit einem Plus von sieben Prozent am stärksten gewachsen. In Hinblick auf die vielen Innovationen und Produktlaunches in diesem Bereich ist das wenig überraschend. Vielmehr stehen Konsumenten vor der Herausforderung, den Überblick zu behalten. Lesen Sie hier einen aktuellen **GfK**-Beitrag von Autor **Peter Gabriel**



Peter Gabriel
Senior Consultant
Marketing Effectiveness
bei GfK

Allein das Segment der Staubsauger hat sich in den letzten fünf Jahren als sehr dynamisch erwiesen, wobei Attribute wie kabellos oder autonom nicht nur für relevante Kundennutzen stehen, sondern stellvertretend für die Wachstumstreiber im Segment. Zwar machen klassische Zylinderstaubsauger rein mengenmäßig immer noch das größte Absatzsegment aus, die Wertschöpfung ist jedoch gegenüber 2018 um rund zwölf Prozent gesunken. Dem gegenüber stehen Handsticks (akkubetriebene Stielstaubsauger) und Robots (Staubsaugerroboter), die 2019 wertmäßig zweistellig gewachsen sind.

Rein wertmäßig haben die kabellosen Handsticks dem klassischen Zylinderstaubsauger 2019 erstmals deutlich den Rang abgelaufen, was bei einem Durchschnittspreis von 264 Euro gegenüber 121 Euro bei klassischen Saugern mit Kabel nicht weiter verwundert. Und auch im Bereich der Robots sind Preise jenseits der 400 Euro durchaus am Markt durchsetzbar, der Durchschnittspreis lag 2019 bei 294 Euro.

Doch worauf ist der Erfolg dieser neuen Generation von Staubsaugern zurückzuführen? Wer sind die Käufer dieser Geräte? Und welche Implikationen ergeben sich für die Hersteller?

Aus der GfK Consumer Insights Engine wissen wir: sie sind mitnichten nur jung, männlich und technikaffin. 57 Prozent der Staubsaugerroboter wurden 2019 in Deutschland von Frauen gekauft. Das Durchschnittsalter der Handsticks-Käufer liegt mit 51 Jahren leicht über dem der Robots-Käufer und dem der Käufer klassischer Geräte. Allerdings sind auch 37 Prozent der Robots-Käufer 55 Jahre und älter. Die Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Marken und Produkten ist zwischen den Käufern von Robots, Handsticks und klassischen Staubsaugern vergleichbar.

Die Hauptmotivation für den Erwerb eines Robots oder Handsticks liegt im Produkt – anders als bei den Zylinderstaubsaugern, wo der Preis die finale Kaufentscheidung am stärksten beeinflusst. Die neuen Gerätetypen überzeugen primär aufgrund

des kabellosen Betriebs, der eine einfache Bedienbarkeit gewährleistet. Damit verknüpft sind bei den Handsticks Erwartungen an Gewicht und Größe für den universellen Einsatz. Bei Robots hingegen werden neben dem Geräuschpegel die Möglichkeit einer App-/Sprachsteuerung stärker in die Kaufentscheidung mit einbezogen. Convenience-Vorteile, die sich altersübergreifender Beliebtheit erfreuen.

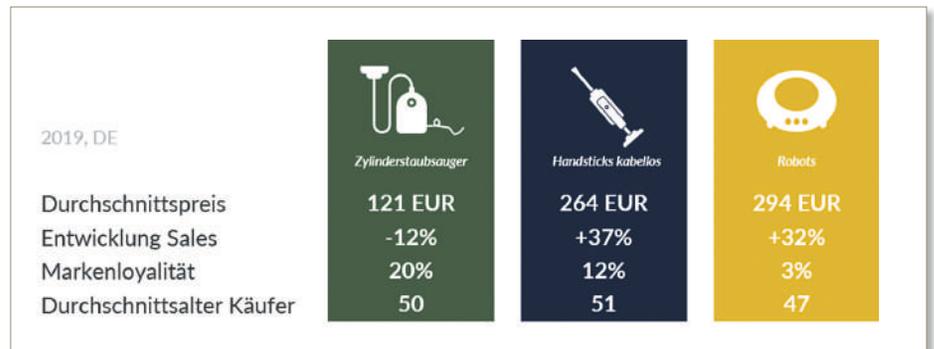
»34 Prozent der Deutschen geben an, sie seien stets auf der Suche nach Wegen, wie sie ihr Leben einfacher gestalten können – Tendenz: steigend«

Allzu sehr überrascht dies nicht, denn in unserer Verbraucherstudie GfK Consumer Life geben 34 Prozent der Deutschen an, sie seien stets auf der Suche nach Wegen, wie sie ihr Leben einfacher gestalten können – Tendenz: steigend. 26 Prozent sind sogar bereit, für Produkte, die das Leben erleichtern, mehr auszugeben.

Mit Konsequenzen für die Markenloyalität: 2019 sind nur drei Prozent der Robots-

und zwölf Prozent der Handsticks-Käufer in Deutschland ihrer bisherigen Staubsaugermarke – auch mangels Angebots – treu geblieben. Im Bereich der klassischen Staubsauger mit Kabel lag der Wert bei 20 Prozent. Der Vergleich der Markenbindung nach Altersklassen lässt im Gesamtmarkt keine Unterschiede erkennen. Nur 22 Prozent der Robots-Käufer geben an, dass die Marke überhaupt einen Einfluss auf die Kaufentscheidung hatte. Für Handsticks und Zylinderstaubsauger liegt der Wert bei 35 bzw. 39 Prozent.

Was bedeutet das nun für die Hersteller? Das Produkt ist der Held. Eine starke, etablierte Marke hat zwar weiterhin das Potential, Präferenz auszulösen und ein Preispremium durchzusetzen. Allerdings darf das Markenguthaben nicht als Ruhepolster verstanden werden. Denn die Kategorie stellt sich gerade neu auf, und Reputation allein reicht nicht aus. Wenn aus Verbrauchersicht das Produkt stimmt und neue Anbieter eine echte Alternative bieten, dann kann sich die Wettbewerbslandschaft schnell neu definieren. Im Bereich der Robots ist es den bis dato unbekannteren chinesischen Newcomern binnen kürzester Zeit gelungen, die Kategorie für sich zu erschließen – und zwar nicht über den Preis, sondern über das Produkt, das sogar einen deutlich höheren Preis rechtfertigt.



Die Grafik zeigt es deutlich Die neuen Bodenpflegegeräte treiben den Durchschnittspreis deutlich in die Höhe. Von 121 Euro bei klassischen Zylinderstaubsaugern über 264 Euro bei kabellosen Handsticks bis zu 294 Euro bei Robots. Auch das Durchschnittsalter der Käufer von neuen innovativen Technologien mit 51 bzw. 47 Jahren liegt deutlich höher als von vielen vermutet.

Somit gilt auch: Innovation ist kein Selbstzweck, sondern muss ein relevantes Kundenbedürfnis bedienen. Für 37 Prozent der Deutschen bedeutet Produktinnovation insbesondere, eine Möglichkeit zu bekommen, wie man etwas einfacher machen kann. Für je weitere 17 Prozent ferner, Dinge schneller erledigen zu können bzw. Routineaufgaben durch automatisierte Lösungen zu ersetzen.

Stichwort Haushalt: Der Wunsch nach Vereinfachung bzw. Convenience ist hier ein grundlegendes Bedürfnis. Die Erledigung der Hausarbeit führt in unserer Verbraucherstudie Consumer Life mit 33 Prozent die Liste der Aktivitäten an, für die sich die Verbraucher eine Lösung wünschen. Erst danach folgen das Koordinieren der täglichen Termine, die Bewältigung der Einkäufe oder das Regeln der Finanzen.

Die neuen Staubsaugerformen scheinen diesen Nerv zu treffen und sogar vorzeitige Käufe auszulösen: Anders als in anderen Warenkategorien geben 73 Prozent der Roboter-Käufer an, dass sie mit dem Kauf ihres neuen Geräts ein noch funktionstüchtiges ersetzen – 28 Prozent davon, weil der bisherige Staubsauger nicht die gewünschte Funktionalität hat. Weitere 13 Prozent schaffen sich einen Staubsaugerroboter als Zusatzgerät an. Und auch bei den Handsticks ist für nur 35 Prozent der Grund für den Neukauf, dass der bisherige Staubsauger defekt ist. 46 Prozent gönnen sich damit ein »Upgrade«, 15 Prozent ein Zusatzgerät. Beiden gemein ist der geringe Anteil an Erstkäufern eines Staubsaugergeräts, mit sechs Prozent für Robots und vier Prozent für Handsticks.

Welche Marken und Produkte für diese Erstkäufer zukünftig Relevanz haben und ob absehbar nur noch autonome Roboter durch unsere vier Wände navigieren werden, wäre zum jetzigen Zeitpunkt noch Spekulation. Mit Wet&Dry – also integrierten Nass- und Trockenstaubsaugern – ist bereits eine weitere Subkategorie herangereift, die in Deutschland wertmäßig kurz vor der 100 Millionen Euro-Grenze steht. Die ersten sich selbstreinigenden Saug-Wisch-Roboter, die die komplette und mitunter lästige Bodenpflege zu Hause übernehmen, gibt es bereits. Konvergenz als weiterer Trend ist somit schon erkennbar.

Fundierte Markt- und Verbraucherdaten können Unternehmen helfen, kurzfristige Hypes von langfristigen Trends zu unterscheiden, um rechtzeitig auf sich veränderndes Konsumverhalten reagieren zu können, um mit ihrer Marke präsent und relevant zu bleiben.

Folgende Prognose lässt sich mittels der GfK vorliegenden Daten aber schon heute wagen: Die Zukunft ist kabellos. Die Zukunft wird einfacher. Die Zukunft gehört Marken, die mit sinnvollen Innovationen das Leben einfacher machen.

Ausgezeichneter Style

iF Design Award für AEG QX9

Ein filigraner Aluminium-Rahmen, ansprechende Lederoptik am Handteil und hochwertige Materialien in edlen Farben: Der Akku-Handstaubsauger QX9 vereint Saugkraft und Leistungsstärke mit stylischem Design und ist damit das eleganteste Modell von AEG. Der attraktive Eyecatcher hat auch die über 70-köpfige Expertenjury des renommierten iF Design Awards überzeugt und wurde in der Kategorie Produkt ausgezeichnet.

»Wir haben uns beim Produktdesign für den QX9 ganz bewusst am urbanen Lebensstil orientiert und besonderen Wert darauf gelegt, dass sich unser Premium-Modell ins geschmackvolle Wohnambiente einfügt«, erläutert **Andreas Gelsheimer**, Produktmanager für Home Care bei AEG. So ist der Akku-Handstaubsauger QX9 nicht nur ein wahres Kraftpaket, sondern kann als attraktives Wohnaccessoire stets in Reichweite stehen und muss nicht nach jedem Reinigen umständlich verstaut werden. Je nach Ausführung ist das 2in1-Modell in elegantem Indigo Blue Metallic oder in modernem Shale Grey Metallic erhältlich.



Bild: AEG

Der verzaubert die Kunden

Sebo Felix Oriental

Pünktlich zum Frühjahr präsentiert **Sebo Stein & Co.** den Handstaubsauger Sebo Felix in einer neuen, exotischen Designvariante. Der Abluftfilter des Modells Felix Oriental ist mit einem außergewöhnlichen Blumenmuster verziert, das den Handstaubsauger zu einem attraktiven Hingucker in den eigenen vier Wänden macht.

Ein sparsamer 875 Watt Motor und die dreistufige Allergiker-Filtration erbringen zuverlässige Dienste im Kampf gegen Staub, Flusen und Tierhaare. Das Filtrationssystem arbeitet mit dem Prinzip der Elektrostatik und hält selbst feinste Staub-

partikel im Filtersystem. Am Ende gelangt nur absolut saubere Luft nach außen, so dass auch Allergiker- und Asthmatiker-Haushalte aufatmen können.

Durch seine baulich bedingte Wendigkeit und das praktische Dreh-Kipp-Gelenk erreicht der Sebo Felix auch schmalste Ecken und Winkel. Gegenüber herkömmlichen Bodenstaubsaugern punkten sie besonders in Sachen Ergonomie: Lästiges Bücken zur Regulierung der Saugstärke gehört der Vergangenheit an – die Bedienung erfolgt auf Handhöhe über den Teleskopstiel. Durch eine Vielzahl von variablen Bürst- und Düsenaufsätzen ist das Gerät sowohl auf Parkett als auch auf Teppichböden flexibel einsetzbar.



Bild: Oliver Gordon Photography

Der übernimmt lästige Arbeiten im Haushalt, ohne zu murren

Cashman hilft Händlern, Kasse zu machen, also »cash«. Dafür testet **CE-Markt electro** innovative Produkte und zeigt auf, wie Händler ihre Kunden überzeugen. Heute steht der neue Staubsaugroboter von **Rowenta** im Fokus, denn er spendiert seinem Besitzer mehr Freizeit

Wir haben bei Bekannten einen Roboter zum Staubsaugen gesehen und interessieren uns auch für ein Gerät dieser Art. Was können Sie uns hier empfehlen?

Die Anschaffung eines Saugroboters ist eine sehr gute Entscheidung und wird Ihnen viel Freude bereiten und noch mehr freie Zeit beschern, die Sie künftig besser nutzen können. Es gibt verschiedene Modelle, die wahlweise mit und ohne zusätzliche Wischfunktion ausgestattet sind.

Was heißt Wischfunktion? Kann das Gerät sogar Wischen? Wie funktioniert das?

Nehmen wir das neue Modell Explorer 60 Animal Connect von Rowenta. Dieser Saugroboter verfügt über eine optionale Wischfunktion, bei dem ein integrierter Wischmopp mit Wassertank selbst feinen Staub auf Glattböden entfernen kann. Wenn Sie hingegen nur saugen wollen, wird der Wischmopp einfach abgenommen. Damit wird Ihnen nicht nur das Staubsaugen, sondern auch das lästige Nasswischen des Bodens komplett abgenommen.

Wie ist das mit Teppichbrücken oder -läufern? Die sollen ja nicht feucht gewischt werden.

Keine Angst, der Saug- und Wischroboter von Rowenta erkennt den Untergrund eigenständig und es besteht keine Gefahr, dass er über Ihre Teppiche fährt.

Was bedeutet der Namenszusatz Animal? Wissen Sie, wir haben zwei Hunde und da muss man mehrere Male in der Woche durchsaugen.

Animal steht in diesem Fall für eine spezielle Turbobürste, die auch Tierhaare problemlos und zuverlässig aufnimmt. Übrigens, bei diesem Saugroboter garantieren vier verschiedene Reinigungsmodi jederzeit perfekte Reinigungsergebnisse: auf großen Flächen, punktuell und auch in den Ecken. Und im systematischen Modus arbeitet das Modell Explorer 60 Animal Connect Bahn für Bahn den Raum ab. So können Sie sicher sein, dass Ihre Böden immer sauber und gepflegt sind.

Saugt das Gerät auch unter Möbeln?

Speziell dafür wurde der Explorer 60 von Rowenta konzipiert, denn mit seiner Höhe von lediglich sechs Zentimeter gehört er zu den niedrigsten Saugrobotern auf dem Markt. Damit fährt er auch problemlos unter Betten, Sofas und Schrankmöbel, die für einen klassischen Staubsauger und auch für andere Saugroboter normalerweise nicht erreichbar sind.

Und wie sieht es mit Kanten und Ecken aus? Werden die auch gut gereinigt?

Keine Sorge, der kreisrunde Explorer kommt überall hin. Dank seiner einzigartigen Kombination aus rotierenden seitlichen Kantenreinigungspinseln und der zentral rotierenden Bürste sorgt er für beste Staubaufnahme. Damit erreicht der Saugroboter jede Ecke und entfernt auch Staub und Krümel entlang der Wände zuverlässig.

Kann das Gerät abstürzen? Wir haben nämlich ein offenes Treppenhaus.

Da brauchen Sie überhaupt keine Bedenken zu haben. Der Explorer garantiert eine



sichere Navigation durch das gesamte Haus. Dafür sorgen seine zehn Infrarotsensoren, die Hindernisse sofort erkennen. Zudem verhindern drei Fallsensoren, dass der Saugroboter die Treppe hinunterfällt.

Wie lange kann das Gerät mit einer Akkuladung reinigen und wie wird der Staub entleert?

Der Explorer 60 Animal Connect kann bis zu zweieinhalb Stunden am Stück ohne zwischenzeitliches Aufladen saugen. Für diese überdurchschnittlich lange Saugdauer ist der Lithium-Ionen-Akku verantwortlich. Nach dem Reinigungsvorgang fährt der Saugroboter eigenständig in die Ladestation zurück und wird dort aufgeladen. Die Ladezeit beträgt dabei maximal sechs Stunden. Zum Entleeren wird einfach die Staubkassette aus dem Gerät entnommen und über dem Mülleimer ausgeleert.

Wie funktioniert die Steuerung über das Smartphone?

Der Staubsauger kann ganz komfortabel mit dem Smartphone oder dem Tablet gesteuert werden. Dazu benötigen Sie lediglich die dazugehörige App, die einfach über den Playstore oder App Store auf dem Smart Device installiert werden kann. Damit lässt sich der Roboter nicht nur ein- und ausschalten, sondern Sie können damit schnell und unkompliziert individuelle Zeitpläne einstellen oder die Saugdauer definieren. Sie können sogar die Füllmenge des Staubbehälters kontrollieren. Übrigens, der smarte Roboter lässt sich zusätzlich mit Sprachbefehlen via Google Home oder Amazon Echo steuern.

Innovationen von Rowenta

Die Saugroboter

von Rowenta eröffnen den Verbrauchern eine neue Ära der hygienischen und intelligenten Bodenreinigung: »Unsere Modelle der Explorer-Serie zeichnen sich durch fortschrittliche

Technologie und praktische Anwendbarkeit aus und gewähren eine dauerhafte Leistung auf allen Oberflächen. Es sind voll ausgestattete Saugroboter, die das Leben der Konsumenten erleichtern«, informiert **Astrid Duhamel**, Head of Communication & Digital bei der Groupe SEB Deutschland GmbH. Neben Rowenta vertreibt die Groupe SEB auf dem deutschen Markt die Marken Emsa, Krups, Moulinex und Tefal sowie Esteras.



Astrid Duhamel

Gründliches Saugen und Wischen in einem Arbeitsgang

Deebot von Ecovacs übernimmt dieses Jahr den Frühjahrsputz

Entspannt die ersten Sonnenstrahlen genießen und dabei die Füße hochlegen, während zu Hause der Frühjahrsputz auf Hochtouren läuft. Das ist mit Deebot von **Ecovacs** keine Utopie



Bild: Ecovacs

Wer will schon unnötig Zeit in die Hausarbeit investieren, wenn es draußen schön ist und das Wetter zu Gartenfreuden, Sport oder Ausflügen

mit Familie und Freunden einlädt? Dafür gibt es praktische Helferlein, die das zuhause nicht nur fein säuberlich saugen, sondern den Boden dank ausgeklügelter Wischtechnik auch nass auf Hochglanz bringen.

Zudem lässt sich das Premiummodell Deebot Ozmo 950 von Ecovacs Robotics ganz intuitiv mit der Ecovacs Home App oder via Google Home und Amazon Echo von unterwegs aus steuern. Es wird eine visuelle Karte erstellt, mit der sich die zu reinigenden Bereiche individuell bestimmen lassen. So können virtuelle Putzpläne erstellt, Intensiv-Reinigungsbereiche definiert und virtuelle Grenzen gesetzt werden. Besonders gut für Hausbesitzer: Die Modelle Ozmo 950 und Ozmo 920 können sogar zwei Etagen kartieren.

Die patentierte Ozmo Wischtechnik von Ecovacs ermöglicht das Saugen und Wischen in einem Atemzug. Damit können bis zu 99 Prozent aller schädlichen Bakterien am Boden allein durch die Kraft des Wassers beseitigt werden. Die automatische Teppicherkenntnis verhindert zudem, dass im Wischmodus Teppiche nass oder beschädigt werden. Bei besonders starker Verschmutzung lassen sich beim Ozmo 950 zwei höhere Reinigungsstufen zuschalten.

Mit dem starken 5.200 mAh-Akku reinigt dieser Saug- und Wischroboter etwa drei Stunden, bevor er selbstständig zurück an die Ladestation fährt. Die Akkuladung des »kleinen Bruders« Ozmo 920 reicht für etwa zwei Stunden.



Bild: Ecovacs

Der leistungsstarke Spezialreiniger für Saugroboter mit Wischfunktion sorgt jederzeit für angenehmen Duft und Glanz

Miele

TRIFLEX

3in1
INNOVATION



SO FLEXIBEL.
SO SAUGSTARK. SO SCHNELL.

#LifeBeyondOrdinary

miele.de/Triflex

Kärcher SC 3 Upright Easy Fix gehört zu den Preisträgern

Der Dampfreiniger SC 3 Upright Easy Fix der Marke **Kärcher** ist Gewinner des diesjährigen iF Design Awards. Damit zählt der Weltmarktführer für Reinigungstechnik zum wiederholten Mal zu den Preisträgern des weltweit renommierten Design-Labels



Der Kärcher-Dampfreiniger wurde in der Kategorie Produkt ausgezeichnet und überzeugte die 78-köpfige internationale Jury durch seine innovative und ergonomische Formgestaltung. Die Juroren wählten die Sieger aus 7.298 Einreichungen aus 56 Ländern. **Michael Meyer**, Director Industrial Design Home & Garden Product, bei der Alfred Kärcher SE & Co. KG, zeigt sich erfreut: »Es ist unser Anspruch, Funktionalität und Form bestmöglich zu vereinen. Die Auszeichnung mit dem iF Design Award ist eine tolle Bestätigung, dass uns dies einmal mehr gelungen ist.«

»Das saubere Design mit abgerundeten Kanten und glänzenden Oberflächen sorgt für ein sauberes Erscheinungsbild und spiegelt so die Funktion des Gerätes wider«, lautet das Fazit der iF-Jury. Der Kärcher Dampfmopp SC 3 Upright Easy Fix eignet sich dank der voreingestellten und leicht bedienbaren Dampfmengenregulierung in drei Stufen für sämtliche versiegelten Hartböden. Bei gründlicher Reinigung werden 99,99 Prozent der hausüblichen Bakterien ganz ohne Chemie entfernt. Der Dampfmopp lässt sich in kürzester Zeit aufheizen und ist auch dank des permanent befüllbaren und entnehmbaren Frischwassertanks inklusive Entkalkungskartusche besonders schnell einsatzbereit und leicht zu bedienen.

2-in-1-Akku- und Handstaubsauger

Die Neuen von Grundig

Anlässlich des 75-jährigen Jubiläums der Marke Grundig ergänzen drei neue, kabellose und saugstarke Handstaubsauger das Bodenpflegeportfolio.

Die 2-in-1 Geräte sind besonders vielfältig einsetzbar. Durch die kabellose Handhabung können sie als Handstaubsauger

zum Beispiel Arbeitsflächen und Polstermöbel von Schmutz befreien. Aber auch als formschöne Akku-Bodenstaubsauger samt elektrischer Bürste überzeugen sie bei der Reinigung jeglicher Bodenbeläge. **Ein besonderer Clou:** die Turbobürste ist mit LED-Leuchten ausgestattet, sodass auch dunkle Bereiche – beispielsweise unter dem Schrank – besonders einfach und effektiv gereinigt werden.

Für eine starke Saugleistung bieten die Akku- und Handstaubsauger zwei Saug- und Geschwindigkeitsstufen und einen Staubbehälter mit einer Kapazität von 0,5 Liter. Nach dem Säubern lassen sich der VCH 9930, der VCH 9931 und der VCH 9932 dank abklappbarem Griff leicht und platzsparend verstauen.



Bild: Grundig

Neue VCH-Range von Grundig

Vielseitiger Hingucker VCH 9930 in Berry und Schwarz mit 14,4 Volt Li-Ion-Akku für bis zu 45 Minuten kabellose Betriebszeit.

Kraftpaket VCH 9931 in Rot und Schwarz mit 2-in-1 Fugendüse und Pinselaufsatz, die in der am Griff integrierten Zubehöralterung aufbewahrt werden.

Topmodell VCH 9932 in Anthrazit und Schwarz verfügt über 21,6 Volt Li-Ion Akku, der bis zu 75 Minuten Power am Stück ermöglicht. Effizientes Filtersystem mit Zyklontechnologie und Filter Hepa 10 runden das Angebot ab.

flexibel • saugstark • schnell

Globale Kampagne mit Kunstflugweltmeisterin Aude Lemordant

Miele setzt mit dem Launch seines kabellosen Handstaubsaugers Triflex HX1 neue Maßstäbe im boomenden Marktsegment. Nun startet der Premium-Hausgerätehersteller die globale Produktkampagne mit einem aufmerksamkeitsstarken Testimonial

Mit der Kampagne zum neuen Akku-Handstaubsauger Triflex baut Miele seine 2018 lancierte Storytelling-Plattform #LifeBeyondOrdinary weiter aus und geht damit erneut ungewohnte Wege in diesem Segment. So wirbt die Premiummarke für ihren ersten Akku-Staubsauger mit der Kunstfliegerin **Aude Lemordant**.

Die 37-Jährige Französin holte bereits bei den FAI-Weltmeisterschaften 2013 ihre ersten Titel in der Einzel-, Freestyle- und Team-Kategorie. Seitdem jagt sie stets nach neuen Rekorden: Im vergangenen Jahr gewann sie ihre dritte Weltmeisterschaft im Einzel.

»Mit ihrem Anspruch, immer wieder über sich selbst hinauszuwachsen und das scheinbar Unmögliche zu schaffen, ist Aude die perfekte Botschafterin für unse-

re Marke und speziell auch für unseren innovativen Akku-Handstick«, sagt **Dominic Worsley**, Director Global Marketing der Miele Gruppe.

Ein 30-sekündiger Spot ist das zentrale Kampagnenelement. Neben grenzenloser Freiheit bringt dieser auch die Flexibilität, Kraft und Geschwindigkeit zum Ausdruck, die den Miele Triflex auszeichnen. **Desen einzigartiges Design vereint drei Staubsauger in einem Gerät.** Kombiniert mit leistungsstarker Saugkraft und schnellerer Reinigung. Dank Miele Vortex-Technologie und extrabreiter Elektrobürste saugt der Triflex so stark wie die stärkste Bodenstaubsauger-Serie des Unternehmens. Für eine schnelle Tiefenreinigung aller Oberflächen passt sich die



Bild: Max Emmeneger

Leistung der Elektrobürste automatisch den Bodenbelägen an. Der wechselbare Akku ermöglicht eine Laufzeit von bis zu 60 Minuten. Das Spitzenmodell Triflex HX1 Pro ist bereits mit einem zweiten Akku ausgestattet und erreicht damit eine Laufzeit von bis zu 120 Minuten.

Die Omnichannel-Kampagne ist deutschlandweit und parallel in vier weiteren europäischen Ländern gestartet. Der globale Rollout folgt sukzessive. In Deutschland zählen zum Mediamix TV, OOH, POS, Print, Digital und Social Media.

JETZT WIRD'S CREAMY!

Die neue SEBO AIRBELT K1 CREAM Collection überzeugt in drei cremig zarten Farbvarianten: CREAM ROSE, CREAM BLUE und CREAM MINT. Der kompakte Bodenstaubsauger ist durch leistungsstarke Ausstattung und angenehme Handlichkeit ideal für kleinere Haushalte. Der patentierte AIRBELT federt Stöße mühelos ab und schont Möbel und Wände.



Airbelt:
Patentierter Möbelschutz



Patentiertes
Dreh-Kipp-Gelenk



4 Jahre Herstellergarantie
*nach Produktregistrierung



WORKS FOR ME



SEBO Deutschland



sebo_deutschland



www.sebo.de



Bild: Tobias Hoops

Teppanyaki Glas-Grill Advanced

Gastroback bietet Elektrogrillen auf japanische Zubereitungsart

Mit einem Teppanyaki Grill werden köstliche Gerichte auf der heißen Grillplatte direkt am Esstisch zubereitet. Perfekt für eine gesellige Runde, denn der Gastgeber muss nicht alleine in der Küche stehen. **Gastroback** liefert dafür die passenden Geräte

Das Modell Teppanyaki Glas-Grill Advanced aus dem Hause Gastroback ist mit zwei unabhängig voneinander regelbaren Grillfeldern und einem Warmhalte-Bereich ausgestattet. So lässt sich mit diesem Teppanyaki-Kochfeld gleichzeitig zartes Gemüse, Fleisch oder auch Omelett, Reibekuchen und Bratkartoffeln zubereiten.

Damit ist der Teppanyaki Glas-Grill Advanced eine echte Alternative zu den weit verbreiteten Tischgrills. Durch die sechs-

stufige Touch-Screen-Temperaturkontrolle mit LED zur Steuerung der Grillfelder behält der Nutzer den Grillfortschritt immer gut im Blick. Das leistungsstarke Infrarot-Heizsystem braucht nur wenige Minuten, um die Grillfelder auf die erforderliche Temperatur zwischen 60 und maximal 300 Grad Celsius zu bringen. Da zum Garen kein zusätzliches Fett benötigt wird, unterstützt der Teppanyaki Glas-Grill eine schnelle und vitaminschonende Zubereitung für eine moderne Ernährung.

Design Tischgrill Advanced Pro BBQ

Ein Elektrogrill ist die perfekte Lösung, wenn nicht nur an warmen Sommertagen im Garten oder an der frischen Luft gegrillt werden soll, sondern ebenso bei schlechtem Wetter oder auch an kühleren Tagen. Wenn es vor der Grillparty plötzlich zu regnen beginnt und es ungemütlich wird, muss die Feier nicht ins Wasser fallen. Mit einem Elektrogrill werden weder Rauch noch unangenehme Gerüche erzeugt und aus diesem Grund eignen sie sich hervorragend für die Nutzung auf dem Balkon oder in den eigenen vier Wänden.

Zu dieser Produktkategorie gehört der neue Design Tischgrill Advanced Pro BBQ von Gastroback, der obendrein zwei Geräte in einem beinhaltet. Er wird mit zwei getrennten Heizelementen elektrisch beheizt, so dass der Nutzer die Wahl zwischen zwei unterschiedlichen Grillfeldern hat. Diese können einzeln oder zusammen genutzt werden und sogar bei jeweils unterschiedlichen Temperaturen. Damit kann auf der glatten Plancha Fisch bei moderater Hitze gleichmäßig gegart werden, ohne dass die Filets auseinander fallen, während nebenan auf dem geriffelten Grillfeld saftige Steaks bei einer Hitze bis zu 240 Grad Celsius brutzeln und dabei ihre appetitlichen Grillstreifen erhalten.

Im Unterschied zur Zubereitung in einer Pfanne läuft der größte Teil des überschüssigen Bratensafts durch die Ablaufschlitze in die Tropfschale. Dadurch bekommt man die typische Beschaffenheit von Gegrilltem. Die glatte Grillplatte eignet sich darüber hinaus für mediterrane Grillrezepte, Gemüsebratlinge, Omeletts, Waffeln, Panini und Meeresfrüchte. Auch von dem geriffelten Grillfeld kann der Bratensaft gut ablaufen und das Grillgut gelingt knusprig und aromatisch. Besonders gut geeignet ist das geriffelte Grillfeld für viele Arten von Würstchen, Hamburger, Hot Dogs, alle Arten von Fleischscheiben und Brote.



Bild: Gastroback

Gastroback Design Tischgrill Advanced Pro BBQ

Hätten Sie es gewusst?

Teppanyaki ist die japanische Grillkunst und setzt sich aus den Wörtern Teppan für Stahlplatte und yaki für gebraten oder gegrillt zusammen. In Japan sind eiserne Teppanyaki Grillplatten traditionell in der Mitte eines Tisches platziert. In japanischen Restaurants sind die glatten Stahlplatten direkt in den Tisch eingelassen und der Koch inszeniert die Zubereitung der Speisen vor den Augen der Gäste.



Mit Grills lassen sich Kunden gewinnen

BBQ-Fans unter den Händlern finden auf ce-electro.de Inspiration und neueste Grillgeräte zur Präsentation für jede Ladengröße

Bernd Randolf

Grillexperten gefragt

Das müssen Fachhändler jetzt über Grilltypen und Grilltrends wissen

Vor einem Jahr war **CE-Markt electro** beim Expert Megastore in Landsberg zu Besuch. **Bernd Randolf** erklärt, wieso Wissen um Grilltypen und Grilltrends für die Beratung so wichtig sind

Herr Randolf, Sie sind Co-Geschäftsführer des expert Megastore Landsberg mit einer großen Sonderfläche zum Thema Grillen. Wohin geht die Reise momentan und welche Rolle spielen Hochtemperaturgrills?

Das Thema der Befuerung schwankt sehr je nach Region. In der Stadt grillen die Leute immer mehr mit Elektrogrills. Denn in den meisten Wohnblocks sind Grills, die mit Gas oder Holzkohle betrieben werden, nicht erlaubt. In ländlichen Regionen spielt das keine so große Rolle. Hier geht der Trend ganz klar zum Gasgrill.

Im Bereich der Hochtemperaturgrills muss man klar unterscheiden zwischen Oberhitze-Grills wie Beefer oder Otto Wilde und den Elektrogrills der Firmen Weber oder Severin. Letztere schaffen mittlerweile auch zwischen 300 und 500 Grad. Die Elektrogrills mit ordentlich Leistung und mit Deckel sind stark im Kommen, zumindest dort, wo kein Gas betrieben werden darf. Mein persönlicher Favorit für den Steakgenießer ist hier der Otto Wilde Oberhitze-Grill, der elektrisch betrieben werden kann.

Neben den Grillgeräten gibt es heute ganz viel Grillzubehör. Was bieten Sie hier an und welche Werkzeuge gehören zu den Bestsellern?

Zubehör ist ein super Einstieg in das Verkaufsgespräch. Hier können die Kunden bei uns alles probieren und sich neue Inspirationen holen. Wir führen in unserem Megastore eine große Auswahl an Grillzubehör der Firmen Weber, Napoleon, Big Green Egg, Moesta, Petromax, Axtschlag, Schneidholz, F. Dick und Rösle.

Zu unseren absoluten Bestsellern gehören die Dutch Oven von Petromax. Damit können Grillfans eine ganz alte Art des Grillens zurückholen. Zur Erklärung: ein Dutch Oven ist ein gusseiserner Topf mit Deckel. Darin können Nutzer von der Gulaschsuppe über Schichtfleisch, Schweinebraten, Spare Ribs, Brot, bis hin zum Kuchen alles mit ein paar Brikett-Stücken unter und auf dem Topf zubereiten. Dafür braucht es ein bisschen Übung, bis man weiß, wie viele Briketts man für welche Temperatur braucht. Hat man den Dreh allerdings einmal heraus, lassen sich unglaublich leckere Gerichte zaubern.

Weitere Dauerbrenner sind Pizzasteine und Pizzaschaufeln sowie die Gewürze, Rubs und Saucen von Ankerkraut, Don Marco, »Klaus grillt« oder auch Stubs.

Können die Konsumenten in spezielle Grilltypen eingeteilt werden und welche wären das?

Ja, selbstverständlich gibt es hier große Unterschiede. Für eine grobe Einteilung, kann man etwa folgende vier Grilltypen ausmachen: »Standard«, »Gehoben«, »Genießer« und »Smoker«.

Für den Griller vom Typen »Standard« reicht es, ein paar Würstel und ab und an auch mal ein Stück Schweinenackensteak vom Discounter auf dem Grill zu werfen. Der Grill muss dafür vor allem einfach zu bedienen und kostengünstig sein.

Was anderes als Fleischwaren vom Metzger des Vertrauens oder einem der spezialisierten Online-Fleischhändler kommt beim Grilltyp »Gehoben« nicht auf den Rost. In vielen Fällen geht es gehobenen

Grillfreunden auch um besondere Cuts wie Porterhouse, Ribeye, Flank, Skirt, Hanging Tender oder Flat Iron. Diese besonderen Fleischstücke werden in der Regel langsam auf eine Kerntemperatur von 46 bis 50 Grad gebracht, um dem Fleisch abschließend die nötigen Röstaromen über der offenen Flamme zu verpassen. Die Fans des guten Fleisches wissen auch: Langsam gegartes Fleisch wird in der Regel nach der Zubereitung noch für fünf bis zehn Minuten in Ruhe gelassen, damit es nachziehen kann.

Eine weitere Gruppe bilden die »Genießer«. Sie verköstigen ähnliche Fleischstücke wie der gehobene Griller. Allerdings wurde das Fleisch oft durch einen bestimmten Reifeprozess wie Dry Aged, Butter Aged und Salz Aged veredelt. Zwei kurze Sätze dazu: Dry-Aged-Fleisch ist nochmal zarter, geschmacksintensiver und schmeckt und riecht dabei leicht nussig. Diese Geschmacksexplosion hat allerdings auch ihren Preis.

Die vierte Gruppe Griller sind die Freunde des »Smokers«. Sie lieben es, das Grillgut ganz langsam zu räuchern. Ganz gleich ob Pulled Pork, Beef Ribs oder Spare Ribs, all das passiert sehr langsam und mit viel Rauch. Je nachdem, welche Räucherhölzer zum Smoken verwendet werden, verleihen diese dem Fleisch eine ganz besondere rauchige Note.

Welche Grill-Trends sehen Sie denn im Jahr 2020?

Das ist wirklich schwer zu beantworten. Gerne hätte ich als Unternehmer da natürlich eine Glaskugel. Eine Top-Neuheit gibt es in diesem Jahr, den Weber Smokefire, der ab März verfügbar sein soll. Der Grill ist ein Kombigrill-Smoker, der das Grillen und Smoken mit Pellets in einem Gerät vereint. Ihn wird es in zwei Größen geben. Das kleinere der beiden Geräte liegt preislich bei 1199 Euro, das größere bei 1499 Euro. Der Smokefire könnte in der Grillszene schon einschlagen. Ansonsten sind die Hersteller bemüht ihre Grillgeräte mit feinen Details wie Innenbeleuchtung, beleuchtetem Firmenlogo oder anderen kleinen, praktischen Gimmicks auszustatten.

Was grillen Sie am liebsten, wenn Sie zuhause selbst am Grill stehen?

Leider ist meine Zeit für ausgiebige Grilltage momentan eingeschränkt. Wenn es also schnell gehen soll, verwende ich meinen Otto Wilde Oberhitze-Grill, um die perfekten Röstaromen in kürzester Zeit auf mein Fleisch zu bekommen. Meine Lieblingscuts sind Ribeye, Flank und Porterhouse. Ich habe allerdings meinen Fleischkonsum enorm reduziert, da ich hier sehr großen Wert auf gute Qualität und auf besonderes Fleisch lege. Wenn ich Zeit habe, mache ich mir am liebsten 3-2-1 Beef Ribs. Die Ripperl werden hierfür drei Stunden gesmoked, zwei Stunden gedämpft und eine Stunde glasiert. Ein Gaumenschmaus: Gelingt es, fallen die Knochen quasi von alleine aus dem Fleisch heraus.



Unold Power Grill
Mit dem Plus X Award ausgezeichnetem Elektrogrill

leistet das optimale Verarbeiten kleinerer Mengen. Ein zweiteiliges Becher-Set mit dichtschießenden Deckeln und das exklusive Rezeptbooklet sowie die Bedienungsanleitung mit Rezepten runden das attraktive Paket ab.

Damit die Marinade gut in Speisen einziehen kann, empfehlen Profis das Vakuumieren der Lebensmittel. Dafür hat Unold zwei Vakuumiergeräte im Sortiment, mit denen das perfekt gelingt. Jetzt kann gegrillt werden. Ohne lange Vorbereitungszeit bietet der neue Power Grill von Unold

UNOLD®

auf seiner großen Grillfläche Platz für jede Menge Grillgut, um Familie und Freunde zu verwöhnen. Mit dem stufenlos einstellbaren Temperaturregler wird die passende Hitze für empfindliches Fischfilet, lecker marinierte Steaks oder aromatische Folienkartoffeln ganz einfach eingestellt. Der Elektrogrill ist ein echtes Powerpaket und bis 2.000 Watt erhitzbar.

Die Grillplatte ist für die bequeme Reinigung entnehmbar, antihafbeschichtet und bietet die perfekte Kombination aus glatter und geriffelter Grillfläche. Übrigens ist die Fettauffangschale ganz bequem entnehmbar. Auf einem Tischgestell aus hochwertigem Kunststoff wird der Grill zum Genuss-Zentrum auf Balkon und Terrasse. Die praktische Ablagefläche im Gestell ist der Parkplatz für Gewürze, Marinaden, Grillzange oder Teller. Weil der Tischgrill für das platzsparende Verstauen komplett zerlegbar ist, kann das Grillelement auch prima als Tischgrill für gemütliche Grillrunden im kleinen Kreis eingesetzt werden.

Perfekt gekühlte Getränke auf Knopfdruck

Für ganz besonderen Trinkspaß sorgt der Eiswürfelbereiter Cube von Unold, der auf Knopfdruck binnen einer Stunde bis zu 500 Gramm – wahlweise große oder kleine Eiswürfel liefert. Da steht den Cocktails auf der Grillparty auch mit vielen Gästen nichts mehr im Wege.

Ein Barbecue kann auf dem Balkon oder der Terrasse entspannt ausklingen, denn wenn es in den Abendstunden etwas abkühlt, muss das nicht das Ende der gemütlichen Outdoor-Runde bedeuten. Die Heizsäule Bistro von Unold sorgt dafür, dass man keine kalten Füße bekommt, wenn es abends frisch wird. Mit 60 Zentimetern Höhe ist sie bewusst so gestaltet, dass sie perfekt unter Gartentischen platziert werden kann. Und dort sorgen die effizienten Karbon-Heizelemente für angenehme Temperaturen.

Eiswürfelbereiter Cube macht Schluss mit den Eiswürfel-Plastikbeuteln und Eiswürfel-Formen aus dem Gefrierfach

Grilltrends 2020

Unold ist immer am Puls der Zeit

Was braucht der Konsument für ein gelungenes Barbecue? Gute Zutaten und einen Elektrogrill. Einen Stabmixer zur Herstellung der eigenen Marinade. Zum Marinieren einen Vakuumierer. Wer seine Gäste beeindrucken will, glänzt mit einem Eiswürfelbereiter und wenn es zu vorgerückter Stunde kühl wird, wärmt eine Heizsäule. Dieses gesamte Sortiment ist bei **Unold** erhältlich

Es hat sich längst herumgesprochen: Wer etwas auf sich hält, bereitet für das Grillfest seine eigene Marinade zu, um Fleisch, Fisch oder auch Gemüse eine persönliche Note zu geben. Damit die Marinade gut gelingt, greifen wir zum Esge Zauberstab M 200 BBQ, der in Deutschland über das Unternehmen Unold vertrieben wird. Mit seinem langlebigen, robusten AC-Motor »Made in Switzerland« püriert, hackt und zerkleinert er alle Zutaten von der Avocado für die leckere Guacamole bis zu Zwiebeln, Knoblauch und Kräutern für Dressings, Dips und Saucen.

Umfangreiches Zubehör begleitet das Gerät. Multimesser, Schlagscheibe und Fleischmesser sind durch die praktische Aufsteckzentrierung im Handumdrehen

einsatzbereit. Damit Gewürzmischungen schnell gemacht sind, gibt es den Prozessor. Der zerkleinert oder mahlt Gewürze, Nüsse und Co. Die Puderscheibe gewährleistet



Rezeptbuch für den Esge-Zauberstab mit vielen Ideen rund um das Thema »Grill & Chill«





Bild: Severin

Die Zukunft des Grillens ist elektrisch

Der neue Sevo von Severin kann mit jedem Profigrill mithalten

Grillen ist heute eine Lebenseinstellung. Die einen schwören auf Holzkohle, die anderen bevorzugen Gasgrills. Mit den aktuellen Elektrogeräten von **Severin** erreicht das Grillen eine neue Dimension, denn die Neuen sind heißer als Gasgrills und schneller als Kohlegrills – sie vereinen die Vorteile eines Hochleistungsgrills mit denen eines Slow Grillers. Aber überzeugen Sie sich selbst

500 Grad Celsius, 3.000 Watt, zwei Kernthermometer, exakte Temperatursteuerung, Abdeckhaube, massiver zweiteiliger Edelstahlrost, OLED-Display, Grillwagen – die Liste der Ausstattungsmerkmale für das Premiummodell Sevo ist lang und steht für beste Grillergebnisse mit Gelinggarantie. Pünktlich zum Start der Grillsaison 2020 liefert die Marke Severin ihre neuen hochwertigen Elektrogrills in den Handel.

Früher war Elektrogrillen ein Kompromiss – heute entscheidet sich der Konsument bewusst dafür

Elektrisches Grillen steht für Grillen ohne Schmutz und Qualm, ohne Ärger mit den Nachbarn und ohne CO₂-Emission, wenn man Öko-Strom bezieht. Mit den neuen eBBQ-Geräten von Severin gibt es zudem keinerlei Kompromisse hinsichtlich Leistung und Hitze.

Mit der neuen eBBQ-Range schlägt Severin eine Brücke vom Leistungsversprechen des Unternehmens hin zu einem

Point of Emotion im Handel. Wer den Sevo live erlebt, ist auf Anhieb von der Größe und dem Ergebnis beeindruckt und erkennt sofort: Dieser hochwertige Elektrogrill kann es mit jedem Profigrill aufnehmen.

Perfekte Brandings für saftige Steaks mit krosser Kruste oder Slowgrilling dank niedriger Temperatur werden Elektrogrill-Skeptiker überzeugen. Die Temperatur lässt sich über mehrere Stunden exakt halten. Das ist ein echter Vorteil bei der Zubereitung von Pulled Pork oder Spare Ribs.

Der Sevo erreicht dank innovativer Doppelheizungs-technologie sowie speziell entwickelter Reflektorschale Spitzentemperaturen von 500 Grad Celsius in unter zehn Minuten. Die Boost Zone, die separat zugeschaltet werden kann, ist ideal für das schnelle und scharfe Angrillen von Steaks. Und auch über die lange Distanz mit geschlossenem Deckel und exakter Temperaturregulierung ist Sevo der ideale Partner.

Das neue Premiumgerät von Severin ist modular aufgebaut und besteht aus drei Komponenten, die auch einzeln erhältlich

So argumentieren Sie richtig

Jetzt sind die Zeiten endgültig vorbei, in denen Elektrogriller schwach belächelt wurden.

Der Kunde: »Ein Elektrogrill hat zu wenig Hitze und ist zu langsam«

Der Sevo erreicht innerhalb von zehn Minuten eine Temperatur von 500 Grad Celsius direkt am Grillgut. Die Boost Zone, die separat hinzugeschaltet werden kann, ist ideal für das schnelle und scharfe Angrillen von Steaks. Die digitale Temperatureinstellung und das integrierte Grillthermometer sorgen jederzeit für volle Kontrolle.

Der Kunde: »Ein Elektrogrill ist zu klein und zu niedrig«

Zeigen Sie dem Kunden den neuen Sevo von Severin und Sie werden ein anerkennendes Kopfnicken feststellen. Denn Severin räumt mit all den Vorurteilen gegenüber klassischen Elektrogrills auf. Der Sevo GTS Standgrill beeindruckt durch seine Größe, die massive Ausführung, dem hochwertigen Untergestell und seinem edlen Design in schwarz und silber.

sind und damit ergänzend nachgekauft werden können – dem Grillteil, der Abdeckhaube sowie einem äußerst robusten und standfesten Grillwagen, der das elektrische Grillen in eine neue Dimension kaputtuliert. Noch nie gab es einen Elektrogrill in dieser Größe und mit diesen USPs. Passend dazu ist auch das hochwertige POS-Material, das die Griller am Point of Sale entsprechend in Szene setzt.

In der Komplettversion mit Deckel und Grillwagen macht der Sevo GTS echt was her. Das hat auch die Initiative Life Care honoriert, denn das Gerät gehört in diesem Jahr zu den beliebtesten Neuheiten aus der Welt der Küche. Während der Ambiente wurde Sevo von Severin mit dem Kücheninnovationspreis 2020 »Golden Award – Best of the Best« ausgezeichnet.

Als ganz besonderes Gimmick kann der Sevo personalisiert werden. Machbar ist das durch die im Deckelgehäuse eingelassene Edelstahlplatte, die mit individuellem Wunschdruck zum Must-have für jeden Elektrogriller wird.

Eine fantastische Geschenkidee.

Fazit der Redaktion: Sevo von Severin macht nicht nur in der Live-Präsentation einen hervorragenden Eindruck. Das Gerät beeindruckt durch seine vielseitigen Einsatzmöglichkeiten. Es erreicht beste Resultate, egal ob einfach ein paar Steaks und Würstel gegrillt, oder ob Spare Ribs und Pulled Pork für den anspruchsvollen Gaumen zubereitet werden.





Sage 3x Bluicer Pro
Ein Kombinationsgerät aus Hochleistungsmixer und Entsafter

Exklusiv-Interview Gerd Holl

Sage setzt auf Emotionen

Der für 12. März 2020 geplante **Sage Day** musste dieses Jahr wegen Corona leider entfallen. Stattdessen hat **CE-Markt electro** mit Geschäftsführer **Gerd Holl** ein Telefoninterview geführt und erfahren, wie das vergangene Jahr in Deutschland gelaufen ist und welche Strategie die australische Marke verfolgt

Mit dem abgelaufenen Jahr 2019 zeigte sich Gerd Holl sehr zufrieden: »Wir konnten sowohl in Deutschland als auch in Österreich ein starkes Wachstum generieren.« Die Siebträgermodelle the Oracle Touch und the Barista Pro öffneten Sage die Tore zum Elektrohandel. »Zwischenzeitlich führen im Fachhandel 1.500 aktive Händler unsere Produkte und wir sind bei sämtlichen Einkaufsverbänden gelistet«, betont Geschäftsführer Holl.

Nach dem Start in Deutschland 2018 erreichte Sage Appliances im ersten Halbjahr 2019 die Marktführerschaft bei Siebträger-Espressomaschinen. Der Markt der Siebträger ist 2019 wertmäßig um 68 Prozent gewachsen und die Premiumklasse über 350 Euro beherrscht Sage mit einem Marktanteil von sattem 84 Prozent.

Und die positive Entwicklung geht weiter. Sage setzt auf die dritte Kaffeewelle, den so genannten »Third Wave Coffee«, der rund um den Globus für eine große Nachfrage nach Geräten für die Kaffeezubereitung sorgt. Third-Wave Kaffeespezialitäten zeichnen sich durch Barista-Qualität mit besonders feinem Mikro-Milchschaum und homogene Kaffeeverteilung aus.



Gerd Holl

Die schnellste Kaffeemaschine der Welt

In Zusammenarbeit mit Nespresso kommt mit dem Modell Creatista Pro eine neue Kapselmaschine auf den deutschen Markt. Die Maschine überzeugt neben dem stilvollen Design mit einer Aufheizzeit von nur drei Sekunden und einem übersichtlichen Swipe & Touch-Screen, auf dem der Nutzer seine gewünschte Kaffeespezialität auswählen kann. Als erste Nespresso Maschine mit integrierter Heißwasserfunk-

tion ermöglicht die Creatista Pro auch die Zubereitung von Americano-Kaffee oder Tee. Ein perfekter Mikro-Milchschaum kombiniert mit dem Komfort einer hochwertigen Nespresso Maschine bieten Barista-Kaffee auf Knopfdruck. Das Gerät wird im Mai 2020 in der Farbe Stainless Steel eingeführt.

Neben dem Bereich Kaffee/Espresso setzt Sage verstärkt auf die Sortimente Healthy Living und Cooking. In beiden Segmenten stehen Neuheiten am Start: Im November 2019 wurde die Produktinnovation the 3x Bluicer Pro auf dem Markt eingeführt. Damit schuf Sage eine völlig neue Kategorie von Gerät und Getränk:



Creatista Pro Eine neue Kapselmaschine von Sage in Kooperation mit Nespresso

Aus dem herkömmlichen »Blender« und »Juicer« wird »Bluicer«. Die platzsparende Kombination beider Funktionen ist so konstruiert, dass sich Saft und Mixgut direkt vermischen lassen – vom grünen Smoothie bis zum Frozen Cocktail.

Seit Februar 2020 ist der angekündigte Smart Oven Air Fryer auf dem deutschen Markt erhältlich. Das Multitalent sorgt bei zehn Voreinstellungen und zwei Umluftstufen für gleichmäßige und präzise Hitzeverteilung. Damit gelingen knusprige Pommes Frites, kalorienarm frittiert mittels Heißluft genauso gut wie traditionelles Grillhähnchen und Kuchen.

Als junge Marke in Deutschland geht Sage mit einer Masterclass-Offensive an den Start, um das Label einem breiten Publikum bekannter zu machen. In Zusammenarbeit mit Röstereien finden bundesweit Kurse statt, die Konsumenten in die Welt des Kaffees von der Bohne bis zum Tasting einführen. Insgesamt sind in Europa 500 Kurse geplant und die Erfahrung in anderen Ländern, aktuell in Kanada zeigt, dass sich das Angebot auch auf weitere Kategorien wie Blüicing oder Kochen ausweiten lässt. »Wir setzen bei unseren Produkten auf Experience« erklärt Gerd Holl. »Uns geht es immer um die Anwendung und die Erfahrung, die Endverbraucher mit unseren Geräten machen und das wollen wir mit den Sage Masterclasses vermitteln.«



Roger Federer
Größter Tennis-Champion
aller Zeiten



Geschäftsjahr 2019

Jura setzt Wachstum weiter fort

Das Unternehmen **Jura Elektroapparate AG** vermeldet für 2019 ein Umsatzplus von 5,1 Prozent auf insgesamt 542,4 Millionen Schweizer Franken. Die Marke Jura verkaufte im vergangenen Jahr 398.000 Kaffeespezialitäten-Vollautomaten. Dies entspricht einer mengenmäßigen Steigerung von 18.000 Einheiten gegenüber dem Vorjahres-Zeitraum

Die Produktstrategie der Schweizer Jura ging auch im vergangenen Jahr wieder voll auf. Das Absatzwachstum bei Vollautomaten verteilte sich auf die gesamte Palette. Und Jura zeigte sich auch glücklich über die Vertragsverlängerung mit Markenbotschafter Roger Federer um weitere fünf Jahre.

»Als treibende Kräfte erwiesen sich unsere Modelle ENA 8, E8, S8 sowie die X8«, erklärte CEO **Emanuel Probst** während eines Lifestreams, denn erstmalig entschied sich das Unternehmen für eine digitale Presseveranstaltung. »Damit wollen wir ein Zeichen setzen und unsere Antwort auf die aktuelle Situation anhand

eines praktischen Beispiels geben«, betonte Emanuel Probst.

Die ENA 8 wurde besonders hervorgehoben. Sie ging beim Vollautomaten-Test des bedeutendsten europäischen Prüfinstituts als Testsiegerin hervor. Somit belegte bereits zum vierten Mal in Folge ein Vollautomat von Jura den prestigeträchtigen Spitzenrang bei der Stiftung Warentest. Zusätzliche Wachstumsträger sind die E8 – das erfolgreichste Modell in der Firmengeschichte –, die S8 aus dem Premiumsegment sowie die X8 aus dem Professionalbereich.

»Das Jahr ist positiv gestartet, wir sind produkttechnisch stark aufgestellt und für 2020 setzen wir uns 420.000 verkaufte Vollautomaten zum Ziel«, verkündet der Jura-Chef. Die aktuelle Situation will Jura nutzen, um seine Innovations- und Digitalisierungsprozess mit noch mehr Schub konsequent voranzutreiben.

»Manchmal kommt die Zukunft schneller als man denkt«

Mit diesen Worten leitete Emanuel Probst seine Analyse der aktuellen Situation ein. Innovative Technologien sieht Jura als den Schlüssel zum Meistern der aktuellen und kommenden Herausforderungen. »Die Corona-Krise wird die bereits eingeleiteten Digitalisierungsprozesse zusätzlich vorantreiben«, ist Probst überzeugt. Als konkretes Beispiel nennt er Jura Live. Dank dieses etablierten Tools können nicht nur interessierte Konsumenten direkt beraten, sondern auch Fachhandelspartner von Niederbuchseiten in der Schweiz aus betreut werden.

»Mit Jura Live haben wir kompetente, persönliche Beratung nicht nur ins Internet gebracht, sondern mittlerweile zusätzlich an 320 Premium-Verkaufspunkte weltweit«, so Emanuel Probst. Bis in einem Jahr sollen 500 Verkaufspunkte rund um den Globus über eine Anbindung zu Jura Live verfügen.

Die Digitalisierung schreitet auch bei den Produkten schnell voran. Dazu Probst: »Die Jura Operating Experience (J.O.E.) brachte vor zwei Jahren die Bedienung unserer Vollautomaten aufs Smartphone. Mittlerweile ist sogar eine Steuerung über Siri und die Apple Watch möglich.«

Schneller und besser mit dem Jura Campus

Ende Oktober 2019 erfolgte am Firmenstandort im solothurnischen Niederbuchseiten der Spatenstich für den Jura Campus – ein Hightech-Innovations- und Qualitätszentrum. »Mit dem Jura Campus schaffen wir heute die Voraussetzungen, um im Markt von morgen erfolgreich zu sein«, ist Emanuel Probst überzeugt. Tatsächlich ermöglicht die Vervielfachung der Labor- und Innovationskapazität kürzere Entwicklungszyklen bei gleichzeitiger Steigerung der Qualität. Die Eröffnung ist für Ende 2021 geplant.

Plus X Award für Medisana

Neue Komfort Massagelinie ausgezeichnet

Gleich mehrere Produkte der neuen Komfort-Massagelinie aus dem Hause Medisana wurden kürzlich mit dem Plus X Award 2020 prämiert. Dabei überzeugte die innovativen Produkte die renommierte Fachjury jeweils in den Kategorien High Quality, Design und Bedienkomfort. Das begehrte Qualitätssiegel erhielten

- Komfort Shiatsu-Fußmassagegerät FMG 880
- Shiatsu-Massagesitzauflage MCG 810
- Shiatsu-Akupressur-Massagesitzauflage MCG 820
- Shiatsu-Nackenmassagegerät NMG 850



Dyson Corrale

Erster Haarglätter mit biegsamen Heizplatten

Gute Nachrichten für Händler, die auf ein hochwertiges Personal Care-Sortiment setzen. Dyson erweitert das Stylingportfolio um ein innovatives Gerät. Gründer **James Dyson** präsentierte den neuen Haarstyler persönlich, denn der Dyson Corrale ist der weltweit einzige Haarglätter mit biegsamen Heizplatten. Mikrogelenke in den Platten sorgen dafür, dass sich die Heizplatten biegen und so die Haare umschließen. Mit dem patentierten Plattendesign können gewünschte Styles mit weniger Hitze als bei herkömmlichen Haarglättern erzielt werden. Die Platten bestehen aus einer Mangan-Kupfer-Legierung. Die dafür verwendeten Metalle wurden miteinander verschmolzen, um eine optimale Flexibilität, Festigkeit und Wärmeleitung zu erreichen. Der Dyson Corrale Haarglätter ist in der Farbe Nickel/Fuchsia zu einem Preis von 499 Euro UVP erhältlich.



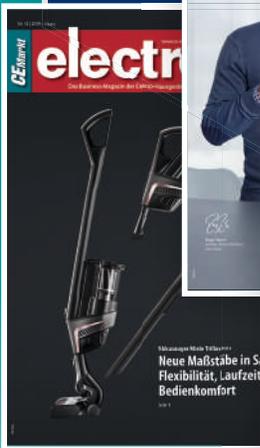
Silber bei Stiftung Warentest

Luftreiniger überzeugt in Preis-Leistung

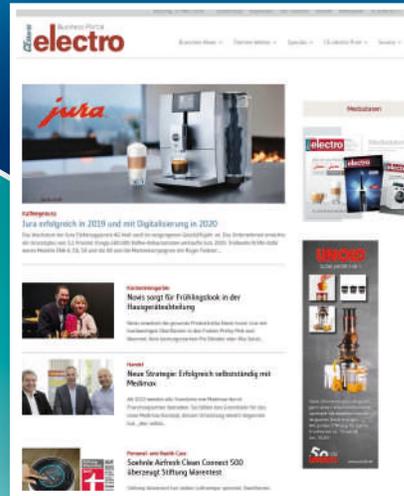
In der aktuellen Ausgabe der Zeitschrift »test« hat Stiftung Warentest sieben Luftreiniger getestet. Zweitbestes Gerät ist der Soehnle Airfresh Clean Connect 500 mit der Auszeichnung »gut« (Note 2,5). Die Geräte wurden in den Kategorien Luftreinigung, Handhabung, Umwelteigenschaften, Sicherheit und dem 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. Zukünftig wird das Testergebnis in Form des offiziellen Siegels der Stiftung Warentest auf dem Produktaufkleber des Airfresh Clean Connect 500 eingesetzt, auf der Verpackung, der Webseite und den Verkaufsunterlagen. Begleitend finden klassische PR-Aktivitäten und kommunikative Maßnahmen in Digital- und Print-Medien statt.



**CE-Markt
electro**
Ihr Leitmedium
für Home Appliances



Business-Portal
www.ce-electro.de
Ihre Online-Plattform mit
tagesaktuellen Brancheninfos



E-Paper
Print-Ausgaben
zum Download



Newsletter



News auf Xing





* Kehren, zentrales Bürsten, Saugen und Wischen – im Vergleich zu den 15 meistverkauften Geräten in Europa (14 Länder) + Russland, unabhängiges Panel 2019, Verkäufe nach Wert und Stück.

EXKLUSIV BEI ROWENTA:

DER FLACHSTE 4-IN-1 SAUGROBOTER*

EXPLORER **SERIE 60** ANIMAL CONNECT

KEHRT, BÜRSTET, SAUGT UND WISCHT MIT NUR 6 CM HÖHE
SELBST UNTER FLACHEN MÖBELN HÖCHST EFFEKTIV.



- Spezielle Animal-Turbobürste für die optimale Aufnahme von Staub und (Tier-)Haaren
- Staubsaugen und Wischen in einem Durchgang dank mitgeliefertem Wischmopp
- Intelligente Steuerung per App und Sprachassistenten

