

Top-Themen

Severin: Der eBBQ-Spezialist führt neue Citygrills ein | Seite 2

Panasonic: Slow Juicer liegen voll im Trend | Seite 6

Großer Sonderteil: Staubsauger Spezial | ab Seite 9

Ecovacs Robotics

Frühjahrsputz mit cleveren und smarten Alltagshelfern

Seite 9



Andreas Wahlich
General Manager
Europe Ecovacs
Robotics



Bild: Ecovacs

»Ecovacs Robotics bietet Spitzentechnologie auf höchstem Niveau zu einem erschwinglichen Preis«



Grillen auf Balkon oder Dachterrasse? Mit Severin jederzeit möglich und den Arbeitstag bei einem spontanen Grillabend mit Freunden ausklingen lassen

POS-Challenge ist gestartet

Mit einem Aufruf an den Handel sucht Severin die beste Präsentation seiner elektrischen Elektrogrillgeräte am Point of Sale. Alle Händler können mitmachen und Fotos einschicken, die zeigen, wie sie die Severin Grillgeräte in ihrem Ladengeschäft am besten in Szene setzen.



Christian Strebl

Herr Strebl, wie stellen Sie sich als Severin-Geschäftsführer eine optimale Präsentation Ihrer Grillgeräte im Ladengeschäft vor und wie können Handelspartner besonders punkten, um die Challenge zu gewinnen?

Da wollen wir uns wirklich überraschen lassen und bewusst keine Vorgaben machen. Natürlich bieten unsere POS-Pakete ein tolles Ausgangsmaterial – für die Art und Weise wie sie eingesetzt werden sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Ich persönlich würde mir wünschen, dass die vielen praktischen Vorteile des eBBQ – auch in Verbindung mit den weiteren Produkten der Severin eBBQ-World – arrangiert werden.

Apropos umfangreiches POS-Material. An wen muss sich der Händler wenden, wenn er Interesse daran hat? Unser Team aus dem Vertriebsinnendienst sowie die gesamte Außendienstmannschaft stehen hier gern mit Rat und Tat zur Seite.

Wie lange können Handelspartner ihre besten Fotos einschicken und was genau gibt es zu gewinnen?

Teilnahmeschluss für die Einsendung der Bilder unter pos-challenge@severin.de ist der 30. Juni 2019. Der Gewinner erhält eine von Severin gesponserte Grillparty im Wert von bis zu 2.500 Euro für die Mitarbeiter oder das nächste VIP-Kundenevent.

eBBQ-Spezialist Severin

Im urbanen Umfeld beweisen die Citygrills ihre vortreffliche Stärke

Auch wenn heute das ganze Jahr über gegrillt wird, so finden die meisten Barbecues doch in der warmen Jahreszeit statt. Clevere Händler setzen in der anstehenden Grillsaison am Point of Sale auf das breite eBBQ-Sortiment der Marke **Severin**. Attraktive Vermarktungsaktionen begleiten die neue Citygrill-Edition

Gerade in den Städten, auf kleinen Balkonen oder auch bei unsicherem Wetter spielen die elektrischen Grills der neuen Citygrill-Edition der Marke Severin ihre unschlagbaren Vorteile aus: Leicht aufgestellt, schnell aufgeheizt und volle Power für das perfekte Grillgut zeichnen diese Geräte aus. Schlägt das Wetter um, wird einfach drinnen weitergegrillt.

Als Produzent von mehr als elf Millionen Elektrogrills in 25 Jahren darf sich die



Marke Severin unangefochten als eBBQ-Spezialist betiteln. Eigens zu diesem besonderen Jubiläum hat das Traditionsunternehmen eine Citygrill-Edition aufgelegt, die aus je drei Tisch- und Standgrills besteht und am Firmensitz im sauerländischen Sundern gefertigt werden.

<https://ce-electro.de/category/specials/background-story/ebbq/>

Alle Informationen zur SEVERIN POS-Challenge finden Sie online unter



Severin führt sie alle eBBQ Tischgrill, Standgrill oder Kugelgrill



Die Kunden mit neuen Konzepten statt digitaler Allergie begeistern

Das nachstehende Zitat von **Robert Drosdek**: »Mit dem Blick über den Teller- rand und einem durchge- stylten Konzept machen wir den Facheinzelhandel stark für die Zukunft« trifft den Nerv der Zeit, denn um er- folgreich zu bleiben, muss der Handel nicht nur über den Tel- lerrand hinaus blicken, sondern auch stark für die Zukunft sein.



Lutz Rossmeiß

streicht das Traditions-Unter- nehmen damit seine eigene Stärke und die große Bedeu- tung, die es als Großhandel für die Branche hat.

Mit den eingangs zitierten Worten präsentierte der agile Firmen-Chef vor zahlreichen Fachhändlern und Konzept- partnern im Februar ein neues, kreatives Kaffee-Konzept. Um-

gesetzt wird das Konzept in einem indivi- duell anpassbaren Shop-in-Shop-System. Wie es heißt, erhalten die Kunden dort in einer harmonischen Erlebniswelt eine um- fassende Beratung beim Kauf von Kaffee- automaten.

Mit dem Begriff Erlebniswelt trifft Bröm- melhaupt ebenfalls einen Nerv der Zeit. Denn wenn der stationäre Einzelhändler seinen Kunden das »Einkaufen als Er- lebnis« anbietet, dann hat er Chancen, Internet-Käufer in seinen Laden zurück- zuholen. Wie viel Zeit ihm dazu bleibt, ist ungewiss, denn die aggressiven Online Pure Player wagen bereits erste Schritte in den stationären Handel.

Das heißt: Nie waren neue Konzepte und Ideen so wichtig wie heute. Fakt ist: Im stationären Fachhandel sinken Kundenzah- len und Verkaufspreise. Der Wettbewerb nimmt zu. Der Handel steht unter Druck, auch der Großhandel. Laut einer Roland Berger Studie in Kooperation mit dem BGA erkennen die Hersteller zunehmend die Attraktivität digitaler Vertriebskanäle zum Endkunden und nutzen sie. Außer- dem werde »noch mehr als die klassische Logistikfunktion die Sortimentsgestal- tungs- und auch die Finanzierungsfunk- tion des Großhandels von neuen digitalen Wettbewerbern angegriffen bzw. sogar infrage gestellt.«

Robert Drosdek, Geschäftsführer der Fachgroßhandlung Brömmelhaupt, kennt die Probleme der Branche. Sein Unterne- men hat deshalb immer wieder innovati- ve Konzepte entwickelt, um den lokalen Fachhandel in Zeiten des wachsenden On- linehandels zu stärken. Gleichzeitig unter-

Das Thema Einkaufen als Erlebnis wird übrigens auch in der lesenswerten Rei- he der HDE-Infoblätter »Handel 4.0« auf- gegriffen. Handel 4.0 ist natürlich nicht nur der Titel der Kurz-Infos, sondern wird analog zum Begriff Industrie 4.0 verwen- det und verdeutlicht die verstärkte Ver- netzung von Informations- und Kommu- nikationstechnologien für ein besseres Kundenverständnis. Das heißt, dass der hohe Grad der Digitalisierung der Kunden inzwischen die Händler dazu zwingt, ihre digitalen Angebote zu erweitern.

Dennoch scheinen viele Händler eine »digitale Allergie« zu haben, wie Dr. Gerit Heinemann, Leiter des eWeb Research Center, vermutet: »Die Macht der digita- len Revolution für den deutschen Handel wird völlig unterschätzt.« Ich hoffe sehr, dass dies auf unsere Leserinnen und Leser nicht zutrifft.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg mit neuen Konzepten und Ideen und weiterhin gute Geschäfte.

Herzlichst, Ihr

electro Herausgeber
Lutz Rossmeiß

INHALT

Severin Sonderedition Citygrill	2
Editorial & Inhalt	3
News Meldungen aus der Branche	4
LG #luckydeals für den Fachhandel	5
Panasonic Slow Juicer hat viele Vorteile	6
Graef Neues zu Coffee und Deli Kitchen	7
Küche Plus Emsa • Kahla • Gefu • Tefal	8

Staubsauger-Spezial

Ecovacs Smarte Putzlösungen	9
GfK Aufwärtstrend bei Akkusaugern	10
Dirt Devil Der Teufel steckt im Detail	12+13
Rowenta Karten werden neu gemischt	14
Fakir führt sämtliche Gerätekategorien	15
Philips Speed Pro • Expert • Sebo • Kärcher	16
Grundig Von der Pflicht zur Kür	17

Unold Deutsche Traditionsmarke 2019	18
Kommentar & Impressum – Last News	19

Samsung Roadshow

Nutzerbedürfnisse ändern sich

Auf der diesjährigen Roadshow durch fünf deutsche Städte präsentierte Samsung dem Handel sein neues Produkt Line- up für 2019 und zeigte sich vernetzt wie noch nie. Gerade im Be- reich Waschen stellt sich die Marke noch breiter auf. Die Innovations- familie Quick Wash mit der bekannten Add Wash-Klappe bekommt mit dem neuen WD65001 Waschtrockner Zuwachs. Samsung reagiert da- mit auf die wachsende Wohnraumknappheit in Großstädten sowie dem Trend hin zu multifunktionalen Geräten.

Ein weiteres Beispiel dafür ist der Back- ofen Dual Cook Flex. Auch hier zeigt Sam- sungen Verständnis für Nutzerbedürfnisse und geht neben der App Steuerung auch gezielt auf den Wunsch der Kunden nach Flexibilität in der Küche ein. Der Backofen mit teilbarem Garraum und teilbarer Ofen- tür kann helfen, noch stärker auf indivi- duelle Ernährungsmodelle in der Familie einzugehen.

»Wir wollen dem Handel die Möglich- keit geben, auf aktuelle Trends zu reagie- ren und dem Nutzer neue Möglichkeiten im Bereich Hausgeräte aufzuzeigen«, betont **Alexander Zeeh**, Director Samsung Home Appliances.



Bild: Uwe Noelle

Alexander Zeeh

Zum Newsletter von CE-Markt electro anmelden

Das Neueste von CE-Markt electro direkt in Ihrem Posteingang!



Up-to-date sein und über die Branche Bescheid wissen

Haben Sie sich bereits für unseren Newsletter angemeldet?

Leserinnen und Leser kön- nen auf der tagesaktuel- len Webseite ce-electro.de unseren kostenlosen Newsletter ganz leicht bestellen. Einfach den Button »An- melden« wählen und die E-Mail-Ad- resse eingeben. Dann erhalten Sie automatisch einmal im Monat das Neueste von **CE-Markt electro** direkt in Ihrem Posteingang!



MANAGEMENT-NEWS



Bild: EK Servicegroup

EK Servicegroup

Vorstandsvorsitzender **Franz-Josef Hasebrink** (Bild rechts), **Martin Richrath** und **Susanne Sorg** lenken die Geschicke der EK Gruppe jetzt zu dritt. Nach dem Ausscheiden von **Steve Evers**, der als CEO zur Intersport International Corporation gewechselt ist, wurden die Ressort-Verantwortlichkeiten neu verteilt.

Wertgarantie

Mit mehr als 13 Jahren Erfahrung im Handel ist **Michael Galoci** neuer Vertriebscoach für den Außendienst Nord. »Mit seinem offenen Wesen, dem persönlichen Umgang mit Händlern und seiner Erfahrung ist Michael Galoci eine echte Bereicherung für die Fachhandelspartner und für Wertgarantie«, zeigt sich Verkaufsleiter Nord **Maurice Jöhler** mit seinem neuen Mitarbeiter zufrieden.



Bild: Sven Brauers

Fakir

Am 1. März startete **Uwe Heintzki** bei Fakir als neuer Gebietsverkaufsleiter Nord. »Ich freue mich sehr, das wir mit Uwe Heintzki einen Branchenprofi gewinnen konnten«, so **Holger Terstiege**, Geschäftsführer bei Fakir Hausgeräte GmbH. Der 61-jährige Heintzki war unter anderem bei einer namhaften A-Marke im Kleingerätebereich aktiv.



Bild: Fakir

Jura

Die Jura Ena 8 ist ein Eintassen-Vollautomat der Superlative: Sie ist extrem kompakt, außerordentlich stilvoll und sehr gut ausgestattet. Jetzt kommt ein weiterer Superlativ hinzu: In der Farbausführung Metropolitan Black hat die Jura Ena 8 brilliert und sich damit die Auszeichnung mit dem international renommierten iF Design Award gesichert.



Bild: Jura



Bild: Tefal

Tefal

Zum zweiten Mal innerhalb von zwei Jahren wurde Tefal mit dem Best Brands Award in der Kategorie »Beste Wachstumsmarke« ausgezeichnet. Im diesjährigen Ranking belegte der Hersteller für Kochgeschirr und Haushaltskleingeräte den zweiten Platz, direkt hinter der Aperitif-Marke Lillet. **Bahri Kurter**, General Manager DACH und **Astrid Duhamel**, Head of Communication and Digital nahmen den Preis in München entgegen.

Bauknecht

Die Stiftung Warentest unterzieht in ihrem aktuellen Heft 3/2019 fünf kleine und zehn große, freistehende Gefrierschränke einem Vergleichstest. Der Gefrierschrank GKN 17G4 A2+ WS von Bauknecht wurde dabei in der Kategorie große Gefrierschränke fünfmal mit der Note »gut« und in Verhalten bei Störungen und Temperaturstabilität beim Lagern sogar mit einem »sehr gut« bewertet.



Bild: Bauknecht



Bild: Clivent

Clivent

Das Unternehmen Clivent Energy hat den Spezial-Luftreiniger ACC 300 auf den Markt gebracht, der für unterschiedliche Anwendungsbereiche konstruiert wurde. Er löst ein großes Problem, nämlich die Geruchsbelästigung der Nachbarn durch Grillen und Tabakrauch. Das neue Spezialgerät ist mit einem Filtersystem ausgestattet, das diese Gerüche absorbiert, die Luft reinigt und die saubere Luft im Umluftverfahren wieder frei gibt. Clivent bietet dafür zwei verschiedene Filtersysteme. Einen für die Beseitigung von Koch-, Grill- und Bratgerüchen sowie einen weiteren für die Beseitigung von Tabakrauch.



Bild: Liebherr

Liebherr

Gleich zwei Monolith-Geräte sind mit dem iF Design Award ausgezeichnet worden: Der neue Kühlschrank EKB 9471 und der Gefrierschrank EGN 9171. Damit setzen diese beiden Liebherr-Geräte ein einzigartiges Design-Statement und verkörpern eine neue Dimension des puren Luxus im Einbausegment.

Jura

Die Schweizer Jura Elektroapparate AG konnte ihr Wachstum erfolgreich fortsetzen und verbuchte zum ersten Mal in der Firmengeschichte im Geschäftsjahr 2018 einen Umsatz von 515,9 Millionen Schweizer Franken. Damit durchbrach das Unternehmen erstmals die »Schallmauer« von einer halben Milliarde. Mit 380.000 Kaffeevollautomaten verkaufte Jura 14.000 Einheiten mehr als im Jahr 2017.



Der BBQ-Spezialist **Steba** GERMANY

Elektrogeräte seit 1919
Qualität. Verlässlichkeit. Kompetenz.

steba.com



#luckydeals

Bis zu
500€
CASHBACK*

+
5 JAHRE
GARANTIE

* Teilnahmevoraussetzung: Kaufpreis > 500€

Die #luckydeals bieten Kunden Service und Händlern viel Laufkundschaft



LG Electronics

Für Fachhändler lohnen sich die LG #luckydeals

Zum Frühjahr geht LG in die Vollen und unterstützt damit den stationären Handel. Kostenlose, moderne Verkaufsmöbel helfen beim Abverkauf

Seinen Kunden und Partnern versüßt LG Electronics Deutschland GmbH mit den #luckydeals das Frühjahr. Dem Unternehmen ist Kundenzufriedenheit und das Vertrauen in die hohe Produktqualität ein wichtiges Anliegen. Vom 15. April bis zum 14. Juni 2019 können Kunden deshalb ausgewählte Haushaltsgeräte mit Aktionsprämien von bis zu 500 Euro Cashback und einer passenden Garantie-Verlängerung auf bis zu fünf Jahre erwerben.

Dafür müssen Kunden nichts weiter tun, als ihr erworbenes Gerät bis zum 30. Juni 2019 unter lg.de/luckydeals zu registrieren und bekommen ihre Garantie-Verlängerung via Email zugeschickt.

Highlight der Aktion ist die neue Generation der hochwertigen LG Kühl-Gefrierkombinationen mit Linear Cooling, Door Cooling+ sowie einem Energieverbrauch von bis zu minus 40 Prozent, oder der neue Side-by-Side Kühlschrank GML 844 PZKZ, der durch seine Breite von nur 83,6 Zentimetern den Spitznamen Slim definitiv verdient hat.

Insgesamt erstreckt sich das Aktions-Portfolio über alle Produktkategorien. So finden sich dort auch der neue Styler

S3BF für das Auffrischen von Kleidung in nur 20 Minuten, das Side-by-Side Multi-Door Instaview Door-in-Door Kühlgerät GMX 936 SBHV oder die Twin-Wash W9 ATS2.

So stark unterstützt LG seine Fachhändler

Fachhändlern gibt LG starke Argumente an die Hand und bietet für die Werbung im Store Wobbler, Flyer und Aufsteller. Darüber hinaus stellt die Marke seinen Partnern im Fachhandel auch ein Signage Rack mit modernem digitalem Anzeige-Panel zur Verfügung. So wird das Verkaufsmöbel zum neuen Mann in der Verkaufstruppe.

Zusätzlich schaufelt LG die Aktion auch online mit starkem Engagement und setzt mit SEO-Marketing, Keyword-Analyse und starken Online-Kampagnen Traffic auf die Webpräsenzen der teilnehmenden Elektrohändler. Dass online nicht alles ist, wissen die Verantwortlichen ebenfalls und unterstützen die #luckydeals auch im Printbereich, so dass für den Aktionszeitraum erhöhte Aufmerksamkeit auf Cashback, Garantie und Service gelenkt wird.

UNOLD®

KAFFEEMÜHLE Edel



KAFFEEMÜHLE Edel

Mit ihr lassen sich die Kaffeebohnen in gewünschter Menge unmittelbar vor dem Aufbrühen mahlen und liefern so ein wunderbares Geschmackserlebnis! Stylish und kompakt im hochwertigen Edelstahlgehäuse mit aromaschonendem Kegelmahlwerk aus Stahl. Stufenlose Einstellung des Mahlgrades von sehr fein bis grob für individuellen Kaffeegenuss – ob Türkischer Mokka, Espresso, French Press oder Filterkaffee. Bestell-Nr. 28915



www.unold.de



Gesund genießen

Der Slow Juicer MJ-L700 verarbeitet frisches Obst und Gemüse auf ganz schonende Art und Weise



Vorteile Slow Juicer

- **Zum Entsaften** sämtlicher Obst- und Gemüsesorten sowie Blattgemüsen, Gräsern und Kräutern
- **Wesentlich** höherer Saftertrag als bei einem Zentrifugalensafter
- **Keine Hitzeentwicklung** durch die geringe Umdrehungszahl
- **Alle wichtigen Vitamine**, Mineralstoffe und Enzyme bleiben dadurch erhalten
- **Geringere Oxidation**, die den Saft länger frisch aussehen lässt
- **Wesentlich leiser** als eine Zentrifuge
- **Weitere Einsatzbereiche** wie die Herstellung von Sorbets, Frozen Yoghurts oder Nussbutter

Bild: Joerg Mayer & Nadine Horn / Fotobild

Vitaminkick mit gesunden, frischen Säften, Sorbets oder Frozen Yoghurts

Slow Juicer von Panasonic für unbegrenzte Vielfalt

Die Basis unserer Gesundheit ist eine ausgewogene Ernährung mit frische Zutaten. Der **Panasonic** Slow Juicer MJ-L700 ist daher die optimale Methode, das Beste aus Obst und Gemüse zu holen

Zwei verschiedene Spezialeinsätze machen den Slow Juicer von Panasonic so flexibel, dass er nicht nur frische Säfte liefert, sondern als echtes Multitalent auch die Zubereitungskunst von Sorbets und Frozen Yoghurts beherrscht.

Wie wäre es mit einem Klassiker am Morgen aus Orangen und Karotten oder einem Lila-Laune-Drink aus Bananen, Heidelbeeren und Milch für zwischendurch? Nach dem Essen kann ein leckeres Ananas-sorbet mit Kokosmus oder ein Frozen Yoghurt aus Himbeeren serviert werden. Mit dem Panasonic MJ-L700 ist der Kreativität bei der Zubereitung keine Grenze gesetzt.

Der MJ-L700 ist für zahlreiche Lebensmittel geeignet und holt auf schonende Art und Weise das Maximum an Nährstoffen aus den Zutaten. Ganz egal ob Obst, hartes Gemüse oder weiche Kräuter wie Pfefferminze, Samen oder gar Nüsse verwendet werden, mit dem Slow Juicer ist es möglich, für jeden Tag den perfekten Saft zuzubereiten. Dank der 7,5 Zentimeter großen Einfüllöffnung passen jetzt sogar ganze Äpfel ohne Schneiden in das Gerät.

Im Vergleich zu herkömmlichen Zentrifugalensaftern werden die Lebensmittel im Slow Juicer mit Hilfe der langsam drehenden, edelstahlverstärkten Press-

schnecke schonend gepresst. Der Slow Juicer arbeitet mit einer sehr viel geringeren Drehgeschwindigkeit von 45 Umdrehungen pro Minute und verhindert so, dass zu viel Sauerstoff in den Saft gelangt oder es zu einer Hitzeentwicklung kommt. Die Saftausbeute ist dadurch größer und wertvolle Vitamine, Enzyme und Mineralstoffe bleiben erhalten.

Für mehr Sicherheit bei der Bedienung sorgt eine automatische Start Sperre, denn das Gerät kann nur bei geschlossenem Deckel betrieben werden. Der Slow Juicer MJ-L700 ist ab April in mattiertem Schwarz für 269 Euro UVP im Handel erhältlich.

Exotic Island Drink

Zutaten für etwa 300 Milliliter

- 150 Gramm Datteln
- 1 Flug-Papaya
- 2 Orangen



Zubereitung in drei Schritten

1. Das Obst gründlich waschen.
2. Papaya und Orangen schälen, die Kerne der Datteln entfernen.
3. Alles kleinschneiden und zusammen in den Slow Juicer geben.

Zusatz-Tipp

Datteln enthalten neben dem leicht verdaulichen Invertzucker wichtige Ballaststoffe, Vitamine und Mineralstoffe gegen chronische Müdigkeit und Anämie. Die enthaltenen chemischen Elemente, wie Ferrium, Fiber und Kalium sind für die Gesundheit des Nerven- und Verdauungssystems von großer Bedeutung.

Sorbet mit Ananas und Kokos

Zutaten

- 200 Gramm geschälte Ananas
- 60 Gramm Kokosmus – im Wasserbad leicht anwärmen, so dass es flüssig wird
- Bei Bedarf: 2 Esslöffel Kokosblütennektar zum Süßen und Himbeeren zum Garnieren



Zubereitung

1. Ananas in kleine Stücke schneiden und mindestens vier Stunden lang einfrieren.
2. In den Entsafter abwechselnd immer vier bis fünf Ananasstücke und einen Teelöffel Kokosmus geben. So lange wiederholen, bis die Zutaten verbraucht sind.
3. Anschließend das fertige Sorbet in der Schüssel noch einmal gut durchrühren und bei Bedarf mit Kokosblütennektar süßen.
4. Gegebenenfalls vor dem Verzehr nochmals eine halbe Stunde tiefkühlen, um die Konsistenz zu festigen.
5. Zum Schluss das Sorbet mit ein paar Himbeeren garnieren.

Bilder: Panasonic



Lecker duftende Waffeln machen die Waffeleisen WA 80 und Hörncheneisen HE 80 von Graef

Bilder: Graef

Macarons und Waffeln im Nest

Graef tischt zu Ostern auf und sucht das schönste Schaufenster

Es duftet lecker, wenn Waffel und Kaffee frisch aus Graefs Geräten auf den Tisch kommen. Die Macarons aus den Dörrautomaten ergänzen die Tafel mit frischen Aromen. So kann das Fest kommen

Das Osterfest steht vor der Tür. Für viele ist es eine liebgewonnene Tradition, dieses Fest gemeinsam mit Freunden und Familie zu feiern. Zu diesem Anlass passen Köstlichkeiten wie Waffeln oder Macarons genauso gut wie frischer Kaffee. Dank der Küchenhelden aus Graefs Deli Kitchen, können nun noch leichter große und kleine Runden mit frischen Waffeln versorgt werden. Ob klassisch süß oder kreativ herzhaft, es findet sich für jeden Geschmack etwas.

Über das Bedienfeld des Waffeleisens WA 80 kann einer von sechs Bräunungsstufen eingestellt werden, während eine elektronische Temperaturüberwachung für gleichbleibend gute Ergebnisse sorgt. Sobald die Waffeln fertig sind, gibt das Eisen ein akustisches Signal von sich, so dass zeitgleich der Tisch eingedeckt werden kann.

Oder wie wäre es mit luftigen Macarons? Das französische Gebäck lässt sich unkompliziert in den Dörrautomaten der DA-500-Serie des Arnberger Familienunternehmens zubereiten. Dank der konstanten und gleichmäßig verteilten Temperatur werden die Macarons schonend über einen längeren Zeitraum getrocknet, statt gebacken – so gehen sie gleichmäßig auf und erhalten ihre typisch zarte Konsistenz.

Kaffeekunst erlernen und erleben

Und was passt besser zu Waffeln und Macarons als ein kräftiger Kaffee? Das umfangreiche Sortiment aus Graefs Coffee Kitchen bietet die gesamte Kaffeekompetenz für einen Handmade Coffee. Zur Verkaufunterstützung wird dem Handel ein eigens dafür entwickeltes Verkaufsmöbel angeboten. Kunden erleben ganz fokus-

Wer hat das Schönste im Land?

Passend zu Ostern werden auch wieder die Schaufenster neu dekoriert. Dazu eignet sich die breite Auswahl an Graef-Produkten. Die Aktion »Graef sucht das schönste Schaufenster« endet am 18. April 2019. Alle Fachhändler, die in dieser Zeit eines ihrer Schaufenster mit Graef-Geräten dekorieren, können Fotos davon machen und diese an die Mail-Adresse schaufenster@graef.de schicken. Einsendeschluss ist der 18. April. Die weiteren Teilnahmebedingungen finden sich im Netz unter www.graef.blog.



Für Kaffee und Obst sorgen die Graef Siebträgermaschinen und Dörrautomaten der DA-500-Serie

siert Graefs geballte Kaffeekompetenz mit Siebträger-Espressomaschinen, Kaffeemühlen, Milchaufschäumern und umfangreichem Zubehör. In diesem Display findet der Kunde konzentriert und optisch ansprechend alles, was er für einen gelungenen Kaffee braucht.

Denn ein Kaffeeliebhaber wünscht sich den besten Kaffee nach seinen individuellen Bedürfnissen. Auf diese Nachfrage reagiert der Hersteller von Elektrokleinern mit seinem Kaffeesortiment und Barista-Kursen, die ab dem Frühjahr in »Graefs Mundwerk« angeboten werden. Eigens für die Anforderungen des Handels entwickelt, wird in den Kursen die Bedienung des Kaffeesortiments vermittelt, um im Verkauf als kompetenter Ansprechpartner zur Seite stehen zu können. Auch Endverbraucher können, in speziell auf die Bedürfnisse des Anwenders zugeschnittenen Kursen, alle Handgriffe lernen, um den Lieblingskaffee in Zukunft an den Siebträger-Maschinen selbst zuzubereiten.



Bild: Emsa

Emsa feiert 70 Jahre

Zum Jubiläum winkt das Zusatzgeschäft

Nachhaltigkeit, Urban Gardening oder Meal-Prep, mit diesen Themen ist Emsa am Puls der Zeit. »Mit unserem innovativen und vielfältigen, sich stets erweiternden Produktsortiment bieten wir den Endverbrauchern moderne Lösungen für jede Lebenssituation«, sagt **Max Harryson**, Geschäftsführer der Emsa GmbH. Die Produkte von Emsa wurden bereits mit zahlreichen Design- und Verbraucherpreisen ausgezeichnet. Der neueste Coup des Unternehmens zeigt einmal mehr: Emsa setzt Trends. Mit dem Smart Garden Click & Grow ab 99,99 Euro, dem modernen Indoorgarten, lassen sich in jeder Großstadtwohnung kurzerhand frische Kräuter anpflanzen und abernten. Für Fachhändler winkt mit dem smarten Garten für zuhause ein Zusatzgeschäft, das Technikfreunde mit kleinem grünem Daumen begeistern wird.

Kahla Kaffeebecher Cupit

Coffee to go – nachhaltig & händlerfreundlich

Mit **Cupit** macht das Leben Spaß und lässt sich so mobil, individuell und ökologisch gestalten, wie es sich immer mehr Menschen heute wünschen. Cupit ist – typisch für Kahla – Design für alle Sinne: Denn im Porzellanbecher behält der Espresso aus der kleinen Rösterei sein unvergleichliches Aroma. Sowohl das Porzellan als auch die Deckel aus BPA-freiem Material werden in Deutschland hergestellt. Alle verwendeten Materialien sind lebensmittelecht und absolut geschmacks- und geruchsneutral. Auch bei heiß eingefüllten Getränken werden keine Schadstoffe freigesetzt, die in Getränke gelangen könnten – ein Grund mehr, dass die Deutsche Umwelthilfe Porzellan als Mehrweg-Alternative empfiehlt. Händlerfreundlich ist Cupit zudem, denn ausgestattet mit RFID lässt sich der Becher für individuelle Werbemaßnahmen nutzen.



Bild: WWW.rene-buschner.de / FARBRAUM GmbH



Bild: Gefu

Gefu Strohhalm

Lust auf Nachhaltigkeit mit Stil

Gefu bietet nun mit seinen wiederverwendbaren, geschmacksneutralen Trinkhalm-Sets Future aus recyclebarem Glas eine perfekte, ökologische Alternative zu üblichen Trinkhalmen aus Kunststoff. Vor dem Hintergrund der unglaublichen Mengen an Plastikmüll, die weltweit täglich produziert werden, setzt das Unternehmen damit ein Zeichen in Richtung verantwortlichem Trinkgenuss. Gefu zeigt sich gewohnt stilvoll in der Kombination aus Material, Funktionalität und Design. In beiden Versionen wird recyclebares Borosilikatglas verwendet, das hitzebeständig und geschmacksneutral ist. Die Glastrinkhalme gibt es in durchsichtiger und schwarzer Ausführung. Der UVP des Glastrinkhalmsets Future liegt bei 9,99 Euro, Reinigungsbürste inklusive.

Tefal Schmortopf Trattoria

Damit gelingen die Feiertagsgerichte

Gefertigt aus Aluguss, verfügt Trattoria über eine besonders gleichmäßige Wärmeverteilung und ist daher optimal für Schmorgerichte geeignet. Beim Schmoren zeigt sich robustes Fleisch wie Wild, Rind oder Gans von seiner zartesten Seite. Auch vegetarische Gerichte werden durch das gemächliche Garen einzigartig aromatisch. Weil das Produkt induktionsgeeignet ist, kann Trattoria auf jeder Herdart verwendet werden. Dann ganz einfach bei bis zu 250 Grad Celsius in den Backofen geschoben, wandert der Topf anschließend stilecht auf den Tisch. Ab April ist Trattoria erhältlich, die unterschiedlichen Topfausführungen liegen bei einem UVP zwischen 99,99 Euro und 154,99 Euro.



Bild: Tefal



Hört auf's Wort Ecovacs Roboter können auch über Google Home oder mit Alexa gesteuert werden

Ausgezeichnete Gerätefamilie Deebot

Ecovacs Robotics bietet smarte Putzlösungen für jedermann

Als Spezialist für innovative Haushaltsroboter führt die Marke **Ecovacs Robotics** ein umfassendes Produkt-Portfolio für jeden Anwender und jede Putz-Herausforderung. Vom Einsteigermodell bis zur Profi-Version findet jeder seinen passenden Bodenpfleger

Mit einem Bodenpflege-Roboter spart der Besitzer viel Zeit und kann sich angenehmeren Dingen im Leben widmen. Dafür sorgen die Allzweckhelfer von Ecovacs, die Böden wie Teppich, Fliesen oder Holz nicht nur saugen, sondern mit den innovativen Ozmo-Geräten auch Glattböden feucht wischen können und damit eine der ungeliebtesten Arbeiten im Haushalt automatisch erledigen.

Mit innovativen Technologien und smarten Lösungen punktet der Elektronikhersteller auf ganzer Linie bei seinen Kunden. Und damit nicht genug. Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Produkte ist Ecovacs eine Herzensangelegenheit.

»Ecovacs Robotics bietet Spitzentechnologie auf höchstem Niveau zu einem erschwinglichen Preis«, sagt **Andreas Wahlich**, General Manager Europe von Ecovacs Robotics. »Wir möchten, dass sich jeder von der Alltagstauglichkeit und Effizienz unserer Geräte überzeugen kann und arbeiten immer weiter daran, unseren Kunden das bestmögliche Reinigungserlebnis, angepasst an ihre Bedürfnisse, zu bieten«, so Wahlich weiter.



Deebot Ozmo 930
Der Nasswischroboter wurde von Chip im Januar mit »gut« bewertet



Ohne Stress, ohne viel Fachwissen und ohne Probleme besticht das auf der Titelseite dieser Ausgabe abgebildete Modell Deebot 710 durch zahlreiche Funktionen bei kinderleichter Bedienung. Der Saugroboter kommt mit der patentierten Smart Navi 2.0 Navigation Technologie. Hindernisse werden während der Reinigung automatisch erkannt – umgestürzte Blumentöpfe oder Schrammen in Möbeln sind passé. Zimmer für Zimmer wird so

systematisch gereinigt. Zusätzlich lässt sich der D710 – wie übrigens auch die anderen, hier dargestellten Modelle Deebot 900 und Deebot Ozmo 930 – bequem über die Ecovacs App, über Alexa und Google Home bedienen. Mit dieser umfangreichen Ausstattung eignet sich der D710 hervorragend für Einsteiger, aber auch für erfahrene Saugroboter-Piloten, die sich nach etwas sehnen, das einfach gut funktioniert. Den Ecovacs Deebot 710 gibt es für 399 Euro UVP im Handel.

Deebot 900 – High-Tech mit viel Saugleistung

Der Deebot 900 lässt nicht nur Nerd-Herzen höherschlagen, denn sein Smart Navi 3.0 Mapping and Navigation Technology erlaubt es, die Reinigung bis ins kleinste Detail durchzuplanen. Auf Knopfdruck startet der D900 mit dem Scan der Umgebung und die visuelle Karte lässt sich in der Ecovacs App abrufen und direkt individuell bearbeiten und anpassen. Reinigungsbereiche können ausgewählt werden, Putzpläne erstellt und virtuelle Grenzen gezogen werden – und das auch von unterwegs.

Dank Echtzeit-Mapping erkennt der D900 zudem neue oder umgestellte Möbel direkt und passt die Karte entsprechend an. Sollte sich an einer Stelle etwas mehr Schmutz befinden, lässt sich der Max-Modus mit doppelter Saugleistung problemlos zuschalten. Von der Computerzeitschrift Chip gab es für den D900 nicht zuletzt für die gute Navigation die Testnote »gut«. Für 449 Euro UVP ist der Deebot 900 erhältlich.

Prämierter Alleskönner Deebot Ozmo 930

Mit der Kombination aus innovativer Ozmo Wischtechnik und kräftiger Saugleistung bürstet, saugt und wischt der Deebot Ozmo 930 alle Hartböden und verleiht ihnen zusätzlichen Glanz. Darüber hinaus verfügt dieser Robotertyp über Sensoren, die den Wischmodus automatisch ein- und ausschalten, sodass eine sichere Tiefenreinigung aller Glattböden im Haus gewährleistet wird. Mit der Smart Navi

3.0 Mapping and Navigation Technology scannt der Deebot Nasswischsauger die Wohnung und erstellt in der Ecovacs App eine visuelle Karte, mit der sich die zu reinigenden Bereiche individuell bestimmen lassen. Für die gute Saugleistung und seine Schnelligkeit gab es für den Ozmo 930 vom Verbrauchermagazin Chip im aktuellen Test das Gütesiegel »gut«. Der Deebot Ozmo 930 von Ecovacs Robotics ist für 549 Euro UVP erhältlich.

Exklusivbericht für *CE-Markt electro*



Kabellose Handstaubsauger sind mit hohen Zuwachsraten im Aufwärtstrend

(kn) Akku-Handstaubsauger gehören inzwischen zu den wachstumsstärksten Segmenten im Elektrokleingeräte-Bereich. Laut **GfK** erreichten die kabellosen Haushaltshelfer 2018 bereits ein Gesamtumsatzvolumen von über 365 Millionen Euro. Der positive Trend spiegelt sich auch in der Handelswerbung wider, die im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 58 Prozent aufweist

Mit einer Wachstumsrate über 70 Prozent gegenüber dem Vorjahr gehören die kabellosen Handstaubsauger zu den großen Gewinnern der jüngsten Vergangenheit und versprechen auch in absehbarer Zukunft noch hohe Umsätze.

Dies ist eines der Ergebnisse der GfK-Analyse zum Thema kabellose Handstaubsauger, die im Auftrag von **CE-Markt electro** durchgeführt wurde. Wie **Ronald Ring**, Senior Consultant Sales Effectiveness GfK, erklärte, wurden für die Untersuchung die aktuellen Zahlen des GfK POS Tracking für das Gesamtjahr 2018 zugrunde gelegt.

Kabellose Handstaubsauger werden nicht über ein störendes Kabel betrieben, sondern verfügen über einen leistungsstarken Akku. Aufgrund der verschiedenen Düsen, die häufig bereits im Lieferumfang vorhanden sind, lassen sich auch

liefert ein aktueller Handstaubsauger-Test in diesem Jahr weitere verkaufsfördernde Argumente für das Kundengespräch. Im Portal Meistersauber.de loben die Tester vor allem die Mobilität der kabellosen Handstaubsauger. Durch die kompakte Bauweise der Geräte würden sich im Alltag deren Vorteile bezüglich Mobilität stark bemerkbar machen.

In der von **CE-Markt electro** in Auftrag gegebenen GfK-Untersuchung wurde auch ein heikles Thema unter die Lupe genommen: Der Einfluss von Rabatt-Aktionen am Beispiel kabelloser Handstaubsauger. So betont Ronald Ring als Autor der Studie, dass die eingangs erwähnte Werbeaktivität des Handels für Akku-Handstaubsauger (plus 58 Prozent gegenüber 2017) oftmals in Verbindung mit Preisnachlässen so deutlich zugenommen habe.



Ronald Ring
Senior Consultant
Sales Effectiveness GfK

zu steigern. In diesem Fall ist ein Preisnachlass laut Analyse sogar positiv für den Umsatz. Zu beachten sei jedoch, dass die positive Umsatzentwicklung nicht zwangsweise auch für die gesamte Kategorie gelte. Oftmals würden Abverkäufe anderer Modelle (eines Herstellers) kannelballisiert.

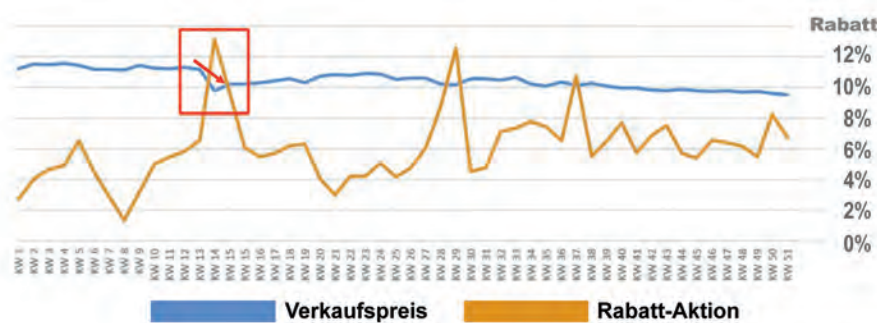
Wie es in der Auswertung heißt, sei eine positive Umsatzentwicklung jedoch keineswegs bei jeder Preispromotion gewährleistet. Insbesondere zu Beginn eines Produkt-Lebenszyklus führten Preispromotionen nicht immer zu dem gewünschten Erfolg. Sofern die Reaktion auf Preisnachlässe eher verhalten bleibe, könne der Absatz nicht ausreichend gesteigert werden, um den Nachlass zu kompensieren, was letztendlich den Umsatz negativ beeinflusse – die Preisaktion entpuppt sich als Minusgeschäft.

Laut Studie sollten im Handel auch die Langzeiteffekte von temporären Preisnachlässen nicht außer Acht gelassen werden. Denn wenn es auch kurzfristig positive Effekte geben würde, so könnten diese Effekte die langfristigen Folgen oft nicht rechtfertigen. Wie die GfK POS Analyse 2018 zeigt, kann eine temporäre Rabatt-Aktion dazu führen, dass der empfohlene Verkaufspreis langfristig fällt und sein vorheriges Preisniveau nicht wieder erreicht.

Fazit der Studie: Sicherlich sind Preisaktionen ein probates Mittel, um dem Konsumenten Kaufanreize zu geben, jedoch sollten sämtliche Auswirkungen vorab gründlich durchdacht und abgewogen werden. In vielen Fällen wäre eine alternative Art der Promotion, wie zum Beispiel eine auffälligere In-Store Positionierung, die bessere Option gewesen.

Langfristige Auswirkung von Rabatt-Aktionen auf den ursprünglichen Verkaufspreis

am Beispiel eines kabellosen Handstaubsauger-Modells (1. - 51. Kalenderwoche 2018)



Quelle: GfK POS Analytics: FY 2018

schwer zugängliche Bereiche reinigen. Diese Vorteile hat auch die Stiftung Warentest im vergangenen Jahr herausgestellt und dabei erwähnt, dass es die kabellosen Handstaubsauger auch als Kombimodelle gibt, bei denen der Akku-Kleinsauger zwischen Düse und Handgriff eingebaut ist und sich zum Arbeiten herausnehmen lässt – etwa um den Autoinnenraum oder die Polster zu säubern.

Dem Fachhändler, der diese Vorteile als gute Verkaufsargumente einsetzen kann,

Entsprechend wurden in der GfK-Studie kritische Fragen aufgeworfen: Ist wirklich jede Preis-Promotion ein Erfolg? Führt der gestiegene Absatz auch zu erhöhtem Umsatz oder gar zu Profit? Und welche Auswirkungen hat eine temporäre Preisreduktion langfristig auf den regulären Preis?

Die Ergebnisse der Untersuchung führen zu unterschiedlichen Antworten. Einerseits können temporäre Preisnachlässe aktiv genutzt werden, um Bestände zu regulieren und den Absatz (temporär)

AIR FORCE™ **FLEX** 560

SAUGT DORT WEITER, WO ANDERE AUFHÖREN



Einfaches Saugen unter flachen Möbeln dank flexiblem Saugrohr



NEU

* Im Vergleich zum Air Force 360

www.rowenta.de

ROWENTA
ENJOY TECHNOLOGY

**BLADE 2**
MAX

kabellos • kraftvoll • flexibel
Mit diesen Verkaufsargumenten
gewinnt man heute Kunden

Dirt Devil

Hier steckt der Teufel auch wesentlich im Detail

Akkustaubsauger verdanken ihren Siegeszug den immensen Fortschritten in der Akkumulatoren-Technologie der letzten Jahre sowie den immer kleiner werdenden Bauteilen. Sie sind leicht, wendig und unabhängig von der Steckdose und haben sich – dank ihrer leistungsstarken Lithium-Ionen-Batterien, verbunden mit langen Laufzeiten – zur echten Konkurrenz ihrer klassischen Brüder entwickelt. Die Marke **Dirt Devil** hat diesen Trend frühzeitig erkannt und mit dem neuen Topmodell **Blade 2 Max** bereits die fünfte kabellose Akkusaugerserie eingeführt. Mit vielen Detaillösungen überzeugt das Gerät sämtliche Testplattformen mit ausnahmslos sehr positiven Urteilen

Noch vor fünf, sechs Jahren sah es auf dem deutschen Staubsaugermarkt völlig anders aus. Die Bodenstaubsauger beherrschten mit zwei Dritteln den Markt und der Kunde hatte die Wahl zwischen Geräten mit oder ohne Beutel. Saugroboter sowie kabellose Akkusauger gelangten erst allmählich in das Bewusstsein von Konsument und Handel.

Heute sind Akkustaubsauger aus dem Putzalltag gar nicht mehr wegzudenken. Wenn es einen Spaßfaktor beim Reinigen gibt, dann sind es diese leichten und flexiblen Haushaltshelfer, die stets schnell zur Hand sind und im Nu die Wohnung von Schmutz und Staub befreien.

Die Modellreihe Blade von Dirt Devil gehört zu dieser neuen Generation an Putzgesellen, bei denen die Kunden keine Kompromisse mehr machen müssen. Das neue Premiummodell Blade 2 Max ist sowohl leistungsstark als auch ausdauernd.

Satte 45 Minuten Laufzeit auf der Stufe 1 gibt der Hersteller in seiner Bedienungsanleitung an. Das ETM Testmagazin hat das ausführlich nachgeprüft und bei dieser Leistungsstufe eine Arbeitszeit von 43 Minuten und 10 Sekunden gemessen. Für die regelmäßige Bodenreinigung ist das vollkommen ausreichend und wird von dem Testmagazin auch zurecht mit der vollen Punktzahl bewertet.

Während die Akkusauger der ersten Stunde auf Hartböden gute Ergebnisse erzielten, konnten sie teilweise auf Teppichbelag noch nicht ganz überzeugen. Auch das hat sich zwischenzeitlich geändert. Der Blade 2 Max von Dirt Devil punktet bei Küche+Haushalt und landet mit der Note 1,3 in der »Spitzenklasse«. Hier wurde festgestellt, das bei Teppichen oder unempfindlichen Böden die Twin Helmix Bürstwalze dazugeschaltet werden kann, die für verbesserte Schmutzaufnahme und

damit für gründlichere Ergebnisse sorgt. »Gerade bei Teppichen wird deutlich, wie intensiv die Turbobürste arbeitet«, lautet das Fazit der Tester.

Ebenfalls eine »sehr gute« Bewertung für den Blade 2 Max von Dirt Devil vergab die Zeitschrift »Haus & Garten Test« in ihrer Ausgabe 2/2019. »Ausdauerndes und an die verschiedenen Herausforderungen des Alltags anpassbares Kraftpaket, das Dank des ansprechenden Designs nicht im Schrank verschwinden muss«, lobten die Tester.

Alle Testmagazine haben die Beleuchtung an der Turbodüse positiv hervorgehoben. Die drei LEDs leuchten hellweiß und sind damit optimal geeignet, um Schmutz und Staub auch in dunklen Ecken oder unter Möbelstücken aufzuspüren und einzusaugen. Selbst bei abendlichen Lichtverhältnissen lässt sich damit noch sauber arbeiten. Und die Bauweise

Prämierter Akkustaubsauger

Der Blade 2 Max konnte bereits mehrere sehr gute Testergebnisse für sich verzeichnen

TESTMAGAZIN URTEIL Dirt Devil® Blade 2 Max (DD788-1)	
SEHR GUT	92,5 %
Zyklon-Akku-Staubsauger im Einzeltest www.etm-testmagazin.de Heft 03/2019	



des Blade 2 Max mit dem Staubbehälter am Handteil erlaubt es außerdem, selbst unter niedrigem Mobiliar zu saugen, da das Saugrohr bis in Bodennähe positioniert werden kann und der Anwender damit ganz einfach unter Bett oder Schrank kommt.

Brandaktuell wurden die Modelle Blade 2 Max sowie Blade 2 der Marke Dirt Devil mit dem Technikpreis »Plus X Award« ausgezeichnet. Beide Geräte konnten die Jury in den Kategorien High Quality, Design und Bedienkomfort überzeugen.

Auch im Handel ist der Umbruch von klassischen Bodenstaubsaugern hin zu den Akkugeräten deutlich sichtbar geworden, denn die Auswahl und die Nachfrage nach Stielsaugern wird immer größer. Sehr zur Freude der Kunden, die heute gezielt danach fragen. Der Branche ist es also gelungen, Staubsauger zu konzipieren, bei denen nicht die Arbeit im Fokus steht, sondern das Vergnügen, mit einem stylischen, flexiblen und unabhängigen Gerät für eine schnelle Bodenreinigung zu sorgen.

Damit punktet Blade 2 Max

- Leistung** Für eine optimale Performance unter allen Bedingungen steuert ein smarter 32 Bit-Prozessor Temperatur, Leistung und Energiebedarf des Motors.
- Laufzeit** Lithium-Ionen-Akkus mit 40 Volt Leistung sorgen für extra lange Laufzeiten von bis zu 45 Minuten. Selbst große Flächen und Treppenaufgänge sind im Handumdrehen gesäubert.
- Licht** Ein in die Bodendüse integriertes LED-Bodenlicht unterstützt das gründliche Reinigen von dunklen Flächen oder unter Möbeln.
- Extras** Praktisch für Ecken, Polster oder die bequeme Auto-Innenreinigung ist der abnehmbare Handsauger mit zwei Aufsätzen: Möbelbürste und Fugendüse. Eine Wandhalterung gehört zum Lieferumfang.
- Preise** 379 Euro UVP für das Premiummodell Dirt Devil Blade 2 Max. Der kleinere Bruder – Modell Blade 2 – kostet im UVP 329 Euro.

GRUNDIG.DE

BEFREIEN SIE SICH VON STAUB UND KABELN.



VCH 9732

VCH 9731



GRUNDIG

GRUNDIG AKKU STIELSTAUBSAUGER VCH 9731 UND VCH 9732

Mit ihren beachtlichen Laufzeiten von 60 bzw. 75 Minuten erwischen Sie mit unseren kabellosen Akku Stielstaubsaugern auch das letzte Staubkorn oder Tierhaar. Dank der elektrischen Turbobürsten und den 360° drehbaren Staubsaugerköpfen sind sie ideal für jede Art von Verschmutzung.

Bild oben: Zubehör (Schultergurt, Schlauch und Bürstenaufsätze) bei VCH 9732.



Bilder: Rowenta

Alles aus einer Hand mit Rowenta

Im Staubsauger-Markt werden die Karten jetzt neu gemischt

Bedeutende Marken, die bisher mit Bodenstaubsaugern – egal ob mit oder ohne Beutel – diese Produktkategorien beherrschten, verlieren mehr und mehr an Boden, während andere, die auf innovative Reinigungsgeräte wie Akkusauger und Saugroboter setzen, weiter wachsen. **Rowenta** gehört zu diesen Gewinnern

Eine der profitabelsten Sparten innerhalb des Elektrokleingerätemarkts ist zweifelsohne das Segment der Bodenpflege. Innerhalb dieser Kategorie beobachten Branchenkenner derzeit eine Verschiebung der Geräteklassen von traditionellen Bodenpflegegeräten hin zu den jungen Marktteilnehmern wie kabellose Akkustaubsauger und Saugroboter.

Geht es um leistungsstarke, leise, effiziente und ökologische Staubsauger, führt kein Weg an den Produkten von Rowenta vorbei. Als stark wachsende Marke bei Bodenpflegegeräten steht Rowenta für durchdachte Technologie und beweist immer wieder, wie sich die Entwickler auf die Bedürfnisse der Kunden einstellen.

Mit einer breiten Palette an Staubsaugern wird die Marke unterschiedlichsten Verbraucheranforderungen gerecht und bietet innovative Lösungen für jede Zielgruppe. Das umfangreiche Produktportfolio reicht von Bodenstaubsaugern mit und ohne Beutel über kabellose Stiel- und Handstaubsauger bis hin zu speziellen Mehrzwecksaugern.

Bei den Staubsaugern der neuen Generation kommt es heute auf eine unkomplizierte Handhabung, Leistungsstärke und einfach gute Reinigungsergebnisse an. Besonders kabellose Staubsauger mit Stiel punkten durch ihre einfache Bedienung

und ergonomische Bedienbarkeit. Mit seiner aktuellen Range an Akkusaugern reagiert Rowenta auf die hohe Nachfrage der Verbraucher nach kabellosen Bodenpflege-Geräten.

Da jede Wohnsituation anders ist, hat die Handelsmarke genau dafür den neuen Air Force Flex entwickelt – ein Gerät, bei dem Flexibilität – wie schon der Name verrät – besonders groß geschrieben wird. Dafür haben der Bodenpflege-Spezialist das Teleskop-Saugrohr des Staubsaugers mit einem Flexgelenk versehen. Um Krümel und Staub unter dem Bett, dem Sofa oder unter Schränken ohne Anstrengung zu erreichen, können Nutzerinnen und Nutzer das Saugrohr mit einem Klick einfach abknicken. Bücken und Knien während des Saugens gehören nun der Vergangenheit an. Das flexible Saugrohr reicht fünfmal weiter unter ein Sofa oder ein Möbelstück – und das ohne jegliches Hinknien oder Verrenken.

Der Akkusauger zeichnet sich durch eine extra lange Laufleistung von bis zu 35 Minuten aus. Dafür muss der Perma-



Tierhaaren auf dem Polster sagt Rowenta ab sofort den kabellosen Kampf an

nent-Einschaltknopf nur einmal gedrückt und nicht umständlich gedrückt gehalten werden. Der Air Force Flex ist in nur drei Stunden wieder voll einsatzbereit und gehört damit auf dem Markt zu den Geräten mit den kürzesten Ladezeiten. Schnell ein paar Krümel entfernen ist zu jeder Tages- und Nachtzeit mit dem Akkusauger kein Problem: Der Air Force Flex ist bei doppelter Saugleistung im Vergleich zum Vorgängermodell nur halb so laut.



Gelenkig und flexibel

Bewegliches Saugrohr, separater Handsauger und einfache Behälterentnahme zeichnen den Air Force Flex aus

Convenience in der Bodenpflege

Fakir deckt sämtliche Gerätekategorien ab

Klassische Bodenstaubsauger, mit und ohne Beutel – spezielle Cat & Dog Modelle, um Tierhaare erfolgreich zu bekämpfen – oder die beliebten Akku-Stielsauger – Die Marke **Fakir** führt sie alle

Artemis | TS 250 Cat & Dog ist der Spezialist, wenn es um die Entfernung von Tierhaaren geht, denn seine enorme Saugkraft verdankt er dem effizienten und stufenlos regulierbaren 600-Watt-Motor. Ein umfangreiches Düsenortiment macht den Fakir Beutel-Staubsauger zu einem unentbehrlichen Haushaltshelfer. Die beiden serienmäßigen Turbobürsten für Böden und Polster entfernen sogar Tierhaare zuverlässig und ein Hepa H13-Filter sorgt auch in Allergikerhaushalten für beste Hygiene. Mit einer Lautstärke von gerade einmal 69 Dezibel ist er zudem einer der leisesten Bodenstaubsauger seiner Klasse.

Das in Deutschland hergestellte Modell Premium | TS 2000 Cat & Dog ist ausgestattet mit der innovativen Air Wave-Technologie, die für höchste Saugleistung bei

gleichzeitig besten Effizienzwerten steht. Sein mit 13,2 Metern klassengrößter Aktionsradius, das umfangreiche Düsenortiment für alle Reinigungsaufgaben bis hin zur kinderleichten Tierhaarentfernung und ein ergonomischer Handgriff machen ihn zum praktischen Allrounder. Sein Ulpa U15-Filter mit klinisch hoher Filterleistung von 99,9995 Prozent lässt zudem Allergiker freier durchatmen, als es viele Luftreinigungsgeräte schaffen.

Als kabelloser Akkusauger ist der Starky | HSA 800 XL Q bestens für die Reinigung von Flächen bis 150 Quadratmeter einsetzbar und verwandelt sich mit wenigen Handgriffen zum Handsauger. Der Akku ist nach einer Stunde Ladezeit wieder zu 100 Prozent aufgeladen.



Fakir Staubsauger

2-in-1 Akkusauger
Starky | HSA 800 XL Q und
Beutel-Bodenstaubsauger
Artemis | TS 250 Cat & Dog

Bilder: Fakir



WORKS FOR ME



EXKLUSIV IM LOOK.
HART IM NEHMEN.
DIE NEUEN SEBO
AIRBELT MODELLE MIT
HIGH-RESISTANCE-LACK.



Schnell zur Hand und schnell sauber
Für diesen Komfort stehen die neuen Akku-Staubsauger Speed Pro von Philips

Speed Pro mit 180-Grad-Saugdüse

Mit Philips Zeit und Energie sparen

Mit der neuen Speed Pro Serie hat **Philips** leistungsstarke Akku-Staubsauger entwickelt, die im Mai 2019 in fünf frischen Farbvarianten auf den Markt kommen und im Preis überzeugen

Der Experte antwortet

»Entwicklung bei Saugern lag über unseren Erwartungen«

Wie entwickelt sich der Staubsauger-Markt momentan und welche Produkte laufen bei Ihren Handelspartnern am besten? Auf diese Frage antwortet **Peter Zyprian**, Gesamtvertriebsleiter der Expert SE.



Bild: Svenja Splizer

Peter Zyprian

»Der Umsatz mit Akkusticks hat sich bei Expert im Jahr 2018 mehr als verdoppelt – und schon jetzt liegt der Marktanteil dieses Segments bei 36 Prozent. Diese Entwicklung lag über unseren Erwartungen. Wir gehen sogar davon aus, dass das Ende

der Fahnenstange noch nicht erreicht ist und der positive Trend in diesem Segment auch 2019 weiter anhalten wird.

Bei den Schlittensaugern gab es hingegen einen Rückgang um 15 Prozent und damit nur noch Platz zwei hinsichtlich des Marktanteils. Ein weiteres, stark wachsendes Segment bei Expert sind die Saugroboter. Vielversprechend, wenn auch als Nischenprodukt, sind die Hartbodenreiniger: Hier gab es ein gutes Wachstum zu verzeichnen – sowohl bei Expert als auch am Markt.«



Bild: Sebo

Sonderedition

Sebo bietet exklusiven Look und maximale Stoßfestigkeit

Die neuen Sondermodelle der Marke Sebo: Airbelt E1 Basalt RDE, Airbelt K1 Basalt RDE sowie Airbelt K1 Carat RD sind in diesem Frühjahr der Hingucker am Messestand des Bodenpfegespezialisten aus Velbert, denn sie kombinieren dank Hightech-Lackierung einen exklusiven Look mit maximaler Stoßfestigkeit. Diese hochwertige Veredlung ist daher nicht nur ein optischer Glanzpunkt, sondern bietet zugleich einen effektiven Schutz der Geräte-Oberfläche.

Kärcher

Das Angebot an Hartbodenreinigern wächst weiter

Den innovativen Hartbodenreiniger FC 5 der Marke Kärcher gibt es jetzt auch in einer kabellosen Variante. Unabhängig von der Steckdose versorgen seine starken Lithium-Batterien das Bodenpflegegerät für eine Arbeitsdauer von bis zu 20 Minuten. Eine einfache und schnelle Reinigung sämtlicher Glattböden ist damit garantiert, denn die Funktionen von Saugen und Wischen in nur einem Schritt werden in diesem Gerätetyp vereint. Egal ob verschütteter Kaffee, matschige Fußabdrücke oder verlorene Haare – mit einem Wisch ist alles komfortabel erledigt. Damit wächst das Hartbodensortiment des Reinigungsspezialisten Kärcher als Pionier dieser Gerätekategorie für ein sauberes Zuhause, denn das Portfolio besteht mittlerweile aus drei unterschiedlichen Geräten: Dem Modell FC 5 Premium und seinen kabellosen Kollegen FC 5 Cordless Premium, sowie der etwas leichteren und günstigeren Variante FC 3 Cordless Premium als reiner Bodenwischer ohne Saugfunktion.



Bild: Kärcher

Bodenpflegegeräte von Grundig

Staubsaugen gehörte bisher überwiegend zu den lästigen Pflichten

Dass das auch anders funktionieren kann, beweist **Grundig** mit seiner aktuellen Gerätegeneration. Dank fortschrittlicher Komfortfunktionen ist die Wohnung einfach und in kürzester Zeit vom Staub befreit

Besonders flexibel sind die 2-in-1 Staubsauger der Marke Grundig, die sowohl im Bodenbetrieb- als auch im Handstaubsauger-Modus funktionieren und in drei Ausführungen verfügbar sind.

Die Akku-Laufzeiten der aktuellen Produktreihe sind zwischenzeitlich auf einem so hohen Level, dass gerade Stadtbewohner mit kleineren und mittelgroßen Wohnflächen auf den Einsatz eines klassischen Bodenstaubsauger verzichten können, ohne dabei Abstriche bei der Sauberkeit machen zu müssen.

So reicht der Akku des VCH 9630 für 45 Minuten und die Variante VCH 9631 schafft es sogar auf bis zu 60 Minuten Betriebszeit. Das Modell VCH 9632 ist darüber hinaus ein absoluter Großraum-Freund und hält bis zu 75 Minuten ohne Pause durch. Über die vierstufige Akkuanzeige ist der Ladezustand des mehrfach ausgezeichneten Saugers jederzeit überprüfbar.

Damit beim Staubsaugen kein Staubkorn zurückbleibt, sind alle drei Grundig Modelle mit jeweils vier LEDs an der Düse ausgestattet, die dunkle Bereiche unter Schränken und Sofas ausleuchten.

Trotz des kraftvollen Innenlebens lässt sich die neue Staubsaugergeneration platzsparend verstauen: Mit den abklappbaren Griffen lassen sie sich leicht in der Ladestation unterbringen, wo sie innerhalb von fünf Stunden wieder aufgeladen und startbereit sind. Auch Zubehörteile wie die Staubbürste und die Fugendüse aller drei Modelle lassen sich dort problemlos verstauen.

Leistung und Mobilität vereint

Die beiden Akku-Stielstaubsauger VCH 9731 und VCH 9732 von Grundig mit ihren dreieckig geformten Turbobürsten sind perfekt im Einsatz gegen Staub in den Ecken und auch an schwer erreichbaren Stellen erwischen sie das letzte Staubkorn oder Tierhaar. Dafür lässt sich der Kopf der Staubsauger um 360 Grad drehen und sorgt so gerade auch unter Möbeln für Sauberkeit.

Ob Öko, Teppich oder Turbo – in drei Stufen lässt sich die Saugleistung an die Anforderungen des Bodens anpassen. Die LED-Balkenanzeige über dem Staubbehälter informiert über den Ladezustand des Staubsaugers – der VCH 9732 besitzt sogar eine Echtzeit-Prozentanzeige.

Der VCH 9731 muss nach 60 Minuten an den Strom, während der VCH 9732 ganze 75 Minuten durchhält. Für Möbel, Polster und Fugen ist das Modell VCH 9732 mit einem Schlauch und entsprechenden Aufsätzen für sämtliche Anwendungen bestens ausgestattet.

Ein Schultergurt ermöglicht das komfortable Tragen des Staubsaugers während des Saugens und den Transport in das nächste Zimmer oder Stockwerk.

Modell VCH 9632
Die Flexibilität des Grundig Akkusaugers wird auf einen Blick deutlich



Ein Staubsauger der Extraklasse

Mit seiner innovativen Air-Wave-Technologie sorgt er für höchste Saugleistung bei minimalem Stromverbrauch.

Riesiger 13,2 m Aktionsradius, integrierter U.L.P.A. U15-Filter, XL Hartbodendüse mit weichen Borsten und Turbobürste zur Tierhaarentfernung machen ihn zu einem Allrounder der Extraklasse!



Gleich bestellen



Aktuelle Auszeichnung

Unold ist »Deutsche Traditionsmarke 2019«

Zahlreiche renommierte Designpreise schmücken bereits die »Hall of Fame« von Unold. Erst zur Ambiente wurde die Marke für zwei Produkte – Sous Vide Stick Time und Eiswürfelbereiter Edel – mit einem German Award prämiert und obwohl das Jahr 2019 noch jung ist, folgt mit dem Titel »Deutsche Traditionsmarke 2019« vom Plus X Award die nächste Ehrung.

Yvonne Unold, stellvertretende Vorstandsvorsitzende ist stolz auf diese Auszeichnung: »Über diesen Preis freuen wir uns ganz außerordentlich. Er bestärkt uns darin, die Unternehmenspolitik meines Vaters fortzusetzen.«

Friedrich Unold hatte seit der Firmengründung immer großen Wert auf Fairness gegenüber den Geschäftspartnern, auf Kontinuität und Innovationen gelegt. Ihm war das gute Verhältnis zu seinen Mitarbeitern immens wichtig. Und der heutige Vorstand – Sohn Michael, Tochter Yvonne und Michael Grabaum – leben diese »Denke« weiter.

Das Gütesiegel »Deutsche Traditionsmarke« des Plus X Awards steht für die Weiter-

UNOLD®

gabe von Werten und Idealen von Generation zu Generation. Deshalb hat die Jury in diesem Jahr das Unternehmen Unold für das Gütesiegel ausgewählt. Man wolle ein Unternehmen würdigen, das über Jahrzehnte Verantwortung für seine Kunden, Mitarbeiter und Partner getragen habe.

Yvonne Unold sieht in dieser Auszeichnung einen Ritterschlag für Unold: »Wir arbeiten mit unserem engagierten, loyalen Team kontinuierlich daran, immer wieder umsatzträchtige Innovationen vorstellen zu können. Die langjährigen Kontakte zu unseren Handelspartnern sind für uns dabei eine wunderbare Bestätigung: Es sind treue Kunden, die uns zu immer neuen Denkansätzen inspirieren.«



Das Medienhaus B&B Publishing GmbH in Mering bei Augsburg publiziert seit 20 Jahren Fachmedien in den Segmenten Consumer Electronics und Domestic Appliances. Dazu zählen die Titel **CE-Markt** und **CE-Markt electro**. Zu beiden Fachzeitschriften, die die Leitmedien in den jeweiligen Branchen darstellen, gehören jeweils Internet-Portale sowie weitere mediale Angebote. B&B Publishing gehört zur Hüthig-Mediengruppe, die wiederum Teil der Unternehmensgruppe Süddeutscher Verlag ist.

Bei der B&B Publishing GmbH am Standort Mering (**zwischen München und Augsburg**) suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen

Sales Manager (m/w/d)

Aufgabengebiet:

- Crossmediale Vermarktung von Werbeformaten aller Art in den Produktfamilien **CE-Markt** und **CE-Markt electro**
- Kompetente und proaktive Begleitung und Beratung der Bestandskunden
- Akquise von Neukunden
- Planung und Umsetzung von Marketing- und Verkaufsaktionen
- Durchführen von Kundenbedarfsanalysen
- Unterstützung der Redaktion bei der Konzeption und Umsetzung neuer medialer Angebote
- Besuche von Kunden vor Ort, auf Messen und anderen Veranstaltungen

Voraussetzungen:

- Idealerweise Erfahrungen im Bereich Sales und/oder der Vermarktung von Dienstleistungsprodukten im Bereich B2B oder B2C und/oder in einem Fachverlag
- Spaß am Umgang mit Menschen
- Verkaufstalent, Überzeugungskraft und Motivation
- Strukturierte und selbständige Arbeitsweise
- Teamplayer
- Aufgeschlossenheit für Neues, speziell auch im Kontext der neuen Medien
- Gute PC-Kenntnisse, insbesondere MS-Office
- Gute Englischkenntnisse
- Das Wichtigste ist aber Ihre Persönlichkeit, Ihre Freude an Technik und Consumer-Produkten und Ihr Engagement im Team

Wir bieten Ihnen:

- Attraktive Aufgaben, die Sie mit viel Freiraum und Eigenverantwortung umsetzen können
- Eine renommierte Medienmarke im Bereich Consumer Electronics und Domestic Appliances
- Ein kollegiales Team, das Sie bei der Einarbeitung unterstützt
- Einen unbefristeten Arbeitsplatz
- Flache Hierarchien, kurze Entscheidungswege sowie attraktive konzernweite Weiterbildungsmöglichkeiten

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann freuen wir uns über Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins sowie Ihrer Gehaltsvorstellung, online auf www.swmh.de unter Karriere → Stellen & Bewerbung.





B&B Publishing

CEMarkt electro
Business: Publications for Home & Mobile Electronics

Wie stellen sich andere Branchen die Zukunft des Verkaufens vor?

Egal wohin man blickt, die Welt um uns herum verändert sich durch die Digitalisierung mit rasanter Geschwindigkeit. Werfen wir einen Blick über den Teller- rand hinaus und schauen uns einmal an, wie sich andere Branchen das Verkaufen in der Zukunft vorstellen und welche Pilotprojekte derzeit ausgetestet werden.



A. Pfänder-Coleman

oder am Regal mit LEDs hervorgehoben, damit der Kunde auf einen Blick sieht, welche Artikel für seine Größe und seinen Geschmack in Frage kommen. Natürlich immer vorausgesetzt, dass die Kunden in der App alle dazu notwendigen Informationen entsprechend hinterlegt haben.

Das Thema Personalisierung und Individualisierung ist ebenfalls weiter auf dem Vormarsch. In Berlin gibt es die erste Storefactory Adidas, die vom Kunden einen Bodyscan durchführt und dann das gewünschte T-Shirt vor Ort in der entsprechenden Größe, Länge, Farbe, Muster etc. sofort herstellt. Für Laufschuhe wurde die Speedfactory bereits im vergangenen Jahr eröffnet. Bei dieser Fast Fashion geht es um Geschwindigkeit und Flexibilität.

Digitale Preisschilder kennen viele Kunden schon aus modernen Supermärkten. Und auch in unserer Branche gibt es bereits Vorreiter, die ihre Geschäfte damit ausgestattet haben. Der Vorteil liegt klar auf der Hand: Die Preise können jederzeit zentral aktualisiert werden, sodass der Kunde am Regal genau den Preis vorfindet, den er zum Beispiel auch im Sonderprospekt gesehen hat. Der Handel spart Zeit und so manchen Ärger an der Kasse.

Digital Signage verwenden inzwischen auch schon viele Geschäfte. Selbst der Metzger um die Ecke nutzt für seine Angebote das elektronische Display, um neben dem Wochenpreis für Rinderroulade auch gleich zu zeigen, wie gut es diese Kuh auf der Weide hatte.

Augmented Reality – Hinter diesem Begriff, der vielen nicht leicht über die Lippen kommt, versteckt sich ein digitales Tool, das eine virtuelle Darstellung ermöglicht. Erste Testläufe in Modegeschäften zeigen dem Kunden mittels einer virtuellen Puppe, wie ein Kleidungsstück in der passenden Größe aussieht, ohne dass der Shopper es anprobieren muss. Es können aber auch Hintergrundinformationen, Produktempfehlungen oder Angebote zu einem bestimmten Artikel hinterlegt werden. Eine Navigation durch das Ladengeschäft ist damit ebenfalls möglich. Die dafür benötigte Hardware bringen die meisten Kunden in Form ihres Smartphones bereits mit in den Laden. Mit der entsprechenden App können die Angebote dann gezielt genutzt werden.

Eine Revolution im Verkauf präsentieren die Mammut Beacon Stores. Mittels einer Push-Nachricht erhält der Kunde beim Passieren eines Geschäftes die Info, dass beispielsweise die von ihm gestern ge-googelten Laufschuhe in diesem Laden zu finden sind. Über eine App erkennt der Laden den Kunden und stimmt das Angebot mit seiner Größe und seinen Vorlieben ab. Im Ladengeschäft werden dann alle für ihn bestimmten Kleidungsstücke oder Schuhe am Bügel, der Kleiderstange

Eine personalisierte Creme aus der Minifabrik, eigens abgestimmt auf den Hauttyp des Kunden sowie seine Vorlieben in Sachen Duft und Konsistenz, offeriert die Parfümkette Douglas an drei Standorten. Diese Minifabrik ist mit 40 Rohstoffen bestückt und stellt innerhalb von zehn Minuten eine auf den Kunden personalisierte Creme her. Gerade für Menschen, die auf bestimmte Stoffe allergisch reagieren, ist diese Form der Individualisierung höchst interessant.

Diese Beispiele zeigen exemplarisch, was sich andere Branchen einfallen lassen, um den Service für die Kunden zu optimieren, sie in die Ladengeschäfte zu bringen und den Erlebniseffekt und die Zufriedenheit zu steigern. Natürlich lässt sich nicht alles auf unsere Branche übertragen, aber es zeigt, dass der Kunde auf die digitale Welt anspringt und Sie ihm eine Brücke bauen müssen. Entsprechende Tools gibt es auch schon in unserem Bereich. Sprechen Sie mit anderen Kollegen, der Industrie oder Ihrer Einkaufskooperation und prüfen Sie, was für Ihr Ladengeschäft möglich und machbar ist. Manchmal reicht ja schon eine Whatsapp an den Kunden, um nachzufragen, ob er mit seinem kürzlich gekauften Akkustaubsauger zufrieden ist.

Es tut sich viel, warten Sie mit Ihrem digitalen Einstieg nicht zu lange. Ihre

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

electro

DAS BUSINESS-MAGAZIN FÜR DEN

ELEKTRO-HAUSGERÄTE-MARKT

Eigenständiges Heft-im-Heft in **CE-Markt**, dem Handelsblatt der gesamten CE-Branche

VERLAG

B&B Publishing GmbH
Schmiedberg 2 a, D-86415 Mering
Postfach 1265, D-86407 Mering
Telefon 08233/4117, Fax 08233/30206
E-Mail Verlag@ce-markt.de

GESCHÄFTSFÜHRER

Rainer Simon

HERAUSGEBER

Wolfram Bangert & Lutz Rossmeißl

REDAKTION

Annette Pfänder-Coleman (Chefredakteurin)
Lutz Rossmeißl, Jan Uebe, Sebastian Schmidt
Wolfram Bangert
Gisela Hörner (Redaktionsassistentin)

VERLAGSBÜRO FÜRTH

Lutz Rossmeißl, Fliederweg 10
D-90766 Fürth, Telefon 0911/9709030
Fax 9709031, Mobil 0160/4403754
E-Mail Rossmeißl@ce-markt.de

VERLAGSBÜRO

MARKT ERLBACH

Annette Pfänder-Coleman
Wasserstall 9 b, D-91459 Markt Erlbach
Telefon 09106/727, Fax 09106/925562
E-Mail apc@ce-markt.de

AUFLAGE

IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **electro**-Trägermediums **CE-Markt**:
Druckauflage 15.471,
tatsächlich verbreitet 14.926,
verkauft 7.348 Exemplare
(IVW-Auflagenmeldung 4. Quartal 2018)

☆ euronics

Euronics feiert 50. Geburtstag

Bester Jahresstart aller Zeiten

Der alljährliche Euronics-Kongress in Leipzig markierte diesmal den Auftakt zum 50-jährigen Jubiläum der Verbundgruppe. Im Rahmen der Veranstaltung wurden auch die Umsatzzahlen für das Geschäftsjahr 2017/18 vorgestellt. So erwirtschafteten 1.316 Euronics-Mitglieder an 1.466 Standorten in einem herausfordernden Marktumfeld einen Außenumsatz von 3,4 Milliarden Euro und einen Zentralumsatz von 1,47 Milliarden Euro. In Warenbereichen wie Premium-TV, Haushaltsgroß- und -kleingeräte oder Wearables schnitt Euronics nach eigener Aussage deutlich besser ab als der Markt. Zudem zeigen die ersten Jubiläumsmaßnahmen Wirkung und bescheren Euronics in 2019 den besten Jahresstart aller Zeiten.

IHR KÄRCHER BODENPERSONAL.

Eine Crew, die saubere Arbeit leistet.



Boden gut, alles gut? Bei Kärcher schon, denn: Mit den neusten Kärcher Produkten machen Sie nicht nur Boden, sondern auch Fenster und glatte Oberflächen gut. Und sorgen dazu noch für frische Luft und ein Frisch-gereinigt-Gefühl. www.kaercher.de

KÄRCHER

makes a difference