

Top-Themen

Neue Chancen für den Fachhandel mit Multifunktionskochern | ab Seite 10

Inpartner: Grillgeräte zur Fußball-Weltmeisterschaft | Seite 8

Philips: Luftreiniger für smartes Luftmanagement | Seite 14



Krups Prep&Cook und i Prep&Cook Gourmet

Die ideale Küchenmaschine für Groß und Klein

Seite 10+11

Jetzt NEU: Mit Mini-Schüssel als praktisches Zubehör



PRO
BUSINESS
ElektroHausgeräte



Bilder: Fotolia.com

15 JAHRE GEMEINSAM ERFOLG REICH

2003 – 2018: 15 Jahre ProBusiness



Zusammen wachsen.

probusiness-aktuell.de

Mit Küchenmaschinen kann der Handel jetzt Umsatz machen!

Unsere Leserinnen und Leser finden in diesem Heft deutlich mehr Informationen über Küchenmaschinen als sonst. Das ist kein Zufall. Denn **electro** will für das einzigartige Angebot hochwertiger Küchenmaschinen bekannter Haushaltgeräte-Hersteller eine Lanze brechen. Wir haben deshalb die Hersteller gebeten, uns für die Veröffentlichung aktuelles Material ihrer neuesten Gerätemodelle zur Verfügung zu stellen.



Lutz Rossmeißl

Es geht dabei auch darum, dem Thermomix Paroli zu bieten – jenem Produkt, das der ehemalige Teppichfabrikant Vorwerk am freien Handel vorbei im Direktvertrieb vermarktet. Der Thermomix steht hierzulande in einer Million Küchen. Der Umsatz beziffert sich auf annähernd 400 Millionen Euro – Geld, das dem Fachhandel verloren geht.

Dabei könnte der Fachhändler einen Großteil dieses Umsatzes in seine eigenen Kassen lenken, wenn er stärker als bisher die Kunden von den Vorzügen der im Handel erhältlichen Küchenmaschinen überzeugt. **Fakt ist:** Die modernen, leistungsfähigen Multifunktionsmaschinen der Weiße-Ware-Hersteller können es hinsichtlich Technik, Vielseitigkeit und Preis-Leistungsverhältnis locker mit dem Thermomix aufnehmen.

Im Fokus unserer Berichterstattung über Küchenmaschinen stehen deshalb wichtige Verkaufsargumente, mit denen Händler und Verkäufer jeden potenziellen Thermomix-Interessenten davon überzeugen können, dass der Kauf eines im Fachhandel erhältlichen Markengerätes in jedem Fall die bessere Wahl ist.

Der Zeitpunkt dafür ist jetzt genau richtig, denn der Boom des Thermomix geht ganz offensichtlich seinem Ende entgegen. So sind im vorigen Jahr die Verkaufszahlen deutlich geschrumpft. Als der Hype am größten war, mussten die Kunden bis zu zwölf Wochen auf ihr Gerät warten. Diese Zeiten sind vorbei. Der Hype ist einer Ernüchterung gewichen.

Entzaubert wurde das mehr als tausend Euro teure Vorwerk-Produkt eigentlich schon vor vielen Jahren. Damals bewertete die Stiftung Warentest das Modell TM31 nur mit der Note 3,2 (befriedigend) und verwies den Thermomix in einem Vergleich von neun Maschinen auf den vierten Platz. Den Glauben einer einge-

schworenen Millionengemeinde an ihr Lieblingsprodukt konnte dies jedoch nicht erschüttern. Inzwischen regen sich bei vielen Kunden Zweifel, ob der Thermomix überhaupt sein Geld wert ist. Es macht also Sinn, wenn der Facheinzelhandel diese Kunden mit seiner Werbung gezielt anspricht und dabei auch stärker als die Großfläche wirbt.

Wie es in einer von **electro** beauftragten Exklusiv-Studie heißt, überflügelt der Fachhandel die Großfläche bei der Werbung für Küchenmaschinen. Die Marktforscher konnten in unserem Auftrag feststellen, dass der Fachhandel seine Platzierungen von Küchenmaschinen in der Handelswerbung während des Weihnachtsgeschäfts 2017 sowie in den Folgemonaten stark erhöht hat.

Aber werben allein genügt nicht. Angesichts der zahlreichen, im Markt verfügbaren tollen Modelle hat der Fachhändler die große Chance, bei seinen Kunden mit seiner Beratungskompetenz zu punkten, indem er ihnen bei der Auswahl einer geeigneten Küchenmaschine mit Rat und Tat zur Seite steht.

Und denken Sie daran: Die Verbraucher legen besonderen Wert auf gut ausgestattete und komfortabel zu bedienende Geräte. Zunehmend nachgefragt werden vernetzbare Geräte, die zusätzliche smarte Funktionen bieten, über Apps gesteuert werden können und Rückmeldungen oder Serviceinformationen an den Nutzer geben.

Also nichts wie ran: Rücken Sie Ihr Sortiment attraktiver Küchenmaschinen ins rechte Licht und lassen Sie sich von einem Teppichlieferanten nicht die Butter vom Brot nehmen. Binden Sie die Küchenmaschinen in Ihre Verkaufsaktivitäten ein. Zeigen Sie die Geräte bei speziellen Verkaufsveranstaltungen wie »Tag der offenen Tür« in Aktion, damit sich die Besucher live von den Geräten überzeugen können und dann bei Ihnen kaufen.

Ich wünsche Ihnen dabei ganz viel Erfolg und weiterhin gute Geschäfte!

Herzlichst, Ihr

electro Herausgeber
Lutz Rossmeißl

INHALT

Editorial & Inhalt	3
News: Aktuelles aus der Branche	4
IFR: Exklusiv-Studie elektrische Zahnbürsten	5
Graef: Premium Cut • Rommelsbacher	6
Pro Business: Gewinn für Euronics Mehlsteibl	7
Inpartner: Grillsortimente	8
BBQ: Steba • Tefal • WMF • Severin	9
Krups: Prep&Cook Modelle	10+11
Multifunktionsküchenmaschinen	12
Kenwood: Cooking Chef Gourmet	13
Philips: Smartes Luftmanagement	14
Sage: Exklusiv-Interview Gerd Holl	15
Jura: So viele Vollautomaten verkauft wie nie	16
Bissell: Fleckenentfernungsspezialist	17
Personal Care: Oral-B • Beurer • Remington	18
Kommentar & Impressum – Last News	19

Severin ist in eine neue Wachstumsepoche gestartet

➔ **Zur Realisierung** einer dynamischen Wachstumsstrategie hat die Familie Knauf alle Gesellschaftsanteile an der Severin Elektrogeräte GmbH in Sundern von der Familie Schulte übernommen. Das Unternehmen wird künftig von **Christian Strebl** sowie dem bisherigen kaufmännischen Geschäftsführer **Ulrich Cramer** geleitet. Christian Strebl hatte im Sommer 2017 die Verantwortung für den Gesamtvertrieb sowie das Marketing der Severin Elektrogeräte GmbH und damit für das Severin Markengeschäft übernommen und ist im Zuge der Neuausrichtung nun wie geplant zum Geschäftsführer mit Verantwortung für Vertrieb, Marketing und Produktmanagement bestellt worden. Ulrich Cramer ist bereits seit 2015 für die kaufmännischen Bereiche Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, Personal, IT, Supply Chain sowie Logistik und Einkauf verantwortlich.



Bild: Severin

Christian Strebl



Bild: Severin

Ulrich Cramer

Der bisherige geschäftsführende Gesellschafter **Rudolf Schulte** und seine Familie scheiden zum 30. April 2018 operativ aus dem Unternehmen aus. Severin soll nun mit weiteren gezielten Investitionen in Marketing, Vertrieb und Produktmanagement zu weiterem Wachstum geführt werden.



Jochen Ludwig
Vorstandsvorsitzender
Expert SE

Expert

Mit Wirkung zum 1. April 2018 hat **Jochen Ludwig** den Vorstandsvorsitz der Expert SE übernommen. Sein Vorgänger, **Volker Müller**, verabschiedete sich nach zwölf Jahren an der Spitze der Verbundgruppe in den Ruhestand, steht dem Unternehmen jedoch noch bis Ende Mai zur Verfügung. Jochen Ludwig trat bereits zum 1. September 2017 als stellvertretender Vorstandsvorsitzender ins Unternehmen ein. In der siebenmonatigen Übergangsphase hat sich Ludwig bereits gut bei Expert eingelebt: »Neben der positiven Unternehmenskultur hat mir vor allem Volker Müller den Einstieg bei Expert sehr erleichtert. Er hat meine Einarbeitung intensiv begleitet und mich unterstützt, so dass es mir gelungen ist, nicht nur bei Expert, sondern in der gesamten Branche schnell Fuß zu fassen.« Jochen Ludwig übernimmt ein gesundes Unternehmen mit starker Markenpräsenz.

Dirt Devil

Die Marke Dirt Devil hat es wieder geschafft. Zum zweiten Mal platzierte sich der Hersteller aus Neuss souverän in der ersten Liga für Kundenzufriedenheit im Service. Im Auftrag der Wirtschaftswoche wurden die Dienstleistungen von 367 Anbietern aus 29 Branchen untersucht. Das Marktforschungsinstitut Service Value wertete in diesem Jahr rund 60.000 Kundenerfahrungen aus. Das Ergebnis der Untersuchung: Dirt Devil gehört beim Service in der Sparte Elektrokleingeräte erneut zu den TOP-Service-Anbietern in Deutschland, denn die Kunden lieben den Service der Marke. Allein in dieser Rubrik wurde das Angebot von insgesamt 21 Herstellern untersucht. **Markus Monjau**, Geschäftsführer Sales & Marketing der Royal Appliance International, der auch die Markenführung für Dirt Devil verantwortet, ist beeindruckt: »Mittlerweile haben wir zahlreiche Awards für Produktqualität und Benutzerfreundlichkeit erhalten. Zusammen mit der erneuten Auszeichnung durch das exklusive Qualitätssiegel der Wirtschaftswoche, zeigt dies deutlich die positive Überzeugung der Konsumenten von der Marke Dirt Devil. Nicht nur die permanente Produktentwicklung überzeugt, sondern auch der Dirt Devil eigene Kundendienst ist erstklassig.« Die Wirtschaftswoche berichtete ausführlich darüber in der Ausgabe 7/2018.



Matthias Hauser
Außendienst
Südwest für die
Marke Gaggenau

Gaggenau

Ab 1. April 2018 komplettiert **Matthias Hauser** das Team des Gaggenau Außendienstes. Er übernimmt die Aufgaben von **Hermann Rudi Schick**, der sich nach 46-jähriger Außendiensttätigkeit bei Gaggenau seit kurzem im Ruhestand befindet. Der 51-jährige Hauser ist zuständig für den Südwesten. In seiner Funktion berichtet er an Verkaufsleiter **Christian Burghardt**. »Wir freuen uns, mit Matthias Hauser einen würdigen Nachfolger für Rudi Schick gefunden zu haben«, erläutert die Gaggenau Geschäftsführung. »Wir danken Herrn Schick für die tolle Zusammenarbeit in den letzten mehr als 40 Jahren und wünschen ihm alles Gute für den neuen Lebensabschnitt. Mit Matthias Hauser konnten wir einen Kollegen gewinnen, der bereits umfassende und jahrelange Erfahrungen im küchenvermarktenden Fachhandel mitbringt.« Zuletzt war Hauser für den Arbeitsplattenhersteller Lechner tätig.



Frank Schlieck
Key Account Manager
Elektrofachhandel
Amica International
GmbH

Amica

Am 1. April startete **Frank Schlieck** als Key Account Manager für Kunden im Elektrofachhandel bei Amica International GmbH. Er folgt auf **Andreas Hahne**, der mit Wirkung zum 28. Februar 2018 das Unternehmen verlassen hat, um sich einer neuen Aufgabe zu widmen. »Ich freue mich sehr, dass wir mit Frank Schlieck einen versierten und erfahrenen Branchen-Profi gewinnen konnten, der mit den Besonderheiten des Handels von Hausgeräten insbesondere in Online Kanälen bestens vertraut ist. Zuletzt war Schlieck mehrere Jahre in leitender Position als Key Account Manager bei Candy Hoover GmbH tätig und verantwortete dort die Betreuung großer Kundengruppen und entsprechende Umsatzvolumina«, wie **Zbigniew Platek**, Geschäftsführer Amica International GmbH erläutert. Der 50-jährige Schlieck berichtet an **Marcel Kühn**, Amica Sales Director.



Braun

Im Vorfeld der diesjährigen Fußball-WM weckt Braun mit ausgewählten Rasierer-Modellen die Vorfreude auf das Sportereignis im Sommer: Die Braun Modelle der Series 9 und Series 3 Pro Skin präsentieren sich in einer attraktiven Geschenkverpackung im Fußballdesign. Mit den Sondereditionen setzt Braun die Sieger des Vorjahres bei Stiftung Warentest im Handel in Szene und fördert zugleich Impuls- und Geschenkkäufe bei Fußballfans. Die limitierten »Gold- und Team-Editionen« sind vom 15. April bis 15. Juli 2018 im Handel erhältlich. Begleitet werden sie mit aufmerksamkeitsstarker Instore-Kommunikation und Präsenz in TV und Online. Und wer bis zum 31. August 2018 Braun Rasierer oder Braun Stylinggerät kauft, erhält einen Monat lang gratis Zugang zu EA Access für alle EA Sports-Spiele.

De'Longhi

Wegweisende Produktneuheiten, verbesserte Vertriebsstrukturen, stärkere Präsenz im stationären sowie im Online-Handel – die De'Longhi Deutschland GmbH mit Sitz in Neu-Isenburg setzt den seit Jahren ungebrochenen Wachstumskurs fort und blickt auf ein weiteres Rekordjahr zurück. Mit einem Umsatzergebnis von 268,6 Millionen Euro in 2017 wurden im Vergleich zum Vorjahr 14,4 Millionen Euro mehr erwirtschaftet und der Umsatz damit um 5,56 Prozent gesteigert. Dazu **Stephan Tahy**, Geschäftsführer der De'Longhi Deutschland GmbH: »Auch 2017 schließen wir erneut ein Geschäftsjahr mit deutlichem Wachstum ab. Ein Ergebnis, das uns stolz macht – insbesondere in gesättigten Märkten mit stagnierender Tendenz. Der erneute Erfolg bestätigt die Umstrukturierungen, die wir in den vergangenen zwölf Monaten vorgenommen haben, um die De'Longhi Deutschland GmbH fit für das digitale Zeitalter und die veränderten Gewohnheiten unserer Konsumenten zu machen: von der Neustrukturierung unseres Vertriebs bis hin zu unserer Digitalstrategie. Umso mehr heißt es für uns deshalb, unsere Neuausrichtung weiter voranzutreiben und auch 2018 am Ball zu bleiben.« Ziel für 2018 ist es, dort, wo man Marktführer ist, die Anteile weiter auszubauen und in anderen Segmenten zum Wettbewerb weiter aufzuschließen.

Exklusiv-Studie für electro

Großfläche wirbt für höherwertige elektrische Zahnbürsten

(kn) Deutsche Verbraucher greifen immer häufiger zu elektrischen Zahnbürsten. Die praktischen und leicht zu bedienenden Geräte gehören zum wachstumsstarken Bereich der Mundhygiene, der zweistellige Umsatzsteigerungen erzielt. Allein im vergangenen Jahr wurden rund 1,54 Milliarden Euro umgesetzt

Wie rasch die elektrischen Zahnbürsten den Markt erobern, zeigt die Umsatz-Statistik für diesen Produktbereich. Laut Statista wurden noch vor drei Jahren 190 Millionen Euro mit elektrischen Zahnbürsten umgesetzt. Inzwischen hat der Umsatz die 200-Millionen-Grenze überschritten.

Zum Umsatzwachstum tragen vor allem Innovationen bei. So hat die Smart-Home- und Connected-Welle nach den Haushaltsgroßgeräten auch den Elektrokleingerätemarkt erreicht. Dabei handelt



Grafik Der Fachhandel (blau) bleibt bei den Durchschnittspreisen in der Werbung für elektrische Zahnbürsten mit ganz wenigen Ausnahmen deutlich unterhalb der Preise der Großfläche (rot)

es sich längst nicht mehr um reine Nischensegmente. Das verdeutlichen unter anderem vernetzte elektrische Zahnbürsten, die in Deutschland bereits einen Umsatzanteil von zwölf Prozent haben. Das heißt: Nicht nur Roboter-Staubsauger, Personenwaagen, Kaffeevollautomaten und Multicooker sondern auch elektrische Zahnbürsten können mittlerweile über Smart Devices gesteuert werden.

Zubehör ist für jeden Händler ein entscheidender Faktor, weil er damit Folgekäufe mit attraktiven Margen generieren kann. Zum Zubehör einer elektrischen Zahnbürste gehören unter anderem Bürstenköpfe, die vom Verbraucher etwa alle drei Monate ausgewechselt werden sollten, weil sich nach einiger Zeit erste Abnutzungserscheinungen bemerkbar machen.

In der Studie von IFR Monitoring, die exklusiv im Auftrag von **electro** durchgeführt wurde, haben die Marktforscher die

Printanzeigen-Aktivität des Fachhandels und der Großfläche für elektrische Zahnbürsten unter die Lupe genommen. Die Studie umfasste den Zeitraum von März 2017 bis März 2018.

Margenbringer Zubehör

Alexander Koller, Project Manager International Sales and Marketing Support IFR / Promotion and Causal Retail Data, erklärte zum Ergebnis der Studie: »Im Bereich Zahnpflege sind die elektrischen Zahnbürsten von März 2017 bis März 2018 das mit Abstand größte Segment gewesen. Saisonal gibt es einen deutlichen Anstieg im Weihnachtsgeschäft. In den letzten beiden Monaten haben Austauschteile, Zahnseide und auch Mundduschen ihre Präsenz in der Prospektwerbung ausbauen können, wobei dies am starken Übergewicht der Zahnbürsten nichts geändert hat.«

Laut der Studie von IFR Monitoring werden Zahnbürsten in diesem Zeitraum sowohl vom Fachhandel als auch von der Großfläche in mehreren Preissegmenten beworben. Dazu Alexander Koller: »Tendenziell sind die Angebote der Großfläche die kostspieligeren, im Durchschnitt erreicht der Fachhandel den dreistelligen Bereich nicht.« Umgekehrt agiert die Großfläche laut Studie nahezu überhaupt nicht im Bereich unter 60 Euro (bezogen auf den Durchschnittspreis).

IFR hat die Preisgestaltung der beiden Handelskanäle im ersten Quartal dieses Jahres näher betrachtet und dabei festgestellt, dass sich der Fachhandel auf den Bereich unter 80 Euro konzentriert und im weiteren Verlauf sogar auf Angebote unter 60 Euro zusteuert. Dagegen setzt die Großfläche auf ihre Möglichkeit zur Diversifizierung und bietet häufig Geräte unterschiedlicher Preispunkte an, die auch eine große Bandbreite von Preisen bieten.

Fazit: Betrachtet man die Printwerbungs-Aktivitäten beider Kanäle aufgeteilt nach Preisbändern, wird die unterschiedliche Akzentuierung besonders deutlich. Der Fachhandel legt den Fokus klar auf den Bereich zwischen 40 und 80 Euro, wohingegen die Großfläche zwar auch überwiegend diese Preisklasse bewirbt, aber eben auch Geräte bis zu 100 Euro prominent plazierte.

15
JAHRE



HighEvent
ProductTour 2018

Innovationen vor Ort
9. - 26. April 2018

SEIT 15 JAHREN
immer ganz in Ihrer Nähe

ÜBER 50.000
gefahrte Kilometer

ÜBER 40.000
HEPT-Besucher

ÜBER 1.000
Stunden für Sie vor Ort

**HERZLICHEN
DANK**

für Ihr anhaltendes Interesse,
Ihre Treue, Ihre Verbundenheit
und Ihre rege Teilnahme!

Wir freuen uns schon heute, Sie auch zur
16. HighEventProductTour im Jahr 2019
begrüßen zu dürfen!

AEG

beurer
Gesundheit und Wohlbefinden

jura

jura
| GASTRO

KÄRCHER

REMINGTON

Miele

**Russell
Hobbs**



HEPT.DE

Rommelsbacher ist erneut »Top Küchen Marke 2018«

→ **Grund zur Freude** in Dinkelsbühl: Auch in diesem Jahr kann sich Rommelsbacher wieder über eine Auszeichnung von Testbild freuen. In der Produktkategorie Stövchen und Speisewärmer wurde das Siegel »Top Küchen Marke 2018« für Handhabung und Funktionalität an das fränkische Familienunternehmen verliehen.

»Wir freuen uns sehr, auch in diesem Jahr wieder die Auszeichnung »Top Küchen Marke 2018« erhalten zu haben«, erklärt **Sigrid Klenk**, die Geschäftsführerin von Rommelsbacher. »In unserem Jubiläumsjahr ist dies eine schöne Bestätigung unserer Kompetenz aus 90 Jahren Entwicklung, Konstruktion und Fertigung »Made in Germany«. Ich bin sehr stolz auf unser Team, das hier in Dinkelsbühl attraktive Produkte auf höchstem Qualitätsniveau entwickelt. So geben wir gerne die Rommelsbacher Unternehmensphilosophie »Freude am Kochen« an unsere Kunden weiter.«

Bei der enormen Produktvielfalt im Bereich Küche und Haushalt ist diese Auszeichnung eine schöne Bestätigung für Qualität und erleichtert Verbrauchern die Auswahl. Testbild und Statista führen diese Kundenbefragung jährlich durch. Dafür wurden mehr als 75.000 Kundenbewertungen zu über 2.300 Marken in 84 Kategorien ausgewertet. Die Bewertungskriterien umfassten dabei Qualität, Langlebigkeit, Funktionalität, Design sowie das Preis-Leistungs-Verhältnis.



Rommelsbacher wurde schon im Jahr 2018 in der Kategorie Vakuumieren und bei Raclette für Qualität und Langlebigkeit ausgezeichnet. In diesem Jahr überzeugten die Speisewärmer nun bei der Handhabung und Funktionalität. Das umfassende Sortiment in dieser Rubrik bietet für unterschiedliche Anforderungen die passende Lösung.

Stilvolles Servieren im Gastro-Format gelingt mit mobilen Warmhalteplatten. Diese bieten je nach Type Platz für einen oder auch mehrere Behälter in Gastro-Norm Größe. Durch die seitliche Positionierung der Bedienelemente können gleich mehrere Geräte nebeneinander auf dem Buffet platziert werden. Das thermisch gehärtete Sicherheits-Floatglas mit einem integriertem Heizsystem sorgt schließlich für eine effiziente Wärmeverteilung.



Mit Graef machen Profi-Köche ihren Schnitt

Der Alleschneider
Premium Cut
»Johann Lafer Edition«
von Graef bringt
einen Hauch von
Sterneküche in jedes
Zuhause

Das wissen Koch-Profis seit jeher: Für intensive Gaumenfreuden braucht es nicht nur die besten Zutaten, sondern auch die richtige Küchenausstattung. Dazu gehört für den Sternekoch **Johann Lafer** unbedingt ein professioneller Alleschneider. »Gleichgültig, um welche Zutat es sich handelt: Hauchdünne Scheiben geben die Aromen besser frei und verkürzen beim Kochen die Garzeiten. Zudem bleiben Lebensmittel, die am Stück gekauft und erst bei der Zubereitung geschnitten werden, länger frisch.«

Marktführer Graef hat jetzt die Erfahrung des beliebten Fernsehkochs genutzt und sie in die Entwicklung seiner neuen Premium Cut »Johann Lafer Edition« einfließen lassen. Sie zeigt wie sich Ästhetik, Kraft, durchdachtes Design und einfache, effiziente Handhabung verbinden.

Die anthrazitfarbene Maschine aus Vollmetall, made in Germany, weist die Graef-typische, freitragende Konstruktion auf. Dank der kompakten Abmessungen passt sie in jede Küche. Mit einer schwarzen Glasbodenplatte beschichtet und mit der Signatur von Johann Lafer versehen, ist die Premium Cut ein Augenschmaus.

So erkennt man die Profi-Qualität

Was an dem edlen Gerät sofort auffällt, ist seine Schrägstellung um 15 Grad. Dies vereinfacht die Bedienung gleich doppelt: Auf der einen Seite wird das Schneidgut gegen das Messer angedrückt, ohne dass Koch oder Köchin nachhelfen müssen – auf der anderen Seite fallen die Scheiben ganz von selbst aufs Tablett. Zudem haben die Entwickler darauf geachtet, dass der Schlitten mit Edelstahlaufgabe leichtgängig, stabil und dank Kindersicherung völlig gefahrlos zu benutzen ist.

Ein weiteres Profi-Merkmal der Premium Cut »Johann Lafer Edition« ist ihr glattes Edelstahlmesser, das den Hauch-

schnitt anstandslos meistert. Dank eines speziellen Safety-Verschlusses lässt es sich rasch und sicher zum Reinigen entnehmen. Das Messer und die variable Schnittstärkeneinstellung von null bis 20 Millimeter machen die Maschine zum hilfreichen Assistenten in der Sliced Kitchen. Für eine gleichmäßige Rotation des Messers sorgt der Power-Drive-Motor. Er arbeitet mit einer Leistung von 200 Watt und steht für Laufruhe bei konstanter Drehzahl.

Wertvolles Zubehör

Mit der Premium Cut engagiert man sich zugleich ein ganzes Team nützlicher Helfer. So gehört etwa der innovative Mini-Slice-Aufsatz zur Komplettausstattung. Auf den Schlitten aufgesetzt, liefert er über seinen Einfüllschacht selbst kleinstes Schneidgut wie Oliven, Radieschen oder Erdbeeren schnell und sicher ans rotierende Messer. Ein weiteres wertvolles Zubehör ist der diamantbeschichtete Messerschleifer. Er gibt dem Messer bei Bedarf schnell seine ursprüngliche Schärfe zurück. Das Messer wird beim Schleifen übrigens nicht erhitzt, was den Materialabtrag vermindert und die Lebensdauer verbessert. Ein Messerwechsel wird hiermit überflüssig. Dazu kommt ein hochwertiges Edelstahltablett, mit dem sich das Schneidgut auffangen und gleich servieren lässt. Nicht zuletzt schenkt Graef den Käufern der Premium Cut gleich noch eine schwarze Sliced-Kitchen-Kochschürze mit dem Logo des Starkochs und das Johann-Lafer-Rezeptheft dazu.

Wer sich den Alleschneider Premium Cut »Johann Lafer Edition« zulegt, hat den ersten Schritt zur eigenen Sterneküche schon getan. Im zweiten Schritt geht es nur noch darum, sich eine Scheibe von den Kochkünsten des Namenspaten abzuschneiden.

And the winner is: Euronics Mehlsteibl aus Falkenberg

Anlässlich des diesjährigen **Euronics**-Kongresses in Leipzig hat die **Pro Business** zwei Gewinnpakete unter den Bestellern verlost. Das Gewinnpaket Eins ging an Handelspartner Mehlsteibl aus Niederbayern und **electro** war bei der Preisübergabe vor Ort

Für jeden Auftrag eine Gewinnchance! So preiste die Marketing-Initiative Pro Business auf dem Euronics-Kongress Anfang März 2018 das »Gewinnspiel für Dein bestes Zuhause der Welt« mit einem Flyer an. Die Euronics Fachhändler erhielten für jeden erteilten Auftrag am Messestand eines Pro Business Partners eine Gewinnkarte. Je mehr Aufträge also geschrieben wurden, desto höher stieg die Gewinnchance in der Lostrommel. Euronics Mehlsteibl bestellte bei sieben Pro Business Mitgliedern und erhöhte somit seine Gewinnchance um das Siebenfache. Und das hat sich gelohnt! Die Inhabersfamilie Mehlsteibl gehört zu einem der beiden glücklichen Sieger. Das zweite Gewinnpaket ging an Euronics XXL in Lauterbach.

Das 1952 von **Franz Xaver Mehlsteibl** gegründete Unternehmen wurde 1987 durch die Brüder **Franz** und **Walter Mehlsteibl** übernommen. Im April 2014 wurden die Geschäftsanteile von Franz Mehlsteibl an seine Söhne **Frank** und **Rainer** weiter gegeben. Das Haupthaus in Falkenberg im Landkreis Rottal-Inn mit 700 Quadratmetern Ausstellungsfläche beherbergt im ersten Stock zusätzlich ein Küchenstudio mit acht Musterküchen, die zum Teil bereits mit vernetzten Hausgeräten ausgestattet sind, um interessierten Kunden das Thema Smart Home näher zu bringen und sie im Bedarfsfall optimal einweisen zu können. Denn auch privat ist die Familie Mehlsteibl bereits mit diesen modernen Features ausgestattet, damit sie ihre Kunden zu allen anstehenden Fragen beraten können.

Im nahe gelegenen Eggenfelden betreiben die Mehlsteibls eine Filiale mit 400 Quadratmetern. Seit jeher haben die Betreiber die gute Tradition bewahrt, regelmäßig die Messen ihrer Verbundgruppe zu besuchen und dort auch zu bestellen. Diese Konstanz hat sich in diesem Jahr besonders bewährt. Neben dem Gewinnpaket von Pro Business haben sie auch noch ein AEG-Herdset gewonnen.

Die meisten Gewinnerprodukte waren



Euronics Mehlsteibl Berthold Niehoff überreicht die Gewinnurkunde an Walter Mehlsteibl, der sich zusammen mit seiner Frau Anneliese, dem Neffen Frank und einigen Mitarbeitern sehr darüber freut

bereits an Euronics Mehlsteibl ausgeliefert, als **electro**-Chefredakteurin **Annette Pfänder-Coleman**, zusammen mit **Berthold Niehoff**, Vorsitzender Pro Business sowie Euronics-Regionalleiter **Paul Weber** den Händler vor Ort besuchten.

Von Kaffeevollautomaten der Marken Jura und Nivona, über einen Graef-Allesschneider bis zum innovativen Hartbodenreiniger von Kärcher umfasste das Gewinnpaket 15 ausgewählte Produkte der Pro Business Mitglieder im Wert von 5.000 Euro UVP. Hochwertige Geräte von Beurer, Caso, Cloer, Melitta, Rommelsbacher, Russell Hobbs, Severin, Steba und Thomas gehörten ebenfalls zu den Preisen, die von dem niederbayerischen Händler

während der Hausmesse am 27./28. April 2018 an die Kundschaft verlost wurden. Zu dieser Veranstaltung hat Mehlsteibl im Vorfeld an die 7.000 Kunden angeschrieben, zur Hausmesse eingeladen und mit einem Gewinncoupon versorgt.

Euronics Mehlsteibl ist ein klassischer Elektrohändler in der Dorfmitte einer kleinen Gemeinde in ländlich geprägter Region mit einem Einzugsgebiet von bis zu 30 Kilometern. Hier finden seine Kunden alles aus den Sortimenten braune, weiße und graue Ware. Rechts vom Eingangsbereich werden Fernseh- und Audiogeräte mit entsprechenden Zusatzprodukten ausgestellt. Links finden die Kunden die weiße Ware. Im hinteren Bereich die großen Hausgeräte und vorne wird das gesamte Thema der Elektrokleingeräte gespielt. Gegenüber der Kasse sind Staubsauger und Dampfbügelstationen aufgebaut. Prominent sind auch Kaffeevollautomaten, Siebträger und Kaffeebohnen platziert. Ein besonderer Eyecatcher ist das POS-System von iRobot, auf dem sieben unterschiedliche Reinigungsroboter präsentiert werden.



Bild: Studio B Bremen - Copyright Detmar Schmitt

Am 14. Juni 2018 beginnt die Fußball-Weltmeisterschaft. Wer jetzt noch keine POS-Ausstellung zum Thema Grillgeräte im Laden hat, der sollte sich ganz schnell mit diesem Lifestyle-Thema befassen. Das Unternehmen **Inpartner** hat sich auf diese Themenwelt spezialisiert und führt unterschiedlichste Grillgeräte im Angebot

Beim Thema Grillen scheiden sich die Geister. Die meisten sind nach wie vor Verfechter des Grillens mit Holzkohle und schwören auf diese Zubereitungsmethode. Das nächste Lager grillt am liebsten auf immer hochwertigeren Gasgrills. Und einige verwenden auch Elektrogrills – zumeist jedoch aus Platzgründen, wie zum Beispiel auf dem Balkon. Eines ist aber klar: Jeder, der grillen möchte, findet auf dem Markt das für ihn passende Produkt. Wichtig für den Elektrohandel ist es, das Thema Barbecue aufzugreifen und prominent im Ladengeschäft zu platzieren.

Das Unternehmen Inpartner bietet über 1200 Produkte aus einer Hand: Vollsortimente der bekannten Marken Landmann und Dangrill, hochwertigste stylische Holzkohlegrills und Feuerstellen der Marke Höfats, Aktionsprodukte zur Fußball-Weltmeisterschaft, Premium Briketts der Marke Kohle Manufaktur sowie leckere Gewürze, Saucen und vieles mehr von der Marke Not just BBQ.

Ab Herbst/Winter 2018 werden zusätzlich absolut im Trend der Fleischliebhaber liegende Beefer das Weihnachtsgeschäft bereichern. Exklusive und dem beratenden Fachhandel vorbehaltene Modelle bilden hierbei das Kernsortiment an Grillgeräten. Inpartner bietet für alle Ladengrößen entsprechende POS-Konzepte, denn auch der kleine spezialisierte Fachhandel kann erfolgreich BBQ vermarkten – es kommt nur auf die richtige Präsentation mit den richtigen Produkten an. Der Inpartner Außendienst steht dem Handel dabei beratend zur Seite.

Kontakt Inpartner

Internet: www.inpartner.de

E-Mail: michael.fricke@inpartner.de



Die Welt der Barbecue-Geräte samt Zubehör ist riesig angewachsen und das Thema Grillen beliebt wie nie zuvor

Bild: Dangrill



BBQ-Geräte für höchste Ansprüche Grillen wie die Profis mit Produkten von Steba

➔ **Als Spezialist** im Bereich elektrischer Grillgeräte offeriert das mittelständische Unternehmen Steba unterschiedliche Modelle. Der BBQ-Haubengrill VG 350 BIG hat eine extra große Grillfläche von 55 mal 41 Zentimeter und ist deshalb auch auf Grillfesten oder beim Public Viewing mit Freunden zuhause der ideale Partner.

Das Gerät ist sowohl Tischgrill als auch Standgrill dank des mitgelieferten Stativs. Es verfügt über hohe Grilltemperaturen und heizt durch ein integriertes Heizelement schnell auf. Die Haube ist mit einer Temperaturanzeige und einem Dampfventil ausgestattet und die Bratflüssigkeit läuft über eine Auffangschale ab.

Gesunder Grillgenuss Fitnessgrills der Marke George Foreman

➔ **Eine bewusste** und fettreduzierte Ernährung spielt bei einem gesunden Lebensstil eine elementare Rolle. Der ehemalige Boxweltmeister **George Foreman** legte stets großen Wert auf eine gesunde Ernährung und diese galt auch als wichtige Grundlage für seine sportlichen Erfolge. Inspiriert von der gesunden Lebensweise des Boxchampions wurde 1996 der erste fettreduzierte Grill unter der Marke George Foreman auf den Markt gebracht.

Bis heute steht die Marke für Gesundheitsbewusstsein und eine kalorienarme Ernährung. Nach der er-



Bild: George Foreman

folgreichen Markteinführung der George Foreman Geräte im Frühjahr 2017 wurde das Sortiment um den Entertaining 360° Fitnessgrill, dem Entertaining Fitnessgrill und den Family Fitnessgrill ergänzt. Auch bei diesen drei Modellen ist dank der geneigten Grillplatten eine Fettreduktion um bis zu 42 Prozent möglich, denn Fett und Öl können beim Garvorgang einfach ablaufen und werden in der Fettaufschale direkt am Gerät aufgefangen.

Der 1.400 Watt starke Family Fitnessgrill ist dank seiner großzügigen Grillfläche hervorragend für bis zu fünf Personen geeignet. Die bewegliche obere Grillplatte passt sich optimal der Speisenhöhe an und sorgt so für schnelle Grillergebnisse. Die herausnehmbaren Grillplatten bieten eine 40 Prozent schnellere Aufheizzeit im Vergleich zum Vorgängermodell und dank der hochwertigen Antihafbeschichtung lassen sie sich in der Spülmaschine besonders leicht reinigen.

Der Family Fitnessgrill ist mit zwei Funktionen ausgestattet und somit besonders vielseitig einsetzbar: Zum einen als Kontaktgrill mit aufgestelltem Fuß für das Grillen von Fleisch, Fisch oder Gemüse und zum anderen als Panini- und Sandwichgrill mit flachem Fuß. Die Temperatur lässt sich variabel einstellen und damit optimal regulieren.



Bild: Tefal

POS-Aktion

Tefal Opti Grill jetzt mit Gratis-Spiel zur Fußball-WM

➔ **Der Markt** für Kontaktgrills boomt und konnte im vergangenen Jahr ein Plus von rund einem Drittel verzeichnen. Tefal ist mit einem Marktanteil von mehr als 80 Prozent in diesem Segment weiterhin klarer Marktführer dank des Opti Grill, der auch von der Stiftung Warentest zum Testsieger gekürt wurde. Pünktlich zur Fußball-WM unterstützt Tefal den Handel mit einer limitierten Sonderedition des Opti Grills: 60.000 Aktionspackungen des GC702D werden mit Gratis Tipp-Kick-Classic ausgeliefert. Fertige Paletten inklusive POS-Materialien sorgen für eine aufmerksamkeitsstarke Sonderplatzierung. Begleitet wird die Aktion durch ein Online-Tippspiel auf der Tefal-Website, bei dem tolle Gewinne locken.

Stadtgriller-Kampagne Severin

Kooperation am Point of Sale mit Grillsaucen von Heinz

➔ **Pünktlich** zur Grill-saison startete Severin im Handel eine Verkaufsoffensive mit einem starken Partner und attraktiven Incentives. Bei fünf ausgewählten Aktionsmodellen erhalten Kunden nach dem Kauf ein Dreier-Set Grillsaucen der Marke Heinz. Besonders für Stadtgriller bieten die Severin Elektrogrills einen großen Vorteil: Sie sind kompakt, entwickeln kaum Rauch oder Gerüche und können daher auch auf vielen Balkonen eingesetzt werden, ohne den Nachbarn zu stören. Das Plug & Grill-Konzept sorgt für schnelles Aufheizen: Einfach Stecker rein und losgrillen! Das Handling ist unkompliziert und sicher, die Reinigung kinderleicht. Das Highlight der Aktionsmodelle ist der neue Kugelgrill mit Haube und integriertem Thermometer. Er sorgt für leckeren Grillgenuss bei geringer Rauchentwicklung. Die Haube aus Metall hält die Temperatur konstant, die Wärme zirkuliert und dadurch entsteht eine zusätzliche Hitze-einwirkung von oben auf das Grillgut.



Bild: Severin

Bestseller im Markt

Neue WMF Lono Tischgrills für den Start in die Grillsaison

➔ **Pünktlich** zum Frühlingsbeginn hat WMF seine erfolgreichen Lono Tischgrills neu aufgelegt und präsentiert drei neue Geräte: Die beiden Modelle mit gerippter beziehungsweise mit flacher und gerippter Grillplatte sowie den großen WMF Lono Master-Grill. Für alle drei Geräte ist ein neuer Standfuß verfügbar. Zudem grillt man mit einem Lono Tischgrill besonders gesund und fettarm. Schon seit ihrer Einführung 2015 erfreuen sich die WMF Grills großer Beliebtheit und zählen zu den Bestsellern im Markt. Auch ihre Top-Funktionalität konnten sie mit zahlreichen Testsiegen unter Beweis stellen.



Bild: WMF

Krups Prep&Cook

Sie kann rühren, kneten, aufschlagen, vermischen, zerkleinern und mahlen sowie kochen, schmoren, dampfgaren und dünsten – als i Prep&Cook sogar mit App-Steuerung



Jetzt NEU: Die Mini-Schüssel als praktisches Zubehör

Prep&Cook ist die ideale Küchenmaschine für Groß und Klein

Im Jahr 2014 eingeführt und vergangenes Jahr um das Gourmet-Modell erweitert, sorgt die Marke **Krups** dafür, dass in deutschen Küchen auch wieder dort mit frischen Zutaten gekocht wird, wo bislang das Fertigménü oder der Lieferdienst regierte

Gesunde Küche, selber kochen mit frischen Produkten, am liebsten aus der Region und Bio angebaut. Diese Schlagworte kursieren seit Jahren in den Medien. Die Wirklichkeit sieht aber tatsächlich anders aus. Obwohl die Menschen die Kochshows im Fernsehen lieben, gibt es immer weniger, die Tag für Tag in der Küche stehen und eine frische Mahlzeit kochen.

Warum ist dem so? Klar, wir alle sind im Beruf sehr eingespannt und haben dann vielleicht am Abend keine Lust mehr, stundenlang in der Küche zu stehen, um für die Familie ein gesundes Essen auf den Tisch zu bringen. Eine Antwort könnte aber auch sein, dass viele einfach nicht mehr kochen können. Wer es zu Hause nicht lernt, oder sich in jungen Jahren bereits dafür interessiert, hat schlechte Karten, wenn einmal die erste eigene Wohnung ansteht und man für

die Verköstigung selber zuständig ist. Die einfachste Lösung sind hier sicherlich Lieferdienste oder Fertiggerichte aus der Mikrowellen. Aber gerade die Zielgruppe der Berufstätiger macht sich heute sehr viele Gedanken über das Essen – wo es herkommt, wie es angebaut und dementsprechend auch, wie es zubereitet wird.

Nicht nur die Art der Essenzubereitung verändert sich. Auch die Wahl der Speisen selbst ist einem kontinuierlichen Wandel unterworfen. Noch nie war die Bandbreite größer als heute: Vegetarier, Veganer, Flexitarier, Frutarier, Rohkünstler, Freeganer. Dazu die ganzen Unverträglichkeiten wie Gluten- und Lactoseintoleranz oder die aktuellen Essenstrends wie low-carb, Paleo-Diät, Superfood, Detox. In Deutschland sind bereits mehr als zehn Prozent der Bevölkerung Vegetarier mit steigender Tendenz und auch die Zahl der Veganer wächst weiter an.

Im Klartext: Wer sich für eine bestimmte Ernährungsweise entscheidet, kommt nicht umhin, sein Essen selbst zuzubereiten. Die einfachste und beste Lösung dafür sind die Prep&Cook Modelle. Als unangefochtener Marktführer in der Produktkategorie der multifunktionalen Küchenmaschinen mit Kochfunktion offeriert Krups Geräte, die die Küchenarbeit in vieler Hinsicht erleichtern. Nicht nur für ungeübte Köche, sondern auch für Hobby-Küchenchefs oder generell Familien, bei denen ein gutes Essen unkompliziert und schnell gehen muss, sind die Allrounder von Krups die erste Wahl. Sie sind so konzipiert, dass sie den Nutzer geschickt durch die Rezepte navigieren und die Zutaten sowohl schneiden, rühren und mixen als auch dünsten, und sogar dampfgaren können.

Dies wurde im Dezember 2015 auch von der Stiftung Warentest bestätigt, die die Prep&Cook im Test-Heft mit der Note »gut« als Testsieger* bewertete und die »beste Speisenzubereitung« testierte. Die automatischen Programme geben beim Umgang mit dem Gerät Sicherheit und stehen für perfekte Kochergebnisse mit Gelingargarantie. Durch die Auswahl von mehreren hundert Rezepten, die der kochenden Küchenmaschine zur Verfügung stehen, können Anwender täglich ein neues leckeres Menü ganz einfach zubereiten.

* Testsieger zusammen mit zwei anderen Küchenmaschinen (Stiftung Warentest, Ausgabe 12/2015)

Küchenmaschine Prep&Cook verfügt über das umfangreichste Zubehör

Das Angebot an Multifunktionskochern wächst kontinuierlich. Lesen Sie hier die besten Verkaufsargumente für die Prep&Cook Modelle der Marke Krups

1. Mit der **Krups Prep&Cook** geht die Zubereitung gesunder Speisen – von der Vorspeise bis zum Dessert – ganz leicht von der Hand. Sie kann die benötigten Zutaten sowohl vorbereiten, also **schneiden, hacken, rühren oder mixen und anschließend auch gleich kochen**. Das ist nicht nur unkompliziert, sondern auch extrem zeit- und platzsparend: einfach passenden Aufsatz auswählen, Zutaten einfüllen und das entsprechende Kochprogramm einstellen, fertig. Eine **automatische Warmhaltefunktion** sorgt auch später noch für warmes Essen.

2. Als Variante mit **Bluetooth-Funktion** macht die neue **i Prep&Cook Gourmet** die Zubereitung der Speisen noch komfortabler, denn sie wird einfach über das Smartphone oder Tablet gesteuert.

3. Mit **vier verschiedenen Messern** bzw. Aufsätzen sowie einem **Dampfgareinsatz** ist die Maschine für jeden Arbeitsschritt bestens ausgerüstet. **Rühren, kneten, aufschlagen, vermischen, zerkleinern und mahlen sowie kochen, schmoren, dampfgaren und dünsten** gelingt im Handumdrehen. Mit ihrem aufeinander abgestimmten Zubehör wie dem Knet- und Mahlmesser sowie dem Schlag- und Rühr-aufsatz bieten die Prep&Cook Modelle viele Möglichkeiten für die Zubereitung von Saucen und Suppen, Hauptspeisen wie Currys und Erbsen-Schinken-Risotto oder Desserts wie der klassischen Crème Brûlée.

4. **Zwölf automatische Programme**/zehn beim Gourmet-Modell führen selbst Kochanfänger zu einem leckeren Ergebnis, während Individualisten über die manuellen Funktionen jedes Rezept den eigenen Vorlieben anpassen können.

5. Die Maschine ist mit **zwölf Geschwindigkeitsstufen plus eine Impulsstufe ausgestattet** und erreicht beim Kochvorgang Temperaturen zwischen **30 und 130 Grad Celsius**. Mit **1550 Watt** und einer Motordrehzahl von bis zu **15.000 Umdrehungen** in der Minute besitzt die Prep&Cook auch für leistungsintensive Zubereitungsarten wie schwere Brotteige ausreichende Reserven.

6. Den Geräten liegt ein **umfangreiches Rezeptbuch** mit vielen Ideen bei, das wertvolle Unterstützung und Anregungen für eine abwechslungsreiche Küche gibt. Die **kostenlose Prep&Cook-App** für Android und iOS bietet die Auswahl von über 500 Rezepten und **jeden Monat kommen neue dazu**. Aus dieser Sammlung lässt sich das gewünschte Rezept mitsamt Anleitung ganz einfach via Bluetooth auf die i Prep&Cook Gourmet übertragen.

7. Durch die klare **Step-by-Step-Anleitung** beim **i Prep&Cook-Modell** wird der Nutzer **via Bluetooth** über den aktuellen Status des Kochvorgangs informiert. Die Zeit, die sonst fürs Kochen anfällt, lässt sich so entspannt für andere Dinge nutzen: ob zum Spielen mit den Kids oder zum Entspannen auf dem Sofa. Mit der praktischen App bleibt mehr Zeit für Familie und Freunde. Übrigens kann sich der Nutzer per



i Prep&Cook Gourmet
 Das neue Modell lässt sich via Bluetooth über ein Smart Device steuern

App eine Einkaufsliste für die Rezepte schicken lassen, in der die Zutaten ganz einfach angepasst oder ausgetauscht werden können.

8. Besonders **einzigartig ist der Mikro-Prozessor** im Gerät, der automatisch analysiert, wie stabil die Küchenmaschine auf dem Untergrund steht und reduziert bei Instabilität die Geschwindigkeit.

9. Familientauglich ist auch der **Edelstahlbehälter**, der **bis zu 4,5 Liter Gesamtvolumen** fasst und damit ideal für Rezepte für vier bis sechs Personen geeignet ist. Dank der transparenten Abdeckung hat der Nutzer den Fortschritt seiner Zubereitung jederzeit im Blick.

10. Der große **Dampfgaraufsatz Perfect Steam**, der zusätzlich auf den Garbehälter der Prep&Cook aufgesetzt werden kann, hat ein Fassungsvermögen von **3,7 Litern**. Er gart Speisen gesund und

nährstoffschonend in Dampf und wird einfach auf den Garbehälter aufgesetzt. Dank des bereits im Lieferumfang enthaltenen Dampfgareinsatz ist somit **Kochen auf bis zu vier Ebenen möglich**.

11. Der unentbehrliche **Multizerkleinerer Shred&Slice** kann Zutaten nicht nur raspeln oder schneiden, sie lassen sich danach auch direkt im Garbehälter weiterverarbeiten. Die drei Edelstahl-Wechselscheiben des Zerkleinerers bieten fünf Funktionen: dickes und dünnes Schneiden, grobes und feines Raspeln sowie eine spezielle Scheibe für Reibekuchen und Parmesan. Über einen Doppel-Einfüllschacht können die Zutaten leicht hinzugefügt werden.

12. Krups hat jederzeit die Verbraucherswünsche im Blick und reagiert auf Nachfragen mit tollen Produktinnovationen. So gibt es **jetzt** noch mehr Möglichkeiten für die Zubereitung: **Die praktische Mini-Schüssel aus hochwertigem Edelstahl ist mit beiden Geräten kompatibel und kann ganz einfach in die große Schüssel eingesetzt werden**. Sie ist perfekt geeignet für die Zubereitung von **kleinen Mengen** wie Toppings, Saucen und **Baby-Gerichte**. Durch den angepassten Messeraufsatz können beispielsweise eine einzige Zwiebel oder eine Handvoll Kräuter für Saucen gehackt werden.

13. Das **große, intuitiv zu bedienende Display** der Krups Prep&Cook ist in einem perfekten Lesewinkel an der Front der Maschine angebracht und verfügt über eine vollständige Menüführung in deutscher Sprache.

14. **Leichte Reinigung**, da alle Zubehörteile sowie der Deckel und der große Garbehälter für die Geschirrspülmaschine geeignet sind.

Aktion Freundschaftswerbung

➔ **Gute Freundschaft wird belohnt!** Wenn der Konsument die Prep&Cook bis zum 30. Juni an einen Freund oder eine Freundin weiterempfiehlt, erhalten sie jeweils ein attraktives Geschenk. Mehr Infos unter www.prep-and-cook.krups.de



Bild: WMF

WMF Profi Plus Küchenmaschinen-Allrounder

Perfekt für Teige und die weitere Verarbeitung

➔ **Mit dem** Modell Profi Plus bietet WMF alles, was sich ein Konsument von einer guten Küchenmaschine wünscht. Das Gerät ist technisch auf höchstem Niveau. Der Teig-Profi ist mit vielen Assistenzsystemen ausgestattet und bietet viel Zubehör. Zudem macht sie sich in der Küche dekorativ, so wie man es von der Marke WMF gewohnt ist.

Die Profi Plus verfügt über ein 1,4 PS-starkes planetarisches Rührsystem und 1.000 Watt Leistung, die eine gründliche und optimale Vermengung aller Zutaten in der Rührschüssel bei kleinen und großen Mengen gewährleisten. Der Speed Assistant rührt oder knetet in acht Geschwindigkeiten mit elektronischer Drehzahlregelung alle denkbaren Arten von Teig. Wenn erforderlich mischt die Unterhebefunktion, die mit einem Intervall arbeitet, auch Zutaten wie Eischnee, Nüsse oder Früchte besonders schonend und gleichmäßig unter den Teig.

Durch den Softanlauf beginnt das Rühren immer sehr vorsichtig und ohne zu spritzen. Beim Anheben des Rührarms schaltet der Safety Assistant automatisch die Maschine ab und zusätzlich ist die Profi Plus durch optimale Gewichtsverteilung besonders standsicher auf der Arbeitsplatte. Der Kabel Assistant beinhaltet eine integrierte Kabelaufwicklung, und lässt das Kabel praktisch im Gerät verschwinden.

Die glänzende Cromargan Rührschüssel fasst fünf Liter als maximales Volumen und zeichnet sich zudem durch sicheres Aufsetzen sowie ein durchdachtes Verriegelungssystem aus. Die Bedienung ist für Links- und Rechtshänder gleichermaßen geeignet. Für kleinere Anwendungen kann eine weitere Rührschüssel mit 3,6 Liter erworben werden, die zur Aufbewahrung in die große Schüssel passt. Die WMF Küchenmaschine gibt es in drei trendigen Farbvarianten.

Von Profis für Anspruchsvolle

Die »OptiMUM« von Bosch setzt echte Statements in jeder Küche

60 Jahre Erfahrung im Segment der Küchenmaschinen zeichnen sich beim deutschen Marktführer aus. Das Flaggschiff unter den Küchenhelfern punktet bei Hobbyköchen als auch Gourmets in Sachen Nutzerfreundlichkeit, Funktionalität und Design

Durch eine integrierte Digitalwaage und absolute Leistungsstärke dank des 1.500-Watt-Motors bleiben mit der Küchenmaschine Optimum keine Wünsche an den perfekten kulinarischen Helfer unerfüllt: Alle Zutaten können direkt in der Rührschüssel oder auch im Zubehör, wie beispielsweise dem Mixer, gewogen und anschließend umgehend weiterverarbeitet werden. Das spart Zeit und Utensilien auf der Arbeitsfläche.

Dank intelligenter Sensorik übernimmt die Optimum zudem mehr Aufgaben als jede Küchenmaschine von Bosch zuvor. Mithilfe des Automatikprogramms Sensor Control Plus gelingen Schlagsahne, Eischnee und auch Hefeteige ganz einfach, denn die Optimum stoppt eigenständig, sobald die perfekte Konsistenz erreicht ist.

Das innovative 3D Planetary Mixing-Rührgetriebe garantiert zudem, dass alle Zutaten komplett, schnell und gründlich verarbeitet werden. Selbstverständlich bei gleichbleibender Geschwindigkeit – egal wie schwer der Teig wird. Die Zeiten, in denen sich Mehlnester am Schüsselboden bildeten, gehören damit ein für alle Mal der Vergangenheit an.

Ein zusätzliches Plus ist die integrierte



Bild: Bosch

Bosch Optimum Küchenmaschine für den Alltag

Timerfunktion, mit der der Traum vom minutengenauen Zubereiten ohne prüfende Blicke auf die Uhr real wird. Umfangreiches Zubehör komplettiert die Bosch-Küchenmaschine. Praktische Lifestyle-Sets wie Pasta Passion und Veggie Lover verwöhnen die Gaumen von Nudelfreunden oder Gemüseliebhabern.



Bild: Kitchen Aid

Artisan Cook Processor Multifunktionsgerät

Kitchen Aid
Chaos in der Küche ist passé

➔ **Der formschöne** Artisan Cook Processor der Kultmarke Kitchen Aid ermöglicht die Zubereitung leckerer Mahlzeiten ganz ohne Stress und Küchenchaos. Egal ob kochen, braten, pürieren, dampf-

garen, schmoren oder einen Teig kneten – diese Küchenmaschine wird spielend leicht den hohen Anforderungen gerecht. Zubereitet werden die köstlich duftenden Speisen auf einer stabilen Kochplatte aus Aluminium, auf der sich bis zu 140 Grad Celsius hohe Temperaturen exakt einstellen lassen. Selbst komplexe Gerichte gelingen im 4,5 Liter fassenden Topf aus robustem Edelstahl im Nu. Dies betonte auch die Stiftung Warentest in ihrem Test im Jahr 2015: »Wer eine Großfamilie versorgen möchte, besorgt sich den Kitchen Aid Artisan Cook Processor«.

Ergonomische Griffe und der mittels eines Scharniers zu öffnende Deckel mit einer praktischen Einfüllöffnung sind optimal auf die Bedürfnisse des Kochs zugeschnitten. Exklusives Zubehör, wie ein Vielzweckmesser und vieles mehr, runden die Artisan Cook Processor Küchenmaschine harmonisch ab. Mitgeliefert werden auch ein praktisches Kochbuch und der Zugang zu einer innovativen App, in der zahlreiche neue Ideen stehen, mit denen die Liebsten überrascht werden können.



Profi in der Küche
Der Knethaken der neuen Kenwood Cooking Chef Gourmet zaubert einen luftig, lockeren Hefeteig

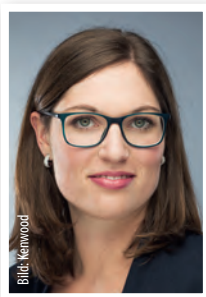
Grenzenloses Koch- und Backvergnügen

Cooking Chef Gourmet punktet mit großem Zubehöriumfang

Multifunktionale Küchenmaschinen sind die Universalgehilfen beim Kochen und Backen. Die neue Cooking Chef Gourmet von **Kenwood** bietet eine enorme Bandbreite an Zubehörteilen

Das formschöne 1.500 Watt starke Kraftpaket Cooking Chef Gourmet punktet zusätzlich mit einer praktischen Kochfunktion via Induktion. Für eine kreative und abwechslungsreiche Küche arbeitet das Flaggschiff nicht mit einem unten in der Schüssel integrierten Messer – wie beispielsweise bei einem Foodprozessor – sondern mit einem Rührarm von oben, in den kinderleicht etwa Ballon-schneebesens, Knethaken oder ein Flexi-Röhrelement eingesetzt werden können.

»Das Spüren mit allen Sinnen, das bewusste Verarbeiten von Lebensmitteln und das Ausleben der eigenen Kreativität bei der Umsetzung von Rezepten stehen bei unserem Verständnis von Kochen und Backen ganz klar im Fokus«, erläutert **Claudia Zurmühlen**, Product Marketing Manager Kenwood. »Deshalb sind unsere Küchenmaschinen mit drei verschiedenen Anschlüssen ausgestattet, an die das umfangreiche Zubehör für die Küchenmaschinen angeschlossen wird. So läuft die Getreidemühle zur Herstellung von



Claudia Zurmühlen
Produkt Marketing
Manager Kenwood

Mehl für Brot & Co. über einen anderen Anschluss als der Thermo Resist Glas-Mixaufsatz, der deutlich mehr Leistung zum Pürieren von Suppen oder Mixen von Shakes benötigt«, ergänzt Zurmühlen.

Das Gerät im hochwertigen Metallgehäuse überzeugt mit zahlreichen Innovationen: So lässt sich die Temperatur beim Induktionskochen zwischen 20 und 180 Grad Celsius in exakter Abstufung von einem Grad feinjustieren. Ideal, um etwa Schokolade mit exakt der richtigen Hitze zu schmelzen, Hefeteig aufgehen zu lassen

Optionales Zubehör für Cooking Chef Gourmet

- Beerenpresse
- Eisbereiter-Aufsatz
- Fleischwolf
- Getreidemühle
- Kräuter- und Gewürzmühle
- Lasagnevalze und verschiedene Pasta-Schneideinsätze für Spaghetti, Fettuccine, Tagliolini und Trenette
- Multi-Zerkleinerer
- Pasta Fresca Nudelpresse
- Profi-Entsafter
- Schnitzelwerk
- Spiralschneide-Zubehör
- Thermo Resist Glas-Mixaufsatz
- Trommelraffel
- Würfelschneider
- Zitruspresse

oder Fleisch und Gemüse scharf anzubraten. Individuell und punktgenau zwischen fünf Sekunden und fünf Minuten können auch die Rührintervalle eingestellt werden – damit vom Schmorgericht bis zum Dessert alle Kochexperimente zuverlässig gelingen. Mit einem Fassungsvermögen der Edelstahlschüssel von 6,7 Litern und einer Kochkapazität von bis zu drei Litern lassen sich bis zu zehn Personen bequem bekochen – ideal für Großfamilien oder das nächste Abendessen mit Freunden. Mehr als 25 Zubehörteile bereichern das Arbeiten mit dem Kenwood-Gerät.

Ob bei der Verarbeitung von schweren Brotteigen, der Zubereitung frischer Pasta oder dem Wolfen der eigenen Bratwurst, das Kenwood Multitalent ist einfach und intuitiv über ein LC-Display – über das Temperatur, Zeit, Rührintervallstufen und Menüoptionen eingestellt werden – zu bedienen. Über einen beleuchteten Drehregler werden die stufenlose Einstellung der acht Geschwindigkeitsstufen sowie die Pulse-Funktion gesteuert. Den Zubereitungsprozess beim Kochen oder Backen hat man dank transparentem Spritzschutz auf der Rührschüssel bei Bedarf immer im Blick. 24 voreingestellte Programme erleichtern den Einstieg in die kreative Küche und unterstützen auch ambitionierte Hobbyköche bei der Zubereitung aufwendigerer Gerichte. Eine externe, handliche Waage – im Lieferumfang der Cooking Chef Gourmet KCC9060 bereits enthalten – garantiert grammgenaues Abwiegen der Zutaten und rundet das Zubehör ab.

»Wenn es darum geht, Essen nicht nur schnell, sondern mit Spaß, Leidenschaft und Kreativität zuzubereiten, sind unsere Küchenmaschinen die erste Wahl«, erklärt Claudia Zurmühlen. »Voraussetzung dafür ist eine leistungsstarke Maschine, die vielseitig einsetzbar ist und sich durch hohe Materialqualität und beste Verarbeitung auszeichnet. Wir möchten, dass unsere Kunden zuverlässig und lange mit unseren Geräten arbeiten können und bei der Zubereitung viel Freude haben.«



Unbeschwert das Leben genießen
Luftreiniger von Philips sorgen für gute Luft

Philips Luftreiniger 2000er Serie AC2889/10

- Aera Sense-Sensor
- Vita Shield-Technologie
- Reduziert Allergene, Gase und Gerüche
- Mehrstufiges Filtersystem entfernt 99,97 Prozent der luftübertragenen Allergene wie Pollen, Hausstaubmilben, Schimmel und Tierhaare sowie Bakterien, Viren und ultrafeine Partikel bis zu einer Größe von 0,02 µm
- Reinigungsleistung: 333 m³/h CADR (Clean Air Delivery Rate)
- Zertifiziert durch ECARF
- Steuerbar mit der App »Air Matters«
- 479,99 Euro UVP
- Farbe: Weiß/Schwarz
- Seit März im Handel erhältlich

Gesündere Luft in Wohnräumen

Smartes Luftmanagement mit Philips »Air Matters«

Ein Großteil der Menschen weiß nicht, dass die Luft in geschlossenen Räumen zwei bis fünf Mal verschmutzter sein kann, als im Freien. Hier halten wir uns aber zu 90 Prozent des Tages auf, und atmen bis zu 20.000 Mal pro Tag. Die Luftreiniger von Philips bieten dafür die optimale Lösung

Nach Hause kommen, durchatmen und wohlfühlen. So wünscht man sich idealerweise das Leben in den eigenen vier Wänden. Dabei wird die Bedeutung einer guten Luftqualität in Wohnräumen häufig unterschätzt. Denn was viele nicht wissen: bestimmte Pollenarten können auch in Innenräumen auftreten und zu langfristigen Beeinträchtigungen führen. Eine Studie der Berliner Charité, die im Februar im Allergo Journal International publiziert wurde, hat ergeben, dass der Einsatz von Luftreinigern die Pollenanzahl sowie klinische Symptome durch Gräserpollen in Innenräumen nachweislich reduzieren kann.

Der Gesundheitskonzern Philips hat eine Reihe von unterschiedlichen Produkten im Portfolio, die alle dazu beitragen, das Raumklima zu verbessern und vor allem das Leben mit Allergien, Heuschnupfen und Asthma erheblich zu erleichtern. Im März hat Philips beispielsweise einen neuen Luftreiniger im Markt eingeführt, der die Raumluft selbstständig überwacht und säubert. Denn saubere Luft ist nicht nur für die Gesundheit und das Wohlbefinden von Allergikern förderlich. Neben der manuellen Bedienung lässt er sich bequem über eine App via Smartphone steuern und ab Juni können die vernetzten Geräte auch mit Alexa kommunizieren.

»Mit dem neuen Luftreiniger haben wir ein wirklich smartes Produkt entwickelt. Durch die Verbindung mit der App »Air Matters« können Nutzer das Gerät von überall aus steuern sowie Informationen zur Luftbeschaffenheit drinnen und draußen abrufen«, informiert **André Rahe**, Marketing Manager Garment Care & Air DACH bei Philips.

Studien zeigen, dass die Belastung durch erhöhte Luftverschmutzung, wie zum Beispiel Feinstaub, die Symptome einer Pollenallergie verschlimmern kann

»Die App verfügt dabei über eine Pollenvorhersage und liefert Informationen sowie Tipps zum Allergiemanagement. So wissen unsere Konsumenten stets über die Qualität der Luft, die sie täglich umgibt, Bescheid und können zudem noch mehr über ihre Allergie und deren Symptomverringerung erfahren«, so Rahe weiter.

Der intelligente Aera Sense-Sensor des neuen Luftreinigers misst die Innen-

raumluft und steuert die Luftreinigung automatisch. Sobald er eine Veränderung der Partikel feststellt, passt er die Lüftergeschwindigkeit an. Die Philips Vita Shield-Technologie entfernt mithilfe eines mehrstufig aktiven Filtersystems 99,97 Prozent der luftübertragenen Allergene wie Pollen, Hausstaubmilben, Schimmel und Tierhaare. Zusätzlich werden auch Bakterien, Viren und ultrafeine Partikel bis zu einer Größe von 0,02µm herausgefiltert. Dabei ermöglicht der Luftreiniger eine effektive Reinigung von mittleren bis großen Räumen bis zu 79 Quadratmeter.

Zusätzlich schützt ein Aktivkohlefilter vor gefährlichen Gasen und entfernt unangenehme Gerüche. Ein numerisches Display oben am Gerät informiert über die Luftqualität im Raum. Zusätzlich wird dies über den Farbring an der Front in blau bis rot angezeigt. Einstellungen können entweder am Gerät selbst oder mithilfe der App vorgenommen werden. So kann beispielsweise vom Bett aus die Lüftergeschwindigkeit für die Nacht verringert oder von unterwegs die Lebensdauer der Filter gecheckt werden. Der neue Philips Luftreiniger ist durch die Europäische Stiftung für Allergieforschung – ECARF – zertifiziert. Der speziell entwickelte Allergiemodus wirkt sehr effektiv bei der Entfernung luftübertragener Allergene.



Oracle Touch Automatischer Siebträger



Gerd Holl
Geschäftsführer
Sage Appliances
GmbH

»Wichtig ist uns, das Thema Kaffee Genuss durch die Zubereitung mit Siebträgermaschinen zum Endkunden zu transportieren«

Neu auf dem deutschen Markt

Die »Food Thinkers« aus Australien

Mit der Marke **Sage** ist ab April 2018 ein preisgekrönter Hersteller von Siebträgermaschinen und Küchengeräten im deutschen Handel vertreten. Über die Details zur Markteinführung informiert **Gerd Holl**, Geschäftsführer Sage Appliances GmbH

electro: Herr Holl, Sie haben im Frühjahr auf einigen Kooperationsveranstaltungen das Produktportfolio der in Deutschland neuen Marke Sage vorgestellt. Wie war die Resonanz aus dem Handel?

Gerd Holl: Bisher sehr positiv. Die neuen innovativen Espresso-Maschinen mit Touch Display erhielten sehr große Resonanz beim Fachpublikum und auch das breite Sortiment aus dem Bereich der Küchenkleingeräte fand entsprechenden Anklang. Wir werden wie geplant ab April in Deutschland ausliefern.

electro: Warum sollte der Händler die Marke Sage führen und wie überzeugen Sie ihn, das Sortiment zusätzlich aufnehmen?

Holl: Wir legen sehr großen Wert auf innovative Funktionen, basierend auf Design und bester Qualität. Der Händler kann damit nicht nur die Erwartungen seiner Endkunden erfüllen, sondern in einigen Aspekten auch überraschen. Darüber hinaus nennen wir uns bei Sage auch »Food Thinkers«. Wir lieben nicht nur gutes Essen, wir arbeiten ständig daran, es noch schmackhafter zu machen, um das Kochen und Backen sowohl einfacher also auch cleverer zu gestalten. Nehmen Sie zum Beispiel unseren Toaster »the smart toast«. Wir haben die Funktion »a bit more« eingebaut, die es per Knopfdruck erlaubt, den Toast für zehn weitere Sekunden zu

toasten, wenn es ein wenig knuspriger sein soll, anstatt den gesamten Toastvorgang zu wiederholen.

electro: Wie werden Sie die Markteinführung Ihrer Produkte im Handel begleiten?

Holl: Ab April beginnen wir mit der Umsetzung im Bereich Handelsmarketing. Frau **Theresa Brenker** wird dies aufbauen und maßgeschneiderte Lösungen am Point of Sale und digital anbieten. Die ersten POS Möbel werden bereits im April aufgebaut. Wichtig ist uns, das Thema »Kaffee Genuss« durch die Zubereitung mit Siebträgermaschinen zum Endkunden zu transportieren. Wir möchten hier in zahlreiche Verkostungen investieren und sind davon überzeugt, dass mehr und mehr Endkunden dieses Mehrerlebnis zu schätzen wissen und die Siebträger kaufen werden.

electro: Was unterscheidet Ihre Espresso-Maschinen Oracle Touch und Barista Touch von bisher am Markt befindlichen Siebträger-Geräten?

Holl: The Oracle ist die erste automatische Kaffeemaschine der Welt, die wahre Kaffequalität – so wie man es aus dem Café kennt – in den eigenen vier Wänden liefert. Alles erfolgt bei diesen Geräten automatisch: Mahlen, Dosieren und Tappen sowie die Milchtextuierung. Und die Bedienung ist dank des Touchscreens kinderleicht. Die Barista Touch mahlt und dosiert ebenfalls automatisch in einem kompakteren Format. Unsere Maschinen sind so präzise eingestellt, dass sie jedes Mal die perfekte Tasse Kaffee brühen.

electro: Wie ist der Vertrieb von Sage in Deutschland strukturiert und mit wie vielen Mitarbeitern betreuen Sie den deutschen Handel?

Holl: Wir haben intern drei Key Account Manager eingestellt, die aufgeteilt nach Vertriebskanal arbeiten sowie die Partnerschaft mit der Vertriebsagentur »First Wise Media« mit 22 regionalen Vertriebsmitarbeitern plus 47 Merchandiser.

electro: Wer ist im Bedarfsfall zuständig für Kundenservice und Reparatur?

Holl: Wir haben unser eigenes Customer Service Team, das Kunden berät und bei Servicefällen weiterhilft. Zusätzlich haben wir einen Field Service Manager eingestellt, der deutschlandweit arbeitet.



Eismaschine Kurt IM 12

HIER KOMMT KURT!

SELBSTGEMACHTES EIS und FROZEN YOGURT

Mit der vielseitigen ROMMELSBACHER 4-in-1 Eismaschine Kurt lassen sich gefrorene Köstlichkeiten auch zu Hause ganz einfach zubereiten. Ob cremiges Eis aus natürlichen Zutaten oder Frozen Yogurt mit leckeren Toppings, erfrischendes Sorbet aus Früchten oder trendige Slushies – der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Die Eiszubereitung aus Wunschtzutaten ermöglicht Eigenkreationen aller Art, egal ob zuckerfrei, fettarm, vegan oder laktosefrei.



4-in-1

CASO®

DESIGN

Wenn der Kleine schon überzeugt...



Vakuiersystem VC 10



...was können dann erst die Großen?



VC 100



VC 200



VC 300

INNOVATIVE KÜCHENTECHNIK



CASO Design
Braukmann GmbH
59757 Arnsberg

www.caso-design.de

Erfolgsstory

Die Marke Jura verkauft so viele Kaffee-Vollautomaten wie noch nie

366.000 Kaffee-Vollautomaten verkaufte das Unternehmen **Jura** im vergangenen Jahr. Das sind 45.000 Stück mehr als 2016 und entspricht einem Stückzahlenplus von satten 14 Prozent

Ein gleich starkes Wachstum verzeichnet Jura auch beim Umsatz. Dieser stieg 2017 auf 480 Mio. Schweizer Franken. »Wachstumstreiber waren der Absatz-Erfolg zweier Produkte aus dem aktuellen Vollautomaten-Sortiment, weltweit prosperierende Jura-Märkte sowie die hervorragenden Rahmenbedingungen durch die positive Weltkonjunktur und die stabile Währungssituation«, resümiert CEO **Emanuel Probst** anlässlich einer Medienkonferenz am Stammsitz von Jura in der Schweiz.

Und auch für das laufende Jahr stehen alle Zeichen auf Erfolg. Jura strebt 2018 ein weiteres Wachstum an. Die E8/E800 als erfolgreichste Produktlanierung in der Geschichte von Jura und der Testsieg der J6 bei Stiftung Warentest in Deutschland schlugen sich in stark gestiegenen Absatzzahlen nieder. Auch die Markteinführung von Produktinnovationen wie der S8 im Haushaltsegment, sowie der robusten, zuverlässigen X-Linie im Office- und Professionalbereich trugen entscheidend zu diesem positiven Resultat bei. Ebenfalls ein Erfolgsfaktor für das Schweizer Unternehmen sind die Investitionen in eine verstärkte Präsenz am Point of Sale. Ein neues, funktionales POS-Konzept professionalisiert die Kompetenz am Verkaufspunkt weiter. Jura Live, die Live-Videoverkaufsberatung, mit direkter Verbindung zum Fachpersonal am Jura Hauptsitz bildet einen wichtigen Bestandteil davon.

Die Lancierung der S8, der ersten Vertreterin eines neu geschaffenen Premium-Mid-Segments, unterstützte Jura ab Herbst mit einer neuen Kommunikationskampagne. Darin spielt die innovative S8 die Hauptrolle an der Seite von Roger Federer. Die überraschende Geschichte thematisiert das perfekte Kaffeeresultat auf Knopfdruck und bringt auf den Punkt, wie ultimative Kaffeespezialitäten bei Jura zubereitet werden: frisch gemahlen, nicht gekapselt. Seit 2006 dauert die Zusammenarbeit mit Markenbotschafter Roger Federer bereits. Sie basiert auf gemeinsamen Werten wie der Schweizer Herkunft, harter Arbeit, Präzision, Qualität, Eleganz und dem Streben nach Perfektion.

Anlässlich der Eröffnung des neuen Hauptsitzes von Jura Australien in Melbourne offenbart King Roger mit einem Augenzwinkern: »Jura-Kaffee ist das Geheimnis hinter meinem Erfolg.« Der kurz darauf folgende, großartige 20. Grand-Slam-Sieg und die Rückeroberung der Nummer 1 der Weltrangliste sprechen natürlich Bände.

Produktseitig steht bei Jura demnächst ein denkwürdiges Jubiläum an: Im Frühling wird der fünfmillionste Vollautomat



Erfolgreiche Zusammenarbeit
Jura CEO Emanuel Probst (im Bild links) und Jura Markenbotschafter Roger Federer

Bild: Jura

vom Band rollen. Und die Produkte-Pipeline bleibt prall gefüllt. Emanuel Probst verrät: »Die Arbeiten für die Lancierung eines neuen Micro-Vollautomaten im Haushaltbereich und der Giga X8, unserer professionellsten Maschine, laufen bereits auf Hochtouren.«

»Frisch gemahlen, nicht gekapselt«

Ein weiterer Schwerpunkt bildet die Professionalisierung der weltweiten Verkaufspunkte. So wird beispielsweise im Verlauf des Jahres in Hamburg ein Jura Store eröffnet. Mit der Gründung einer Jura-Niederlassung in Johannesburg erschließt der Kaffeevollautomaten-Spezialist einen weiteren Kontinent und treibt den globalen Markenaufbau voran. Ferner stehen zwei neue Service-Fabriken und drei neue Hospitality Centers auf dem Fahrplan für 2018. Gespannt darf man auch auf die Weiterentwicklung der Kommunikationskampagne mit Roger Federer sein, der seine Kaffeespezialitäten so liebt, wie sie die Vollautomaten von Jura zubereiten: »Frisch gemahlen, nicht gekapselt.«

Multiclean Spot & Stain sowie Cross Wave

Neuheit und Flaggschiff des US Bodenreinigungs-Pioniers Bissell

Der deutsche Distributor DGH präsentiert mit dem neuen Multiclean Spot & Stain des traditionsreichen US-Herstellers Bissell ein Fleckenreinigungsgerät für Teppiche und Polster

Dazu benutzt das Gerät warmes Wasser, zwei spezielle Reinigungsmittel und vier verschiedene Zubehöransätze mit optimaler Saugleistung. Diese wurden so entwickelt, dass mit ihnen auch schwer zugängliche Stellen, wie zum Beispiel im Fahrzeug, leicht erreicht werden können.

Das Gerät ist mit zwei Wassertanks ausgestattet, die sich zum Befüllen und Entleeren bequem entnehmen und wieder einsetzen lassen. Besondere Kennzeichen des Multiclean Spot & Stain sind die kompakte und leichte Bauweise sowie der 2,20 Meter lange Schlauch. In Kombination mit dem fünf Meter langen Stromkabel können so zum Reinigen ohne große Anstrengung Distanzen bis über sieben Meter überbrückt werden, ohne immer wieder eine neue Steckdose suchen zu müssen. Mit diesem innovativen Reinigungsgerät geht die Fleckentfernung auf

Teppichen und Polstern zukünftig ganz schnell, egal ob innerhalb oder außerhalb der Wohnung, zum Beispiel auch im Auto oder Wohnwagen.

Premiummodell Cross Wave

Unangefochtenes Flaggschiff von Bissell ist das Multifunktionsgerät Cross Wave, das ebenfalls über den deutschen Distributor DGH zu beziehen ist. Cross Wave wurde konzipiert, um mit einem einzigen Gerät verschiedenste Bodenbeläge im Haushalt saugen und feucht reinigen zu können. Dadurch spart das Gerät dem Anwender viel Zeit.

Um seine Aufgabe zu erfüllen, entwickelt der Cross Wave auf harten Untergründen, wie etwa Parkett oder Laminat und auch weichen Böden, wie zum Beispiel Teppich, eine starke Saugwirkung. Diese wird bei hartnäckigen Flecken bei



Flexibel einsetzbar
Multiclean Spot & Stain

Bild: Brad Lampe Synergy Photographic

Bedarf durch Nassreinigung mit warmem Wasser und einer speziellen Reinigungslösung unterstützt. Dazu ist der Cross Wave mit einer einzigartigen, mehrflächigen Bürstenwalze ausgestattet. Beim Einsatz auf weichen Oberflächen reinigt das Gerät nicht nur, sondern richtet mit der rotierenden Bürstenrolle auch die Fasern auf. Teppiche erhalten so durch den Einsatz des Cross Wave ihre ursprüngliche Frische zurück. 2017 wurde das Gerät mit dem begehrten reddot design award ausgezeichnet.



SCHNEIDER

Feel the emotion

...wie gemalt!

 www.schneiderconsumer.com

Drei Beurer Produkte wurden mit Red Dot Award prämiert

→ Die Jury aus rund 40 internationalen Designexperten hat entschieden: nach Bewertung tausender Produkte, die aus insgesamt 59 Ländern eingereicht wurden, überzeugte Beurer gleich mit drei Geräten. Für die hervorragende Gestaltung wurden der Haartrockner HC 30, der Inhalator IH 60 sowie das IPL-Gerät Velvet Skin Pro mit dem Red Dot Award, einem weltweit anerkannten Qualitätssiegel für Design und Innovation, ausgezeichnet.



Glatte, geschmeidige Haut, die lange anhält, ist mit dem Profi-IPL-Gerät von Beurer nun ganz einfach zu Hause realisierbar. Das Haarentfernungsgerät arbeitet mit modernster Lichttechnologie, die auch von Hautärzten und Kosmetikstudios zur professionellen Haarentfernung angewendet wird. Dabei wird die Haarwurzel tief unter der Haut deaktiviert, so dass das Nachwachsen der Haare verhindert wird. Dafür bietet die klinisch getestete Technologie auch die höchste Sicherheit in den eigenen vier Wänden. Neben einer klaren, eleganten Form überzeugt das Produkt durch die sichere Anwendung, die zusätzlich durch die »beurer MyIPL« App unterstützt werden kann.

Das IPL Velvet Skin Pro kann bis zu 300.000 Lichtimpulse aussenden. Dank seines Akkus ermöglicht das Gerät maximale Bewegungsfreiheit während der Anwendung. Ein automatischer Energiestufenvorschlag empfiehlt, welche der sechs Stufen verwendet werden soll. Die Lichtfläche beträgt 4,5 Quadratzentimeter, ein Präzisionsaufsatz für Gesicht und Bikinizone wird mitgeliefert. Das Beurer IPL Gerät ist mit einem 2-in-1 Hauttypen- und Hautkontaktsensor ausgestattet, zudem ist ein UV-Filter integriert. Der »Auto-Flash« Modus sorgt für eine schnelle, komfortable Anwendung. Bereits nach drei bis vier Behandlungen kann eine bis zu 50-prozentige Haarreduzierung erreicht werden.

Bonus-Pack mit zweitem Handstück

Das Sieger-Angebot von Oral-B

Ab April 2018 bietet die Marke **Oral-B** erstmals einen neuen Vermarktungsmechanismus für ausgewählte Modelle seiner elektrischen Zahnbürsten an: Beim Kauf einer Genius 9000 erhalten Verbraucher ein Gratis-Handstück im Wert von 50 Euro dazu

Die Genius Zahnbürste ist das intelligente Zahnputzsystem von Oral-B – ausgestattet mit der einzigartigen Positionserkennungs-Technologie. Sie hilft dem Anwender dabei, keinen Bereich des Mundes mehr auszulassen. In Kombination mit der Bildanalysefunktion des Smartphones kann der Nutzer in Echtzeit verfolgen, wo er bereits geputzt hat und welche Bereiche noch weiterer Pflege bedürfen – wie ein Navigationsgerät im Mundraum. Fans dieser personalisierten Zahnpflege können sich jetzt freuen: Die Premium-Zahnbürste, die jüngst von Stiftung Warentest im Testlauf 11/2017 zum Sieger gekürt wurde, gibt es ab April mit Gratis-Handstück im Wert von 50 Euro UVP im Handel.

Oral-B unterstützt die Aktion, die bis Ende Juni läuft, mit TV- und Online-Werbung sowie mit PR- und Internetakti-

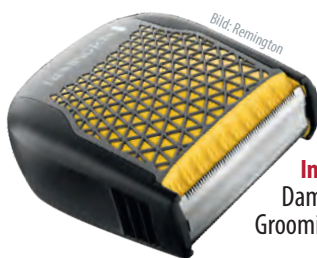


Bild: Oral-B

vitäten. Das hochwertige POS-Material für die Handelspartner enthält Poster, Aufsteller, Flyer und Couponblöcke. Dazu gehören zudem aufmerksamkeitsstarke Sticker, die den Teilnahmemechanismus für den Verbraucher erklären.

Und der gelangt in drei Schritten zum Gratis-Handstück: Im Zeitraum vom 1. April bis 30. Juni 2018 beim Händler eine elektrische Zahnbürste der Genius 9000 Serie von Oral-B

kaufen. Unter www.oralb-blendamed.de das Online-Formular ausfüllen und ausdrucken. Zusammen mit einer Kopie des Kaufbelegs und dem ausgeschnittenen Strichcode der Verpackung das Formular per Post an die angegebene Adresse senden. Nach sechs Wochen erhalten Teilnehmer das Oral-B Handstück gratis nach Hause geliefert. Einsendeschluss für Verbraucher ist der 4. August.



Quick Groom Body Groomer

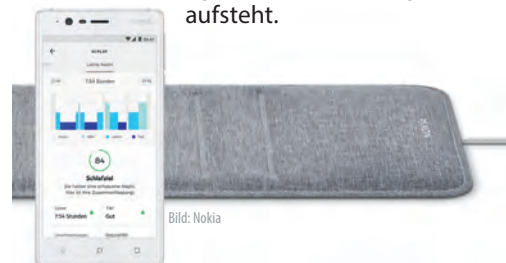
Der Handliche von Remington

→ Der neue Quick Groom Body Groomer BHT6450 von Remington trimmt Körperhaare jetzt noch schneller, angenehmer und effektiver. Mithilfe der 60 Millimeter breiten Klinge gelingt eine großflächige Anwendung und es können mehr Haare in nur einem Zug getrimmt werden. Das Gerät ist sowohl für die Nass- als auch für die Trockenanwendung geeignet. Durch seine handliche Form bietet der Body Groomer eine besonders hohe Benutzerfreundlichkeit. Das lithiumbetriebene Gerät läuft im Akkubetrieb und hat eine Betriebszeit von bis zu 40 Minuten. Zusätzlichen Komfort bietet die Ladekontrollanzeige. Sein sportliches Design wird durch gelbe Akzente abgerundet. Der Body Groomer ist seit März lieferbar.

Für besseren Schlaf

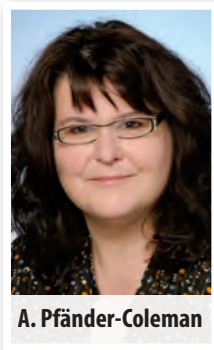
Schlafsensor von Nokia

→ Der neue Nokia Sleep ist eine WLAN-fähige Matte, die unter die Matratze gelegt wird und Einblicke in die Qualität des Schlafes bietet. Die Matte trackt Schlafzyklen, überwacht die Herzfrequenz in der Nacht und erkennt, wenn der Nutzer schnarcht. Ein Schlaf-Index gibt an, wie erholsam die Nacht war und wie sich die Schlafqualität verbessern lässt. Gleichzeitig ermöglicht Sleep die Kontrolle der Schlafumgebung über die IFTTT-Plattform, in dem Regeln – sogenannte Rezepte – für das intelligente Zuhause erstellt werden können. Beispielsweise kann das Licht automatisch gedimmt werden, wenn der Nutzer zu Bett geht oder das Thermostat eigenständig die Raumtemperatur hochregeln, sobald er morgens aufsteht.



Ein Wandel vom Point of Sale zum Point of Emotion findet statt

Achtung Vernetzungsgefahr, Genusscke, Klangreich oder Smartmosphäre – solche Begrifflichkeiten erfand Short Cuts Design für die POS-Gestaltung im Ladengeschäft, denn hier ist der Name Programm. Der Kunde soll nicht einfach nur beraten werden, sondern er taucht in eine Erlebniswelt ein, die ihm Lust auf den Kauf eines Produktes macht. Die Euronics unterstützt zum Beispiel ihre Fachhändler dabei, die Verkaufsräume in einen Point of Emotion zu verwandeln und Technik live erlebbar zu machen.



A. Pfänder-Coleman

aktuellsten Erkenntnisse für einen gesteigerten Absatz gestaltet wurden, lösen höchstens beim ersten Besuch einen Aha-Effekt aus. Wesentlich größer ist die Chance beim Konsumenten jedoch, wenn er im Ladengeschäft tatsächlich etwas spezielles erlebt. Beispielsweise ein einmaliges Klangerlebnis – vielleicht sogar von seiner Lieblingsmusik, während sie sich mit dem neuesten Haarstyler aufhübschen lässt. Solche Ereignisse bleiben dauerhaft in Erinnerung und der Kunde kommt das nächste Mal auch gerne wieder. Dann muss aber etwas anderes passieren.

Über ein Erlebnis spricht man aber nur dann, wenn es sich wirklich um etwas ganz Besonderes handelt. Standardisierte Verkaufsräume, die von Marketing-Profis unter Berücksichtigung sämtlicher

Es gibt aktive Händler, bei denen ständig »etwas los ist«. Da werden Küchengeräte von kochenden Küchenmaschinen über Entsafter bis zu Dampfgarer oder Eismaschinen präsentiert, Stylisten führen aktuelle Beauty-Tools vor und der Kunde darf den Saugroboter mit der App navigieren. Das nenne ich Point of Emotion.

Have a smart day!
Ihre

Annette Pfänder-Coleman
Chefredakteurin **electro**

ZUVERLÄSSIG & FLEISSIG

NICR 1030 – perfekt fürs Büro

NIVONA

www.nivona.com

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 Rossmeisl

REDAKTION

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

VERLAGSBÜRO FÜRTH

Lutz Rossmeisl, Fliederweg 10
D-90766 Fürth, Telefon 0911/9709030
Fax 9709031, Mobil 0160/4403754
E-Mail Rossmeisl@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 28.501,
tatsächlich verbreitet 28.280,
verkauft 7.649 Exemplare
(IVW-Auflagenmeldung 1. Quartal 2018)

LG Home Appliances

Jubiläumsfrühling mit coolen Cashback-Aktionen

➔ **60 Jahre Innovation** – das muss gefeiert werden! LG Electronics teilt diese Freude auch mit seinen Kunden und startet mit besonderen Preisaktionen für sei-

ausgewählter Haushaltskleingeräte oder bis zu 200 Euro beim Kauf von Kühl-Gefrierkombinationen in edler Saffiano Optik sparen.

Noch bis zum 30. Mai 2018 lohnt sich der Kauf von LG Mikrowellen der Neo Chef-Serie oder einem der Hom Bot Square Saugroboter. LG Kunden erhalten innerhalb von 60 Werktagen einen attraktiven Cashback-Vorteil in Höhe von 60 Euro pro Gerät bei Registrierung ihrer bis zum 17. Juni im Aktionszeitraum bei einem der teilnehmenden Händler erworbenen Produkte. Alle Details zu den einzelnen Aktionsmodellen und Teilnahmebedingungen stehen im Internet auf der Aktionsseite »60 Tage lang Cashback« zur Verfügung.

LG versorgt im Jubiläumsfrühling auch den Fachhandel mit einem attraktiven Cashback-Vorteil: Noch bis zum 30. August erhalten Fachhändler beim Erwerb des Saffiano Aktionsmodells GBB 59 SAMZS – mit Registrierung bis zum 16. September 2018 – eine Cackback-Prämie von 150 Euro pro Gerät.

Bosch

Stefan Hanika wird zum 1. Mai 2018 neuer Vertriebsleiter

➔ **Die Robert Bosch Hausgeräte GmbH** sieht einem Personalwechsel im Vertrieb entgegen: **Uwe Mrkwitschka**, 62, der bisherige Vertriebsleiter für den Elektrofach- und Großhandel, geht im Juli in den Ruhestand. Sein Nachfolger **Stefan Hanika** übernimmt zum 1. Mai die Verantwortung für diesen Vertriebskanal. Der 54-jährige Diplom-Kaufmann kam nach einigen Stationen in Hightech-Unternehmen wie Sony und Siemens Mobile 2007 zur BSH Hausgeräte GmbH, wo er zuletzt als Leiter Internationales Key Account Management Consumer Products erfolgreich den Vertrieb in Westeuropa und Nordamerika verantwortete.



Stefan Hanika

Cashback Aktion

150€ Jubiläumsprämie sichern!

60 Jahre Innovation

Wir feiern Jubiläum!
Feiern Sie mit und erhalten Sie 150€ Jubiläumsprämie*

60 Jahre LG Innovationen – Sichern Sie sich 150€ Jubiläumsprämie beim Kauf der Kühl-Gefrierkombination GBB 59 SAMZS mit edler SAFFIANO Anstrichoberfläche.

ne Hausgeräte in den Jubiläumsfrühling. Ein Blick auf die LG Aktionsseite lohnt sich auf jeden Fall, denn mit den aktuellen Cashback-Sparaktionen können Kunden von April bis Mai 60 Euro beim Kauf

99 % weniger Pollen*



Saubere und
gesunde Luft

Heuschnupfen adé.

99% weniger Pollen und Hausstaubmilben* mit dem Philips Luftreiniger. Philips Luftreiniger filtern Pollen, Staub, Bakterien, Gerüche sowie ultrafeine Partikel bis zu einer Größe von 0,02 µm effektiv aus der Luft. Ideal für Allergiker. ECARF zertifiziert.

Filtert 99,97 % der
luftübertragenden Allergene

Luftreiniger AC2889

- Für Räume bis zu 79m²
- Automatik-Modus
- Besonders leiser Nachtmodus
- Effektive Reinigung mit Premium-Filter
- Per App steuerbar „Air Matters“

*sowie Schimmelsporen und Tierhaare – als ohne das Produkt

PHILIPS