

electro

www.ce-electro.de

Das Business-Magazin der Elektro-Hausgeräte-Branche

Top-Themen

Bei AEG wird Nachhaltigkeit ganzheitlich gedacht | Seite 9

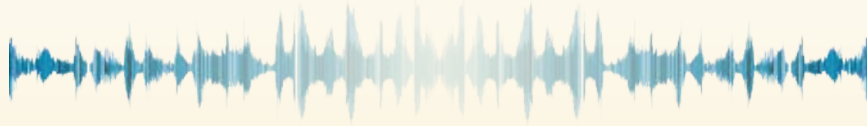
Positive IFA-Bilanz von Hisense und Gorenje | Seite 10

Mill Norway: Elektrische Alternative zur Wärmepumpe | Seite 15



Vom Sternenhimmel inspiriert
JURA Z10 in Aluminium Midnight Blue

Die Stimme der Branche



Sponsoring
auf Anfrage
möglich



- aktuell
- kompakt
- kostenlos

Wer im Alltag nicht dazu kommt, sich über die aktuellen News unserer Branche zu informieren, kann jetzt die wichtigsten Nachrichten wöchentlich hören – im Auto, im Zug oder beim Joggen. Unsere Audio-News finden Sie auf unseren Websites sowie bei Google, Apple, Spotify und Co. Hören Sie einfach mal bei uns rein.



Unsere Podcasts werden gesprochen von den Chefredakteuren
Jan Uebe und Annette Pfänder-Coleman



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

Editorial

IFA und Küchenmeile überzeugten

Als am 5. September 2023 um 18 Uhr die 99. IFA in Berlin ihre Pforten schloss, war klar, dass die Generalprobe für das einhundertste Jubiläum im nächsten Jahr gelungen ist.

Schon am Messesfreitag verbreitete die IFA in den Hausgerätehallen einen positiven Spirit, der sich über den gesamten Messeverlauf durchzog. Gerade am Wochenende punktete die internationale Leitmesse für Consumer Electronics und Home Appliances mit einem Besucheransturm und vollen Gängen.

Wo lag der Fokus auf der IFA und auf welche Themen sollten sich die Handelspartner im deutschen Elektrohandel die nächsten Monate einstellen? Die IFA 2023 stand voll und ganz im Zeichen von Nachhaltigkeit und Vernetzung. Dabei ist das Einsparpotenzial nicht zu unterschätzen und jeder Einzelne kann ohne Komfortverzicht seinen nachhaltigen Beitrag dazu leisten. Öfter mal die Wäsche mit 20 Grad waschen, ab und zu das Eco-Programm wählen oder auf die praktischen Dosiersystem umsteigen. Darauf machten die Hausgeräte-Hersteller aufmerksam.

Um das Bewusstsein der Konsumenten darauf zu lenken, wie viel Wasser und Strom ein Haushaltsgerät benötigt, wird in den jeweiligen Apps der vernetzten Geräte neuerdings der Strom- und Wasserverbrauch angezeigt, was gerade in Zeiten von teuren Energiekosten ein wesentliches Verkaufsargument für Händler am POS ist. Denn die meisten Menschen wissen gar nicht, wie viel Wasser und Strom ihre Hausgeräte genau verbrauchen. Zeit also, sie darüber zu informieren.

Noch mehr Energie sparen können Kunden mit den neuen Gefriergeräten der Serie BluRoX von Liebherr. Dank eines besonderen Dämm-Materials, das oben drein auch noch kreislauffähig ist, erreicht Liebherr mit seinen Gefriergeräten erstmals die Energieeffizienzklasse B, was bis dato auf dem Markt einmalig ist.

Was gab es sonst noch Neues auf der IFA? Reinigungsroboter üben auf Besucher eine besondere Faszination aus, denn wer hätte es nicht gerne, dass die Wohnung ohne großes Zutun immer sauber ist. Die neuen Geräte können aber nicht nur saugen, sondern sie wischen auch den Boden eigenständig. Dabei verfügen die intelligenten Helfer über eine Basisstation, in der sie sich nicht nur aufladen, sondern den eingesammelten Staub in der Absaugstation wieder loswerden. In den neuesten Geräten sind Wassertanks für Frisch- und Grauwasser integriert, so dass sich der Besitzer über mehrere Wochen um nichts mehr kümmern muss. Über die App können entsprechende Reinigungspläne dazu hinterlegt werden.

Besonders beliebt sind derzeit Heißluftfritteusen, die im Handel wie geschnitten Brot laufen. In vielen Haushalten ersetzen sie heute zum Teil schon den herkömmlichen Backofen, weil sie vielseitig einsetzbar sind, wesentlich weniger Energie benötigen und sich durch die fettfreie Art der Zubereitung besonders gut für die gesunde Küche eignen. So können nicht nur Pommes frites oder Chicken Wings ohne zusätzliche Zugabe von Öl zubereitet werden, sondern sie eignen sich auch zum Brötchen aufbacken oder Gemüse garen. Viele der neuen Geräte haben ein größeres Volumen. Damit bekommt man dann auch größere Familien satt.

Aktueller Trend bei Heißluftfritteusen sind Garraumteiler, um zwei verschiedene Speisen gleichzeitig zuzubereiten. Temperaturen und Laufzeiten in den beiden Kammern werden getrennt voneinander eingestellt und können dank intelligenter Steuerung so synchronisiert werden, dass die Speisen trotz unterschiedlicher Garzeiten gleichzeitig fertig sind. Lesen Sie mehr dazu auf den Seiten 20 und 21.

Kaum war die IFA in Berlin erfolgreich zu Ende gegangen, stand schon das nächste Branchenevent vor der Tür. Hersteller von Küchenmöbeln und Elektrogeräten trafen sich ab 16. September traditionell auf der

Küchenmeile, die immer dezentral organisiert ist und sich über mehrere Standorte in Ostwestfalen erstreckt.

Mittelpunkt der Küchenmeile ist die Stadt Löhne mit den Ausstellungen auf der area 30, der Architekturwerkstatt, dem house4kitchen sowie dem Kitchen Center. Stärkster Magnet für die Geschäftskunden war wie immer die area 30, die in diesem Jahr einen außergewöhnlich guten Buchungsstand von über 200 Ausstellern bzw. Marken vermeldete. Parallel dazu bot Veranstalter Trendfairs den Messegästen wieder ein breites Themenangebot an begleitenden Events.

Welche Küchentrends zeichnen sich aktuell ab? Im Fokus standen in diesem Jahr intelligente Hausgeräte mit durchdachtem Design, die ihren Nutzern viele Alltagsorgen im Haushalt abnehmen können. Herzstück im Bereich Kochen sind hochwertige Einbau-Backöfen, die neuerdings auch mit der Funktion »Airfry« ausgestattet sind. Damit greift die Großgeräte-Industrie den Trend der kleinen Heißluftfritteusen auf, die aktuell bei den Konsumenten sehr beliebt sind.

Innovative Muldenlüfter standen genauso im Mittelpunkt des Interesses wie XXL-Geschirrspüler. Und natürlich war auf der Küchenmeile auch die Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema. Sämtliche Hausgerätehersteller arbeiten mit Hochdruck daran, ihre Produkte immer effizienter zu gestalten. Unterstützend leisten die passenden Apps ihre Dienste, in dem sie den Nutzern wertvolle Tipps und Tricks aufzeigen, mit denen Energie gespart werden kann. Beispielsweise mit automatischen Dosiersystemen, die seit mehreren Jahren erfolgreich in Waschmaschinen eingesetzt werden, und die jetzt auch in Geschirrspülern Anwendung finden.

Dunkle Küchenfronten sind schon länger im Trend und aktuell ziehen schwarze Elektrogeräte nach, die die bisherigen Einbauten in weiß oder Edelstahl ablösen. Auch das Weltunternehmen Miele präsentierte auf Gut Böckel eine neue Elektrogeräte-Serie in mattem Obsidianschwarz.

Großvolumige Kühler als Solitär sind schon seit Jahren beliebt. Nun ziehen im Einbaubereich 70 Zentimeter breite Geräte nach. Und mit Neff kann der Kunde seine Individualität künftig noch besser ausleben. Diverse Designelemente an den Geräten können nachgekauft und selber befestigt werden. Vier Farben stehen dafür zur Auswahl.

Lassen Sie sich von den zahlreichen Trends und durchdachten Produkte für ein erfolgreiches Geschäft inspirieren.

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



9

Bei AEG wird Nachhaltigkeit ganzheitlich gedacht

»Unsere neue Eco Line vereint Nachhaltigkeit und Performance ohne Kompromisse«, informiert Geschäftsführer **Michael Geisler** ...



10

Positives Messefazit von Hisense und Gorenje zur IFA 2023

Eine eindrucksvolle Bilanz zum ersten gemeinsamen Messeauftritt der Marken Hisense und Gorenje auf der IFA zieht Marketingchefin **Anja Zankl** ...



15

Elektrische Alternativen von Mill Norway zur Wärmepumpe

Das familiengeführte Unternehmen **Mill Norway** ist in Skandinavien führend bei direkten Elektroheizungen und begeistert jetzt in Deutschland ...

INHALT Ausgabe 10 | 2023

Editorial IFA und Küchenmeile überzeugten	3	IFA I Bosch • Grundig • Samsung • Midea	12
Inhaltsverzeichnis • Impressum	4	Miele Messe-Highlights • Liebherr BluRoX	13
IFA 2023 bereitete den Weg zum 100. Jubiläum	5	IFA II Siemens • Beko • LG • Haier	14
News Aktuelles aus der Branche	6	Mill Norway Elektrische Alternativen zur Wärmepumpe	15
Hongkong Fair • Ambiente 2024 • Medisana	7	Küchenmeile Trends und Innovationen	16
IFA 2023 Positive Stimmen aus der Branche	8	PKM Still im Hintergrund	17
AEG Nachhaltigkeit wird ganzheitlich gedacht	9	Midea Erster Side-by-Side in Energieeffizienzklasse A	17
Hisense und Gorenje Interview mit Anja Zankl	10	Nivona Ein kleiner Würfel verzaubert die Genusswelt	18
		Severin setzt auf Service	19
		Trendprodukt Heißluftfritteusen	20+21
		Sebo Neue Staubsauger in ausdrucksstarken Farben	22
		Hoogo Der H5 Akkusauger ist das neue Kraftpaket	22
		AEG Sorglos-Aktion mit drei starken Kundenvorteilen	23
		Bissell Tragbarer Tiefenreiniger mit Dampffunktion	23
		Beauty & Health Shark Beauty • Oral-B • Remington	24
		Beurer 30 Neuheiten zur IFA	25
		Tefal Optigrill 4in1 überzeugt in Challenge	26
		Sellanizer Re-Commerce-Lösung für Restposten	27

Vom Sternenhimmel inspiriert Jura Z10 in Aluminium Midnight Blue

Noch nie zuvor hat Jura auf einer IFA so viele Neuheiten wie in diesem Jahr vorgestellt. | Seite 11



Impressum



DAS BUSINESS-MAGAZIN DER ELEKTRO-HAUSGERÄTE-BRANCHE
Eigenständiges Heft-im-Heft in **CE-Markt**, dem Handelsblatt der gesamten CE-Branche

VERLAG: B&B Publishing GmbH
Schmiedberg 2 a, D-86415 Mering
Telefon 0 82 33 - 41 17
E-Mail verlag@ce-markt.de

GESCHÄFTSFÜHRER: Christian Zaiser
VERLAGSLEITUNG: Bettina Landwehr

REDAKTION:
Annette Pfänder-Coleman (Chefredakteurin)
Jan Uebe
Gisela Hörner (Redaktionsassistentin)

ABONNEMENT-SERVICE/ADRESSÄNDERUNG:
B&B Publishing GmbH/CE-Markt
Abo- und Leserservice, 65341 Eltville
Telefon 06123-9238-291
Fax 06123-9238-244
E-Mail cemarkt@vuservice.de

REDAKTIONS-BÜRO: Annette Pfänder-Coleman
Telefon 0 91 06 - 727 • Mobil 01 73 - 979 85 63
Fax 0 91 06 - 92 55 62
E-Mail apc@ce-markt.de

ANZEIGEN-BÜRO: Alexander Zöhler
Telefon 0 91 22 - 790 24 70 • Mobil 01 70 - 413 45 47
Fax 0 91 22 - 790 24 72
E-Mail alexander.zoehler@ce-markt.de

DISPOSITION ANZEIGEN: Jessica Kunz
Telefon 0 62 21 - 489 - 425
E-Mail: jessica.kunz@huethig.de

AUFLAGE: IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **CE-Markt electro**-Trägermediums **CE-Markt**.
Druckauflage 10.517 • tatsächlich verbreitet 10.337
(IVW-Auflagenmeldung 2. Quartal 2023)



Der Newsletter von **CE-Markt electro** informiert regelmäßig über neue Produkte und Trends aus dem Handel. Anmeldung via QR-Code

Besuchen Sie **CE-Markt electro** auch in den sozialen Netzwerken.

GENDER-HINWEIS: Zur besseren Lesbarkeit wird das generische Maskulinum verwendet, außer in Statements und Zitaten.



Messerundgang Franziska Giffey – Bürgermeisterin in Berlin, Kai Wegner – Regierender Bürgermeister von Berlin, Dr. Sara Warneke – Geschäftsführerin der IFA-Veranstalterin gfu und Philipp Maurer – Vorsitzender des gfu-Aufsichtsrats (Bild v.l.n.r.)

Messefazit

Die IFA 2023 bereitete den Weg für das 100. Jubiläum in 2024

Die **99. IFA** zeigte an fünf Messtagen Innovationen, Technologien und beeindruckende Präsentationen. Mehr als 2.000 Unternehmen präsentierten sich auf 130.000 Quadratmetern in 26 Hallen. Damit war die IFA zum ersten Mal seit der Pandemie wieder ohne Einschränkungen und in voller Stärke präsent. Die Messe besuchten 182.000 Gäste aus 138 Ländern, die nach Berlin kamen, um die neuesten Produkte und Services in den Bereichen Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik zu sehen.

Die IFA ist der zentrale Treffpunkt unserer Branche, um sich über relevante Themen zu informieren, gute Gespräche zu führen und um ein positives Signal für die nahende starke Jahresendseason auszusenden, die von allen so dringend erhofft wird. Diesem Anspruch wurde sie gerecht, auch wenn revolutionäre Messe-Neuheiten ausblieben.

»Die IFA Berlin ist zurück – sowohl als Plattform als auch als Konstante für die globale Tech-Industrie«, resümiert **Dr. Sara Warneke**, Geschäftsführerin der Branchenorganisation gfu Consumer & Home Electronics GmbH, Veranstalterin der IFA nach der Messe.

Dennoch wurden Technik-interessierte IFA-Besucher in Berlin als einen der wichtigsten Technologie-Hotspots in Europa in Sachen Innovationen fündig, denn in den Hausgerätehallen waren die Megathemen Nachhaltigkeit und Konnektivität allgegenwärtig.

Die aktuell hohen Energiekosten sind dafür verantwortlich, dass sich immer mehr Konsumenten für energiesparende Hausgeräte interessieren. Daher ist es das Bestreben der Hausgeräteindustrie, Produkte auf den Markt zu bringen, die immer weniger Strom und Wasser benötigen und gleichzeitig aber nicht am Komfort sparen.

Analog sind viele Hausgeräte bereits an der Grenze des derzeit technisch Machbaren angelangt. Noch mehr Energie kann aber mit digitaler Unterstützung in Form von intelligenten Geräten eingespart werden. So sind Waschmaschinen derart optimiert, dass sie eigenständig die perfekte Mischung aus Programm, Temperatur und Waschmittel ermitteln können, um unter Einsatz geringstmöglicher Mittel die besten Ergebnisse zu erzielen.

Auch die Apps der vernetzten Hausgeräte tragen dazu bei, den Anwendern ihre Gewohnheiten und den daraus resultierenden Energieverbrauch deutlich vor Augen zu führen. So kann bei der Wäschepflege viel eingespart werden, wenn sich das Verhalten der Nutzer verändert und beispielsweise öfter bei niedrigeren Temperaturen gewaschen wird.

Essentiell dafür ist jedoch, dass die Konsumenten den Verbrauch quasi schwarz auf weiß in der App ablesen können, um den Unterschied zu erkennen und um ihre Gewohnheiten nachhaltig zu verändern. Die IFA-Aussteller haben auf dem Berliner Messegelände auf jeden Fall viel Einsparpotential bei den Hausgeräten gezeigt und vorgeführt.

Die 100. IFA wird vom 6. bis 10. September 2024 in Berlin stattfinden.

NIVONA

CUBE 4'

Die **neue** Art
des Kaffeemachens

Kompakt.
Einfach.
Geschmackssicher.

Jetzt entdecken



#clickclickcoffee



www.nivona.com
www.facebook.com/NIVONACoffee
www.instagram.com/nivona_coffee



Geräte-Übergabe im Beisein von Martin Wolf (EK), Heinz-Peter Zerwas (Sales Manager Electrical Retail Region West, Liebherr-Hausgeräte), Özkan Küçükbal, Franz Schreckenber (EK), Michael Haiminger (Senior Manager Sales Business Area DE, Liebherr-Hausgeräte), Jan Halvar (Sales Electrical Retail Region West).

Liebherr

Eine besondere Würdigung erfuhr jetzt noch unser »Händler des Jahres« – **Özkan Küçükbal** – von Electroplus Küchenplus Karl aus dem Rhein-Sieg-Kreis. 2022 wurde das während der Corona-Zeit neu eröffnete Fachgeschäft von unserer Redaktion mit der Sonderauszeichnung für besonderen Mut in Krisenzeiten ausgezeichnet. Jetzt bekam er noch eine ganz persönliche Überraschung von Liebherr-Hausgeräte geliefert. Im Beisein seiner Kooperation EK aus Bielefeld und Mitarbeitern von Liebherr-Hausgeräte wurde an Özkan Küçükbal ein Gerät aus der Edition »My Style« vom Kühlgeräte-Spezialisten übergeben, die speziell für ihn individualisiert wurde. Im typischen EK-orange mit seinem Logo und unserem Signet »Händler des Jahres« wird ihn diese hochwertige Kühl- und Gefrierkombi immer an seine Anfänge erinnern und im Ladengeschäft sicherlich einen prominenten Platz bekommen.

Media Markt Saturn

Im neuen Ausbildungsjahr 2023 haben bei Media Markt Saturn 735 Schulabsolventen ihre Ausbildung in den Märkten in ganz Deutschland begonnen – am Campus in Ingolstadt waren es 29. Zudem starteten acht Dual-Studierende am Campus und neun Dual-Studierende in den Märkten. In Summe sind es damit 781 Young Talents, die bei Media Markt Saturn in ihre Ausbildung gestartet sind.



AMK

Was die kommende Küchen-saison 2024 alles an Überraschungen und Innovationen bereit hält, das wird am »Tag der Küche« zu sehen und zu erleben sein. Der bundesweit beliebte und renommierte Aktionstag findet am 30. September 2023 wieder bei beteiligten Küchenhändlern statt.



Siemens

Wie entspannt perfekter Kaffeegenuss sein kann, zeigt Siemens Hausgeräte ab Oktober mit einer großen Herbstkampagne rund um den EQ900 und EQ900 plus. Mit über 190 Millionen Werbeimpulsen setzt sie die beiden Kaffeefullautomaten mit vielseitigem Bild- und Videomaterial reichweitenstark in Szene. Die Multi-Channel-Kampagne beinhaltet Display Ads, SEA und Anzeigen auf allen relevanten Social-Media-Kanälen. Zusätzlich gibt es Spots für Connected TV und Amazon Fire TV. Ein besonderes Highlight: Spots am Flughafen München sorgen für eine breite Aufmerksamkeit. Am Point of Sale wird die Kampagne mit passendem Material verlängert.



Das Sebo-Vertriebsteam rund um Vertriebsleiter Marvin Müller (3.v.r.) freut sich über die Auszeichnung.

Sebo

Bereits zum 27. Mal in Folge wurde Sebo bei Markt Intern als Leistungssieger 2023 in der Kategorie Staubsauger und Reinigungsgeräte von Fachhändlern ausgezeichnet. Die feierliche Urkundenübergabe fand während der IFA 2023 in Berlin auf dem Sebo-Messestand statt.



Bosch

Und weiter geht es mit der Aktion »Lebe fantastisch #LikeABosch«. Das Erfolgskonzept von Bosch und der Musikgruppe »Die fantastischen Vier« startete am 18. September in die neue, groß angelegte Herbstkampagne, die zehn Wochen lang im TV, Online und auf Social Media zu sehen sein wird. In diesem Zeitraum sorgt sie für eine Milliarde Werbekontakte. Beworben werden die Bereiche Hausgeräte, Thermotechnik und Power Tools. Der Prime-Time-Anteil liegt bei über 50 Prozent. Zahlreiche Aktivitäten am Point of Sale unterstützen die Kampagne und machen sie für die Konsumenten erlebbar.

Aqipa

Die beiden Unternehmen GfK und Aqipa Group haben während der IFA 2023 in Berlin ihre Partnerschaft im Rahmen des GfK Distributionspanels verkündet. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf Distributoren und den Handel, sowie den umfassenden Erkenntnissen über Konsumenten, stellt GfK zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen bereit. Auch die Aqipa Group stellt Wachstum in den Mittelpunkt ihres Handelns und hat sich in den letzten 30 Jahren zu einem pan-europäischem Powerhaus in der Distribution und dem Aufbau von Premium CE-Marken in Europa entwickelt. »Wir sind sehr stolz darauf, dass wir mit GfK einen so wichtigen und einflussreichen Kooperationspartner gewinnen konnten und natürlich auch darauf, dass wir durch unsere konsequente Digitalisierungsstrategie den Anforderungen von GfK gerecht werden konnten«, sagt **Christian Trapl**, CEO der Aqipa Group.





13. bis 16. Oktober 2023

Hongkong Electronics Fair im Herbst

Die »Autumn Edition« der Hongkong Electronics Fair findet vom 13. bis 16. Okto-

ber 2023 statt. Sie ist Asiens wichtigster Marktplatz für Unterhaltungselektronik und Tech-Produkte, auf dem sich Branchenvertreter aus aller Welt treffen, um sich über neue Produkte, innovative Ideen und Geschäftsmöglich-

keiten auszutauschen und zu informieren. Nach Angaben der Veranstalter kehrt die Messe in diesem Jahr wieder zu ihrer vollen Größe zurück.

Eine ideale Plattform für Unternehmer ist die Start-up Zone, wo Interessente mit Produktionspartnern, Zulieferern, Ingenieuren und Investoren aus aller Welt in Kontakt treten können. Dieser Bereich ist nicht nur eine Bühne für Start-ups, um sich zu präsentieren, sondern auch eine gute Gelegenheit, um Ideen und Produkte zu testen und zu validieren. Parallel dazu findet die vom HKTDC und MMI Asia organisierte Messe **electronic Asia** statt.

ambiente

26. bis 30. Januar 2024

Treffpunkt Frankfurt zur Ambiente

Die **Ambiente** findet im kommenden Jahr bereits im Januar statt. Sie wird als Messetrio zusammen mit den Veranstaltungen **Christmasworld** sowie **Creativeworld** wie immer auf dem Frankfurter Messegelände durchgeführt.

Als führende und internationalste Messe im Konsumgüterbereich bildet die Ambiente alle Veränderungen im Markt

ab und decken die Bedürfnisse des Handels in den Angebotssektoren Dining, Living, Giving und Working ab.

Dabei ist die Ambiente die wichtigste globale Anlaufstelle für internationale Top-Einkäufer aus dem Handel sowie für den gewerblichen Bedarf, darunter viele Entscheider.

Die Fachbesucher stellen in Frankfurt ihre Sortimente für die Saison zusammen, planen Projekte, knüpfen Kontakte und ordern. Sie kommen aus den unterschiedlichsten Segmenten.

Die Messe bietet dafür eine einzigartige Bandbreite an Konzepten, Angeboten, Ausstattungen, und Lösungen.

Hersteller von elektrischen Küchenkleingeräten sind überwiegend in der Halle 8.0 zu finden. Darunter befinden sich namhafte Aussteller wie Caso, Cloer, Graef, Miji, Ritter, und Rommelsbacher sowie Severin, Steba und Unold.

Die Ambiente zeigt eine große Vielfalt an Produkten für unterschiedliche Lebensräume und Stilrichtungen. Sie eröffnet viele Möglichkeiten, indem sie die großen Themen von morgen definiert und aufgreift: Nachhaltigkeit, Lifestyle und Design, New Work, Future Retail sowie die digitale Erweiterung des Handels.



Burkhard Schieb

Medisana

Burkhard Schieb ist neuer Sales Director

Seit dem 15. August 2023 ist **Burkhard Schieb** neuer Sales Director DACH bei Medisana. Der erfahrene Vertriebs- und Marketingexperte übernimmt die direkte Nachfolge von

Anja Klein, die nach zehn erfolgreichen Jahren auf eigenen Wunsch aus dem Unternehmen ausscheidet, um neue berufliche Herausforderungen anzunehmen. Schieb wird den Bereich Retail DACH leiten.

Burkhard Schieb kommt von Advanced Power Solutions, wo er die Positionen Sales Director DACH und Global Director Marketing innehatte. Zuvor war er bei der Leifheit AG für die Marken Soehnle und Spirella in verschiedenen Positionen in Vertrieb und Marketing als Teil der Geschäftsleitung tätig. Er blickt auf eine rund 30-jährige Konzern- sowie Mittelstandserfahrung zurück und bringt umfassende Fachkenntnisse in den Bereichen Sales Management, Pri-

cing, Sortimentsaufbau, -analyse und -optimierung sowie der Marken- und Unternehmensführung mit.

»Wir freuen uns, mit Burkhard Schieb eine erfahrene Führungskraft mit starker, unternehmerischer Erfolgsbilanz für Medisana gewonnen zu haben. Durch sein wertvolles Know-how konnte er bereits in der Vergangenheit unter Beweis stellen, dass er nationale sowie internationale Vertriebs- und Go-To-Market-Strategien gewinnbringend im Markt etablieren kann. Damit ist er bestens geeignet, die weitere Expansion unserer Vertriebskanäle und Kunden in der DACH-Region auszubauen«, sagt Medisana Geschäftsführer **Thomas Hollefeld**.



PERSONALISIERTES
STYLING

JUST
FOR
YOU

PROLUXE YOU™



Stimmen aus der Hausgeräte-Industrie



Bild: Jurga Graf 2012 www.photo-graf.de

AEG
Michael Geisler

Die IFA 2023 bot den perfekten Rahmen für die Präsentation unserer neuen AEG Eco Line und der Weltpremiere des AEG Saphir Matt Induktionskochfeldes mit kratzfestem Glas. Das Feedback unserer Besucher war überwältigend – sowohl in Bezug auf unsere Innovationen als auch auf unseren wunderschönen Messestand. Die vielen positiven Rückmeldungen zeigen uns, dass wir mit unseren nachhaltigen Produkten einmal mehr den Nerv der Konsument*innen treffen.



Bild: Liebherr

Liebherr
Steffen Nagel

Auch in diesem Jahr hat sich bestätigt, wie bereichernd der persönliche Austausch in diesem inspirierenden Umfeld ist. Gleichzeitig freuen wir uns über das überwältigende Feedback, das wir zu unseren energieeffizienten und hochwertigen Neuheiten erhalten haben. Diese wertvollen Eindrücke nehmen wir aus Berlin mit und stecken sie in unsere weitere Arbeit für unsere Kundinnen und Kunden.



Bild: Frauke Schumann

Miele
Dr. Reinhard Zinkann

In Summe sind wir bei Miele mit dieser IFA zufrieden. Die Stimmung im Team und bei unseren Gästen war positiv bis herausragend. Kurz gesagt, es hat Spaß gemacht, wieder in Berlin zu sein. Ein persönliches Highlight waren die begeisterten Feedbacks zu unserem Wäschepflegegeschrank Miele Aerium, einer für uns neuen Produktkategorie. Nun freuen wir uns auf das nächste Jahr, wenn es heißt »100 Jahre IFA« und »125 Jahre Miele«.



Bild: Samsung

Samsung
Mario Winter

Die IFA ist das große Fest für Unterhaltungselektronik und Hausgeräte, ein Ort, der begeistert, an dem Neuheiten hautnah zu erleben sind und wertvolle Gespräche mit der Branche und dem Handel stattfinden. Die IFA stand für uns im Zeichen starker Partnerschaften. Nur so kann eine rundum vernetzte Zukunft zur Realität werden. Der Technikenthusiasmus war auf der IFA zu spüren, und er lässt uns zuversichtlich nach vorn blicken.



Bild: Jura

Jura
Horst Nikolaus

Noch nie hatten wir so viele aufregende Innovationen im Gepäck wie in diesem Jahr. Doch nicht nur unsere Neuheiten standen im Mittelpunkt. Der Jura-Stand war für unsere Gäste ein beliebter Treffpunkt für exzellenten Kaffeegenuss. Kurzum: Unser Messeauftritt war ein Erfolg auf ganzer Linie, was uns und unsere Fachhandelspartner motiviert auf das Weihnachtsgeschäft blicken lässt.



Bild: Beurer

Beurer
Sebastian Kebbe

Die vielen Vorbereitungen haben sich gelohnt und wir können wieder einmal auf eine erfolgreiche IFA zurückblicken. Das Notfallarmband EC 70 und die nachhaltig hergestellten Green Planet Produkte wurden sehr stark nachgefragt. Auch Fitnessbegeisterte kamen mit unseren neuen Antelope by Beurer EMS-Produkten voll auf ihre Kosten. Wir bedanken uns herzlich bei unseren Besuchern für ihr Kommen.



Bild: FOTOSTUDIO LICHT/BLICK D-PEG

Hisense/Gorenje
Sühel Semerci

Unser IFA-Fazit fällt mehr als positiv aus. Wir haben mit unserem Auftritt als Lead-Partner der diesjährigen IFA ein echtes Statement gesetzt. Die Messe hat uns eine ideale Plattform geboten, auf der wir Hisense und Gorenje als starke Marken präsentieren und unsere ambitionierten Ziele kommunizieren konnten.



Bild: Kärcher

Kärcher
Christian May

Wir sind äußerst zufrieden mit der IFA. Die Besucher waren begeistert von unseren Innovationen, wie dem autonomen Wischroboter RCF 3 und der exklusiven »Signature Line« – Produkte mit dem Aufdruck der originalgetreuen Unterschrift des Unternehmensgründers Alfred Kärcher. Wir freuen uns über die positive Resonanz und sind gespannt auf zukünftige Chancen und Partnerschaften, die sich aus der Messe ergeben.

Mit einfachen Schritten Energie und Ressourcen sparen

Bei AEG wird Nachhaltigkeit ganzheitlich gedacht

Der Gerätehersteller verwendet zur Fertigung seiner Geräte nicht nur recycelte Materialien, sondern achtet auch auf eine ressourcenschonende Produktion. Mit zahlreichen innovativen Technologien unterstützt **AEG** Nutzer*innen beim umweltbewussten Gebrauch von Backofen, Waschmaschine und Co. im Alltag. So verfolgt die Premium-Marke einen ganzheitlichen Ansatz für mehr Nachhaltigkeit.



Michael Geisler

»Mit der AEG EcoLine erkennen Kund*innen nun auf den ersten Blick unsere energieeffizientesten Geräte, Dabei müssen sie auch weiterhin nicht auf die gewohnte starke Leistung unserer Geräte verzichten. Die EcoLine vereint Nachhaltigkeit und Performance ohne Kompromisse.«

Michael Geisler

Geschäftsführer Electrolux Hausgeräte GmbH
Deutschland und Österreich

Ein verantwortungsbewusster Umgang mit Ressourcen sowie der Umwelt ist bei AEG als Unternehmensziel fest verankert. Als eines der ersten Unternehmen weltweit hat der Mutterkonzern Electrolux, zu dem AEG gehört, seine selbst gesteckten Klimaziele, die auf Basis von globalen, wissenschaftsbasierten Grundlagen definiert wurden, bereits 2022 – und damit drei Jahre früher als geplant – erreicht.

Bis 2050 will das Unternehmen nun vollständig klimaneutral werden. Dabei verfolgt die Premium-Marke einen ganz-

heitlichen Ansatz über den gesamten Lebenszyklus eines Produkts hinweg: Von den Rohstoffen, bis über die Herstellung, den Transport, die Verwendung und schließlich das Recycling.

Nach wissenschaftlichen Erkenntnissen und Lebenszyklusanalysen der Electrolux Group entstehen rund 85 Prozent der globalen Klimaauswirkungen eines Geräts während der Nutzung. Mit der Eco Line präsentiert AEG Nutzer*innen nun die energieeffizientesten Geräte in verschiedenen Produktkategorien, darunter unter anderem Waschmaschinen, Trockner, Herde, Kühlschränke und Staubsauger. Diese sind besonders energiesparsam und überzeugen mit Technologien, die bei der Einsparung von Ressourcen helfen und Rohstoffe schonen.

Gerade im Bereich der Wäschepflege können schon kleine Änderungen der Waschgewohnheiten eines jeden Einzelnen viel bewirken und Umwelt, Kleidung und Geldbeutel schonen. Den größten Effekt hat dabei die Reduzierung der Waschtemperatur von 40°C auf 30°C. Der »Truth about Laundry-Report« zeigt, dass

durch den Umstieg von 35 Millionen europäischen Haushalten von von 40°C auf 30°C seit 2020 potenziell fast eine Million Tonnen CO₂ eingespart wurden. Der Nutzen, der dadurch für die Umwelt entsteht, entspricht in etwa 37 Millionen gepflanzter Bäume.

Dank neuer und innovativer Technologien müssen Nutzer*innen dabei nicht auf die gewohnte starke Leistung verzichten. Neben dem Schutz der Umwelt können durch die Reduktion der Temperatur jährlich bis zu 40 Prozent des Energieverbrauchs eingespart werden. Gerade das Thema Energie sparen ist für viele Menschen mit den steigenden Stromkosten in der letzten Zeit sehr wichtig geworden. Im aktuellen »Truth about Laundry-Report« (aeg.de/tal2023) der Electrolux Group geben 58 Prozent der Befragten an, dass bei einem künftigen Kauf eines Haushaltsgroßgerätes die Energieeffizienz von großer Bedeutung ist.

Geringere Temperaturen und schonende Programme helfen außerdem dabei die Lebensdauer der Kleidung zu erhalten und die Menge weggeworfener Klamotten zu reduzieren. Wie der »Truth about Laundry-Report« bestätigt, ist das für 82 Prozent der Befragten besonders wichtig bei der Wäschepflege. Weiterhin wird bei einer Waschtemperatur von 30°C weniger Mikroplastik aus der Kleidung ausgespült als bei 40°C.

FÜNF EINFACHE UND MÜHELOSE TIPPS, UM WASCHEN RESSOURCENSCHONENDER ZU MACHEN:

- 1 Mach 30 °C zum neuen 40 °C
- 2 Wähle energieeffiziente Geräte
- 3 Überspringe eine Wäsche, frische stattdessen auf
- 4 Nutz das Potenzial der Geräte
- 5 Fang klein an, wasch volle Ladungen



Besuchermagnet Hisense und Gorenje hatten viel Zulauf und waren mit der Frequenz sehr zufrieden.

Exklusiv-Interview

Positives Messesfazit der Marken Hisense und Gorenje zur IFA 2023

Nach einem Jahr Messe-Abstinenz überzeugten **Hisense** und **Gorenje** mit ihrem ersten gemeinsamen Messeauftritt. Über die News am neuen Standort in Halle 23 a berichtet Interviewpartnerin **Anja Zankl**, Head of Marketing & Communications.



Anja Zankl

Frau Zankl, kurzes Messesfazit: Wie ist die IFA 2023 für Hisense und Gorenje gelaufen und wie beurteilen Sie das Interesse der Handelspartner?

Unsere IFA Bilanz fällt mehr als positiv aus. Nach der coronabedingten Pause haben wir uns eindrucksvoll als Lead Partner der Messe zurückgemeldet und mit unserem Auftritt in Halle 23 a ein echtes Statement gesetzt. Somit war die IFA 2023 die ideale Plattform, um die Marken Hisense und Gorenje mit der Vielfalt an Produkthighlights erlebbar zu machen. Unsere Handelspartner haben das mit großem Interesse wahrgenommen. Kurz gesagt: Unsere Botschaften sind angekommen.

Waren Sie mit Ihrer neuen Ausstellungsfläche zufrieden und wie bewerten Sie die Organisation des neuen Veranstalters?

Es war der erste gemeinsame Auftritt beider Marken zusammen auf einer Ausstellungsfläche mit über 3.000 Quadratmetern. Als Hersteller von Consumer Electronics und Home Appliances braucht es diese Fläche, um die gesamte Bandbreite zu kommunizieren. Das ist uns optimal ge-

lungen und damit sind wir sehr zufrieden. Im Vorfeld standen wir in enger Abstimmung mit der Organisation, um diesen Messeauftritt so erfolgreich realisieren zu können. Nach der Neuorganisation der IFA Management GmbH sind viele neue Spieler auf dem Feld und da ist es nicht verwunderlich, dass noch viel trainiert werden muss.

Das Thema Nachhaltigkeit war auf der IFA allgegenwärtig. Welchen Beitrag leistet die Marke Gorenje dazu?

Als europäischer Hersteller mit Produktionsstätten sowie eigenen Forschungs- und Entwicklungszentren unter anderem in Slowenien steht Nachhaltigkeit und die Entwicklung effizienter Technologien bei Gorenje sehr stark im Fokus. Das Label »Made in Europe« haben wir daher auch

auf der IFA breit kommuniziert. Ein weiterer Erfolg: In diesem Jahr haben wir die Silber-Auszeichnung der renommierten Nachhaltigkeitsbewertung Eco Vadis erhalten. Damit schnitt Hisense Europe in Sachen nachhaltiges Wirtschaften besser als 83 Prozent der mehr als 100.000 bewerteten Unternehmen ab.

Für ein nachhaltiges Geräteportfolio laufen noch bis 15. Oktober Ihre Cashback-Wochen. Konnten Sie damit bei den Verbrauchern punkten?

Ja, absolut. Nachhaltigkeit gehört zu den Top-Kaufkriterien und wir bieten mit der Cashback Aktion die richtigen Anreize. Unser Fazit zur Halbzeit ist sehr positiv.

Zur IFA sind Sie mit einem neuen Händlerportal gestartet. Welche Prozesse werden dadurch erleichtert?

Insbesondere die Orderprozesse werden deutlich beschleunigt. Aber auch der Produktdatenaustausch gelingt durch das neue Händlerportal jetzt schneller und einfacher. Das ist ein wichtiger Schritt für uns und auch unsere Handelspartner geben uns sehr gutes Feedback.

Welche Produktneuheiten von Gorenje standen besonders im Fokus?

Fast schon ein Evergreen, aber immer wieder ein Highlight sind unsere OptiBake Einbaubacköfen. Das hochwertige Design und die neuen Funktionen konnten überzeugen. Der Ausblick auf die Spülmaschinen in Energieeffizienzklasse A fand auch großen Anklang. Und ein echter Hingucker war natürlich der Retro Kühlschrank im VW Bulli Look.

Wie war die Resonanz der Messebesucher auf Ihre neuen Elektrokleingeräte?

Die Kleingeräte der Retro Collection kommen natürlich ebenso wie die Kühlschränke im Nostalgie-Look immer gut an. Auch am Messestand sorgten sich also für viele bewundernde Blicke. Für Designliebhaber haben wir ja zudem unsere Ora Ito Kleingeräteserie gezeigt und erhielten auch hier nur positives Feedback.



Cooler Bulli-Auftritt Auffallend in Szene gesetzt wurde der neue olivgrüne Retrokühlschrank Bulli, der jetzt ein Facelift bekommen hat und auch in bordeaux-rot und schwarz erhältlich ist.



J8 twin in Diamond White
Diesem Kaffeevollautomaten hat JURA zwei Mahlwerke spendiert. Dadurch wird er zum neuen Premiumstar in der Kompaktklasse.

Bilder: JURA

Ein Festival der Genüsse

JURA präsentiert auf der 99. IFA so viele Neuheiten wie noch nie zuvor

Im Messe-Rampenlicht der Schweizer **JURA** standen die neue Z10 in der fantastischen Farbvariante Aluminium Midnight Blue sowie die J8 twin mit zwei Mahlwerken. Aber auch bewährte Modelle wie die S8 und die E8 konnten das Publikum in modifizierten Varianten überzeugen. Der Messeauftritt wurde gekrönt von der Nachricht, dass die ENA 8 bei der Stiftung Warentest mit einer hervorragenden guten Note 1,9 abgeschnitten hat.

Das Interesse an den Innovationen der Traditionsmarke war enorm. Und einmal mehr erwies sich der JURA-Stand auf der IFA als Publikumsmagnet und Begegnungsstätte für die Messegäste.

Mit der Stilikone Z10 in neuer Farbvariante Aluminium Midnight Blue setzte Jura einen besonderen Akzent. Inspiriert vom nächtlichen Sternenhimmel strahlt sie eine reizvolle Faszination aus und imponiert mit einer gebürsteten, blauen Edelstahl-Front.

Besondere Aufmerksamkeit erhielt die neue JURA J8 twin, die mit zwei P.A.G.3+-Mahlwerken punktet. Damit hat der Anwender jederzeit die Möglichkeit, verschiedene Bohnensorten zu verwenden und diese pro Brühvorgang auch zu mischen.

Die beiden Bestseller S8 und E8 hat JURA mit überarbeiteten P.A.G.2-Mahlwerken ausgestattet und die Bedienung mit weiteren neuen Features aufgerüstet. Die neueste Generation der E8 bietet jetzt insgesamt 17

Spezialitäten, die über das noch intuitiver bedienbare 3,5" Farbdisplay frei gewählt werden können. Und mit der Zusatzfunktion »Extra Shot« in der »Speciality Selection« wird der Genuss noch intensiver und vielfältiger.

Die beliebte Sweet-Foam-Funktion zieht nun auch in den Leistungsumfang der JURA S8 ein. Damit wird es künftig nicht nur möglich sein, einen puristischen Espresso zuzubereiten, sondern auch einen hippen Sweet Latte in gewünschter Geschmacksrichtung. Auch hier überzeugt das 4,3" große Touchdisplay, das sich per Swipe bedienen lässt.

Last but not least wurde die App J.O.E.® 4.0 gelauncht. Sie bietet ihren Nutzern mit einem überarbeiteten Design und erweiterten Bedienfunktionen noch mehr Vorteile.

Z10
Hier stimmt jedes Detail und der auf dem Titel dieser Ausgabe abgebildete Kaffeevollautomat macht aus jeder Getränkezubereitung ein Erlebnis.



J8 twin Die Neue mit doppelter Leistung



S8 Mit bewährtem JURA-Standard



E8 Das Erfolgsmodell von JURA



ENA 8 Die Ausgezeichnete von JURA





Time to take care mit Bosch

Möglichkeiten für das Zuhause von morgen

Unter dem Motto »Time to take care« präsentierte **Bosch** auf der IFA 2023 seine neuesten Innovationen zu den großen Themen unserer Zeit: Umweltbewusstsein, Nachhaltigkeit, Konnektivität und Gesundheit. Bei der Entwicklung von Bosch Hausgeräten gilt das Ziel, Innovation und Nachhaltigkeit in Einklang mit den Wünschen und Bedürfnissen der Verbraucher zu bringen. Zu den Highlights gehören die umweltfreundliche Bosch Green Collection, die moderne Küchenmaschine Serie 6 sowie das innovative Induktionskochfeld Serie 6. Zudem hat Bosch sein Sortiment im Bereich Waschen und Spülen erweitert und den Anteil der Geräte mit Energieeffizienzklasse A und B vergrößert.

Grundig präsentiert Waschmaschine, die mitdenkt

Intelligenter und besser waschen mit KI bzw. AI

Mit der neuen **AI-Sense-Waschmaschine** fordert die Marke **Grundig** den Status quo in der Waschküche heraus. Das neue Gerät umfasst intelligente Funktionen und bietet Verbrauchern einfachere, bedarfsorientierte Programme, die auf ihr typisches Waschverhalten abgestimmt sind. Mithilfe intelligenter Sensoren erkennt die Maschine Stoffart, Beladungsmenge, Verschmutzung und benötigte Spülstufe automatisch. Gemessen am Gewicht besteht die Maschine zu 28 Prozent aus recycelten Materialien. Mit der Auto Dose-Funktion, die auf Flüssigwaschmittel setzt, hat die AI-Sense-Waschmaschine im Vergleich zum Basisgerät während ihres Lebenszyklus einen um 32 Prozent niedrigeren CO₂-Fußabdruck.



Bewusst waschen mit Samsung

Waschmaschine mit bester Energieeffizienz

Auf der IFA in Berlin stellte **Samsung Electronics** seine neue Waschmaschine mit hervorragender Energieeffizienz in den Fokus des Interesses. Die Modelle der WW8000D-Serie verbrauchen 40 Prozent weniger Energie als zur Erreichung der Energieeffizienzklasse A erforderlich. Damit stehen diese Modelle ganz im Zeichen der Bestrebungen von Samsung, mit innovativen Hausgeräten den eigenen Lebensstil ressourcenbewusster und energiesparender zu gestalten. Die Geräte sind mit der smarten Funktion AI Wash ausgestattet, bei der Wasser- und Waschmittelmengen sowie die Einweich-, Spül- und Schleuderzeiten entsprechend angepasst werden, ohne dass Nutzer aktiv werden müssen.

Midea

Erling Haaland ist Midea Botschafter

Auf der IFA 2023 stellte **Midea** seinen neuen globalen Markenbotschafter **Erling Haaland**, Stürmer von Manchester City, in das Zentrum der Ausstellung. Damit baut Midea die erfolgreiche Partnerschaft zwischen Midea und Manchester City aus, die seit Januar 2020 besteht und im Mai dieses Jahres verlängert wurde. Um Erlings neue Rolle als Markenbotschafter gebührend zu feiern, werden Midea und Manchester City eine Videokampagne starten. Sie erweckt das Motto der Marke »make yourself at home« zum Leben. Die Kampagne zeigt, wie Erling Haaland Midea Produkte in einer ruhigen häuslichen Umgebung einsetzt, um so die Ausgeglichenheit und die nötige Power für seinen Sport zu finden.





Miele Aerium frischt, glättet und trocknet alle Arten von Textilien durch Luft, Dampf und feine Düfte – aber ohne Waschmittel und größere Mengen an Wasser.

»In einigen Ländern Asiens sind Wäschepflegeschränke bereits ein Renner, in Europa aber noch weitgehend unbekannt.«

Dr. Markus Miele
Geschäftsführender Gesellschafter bei Miele

unschädlich zu machen. Für den effektiven und zuverlässigen Betrieb sorgen bewährte Komponenten wie der Dampferzeuger und die Wärmepumpe, die Kunden von Miele bereits aus ihren Dampfgarern und Trocknern kennen.

Duoflex ist viel zu schick, um ihn im Wirtschaftsraum zu verstecken

Als zweite Top-Neuheit auf der IFA präsentierte **Dr. Reinhard Zinkann**, Geschäftsführender Gesellschafter bei Miele, den gleichermaßen kraftvollen wie komfortablen Akku-Handstaubsauger Duoflex HX1. Mit seinem zum Patent angemeldeten Verriegelungssystem Speed Lock, und der darauf abgestimmten Wandhalterung ist er verblüffend leicht zu bedienen. Ein weiteres Plus ist das moderne Designkonzept mit sechs attraktiven Farbvarianten. Seine Saugpower verdankt der Duoflex HX1 bewährter Motorentechnik aus dem Miele-Werk Euskirchen.

Aerium und Duoflex

Messe-Highlights von Miele

Miele zeigte auf der IFA mit dem **Aerium** eine spektakuläre Produktneuheit zur praktischen Auffrischung von Kleidung und anderen Accessoires. Darin werden Kleidungsstücke aufgefrischt und geglättet, die zwar getragen wurden, aber nicht gleich gewaschen werden müssen. Das war aber nur eine der Neuheiten.

Dank seines eleganten Designs mit den Farbvarianten Obsidianschwarz und Brillantweiß fügt sich der Wäschepflegeschränk Aerium in jedes Wohnumfeld

harmonisch ein. Je nach konkretem Bedarf stehen drei Programme bereit, die sich auf Wunsch mit der Zusatzoption »Hygiene« verbinden lassen, um Bakterien und Viren

Rohstoff-Kreislauf ist das Thema der Zukunft

Nachhaltigkeit neu definiert

Die Messe-Neuheiten von **Liebherr** setzen innovative Akzente in Sachen Energieeffizienz, Geräuschniveau, Frischetechnologien und smartem Komfort sowie Design und Individualisierung. Die besonders energiesparenden BluRoX-Geräte sorgten für starkes Interesse bei den Messebesuchern. Und das hat seinen Grund.

Die wegweisenden BluRoX-Geräte feierten auf der IFA im vergangenen Jahr Weltpremiere und die von Liebherr-Hausgeräte entwickelte Isolationstechnologie löste auch in diesem Jahr wieder Begeisterung aus.

Anstelle von herkömmlich verwendetem Isolationsschaum setzt Liebherr einen reinen Vollvakuumkörper ein, der mit Perlit stabilisiert wird. Bei dem Rohstoff Perlit handelt es sich um feingemahlene Lavagesteine, das in nahezu unbegrenzter Menge in der Natur verfügbar ist.

Darüber hinaus kann Perlit am Ende der Lebensdauer eines BluRoX-Gerätes vollständig entfernt und ohne wesentliche Aufbereitung wiederverwendet werden. Weil die BluRoX-Isolierung außerdem

nicht mit den umliegenden Komponenten verklebt ist, können auch die Außenhülle und der Innenbehälter der Geräte leicht aufbereitet und wiederverwendet werden. Neben diesem neuartigen kreislauffähigen Produktdesign weisen Geräte, die vollständig mit BluRoX ausgestattet sind, weitere Vorteile für Konsumenten auf: Da der Vakuum-Perlit-Körper keine technischen Komponenten integriert, befindet sich das kompakte Technikmodul als austauschbare Einheit im Sockel eines BluRoX-Gerätes. Das macht mögliche Reparaturen noch einfacher, schneller und damit bequemer. Ein vollständig mit Vakuum-Perlit-Technologie ausgestattetes Gerät hat zudem dünnere Wände und ermöglicht ein um rund 25 Prozent größeres Kühlvolumen im Vergleich zu konventionell isolierten Kühl- und Gefriergeräten mit den selben Außenmaßen. Schließlich besitzt Perlit aufgrund seiner kristallinen Mikrostruktur eine sehr geringe Wärmeleitfähigkeit. Dadurch unterstützt die Technologie eine besonders hohe Energieeffizienz.

Seit diesem Jahr ist das erste Modell FNb 5056 mit der patentierten BluRoX-Technologie auf dem deutschen Markt verfügbar. Bei diesem Gefriergerät ist die Tür mit BluRoX ausgeführt, während die Wände des Hybridmodells noch durch die konventionelle Schaumisolierung mit Vakuum-Paneelen gedämmt werden.



Dauerhaft höchste Effizienz
Gefrieren in Energieeffizienzklasse B



Siemens Hausgeräte bietet smarte Lösungen Backofen erkennt seinen Inhalt

Herzstück am Siemens IFA-Stand war die intelligente Küche, die den Nutzern dabei hilft, alltägliche Aufgaben zu optimieren, das Leben zu bereichern und nachhaltiger zu gestalten. Denn sie besteht aus einem ganzen (Öko-)system von Geräten, deren Design ebenso perfekt zusammenspielt wie ihre digitalen Anwendungen. Die gemeinsame Steuerung ist über die Home Connect App oder das Siemens Smart Kitchen Dock möglich. Schon im letzten Jahr hat die Innovationsmarke die ersten KI-Anwendungen vorgestellt. Mit der neuen Gerichtererkennung geht Siemens nun den nächsten Schritt. Denn die Künstliche Intelligenz identifiziert zum Verkaufstart bereits rund 40 unterschiedliche Speisen wie Pizza oder Lasagne. Dazu nutzt sie die integrierte Backofenkamera. Anschließend schlägt das Gerät die optimale Zubereitungsmethode vor.

The Beko Way of Living

Spitzenleistungen beim Waschen und Spülen

Bei der Wäschepflege hat **Beko** mit »Save in All« eine neue wegweisende Technologie entwickelt, die voraussichtlich Anfang 2024 auf den Markt kommt. Diese vereint eine Auswahl an innovativen Wasch- und Trockenprogrammen wie Cold Wash, Steam Therapy und Iron Fast, die speziell darauf ausgelegt sind, den Energieverbrauch zu minimieren, ohne dabei Kompromisse bei der Reinigungsleistung einzugehen. Auch bei Spülmaschinen wird Beko das Sortiment ab Anfang 2024 mithilfe technischer Optimierungen in Richtung Energieeffizienzklasse A ausweiten.



LG ThinQ Smart Home Plattform

Konnektivität mit anderen Marken

LG Electronics hat sich in der **Home Connectivity Alliance** – HCA mit anderen Marken zusammengeschlossen. Sie alle verfolgen die gemeinsame Vision von einer markenübergreifenden Interkonnektivität, um ein umfassendes und einheitliches Smart Home-Erlebnis zu garantieren. Zunächst umfasst die Kooperation Waschmaschinen, Trockner und Geschirrspüler, sie wird aber künftig schrittweise auf andere Geräte ausgeweitet. Wer beispielsweise eine LG-Waschmaschine und einen Samsung-Geschirrspüler zu Hause hat, muss nicht mehr zwischen den Apps der einzelnen Hersteller wechseln, um den bevorzugten Waschgang und die Reinigungseinstellungen verwalten zu können.

Messefokus von Haier

Individualisierung und Vielseitigkeit

Unter dem Motto »Connect to Extraordinary« präsentierte sich **Haier** auf der diesjährigen IFA mit einer Ausstellungsfläche von insgesamt 3.400 Quadratmetern. Dabei zeigte das Unternehmen eine neue Dimension von Konnektivität und Interaktivität, abgestimmt auf die Bedürfnisse und den Lebensstil des modernen Verbrauchers. Im Fokus standen die drei Marken Candy, Hoover und Haier, die sich mithilfe modernster Technologie und KI immer weiterentwickeln und deren Produkte aufzeigen, wie sie das alltägliche Leben verbessern können. So umfasst die neue ID Serie vernetzte Backöfen und Kochfelder, die sich durch einen einzigartigen Stil und die exklusive »Bionicook-Technologie« auszeichnen.



Wie werden die Deutschen zukünftig heizen?

Elektrische Alternativen von Mill Norway zur Wärmepumpe

Einer der Pioniere der intelligenten und effizienten elektrischen Direktheizung ist das norwegische Unternehmen **Mill Norway**. Das familiengeführte Unternehmen ist eine führende Wärmequelle für die Skandinavier und gewinnt mit einem Sortiment an stilvollen und super-effizienten Heizkörpern auch auf dem deutschen Markt immer mehr an Bedeutung.



IFA 2023 In Halle 5.2 präsentierte das norwegische Unternehmen das aktuelle Geräte-Portfolio.

Deutschland, das für seine robuste und vorausschauende Umweltpolitik bekannt ist, hat sich verpflichtet, schrittweise aus dem Heizen mit fossilen Brennstoffen auszusteigen, um den Klimawandel zu bekämpfen und die Abhängigkeit des Landes von Gas zu verringern. Dieser Schritt ist zwar lobenswert, bringt aber für die Bevölkerung eine ganze Reihe von Herausforderungen mit sich.

Hier kommt das neue Sortiment an Elektroheizungen von Mill Norway ins Spiel, das mit der neuesten elektrischen Heiztechnologie ausgestattet ist und der ganzen Familie kostengünstige und komfortable Wärme bietet. Dabei sind keinerlei Umbauarbeiten im Haus notwendig,

sondern die einzelnen Heizungen können einfach selbst in den Räumen installiert werden, in denen Wärme benötigt wird.

Die Heizung von Mill Norway verfügt über eine intelligente Funktion, mit der die Temperatur und der Energieverbrauch über das Smartphone gesteuert werden kann. Dieser zusätzliche Komfort und die Flexibilität machen es einfacher als je zuvor, das Zuhause effizient und kostengünstig zu heizen. Eine Studie der Norwegian University of Science and Technology belegt, dass bis zu 30 Prozent gegenüber Heizgeräten ohne diese Technologie gespart werden können.

In Deutschland wird Mill Norway über die **Aqipa Group** vermarktet.



Mill Norway zeigte auf der IFA in Berlin eine Auswahl seiner form-schönen elektrischen Heizkörper – unter anderem Konvektionsgeräte in verschiedenen Größen und Ausstattungen.



Wärmepumpe versus direkte elektrische Beheizung

Die **Wärmepumpe** ist weithin als die effizienteste und umweltfreundlichste Heizungstechnologie anerkannt. Der Grund dafür ist, dass die Wärmeleistung das Drei- bis Fünffache der zugeführten elektrischen Energie betragen kann.

Die **Herausforderung** bei der Wärmepumpe sind die erforderlichen Investitionen und die notwendigen Änderungen im Haus. Für die meisten Haushalte wird sich die Investition langfristig auszahlen, da die jährlichen Energiekosten im Vergleich zu Alternativen geringer sind. Außerdem stellt der Staat eine Reihe von Förderprogrammen zur Verfügung, die den Umstieg erleichtern sollen. Aber eine Investition in dieser Größenordnung kann vor allem in Zeiten gestiegener Preise aktuell nicht von allen gestemmt werden.

Direkte Elektroheizungen hingegen haben geringe Anfangsinvestitionen, aber höhere Betriebskosten. Die höheren Betriebskosten können jedoch abgemildert werden, wenn die elektrische Direktheizung mit der neuesten Technologie zur intelligenten Leistungs- und Temperaturregelung installiert wird.

Während die Wärmepumpe durch eine allgemeine Grundwärme im Haus punktet, sorgt die elektrische Direktheizung für präzisere Temperaturen in den einzelnen Räumen. Die Wärmepumpe reagiert relativ langsam auf gewünschte Temperaturänderungen. Die elektrische Direktheizung hingegen ist eine schnellere Heizquelle und dadurch leichter zu steuern. Die perfekte Lösung ist deshalb die Kombination einer Wärmepumpe mit einer elektrischen Direktheizung, die eine intelligente Technologie bietet.

Der Vorteil der elektrischen Direktheizung ist, dass sofort mit einer Heizung in den wichtigsten Räume begonnen werden kann. Dabei kann die herkömmliche Gasheizung in diesem Raum herunter gefahren und einfach ein Heizkörper direkt an der Wand installiert werden. **Die Kosten** betragen nur 150 bis 250 Euro – je nach Wattzahl und Fortschritt der energieeffizienten Technik. Wenn erste gute Erfahrungen mit dieser Lösung gemacht wurden, kann das System sukzessive und völlig flexibel in den Räumen, in denen sie benötigt werden, erweitert werden. Damit kann die Abhängigkeit von einer Gasheizung schnell verringert werden.

Innovationen und Trends für die Küchensortimente 2024

Auf der Küchenmeile 2023 mit den Veranstaltungen area 30, Architekturwerkstatt, house4kitchen und dem Kitchen Center in Löhne sowie den zahlreichen Locations entlang der Autobahn A30 konnten sich Besucher von vielen Möglichkeiten inspirieren lassen, die die Umsätze im kommenden Jahr sichern.

Bei den Geräteherstellern ging es auf der Küchenmeile 2023 um intelligente Hausgeräte mit durchdachtem Design, die ihren Nutzern viele Alltagsorgen im Haushalt abnehmen können.

So stand der **Samsung** Auftritt auf der area 30 ganz im Zeichen eines vernetzten, energiesparenden und stilvollen Kocherlebnisses für Konsumenten. Neu ist unter anderem das 80 Zentimeter Kochfeld in der Slim Fit Variante, die eine Küchengestaltung mit dünnen Arbeitsplatten für eine leichte, moderne Optik ermöglicht. Außerdem werden die aktuellen Geschirrspüler und Kühl-Gefrierkombinationen in besseren Energieeffizienzklassen als bisher verfügbar sein und um noch mehr komfortable Technologien erweitert.

Smarte Funktionen beherrschen bei Samsung das Portfolio an Backöfen, Kochfeldern und Dunstabzugshauben. Diese sollen Nutzern das Zubereiten von Mahlzeiten vereinfachen. Die bereits auf der IFA neu vorgestellte App Samsung Food liefert dazu Rezeptideen, passt diese an den individuellen Geschmack an und lässt sich für noch mehr Komfort mit WiFi-fähigen Geräten via Smart Things verbinden.

Trendfarbe schwarz

Schwarz ist im hochwertigen Innendesign nicht mehr wegzudenken. Kein anderer Farbton ist so zeitlos-elegant und lässt sich zudem mühelos mit nahezu jedem Wohnstil, diversen Materialien und vielen Farben kombinieren. Gefragt sind besonders matte schwarze Oberflächen. Die Weltmarke **Miele** zeigte auf Gut Böckel seine komplett neue grifflose Einbaugeräteserie in edlem Obsidianschwarz matt, die ab Februar 2024 im Markt eingeführt wird.

Sie umfasst Backöfen, Backöfen mit Mikrowelle, Dampfbacköfen, Wärme- bzw. Vakuumschublade, Einbau-Kaffeefullautomat sowie Weinlagerschrank. Ergänzt werden die Geräte um Dunstabzugshauben und Frontverkleidungen für Geschirrspüler mit Knock2Open-Technologie.

Viel Flexibilität und Individualität zeigte **Neff** im house4kitchen und mit Flex Control eine besondere Weltneuheit. »Flex Control bietet maximale Freiheit in der Küche. Heute Touch, morgen Twist, für Linkshänder oder Rechtshänder: Die Bedienart passt

sich dem individuellen Nutzungsstil der Köchinnen und Köche an, die gerade am Werk sind. Das Display reagiert in Echtzeit und macht es so möglich, die Hausgeräte nach ganz eigenen Wünschen zu bedienen«, schwärmt Geschäftsführer **Marco Tümmler** vom neuen System.

Click & Change

Und mit Flex Design kann der Stil der eigenen Küche ab sofort noch flexibler gestaltet und jederzeit selbst verändert werden. Bei Backöfen, Kochfeld, Dunstabzugshaube oder Kaffeevollautomat aus der neuen Neff Collection gibt es für Designelemente wie den Backofen-Griff, Seitenleisten oder das Twist Pad Flex nun vier attraktive Farben zur Auswahl: Brushed Bronze, Anthracite Grey, Metallic Silver und Deep Black. Sollte im Laufe der Zeit der Wunsch nach einer Veränderung in der Küche größer werden, können diese Elemente in einem der anderen Farbtöne nachgekauft und damit neue Akzente gesetzt werden. Ganz einfach im DIY-Modus: »Click & Change«.

Der Trend bei neuen Einbaugeräten geht zunehmend weg von klassischen Edelstahlflächen. Deshalb setzt die Traditionsmarke **Grundig** auf dunkle Hausgeräte im Dark Inox Design, und präsentiert auf dem exklusiven Landsitz Gut Böckel seine Neuheiten, die sich stilvoll in moderne Küchen einfügen.

Ein Highlight unter den neuen Dark Inox Geräten ist der Multifunktionsofen GEBM19400DXPH mit 15 Funktionen. Neben Garfunktionen einschließlich Heißluft gehören auch Komfortfunktionen wie Dampfreinigung, Pyrolyse und Eco-Pyrolyse zum Ausstattungsumfang.

Automatische Dosierung

Bei den neuen Grundig Geschirrspülern werden Reiniger und Klarspüler mittels »Pro Dose-Technologie« ganz automatisch je nach Programm dosiert. Das spart Zeit und Geld und schont die Umwelt, da die Nutzer erfahrungsgemäß die Reinigungsmittel überdosieren. Und dank Doormatic öffnet sich nach dem Programmende die Tür einen Spalt, damit Wärme und Dampf aus dem Inneren austreten kann.



Miele in Obsidianschwarz matt
Nach dunklen Küchenfronten sind jetzt auch schwarze Einbaugeräte gefragt.



Vernetzte Welt bei Samsung
Rezeptideen aus der Samsung Food App werden mit Smart Things an den Ofen weitergeleitet.



Individualität bei Neff
Bei der neuen Collection können Designelemente getauscht werden – vier Farben stehen zur Wahl.



Dark Inox von Grundig
Highlight bei den Einbaugeräten ist der Multifunktionsofen GEBM19400DXPH.

Still im Hintergrund

Eine Waschmaschine ist ein notwendiger Begleiter des Alltags. Es gibt unterschiedliche Ausführungen und Qualitäten. Wir stellen heute zwei Maschinen von **PKM** vor. Die eine kann bis zu zwölf Kilogramm waschen – das andere Modell ist ein Waschtrockner.



WA12-ES1415DI Waschmaschine



WT8+5BE Waschtrockner

Die neue PKM Waschmaschine mit der Modellnummer WA12-ES1415DI ist ein idealer Begleiter für die Großfamilie. Vom Standardprogramm für Baumwollwäsche, über eins für Mischgewebe – wenn die Kids das Sporttrikot ablegen – bis hin zum Feinwäscheprogramm für die Seidenbluse der Ehefrau, ist für jeden Wäschetyp etwas dabei. Auf den Motor gibt es sogar zehn Jahre Garantie.

Bullauge und Bedienleiste wirken modern und wertig, während die übrige Verarbeitung ebenfalls ordentlich ist.

Das andere Gerät – der Waschtrockner WT8+5BE – ist ein Mittelweg aus Waschmaschine und Trockner, der acht Kilogramm wäscht und fünf Kilogramm trocknet. Will man also waschen und trocknen in einem Durchgang, so muss man sich auf fünf Kilogramm zu waschender Wäsche

Ganz leicht erklärt

Haben Sie sich auch gerade dabei erwischt, eine Merkregel zu finden, um sich die teilweise kryptischen Modellnummern einzuprägen? Dabei sind die Produktbezeichnungen eigentlich ganz einfach zu dechiffrieren, wenn man weiß, wie es geht.

Anhand der neuen Waschmaschine **WA12-ES1415DI** erklärt das Unternehmen PKM die Logik dahinter sehr anschaulich: **WaschAutomat, 12** Kilo, **Elektronische Steuerung, 14**hundert Umdrehungen, **15** Programme, sowie ein zentraler **Drehregler** und Invertermotor. Ist doch ganz einfach, oder?

Beim Modell **WT8+5BE** ist die Produktbezeichnung noch einfacher gestaltet: **WaschTrockner** für **8** Kilo Wäsche und **5** Kilo Trocknerwäsche. Die Waschmaschine fällt unter die Energieeffizienzklasse **B**, der Trockner unter **E**. Sinnschlüssig. Hurra.

www.pkm-online.de

begrenzen. Dann ist sichergestellt, dass beide Funktionen reibungslos ineinandergreifen. Ebenfalls mit einem Invertermotor ausgestattet, lässt sich der neue Waschtrockner am digitalen Panel bedienen. Verschiedene Programme sind vorinstalliert, um zu waschen oder zu trocknen. Die elektronische Unwuchtkontrolle trägt dazu bei, das Gerät zu schonen. Beide Funktionen sind auch einzeln anwählbar.

From Vision to Action

Side-by-Side in bester Energieeffizienzklasse A von Midea

Im Rahmen der IFA 2023 stellte Midea unter anderem seine Nachhaltigkeitsstrategie »Green Strategy 2.0« vor, die mit einem umfassenden Ansatz entlang der gesamten Wertschöpfungskette neue Maßstäbe für ökologische Nachhaltigkeit im Kühlschranksegment setzt.

Das Unternehmen nutzte die IFA auch, um den ersten Side-by-Side Kühlschrank in der Energieeffizienzklasse A zu präsentieren, der vor Ort vom TÜV Rheinland ausgezeichnet wurde. Nach dem erfolgreichen Launch des ersten doppelt A-Klasse Bottom-Mounted-Kühlschranks im letzten Jahr, der sowohl eine A-Klasse Energieeffizienz als auch eine A-Klasse Geräuscharmut aufweist, setzt Midea seine Innovationsbemühungen unermüdlich fort.

Der neue A-Klasse Side-by-Side-Kühlschrank MDR5791 ist mit den wegweisenden Energieeffizienztechnologien des Unternehmens ausgestattet. Dazu gehören unter anderem der GMCC-Kompressor



TÜV Rheinland zeichnet den neuen Side-by-Side Kühlschrank bei einer Zeremonie auf der Midea Bühne mit dem »Green Product Mark« aus: Vincent Song, Liu Yang und Zuo Hong von der Midea Refrigerator Division, Marc Zaplin von TÜV Rheinland Group, Ralph Kobsik, Geschäftsführer Midea Europe GmbH (Bild v.l.n.r.)

mit maßgeschneiderter Effizienz-Offset-Technologie, der den Stromverbrauch für verschiedene Produktplattformen anpasst und die Energieeffizienz des Kühlschranks maximiert.

»Dieses Produkt erzielt sehr gute Energieeffizienzwerte und erfüllt die vier Hauptkriterien der Green Product Mark-Zertifizierung: weniger gefährliche Stoffe, Umwelt- und Energiemanagement, Klimaresistenz der Produkte sowie Gehalt an recycelten Materialien«, begründet **Marc Zaplin** die TÜV-Auszeichnung und er-

gänzt: »Gerade bei Elektrogeräten halten wir diese Prüfung für sehr sinnvoll, weil bei deren Produktion häufig wertvolle Rohstoffe verwendet werden.«

TÜV Rheinland begrüßt das Engagement von Midea Refrigerator, sich den strengen Prüfkriterien des Green Product Marks zu unterziehen. Midea wiederum hat sich verpflichtet, diese energiesparenden Technologien in Zukunft auf weitere Kühlschrankplattformen anzuwenden und damit einen wertvollen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten.

Neue Brüheinheit Romantica Plus von Nivona

Nivona präsentierte auf seinem IFA-Stand die beiden neuesten Kaffeefullautomaten NIVO 8'101 und NIVO 8'103, die Innovation und Genuss in einem modernen Design vereinen.

Das Herzstück dieser außergewöhnlichen Maschinen ist die fortschrittliche Brüheinheit Romantica Plus, mit der der Kaffeegenießer eine bisher unbekannte Effizienz und Extraktion bei der Kaffeezubereitung erzielt. Die Aromen entfalten sich dank Aroma-Technologie optimal, um ein unvergleichliches Geschmackserlebnis zu ermöglichen.



Kaffeefullautomat NIVO 8'103
Ausgestattet mit neuer Brüheinheit

Das Aroma Balance System bietet in dieser Serie fünf Aromaprofile, die dem anspruchsvollen Kaffeekenner eine Vielzahl von Genuss-Möglichkeiten eröffnen. Ob mild und cremig oder kräftig und aromatisch: Aus jeder Kaffeebohne lassen sich so ganz verschiedene Aromen und Nuancen herausholen. Hier findet jeder seine perfekte Tasse Kaffee, Espresso oder Cappuccino. Ganz nach seinem Geschmack. Das fünfte und neue Profil »harmonic« sorgt besonders bei Caffè Americano für nie gekanntes Genuss.



Keine Kompromisse bei der Reinigung
Die Geräte sind so konzipiert, dass sie eine einfache Reinigung und Wartung ermöglichen.

Die Kaffeefullautomaten NIVO 8'101 in Schwarz und NIVO 8'103 in Titan sind ab September 2023 im autorisierten Nivona-Fachhandel erhältlich.



Cube 4' – die mit dem Klick

Ein kleiner Würfel aus Nürnberg stellt die Genusswelt auf den Kopf

Auf der IFA 2023 in Berlin sorgte **Nivona** mit seinem neuen Kaffeefullautomaten für Furore unter den Messebesuchern, denn der Cube 4' ist klein, einfach und schnell. In diesem Gerät befinden sich sowohl Technologien aus dem Kaffeefullautomaten wie auch aus Siebträgern – und das macht den Cube 4' so anders.



Peter Wildner

Die einfache Zubereitung von Kaffee in all seinen verschiedenen Größen. Das war die Vorgabe, die sich die Nürnberger stellten. »Wir wollten ein kleines Gerät entwickeln, das von Ristretto bis Café Grande alles kann«, informiert **Peter Wildner**, Geschäftsführer der Nivona Apparate GmbH in Nürnberg. »Als ich den ersten Prototypen vom Cube 4' vor mir sah, machte es sofort Klick.«

Für die Entwicklung arbeiteten die Nürnberger mit den jungen Industriedesignern des Studios Formate/S aus Regensburg zusammen. Und so entstanden die beiden Modelle dieser Serie mit samt ihrem innovativen Click Cup.

Der kleine Becher für das Kaffeepulver lässt sich auf der linken Seite des Geräts fürs Mahlen einsetzen – und auf der rechten Seite fürs Brühen. So wird Kaffee einfach und schnell zubereitet.

Und nicht nur das: Danach lässt sich der Click Cup entnehmen und mit einem

Dreh, begleitet vom charakteristischen Klick, fällt der Puck mit dem Kaffeetester heraus. Das sorgt für eine leichte und nachhaltige Reinigung und der gebrauchte Kaffeesatz lässt sich obendrein bequem als Dünger für Pflanzen einsetzen. Der Click Cup selbst muss nur mit einem Tuch abgewischt werden. Mehr ist nicht zu tun.

Die beiden Modelle des Cube 4' lassen sich entsprechend überall einsetzen. Sie sind nicht nur perfekt in der heimischen Küche aufgehoben, sondern von der Studentenwohnung bis zur Ferienwohnung, vom Campingplatz bis zum Atelier ein optimale Begleiter für mahlfrischen Kaffeegenuss.

»Im Innern kommen Technologien von Vollautomaten, Kapselmaschinen und Siebträgern zusammen«, sagt Wildner. So bieten die beiden Modelle des Cube 4' verschiedene Aromaprofile. Kaffeestärke, Menge und Temperatur lassen sich außerdem über das Symbol-Touchdisplay schnell und einfach einstellen. Alles in kompaktesten Maßen.

Die ursprüngliche Idee für den Cube 4' kam aus der Branche: »Der Wunsch vieler unserer Fachhändler war ein Gerät, das nur Kaffee und Espresso macht. Auf's Wesentliche reduziert«, ergänzt Geschäftsführer Peter Wildner. Und den Wunsch hat Nivona erfüllt.

Die beiden Modelle des neuen Kaffeefullautomaten in Cremeweiß und Mattschwarz wird es exklusiv im Nivona-Fachhandel voraussichtlich ab Oktober 2023 geben.

Severin setzt auf Service

Im Rahmen seiner Service- und Nachhaltigkeitsstrategie arbeitet das Sauerländer Unternehmen daran, den Kundenservice weiter auszubauen, Elektroschrott zu reduzieren und die Lebensdauer von Produkten zu erhöhen. Für diese ambitionierte Service-Strategie setzt **Severin** auf den Service-Experten **Patrick Abel**.

Elektrogeräte im Haushalt sind oft täglich im Einsatz. Verschleiß und Defekte sind da nicht ungewöhnlich. Jedoch werden heute viel zu viele Geräte selbst bei kleineren Beschädigungen leichtfertig und ungeprüft ersetzt. Die Möglichkeit einer Reparatur ist meist gar nicht vorgesehen. Dieser vermeintlich leichtere und günstigere Weg belastet unsere Ressourcen. Deshalb geht das Team von Severin zusammen mit seinen Handelspartnern andere Wege.

In einem ersten Schritt wurde sowohl das Service-Angebot, als auch die Abwicklung von Service-Anliegen für Konsumenten und Handelspartner vereinfacht. Im Rahmen der neuen Design-Sprache stehen nun Themen wie eine einfache Reparatur und Nachrüstbarkeit im Fokus, genauso wie die ausreichende Vorproduktion von Ersatzteilen.

Zur Umsetzung dieser ambitionierten Service-Strategie konnte Severin **Patrick Abel** (Bild) gewinnen, der zuvor über viele Jahre den Nespresso Club in Deutschland auf- und ausgebaut hat sowie bei Melitta Single Portions als Head of Customer Experience ein neues Geschäftsmodell ins Leben gerufen hat.

Patrick Abel, seit Anfang Mai Head of Customer Care, Service & Repair bei Severin Elektrogeräte GmbH, zur Strategie: »Langlebige und reparierbare Geräte zu produzieren, ist elementarer Teil der Unternehmensstrategie von Severin. In diesem Kontext

bauen wir nun unsere globalen Service- und Reparaturprozesse aus. Wir möchten, dass unsere Produkte, wann immer möglich, repariert werden und kein retourniertes Gerät mehr ungeprüft dem Elektroschrott zugeführt wird.«

Abel ergänzt: »Schließlich tragen wir auch eine soziale und ökologische Verantwortung. Wir haben seit Jahrzehnten ein eigenes Service- und Reparaturteam in Sundern. Dieses wurde in den letzten Monaten erweitert, sodass wir in der Lage sind, mehr Produkte als jemals zuvor zu reparieren. Ein erstes Ergebnis zeigt, dass über 50 Prozent der eingesendeten Geräte weiterbeziehungsweise wiederverwendet werden können. Unser Bestreben ist es nun, diesen Anteil sukzessive zu erhöhen.«

Pilotprojekt mit Expert

Im nächsten Schritt wird das neue Servicekonzept mit Handelspartnern geteilt und gemeinsam Strategien zur Umsetzung entwickelt. Ein erstes Pilotprojekt wurde mit Expert Deutschland ins Leben gerufen: Reklamierte Severin Produkte gehen ab sofort nicht mehr in die Defektwarenabwicklung. Sie werden ins Sunderner Service Center geschickt, dort begutachtet, und wenn möglich instandgesetzt. Severin und Expert werden auf Basis der Erkenntnisse aus diesem Piloten die künftigen gemeinsamen Service-Prozesse festlegen.

Ziel ist es, dass möglichst häufig eine sachkundige Reparatur vor Ort gewährleistet

wird und damit sowohl Umwelt, Konsument als auch lokaler Handelspartner profitieren.

Gardy Kanzian, (Bild oben) Director Services and Customer Solutions der Expert SE, begrüßt den Weg nach vorne: »Wir müssen uns zunehmend an der Nachhaltigkeit unseres unternehmerischen Handelns messen lassen. Das bestimmt auch die Gestaltung unserer Serviceabläufe. In dem gemeinsamen Projekt mit Severin stellen wir die Weichen für die Reduzierung von Ressourcenvernichtung und Transportwegen und für ein zukunftsfähiges Reparaturangebot, von dem unsere Kunden, aber auch unsere lokalen Handelspartner auf vielfältige Weise profitieren werden – ein klares Win-Win für alle Beteiligten.«



Bild: Expert



Bild: Severin

Diesen Vorteil sieht auch **Dr. Joyce Gesing** (Bild unten),

CEO der Severin Elektrogeräte GmbH, und betont »Was wir deutlich sehen: Das ist kein kurzfristiger Trend, sondern eine Entwicklung, die seit Jahren kräftig zulegt. Immer mehr Menschen möchten ihr Leben nachhaltiger gestalten, erkennen sie doch den direkten Zusammenhang zwischen ihrem Konsumverhalten und den globalen ökologischen Herausforderungen.«

»Dabei unterstützen wir sie gern gemeinsam mit unseren Handelspartnern. Im Rahmen unserer strategischen Neuausrichtung sind die Themen Service und Nachhaltigkeit ein wichtiges Fundament unserer Marke. Langlebigere Produkte und Reparierbarkeit erhöhen übrigens nicht nur die Kundenzufriedenheit, sie ermöglichen langfristige Kundenbindung und fördern die Ressourceneffizienz«, ergänzt Gesing.

GRAEF

Für heute. Für morgen. Für dich.

Die neue Premium-Kaffeemühle für den Home Barista



CM1012

3 gute Gründe:

- On-Demand Kaffeemühle mit Scheibenmahlwerk, exakter Dosierung und minimalem Totraum
- Stufenlose Mahlgradeinstellung für genaueste Anpassungen
- Besonders leiser Betrieb bei hoher Mahlleistung (60dB)



„Hands-free“ Mahlvorgang



Variabler Timer



Weitere Informationen über die Kaffeemühle erhalten Sie hier.



www.graef.de



Bild: Caso

Echtes Multitalent: AF 660 Duplex von Caso

Die neue XL-Heißluftfritteuse von **Caso** hat ein Korbvolumen von sechs Litern. So können beispielsweise ein ganzes Grillhähnchen oder bis zu 1,2 Kilo Pommes zubereitet werden. Ohne Aufheizen ist sie direkt startbereit und bietet eine Direktwahl aus zwölf Automatik-Programmen. Der Shake-Reminder sorgt für besonders gleichmäßige und extra knusprige Ergebnisse. Bei Bedarf ermöglicht die Duplex-Trennwand die gleichzeitige Zubereitung verschiedener Speisen.

Aktueller Trend

Hype nach Air Fryern

Ninja Heißluftfritteuse für die Großfamilie

Heißluftfritteusen finden im Handel derzeit reißenden Absatz. Gerne darf es dabei auch etwas größer sein. Dafür hat **Ninja** auf der IFA den **Foodi Flexdrawer** vorgestellt, in dem ein Speisen-Volumen von mehr als zehn Liter zubereitet werden kann. Entweder in der extragroßen Schublade oder mit dem Garraumtrenner unterteilt in zwei Kammern. Damit werden bis zu acht Personen sicher satt. Die Heißluftfritteuse glänzt mit der typischen Dual-Zone-Technologie mit zwei Garzonen, womit zwei unterschiedliche Gerichte gleichzeitig gegart werden können.



Bild: Shark Ninja



Bild: Gorenje

ETM TESTMAGAZIN	
Gorenje AF1700DB	
SEHR GUT	92,2 %
Einzeltest Heißluftfritteuse 07/2023	
www.etm-testmagazin.de	

Gorenje überzeugt mit Bestnoten

Frittieren ohne Fett – ein Versprechen, das nicht nur in der leichten Sommerküche verlockend klingt. Die neue **Heißluftfritteuse AF1700DB von Gorenje** hält dieses Versprechen mühelos und eröffnet eine Vielzahl an Zubereitungsmöglichkeiten. Bestätigt wird dies durch das aktuelle Testergebnis im ETM Testmagazin: hier glänzt die Heißluftfritteuse mit der Bestnote »sehr gut«.

Rommelsbacher liefert den Durchblick

Das neue **Heißluftfritteusen-Modell FRH 1700** der Marke **Rommelsbacher** ist mit einem praktischen Sichtfenster und abschaltbarer Innenbeleuchtung ausgestattet. Damit kann der Garprozess jederzeit bequem überwacht werden, ohne dass das Gerät geöffnet werden muss und wertvolle Hitze verloren geht. Durch die innovative Hot Air Convection Technology ist der Backraum schnell auf Temperatur und die Hitze wird gleichmäßig verteilt. Dabei sorgt die heiße Luft außen jederzeit für knusprige Ergebnisse und innen für saftige Speisen.



Bild: Rommelsbacher

Steba erhält die Note »sehr gut«

Die Heißluftfritteuse **HF 8000 Family** von **Steba** hat im Geräte-Vergleich der Zeitschrift ETM Testmagazin 08/23 überzeugt und sich die Note »sehr gut« gesichert. 16 Produkte wurden dabei genau unter die Lupe genommen. Mit einer Gesamtbewertung von 93,1 Prozent ist die Steba Heißluftfritteuse mit einer sehr guten Bewertung aus dem Test hervorgegangen.



Bild: Steba

Satisfry Snappi Dual Basket

Die neue Heißluftfritteuse der Marke **Russell Hobbs** verfügt über zwei Garräume, in denen beispielsweise Lachs & grüner Spargel, Fisch & Chips oder Steak & Potatoe Wedges getrennt voneinander garen. Dabei können beide Körbe zu einer großen Einheit mit insgesamt 8,5 Liter verbunden werden. Dann findet darin sogar ein ganzes Hähnchen Platz. Acht voreingestellte Kochprogramme sorgen für perfekte Ergebnisse, während die Synchronisierung der Kochzeiten und die Erinnerung an das Hinzufügen von Speisen dafür zuständig sind, dass alles zur gleichen Zeit fertig ist.



Bild: Russell Hobbs

Neue Sebo Staubsauger in ausdrucksstarken Farben

Heutzutage wird der Staubsauger als Teil des Interieurs angesehen und muss sich nicht mehr länger in der Besenkammer verstecken. Diesen Trend greift die Marke **Sebo** mit ihren neuesten Geräten in aktuellen Farbvarianten auf.

Kräftige Rot- und Purpurtöne stehen in der kommenden Herbst-/Wintersaison 2023/2024 besonders im Fokus. Das hat das Unternehmen Stein & Co. dazu inspiriert, ihren bewährten Staubsauger-Modellen ein Makeover zu verpassen. Die neuen Geräte strahlen in Berry und Purple, bringen frischen Schwung in jedes Zuhause und trumpfen mit extra starker Leistung auf.

Damit launcht Sebo in diesem Herbst gleich drei attraktive Exklusiv-Geräte, die ausschließlich über den Fachhandel / Fachmarkt zu beziehen sind.

In der Trendfarbe Purpurviolett kommt der Airbelt K1 Purple als Preiseinstiegsgerät sowie der Airbelt E1 Purple mit zusätzlicher Parkettdüse.

Das dreistufige S-Klasse Sebo Filtersystem im Airbelt E1 hält selbst feinste Staubpartikel zurück. In der ersten Filtrationsstufe fängt die Filtertüte mit 3,5 Liter Volumen aus dreilagigem Elektret-Microfiltermaterial Staub, Dreck und sonstige Partikel auf.

Der Microfilter in der zweiten Filtrationsstufe dient dem Schutz des Motors und der Sicherung der Langlebigkeit.

Der Hospital-Grade-Filter aus Elektretmaterial in Stufe drei sichert die hochwertige S-Klasse Filtration und hält selbst kleinste Partikel zurück.

Ebenso neu im Programm ist das Modell Airbelt K1 Berry in Manufakturqualität, lackiert in der edlen Farbe Perlbeere und mit hochwertiger Ausstattung versehen.



Seine Handlichkeit spielt der H5 auch im Auto oder Wohnmobil aus und mit seinen weichen Borsten werden empfindliche ebenfalls Oberflächen sanft gereinigt. Im Eco-Modus saugt er bis zu 30 Minuten und ist damit auch für größere Aufgaben geeignet.

Akku-Staubsauger

Kraftpaket von Hoogo

Der neue Hoogo H5 kombiniert schlankes, handliches Design mit extrem viel Power und lässt Pollen, Staub und Schmutz sicher im Staubbehälter verschwinden.

Für maximale Flexibilität kann der H5 entweder an der praktischen Tisch- und Wand-

station oder außerhalb der Station an jeder beliebigen Steckdose geladen werden. Die kurze Ladezeit von maximal 4,5 Stunden ermöglicht einen schnellen Einsatz. Die extralange Fugendüse gelangt problemlos in enge Zwischenräume und an schwer erreichbare Stellen. Bei Bedarf lässt sich der integrierte Bürstenaufsatz herausziehen.

Mit 120 Watt ermöglicht der H5 trotz seiner Kompaktheit eine langlebige und besonders starke Saugkraft. Im Gegensatz zu Motoren mit Kohlebürsten, die mit der Zeit abnutzen können, wird der Digitalmotor über Magnetimpulse angetrieben und ist praktisch verschleißfrei. Das sorgt für eine längere Lebensdauer, wesentlich bessere Effizienz und eine starke und gleichbleibende Saugkraft.

Der Großteil des Staubbehälters verbirgt sich im inneren

des Handstaubsaugers. Erst bei der Entnahme zeigt sich das Volumen von 300 Millilitern, so dass mit dem Kraftpaket auch einem längeren Einsatz nichts im Wege steht.

Wie alle Produkte von Hoogo kommt auch der H5 in einer FSC-zertifizierten, plastikfreien Verpackung. Zehn Jahre Ersatzteilverfügbarkeit und Garantie gibt es zudem auf den Digitalmotor. Das schont nicht nur die Umwelt, sondern obendrein den Geldbeutel.



Der Hoogo H5 kann an der praktischen Tischstation geladen werden und verfügt über innovatives Zubehör.



Mit der motorisierten Polster- und Milbendüse lassen sich Teppiche, Polster und Fußmatten kraftvoll und gründlich reinigen.

Drei starke Vorteile für Kunden

Die Premiummarke **AEG** setzt im Rahmen ihrer Fachhandelsstrategie auf Top-Beratungsqualität, Service sowie ein Rundum-Sorglos-Paket beim Verkauf ihrer Bodenpflege-Geräte.

Als Teil ihrer umfangreichen Maßnahmen zur Stärkung und Unterstützung des Fachhandels in Deutschland und Österreich ruft AEG eine neue Aktion für den Fachhandel und für ihre Premium-Geräte aus dem Bereich Bodenpflege ins Leben: die AEG Sorglos-Aktion.

Im Aktionszeitraum vom 1. Oktober 2023 bis 31. März 2024 profitieren Konsument*innen beim Kauf eines Staubsaugers der AEG Baureihen 7000 Akku-Staubsauger, 8000 Akku-Staubsauger, VX82 oder 6000 Bodenstaubsauger im Fachhandel und anschließender Produktregistrierung von drei starken Vorteilen: Garantieverlängerung, Geld-zurück-Garantie und Gratis Zubehör.

Zur Unterstützung der Aktion am Point of Sale erhalten Handelspartner zahlreiche Werbemittel wie digitale Banner, Störer, Microsite Bausteine und Social Media Posts sowie Flyer und Aufsteller für Instore-Werbemaßnahmen.

Um von der AEG Sorglos-Aktion profitieren zu können, muss das Produkt innerhalb von 30 Tagen nach Erwerb mit der Rechnung auf www.aeg-sorglos-aktion.de registriert werden. Nach Anmeldung erhalten die Konsument*innen eine E-Mail mit einem Garantiezertifikat, einem personalisierten Gutschein-Code zur kostenlosen Einlösung des Gratis-Zubehörs im AEG Zubehör-Shop sowie alle Informationen zur 60 Tage Geld-zurück-Garantie.

Für langfristige Sorgenfreiheit erhalten Verbraucher*innen durch die Aktion eine zehnjährige Herstellergarantie auf den Motor plus eine dreijährige Garantie auf das gesamte Gerät. Als zweiten Vorteil gibt es bei den ausgewählten Akku-Staubsauger Modellen einen kostenlosen Wechselakku dazu.

Bei den Bodenstaubsaugern können sich Verbraucher*innen über ein Performance Kit bestehend aus vier s-bag Classic Long Performance Staubsaugerbeuteln,



Kauf registrieren und starke Vorteile für ein nachhaltiges Produkterlebnis erhalten.

einem s-Filter Allergy Plus, dem Universal-Motorfilter sowie dem s-fresh Duftgranulat freuen.

Mit der 60 Tage Geld-zurück-Garantie bekommen Konsument*innen als dritten Vorteil die Möglichkeit, das erworbene Modell 60 Tage lang in Ruhe zu testen und herauszufinden, ob das Produkt zu ihnen passt.

Bissell auf der IFA 2023

Tragbarer Tiefenreiniger mit Dampffunktion

Im Homecare-Markt ist das familiengeführte US-amerikanische Unternehmen **Bissell** seit mehr als 145 Jahren erfolgreich unterwegs. Jetzt hat die Marke auf der IFA 2023 Produktneuheiten mit innovativer Hydro Steam-Technologie vorgestellt.

Neben dem Cross Wave Hydro Steam Pet Multi-Surface Cleaner und dem Revolution Hydro Steam Teppichreiniger hatte Bissell mit dem tragbaren Spot Clean Hydro Steam Tiefenreiniger seine neueste Ergänzung der Produktpalette im Messegepäck.

Diese gesamte Gerätserie nutzt die Kraft der patentierten Hydro Steam-Technologie und bietet eine verbesserte Reinigungsleistung selbst für hartnäckige Flecken und klebrige Verschmutzungen.

Der neue Tiefenreiniger ist in nur 30 Sekunden einsatzbereit und bietet drei Reinigungsmodi, um sowohl weiche als auch harte Oberflächen im ganzen Haus zu reinigen. Dank einer Trocknungszeit von etwa 30 Minuten können Polstermöbel, Haustierbetten und sogar Autoinnräume schnell wieder genutzt werden.



Der Bissell Spot Clean Hydro Steam kommt am 6. November 2023 auf den Markt und wird UVP 329,99 kosten. In Deutschland wird Bissell über DGH/Duttenhofer vermarktet.

Shark Beauty

Kooperationen mit Chris Appleton und Apple TV

Auf der IFA konzentrierte sich Shark Ninja auch auf das wachsende Angebot an Shark Beauty Produkten, die sich für jeden Haartyp eignen. Der revolutionäre neue Shark Speed Style ist ein Hochgeschwindigkeits-Haartrockner und verleiht mit dem Rapid Gloss Finisher allen Haartypen in Minutenschnelle ein glänzendes Finish. Seine automatischen Einstellungen sorgen für Ergebnisse auf Friseurniveau, ohne dass man sich vor Bedienfehlern und Hitzeschäden fürchten muss. Darüber hinaus gab das Unternehmen zwei neue Partnerschaften bekannt. Einen wichtigen neuen Partner hat Shark Beauty mit **Chris Appleton** an Bord. Der »Stylist der Stars« wird weltweit als Botschafter für die neuen Haarpflegeprodukte auftreten und so Shark Beauty bei seiner Mission unterstützen, Premium-Haarprodukte für alle Haartypen zu entwickeln. Wie Shark Ninja ebenfalls bekannt gab, wird das Unternehmen Partner für einen kommenden, noch unbetitelten Formel-1-Film von Apple TV.



Oral-B iO My Way

Zahnpflege für Jugendliche

Mit dem **jüngsten Mitglied** der revolutionären iO-Technologie-Familie hebt **Oral-B** die Zahnpflege für Kinder ab zehn Jahren auf ein neues Level: Die neue »iO MyWay« wurde zusammen mit Zahnexperten speziell für die Bedürfnisse von Jugendlichen entwickelt – für zielgerichtete Pflege speziell für Zahnspangenträger. Die elektrische Zahnbürste ist seit August 2023 zu einer UVP von 149,99 Euro im Handel erhältlich. Begleitet wird die Produkteinführung mit aufmerksamkeitsstarker Digitalkommunikation durch PR- und Influencer-Aktivitäten sowie mit attraktiven Werbematerialien am POS in Form von Poster und Produktmatrix.

Neuheiten von Remington

Für die tägliche Pflegeroutine im Bad

Mit seinen vier verschiedenen Aufsätzen und den acht Heiz- und Geschwindigkeitskombinationen bietet der **Remington One Dry & Style Haartrockner** vielseitige Stylingmöglichkeiten für alle Haartypen. Durch den Fly Away-Aufsatz sind auch fliegende Haare nach dem Trocknungsvorgang Geschichte. Das neue Multistyling Tool **One Straight & Curl Styler** aus der neuen genderneutralen Haarstyling-Serie One, verwandelt sich dank Flexi Covers mit einem Klick von einem Haarglätter in einen Lockenstyler. Und der **One Total Body Multigroomer** ist ein All-in-One-Gerät mit leistungsstarken, vollwertigen Stylingaufsätzen. Dazu gehören ein Folienrasierer-aufsatz mit zwei Folien und Intercept-Trimmer, eine 38 Millimeter T-Klinge für Bart, Haare und Körper, ein Body Hair Trimmer aus Folie sowie ein vertikaler Nasen-, Ohren-, und Augenbrauentrimmer.





Bildmaterial: Beurer

Top-Innovation Für alle, die mehr erreichen wollen, ist der EMS-Anzug von Antelope genau richtig.

Zahlreiche Neuheiten

IFA-Highlights von Beurer

Auf der IFA 2023 stellte **Beurer** rund 30 Neuheiten vor. Um dies zu ermöglichen, arbeiteten die Mitarbeiter motiviert und unerlässlich an innovativen Produktlösungen, die einen Mehrwert für die Gesundheit und das Wohlbefinden der Kunden darstellen.

Der Gesundheitspezialist aus Ulm hatte wieder jede Menge innovative Produkte und auch neue Sortimente im Messegepäck. So überrascht Beurer beispielsweise erstmalig mit zwei elektrischen Zahnbürsten TB 30 und TB 50, die optimal ins Portfolio passen.

Unter der Kategorie »Woman's Life« bietet Beurer durchdachte Lösungen, die Frauen in unterschiedlichen Lebensphasen hilfreich zur Seite stehen. Dazu gehören passende Produkte zu Menstruation, Empfängnisregelung und Kinderwunsch bis hin zur Begleitung in der Schwangerschaft, nach der Geburt und in der Menopause. Ein interessanter Gerätebereich, der bislang im Elektrohandel noch Neuland ist und deshalb ein großes Potential mit sich bringt.

Für Männer hat Beurer mit der Men Care Range eine neue Stylingserie, die jederzeit das richtige Tool liefert. Mit insgesamt fünf Produkten in hochwertigem

Design lassen sich Bart und Frisur gekonnt in Szene setzen und Körperhaare präzise schneiden und trimmen.

Über das neue Notfallarmband hatten wir nach den IFA Innovations Media Briefings bereits in der August-Ausgabe ausführlich berichtet.

Antelope by Beurer bringt Workout auf ein neues Level

Unter dem Label Antelope by Beurer wurden neue EMS Suits und Tank Tops aus der Evolution-Serie sowie der Bauchmuskulgürtel Corefit I und der Bauch- und Rückenmuskulgürtel Corefit II vorgestellt. Damit bietet Antelope by Beurer ein »Next Level« EMS Training – effektiv, flexibel und komfortabel – wann und wo man will.

Der EMS-Anzug bietet hohen Tragekomfort und ist in den Versionen female und male und jeweils in unterschiedlichen Größen erhältlich. Das Shirt und die Short



Evolution bietet hohen Tragekomfort und ist speziell für die männliche und weibliche Anatomie designt. Die Kombination aus Shirt, Short und Booster bietet ein intensives Ganzkörpertraining.

Beurer gehört zu den deutschen Marken-Ikonen

Im Rahmen der IFA 2023 durfte Beurer Marketingleiterin **Kerstin Glanzer** einen besonderen Preis entgegennehmen. **Florian Scholzen** überreichte ihr im Namen des Plus X Awards die Auszeichnung »Deutsche Marken Ikone«. Der Award ist eine Würdigung für die standhafte Beständigkeit und der kontinuierlichen Pflege von Markenwerten, die über Jahrzehnte die Wertschätzung der Endverbraucher in Deutschland gewonnen hat.

Der Titel »Deutsche Marken Ikone« kommt den Unternehmen zuteil, die ein Vorbild und eine Inspiration für deutsche Marken darstellen und deren Markenführung und Erfolgsgeschichte als Maßstab dienen.

»Wir freuen uns sehr, dass unsere Bemühungen und das Streben nach Innovation erkannt werden und die Jury uns in die Hall of Fame des Awards aufgenommen hat«, lies Kerstin Glanzer verlauten.



Preisübergabe
Florian Scholzen überreichte Kerstin Glanzer im Namen des Plus X Award die Auszeichnung.

gibt es für Frauen in den Größen XS bis XL und für Männer von S bis XXL. Beurer bietet hierbei verschiedene Größenkombinationen an, um das perfekte Trainingsoutfit für den Anwender bereitzustellen. Die Kombination aus Shirt, Short und Booster bietet ein intensives Ganzkörpertraining. Durch einen integrierten Reißverschluss lässt sich der Suit einfach anziehen und hat eine gute Passform. Das Material ist atmungsaktiv und maschinenwaschbar.



Antelope Go App
Sowohl für die Nutzung der Suits als auch für die der Tank Tops können 42 EMS-Programme für jedes Leistungsniveau abgerufen werden.



Ein Gerät – vier Zubereitungsarten Für perfekte Steaks (1) – aufgeklappt mit großzügiger BBQ-Grillfläche (2) – mit Zubehör Backschale für Kuchen oder Aufläufe (3) – und in der Kombination aufgeklappt und mit Backform für das Grillen, Kochen, Backen und Braten kompletter Menues (4).



Bilder: Tefal

Neues Feature: Komplette Mahlzeiten mit nur einem Gerät

Der Optigrill 4in1 von Tefal überzeugt in Challenge

Grillen, kochen, backen und braten – das sind die Anforderungen vieler Verbraucher an einen Kontaktgrill. Diesem Wunsch kommt **Tefal** nun mit dem neuen **Optigrill 4in1** nach. Neben der bewährten – von Tefal patentierten intelligenten Zubereitung von Fleisch, Fisch und Gemüse – verfügt das Multitasking-Talent auch über einen BBQ-Modus, eine Ofen-Funktion sowie die Möglichkeit, unterschiedliche Zutaten für ganze Mahlzeiten gleichzeitig zu garen. Insgesamt können damit bis zu vier Portionen auf dem Kontaktgrill zubereitet werden. Alle Funktionen hat die Marke eindrucksvoll während einer Challenge bewiesen, bei der vier Hobbyköche im Beisein von Tefal-Markenbotschafter und Fernsehkoch **Nelson Müller** innerhalb von 30 Minuten mit der ihnen zugewiesenen Funktion ein Gericht zaubern mussten.

In der Challenge, die per Lifestream übertragen wurde, zog TV-Moderatorin **Leonie Koch** als erste die Funktion »Intelligenter Kontaktgrill«. Der Optigriller **Benjamin Hetterich** wählte die »Komplette Mahlzeit«. Foodbloggerin und Kochbuchautorin **Petra Hola-Schneider** bekam die Funktion »Ofen« zugewiesen und übrig blieb die »BBQ-Funktion« für Food-Influencer **Max Kolb**.

Im aufgeklappten Zustand wird der Optigrill mit der Zubereitung ganzer Mahlzeiten fertig und kann Hauptgerichte und

Beilagen gleichzeitig durchgaren. Auf der einen Seite heizt zum Beispiel die Grillfläche dem Grillgut wie Fleisch oder Fisch so richtig ein, während auf der anderen Seite die Backschale zum Einsatz kommt, in der die Beilage wie in einer handelsüblichen Pfanne gebraten werden kann. In der Challenge bereitete Optigriller **Benjamin Hetterich** Lachs auf der Grillfläche und ein Zucchini-Gemüse in der Backschale.

Tipp von Starkoch **Nelson Müller**: Zum Ende der Garzeit die Lachssteaks auf das Gemüse geben, den Deckel schließen und

die Temperatur drosseln. Dadurch zieht der Lachs noch einmal schön nach und das Gemüse bleibt warm. So lassen sich zu jeder Tageszeit superschnell und kinderleicht gesunde, ausgewogene und vielfältige Mahlzeiten für die gesamte Familie zusammenstellen.

Der intelligente Kontaktgrill

Ohne viel Zutun sorgt der Optigrill 4in1 jedes Mal für perfekte Ergebnisse. Dazu verfügt er über einen speziellen, smarten Sensor, der die Anzahl und Dicke des Grillguts misst und dementsprechend die Grilldauer und -temperatur anpasst. Mit dieser Funktion ist der Optigrill weiterhin einzigartig auf dem Markt.

Und diese Aufgabe löste TV-Moderatorin **Leonie Koch** perfekt für ihr Rip Eye-Steak, dass sie nach der Zubereitung in Streifen schnitt und appetitlich auf einem Teller arrangierte. Fernsehkoch Müller war begeistert und um es vorweg zu nehmen, **Leonie Koch** gewann die Challenge und wurde von **Nelson Müller** und der Moderatorin **Evren Gezer** mit der goldenen Grillzange ausgezeichnet. Übrigens: Der Farbindikator am Optigrill hat ein neues Design, das Aufschluss über den Zubereitungsfortschritt gibt – damit jedes Grillgut nach individuellem Wunsch zubereitet werden kann.

Schneller als im Ofen

Einen Nachtisch aus Obst und Streuseln bereitete Foodbloggerin und Kochbuchautorin **Petra Hola-Schneider** dank der Ofen-Funktion zu. Mit der im Lieferumfang enthaltenen Backschale geht die Zubereitung von Ofengerichten wie Pizza, Aufläufen, Lasagne, Fritten und Kuchen mühelos von der Hand.

Da der neue Optigrill schneller aufheizt und auf einer kleineren Fläche gebacken wird, geht das sogar schneller als mit einem herkömmlichen Ofen. Einfach die Backschale mit den Zutaten befüllen, in den Optigrill legen, zuklappen und dann dauert es nicht mehr lange, bis die Mahlzeit verzehrfertig auf dem Teller landet.

BBQ-Modus

Mit der »BBQ-Funktion« hat Food-Influencer **Max Kolb** seine Lieblingsfunktion erhalten, denn er ist leidenschaftlicher Barbecuer. Wenn der neue Optigrill aufgeklappt wird, steht eine 1.200 Quadratmeter große Grillfläche zur Verfügung und damit werden alle Gäste satt. Dabei wird über das integrierte Thermostat eine der vier Temperaturen eingestellt und der Gastgeber kann sich bequem seinen Gästen widmen.

Im der neuen Tefal App stehen zahlreiche leckere Koch-, Back- und Grillideen. Alle Rezepte beschreiben Schritt für Schritt, wie sich das volle Potenzial aus allen vier Modi des Optigrill 4in1 herausholen lässt.

Einfache Geschäftsoptimierung für Abverkäufe und Restposten durch Re-Commerce-Lösung

Konsumenten suchen heute auch immer öfter in den sozialen Medien nach Angeboten und interessanten Schnäppchen. Als effiziente Onlinelösung für den stationären Handel hat sich »Sellanizer« etabliert. Diese bietet eine Marktplatzintegration auf der eigenen Website für den Verkauf von Ausstellungs- und Lagerware, sowie Restposten und Neuware. Darüber hinaus steht eine automatisierte Schnittstelle zu Kleinanzeigen, Facebook und mehr zur Verfügung. Ein Tool, dass auch durchaus für den Elektrohandel interessant sein könnte – einfach Artikel vor Ort fotografieren und von der App direkt ins Internet stellen.



Firmengründer Dennis Mittelmann (rechts) und Noah-Pierre Dozier, Head of Sales / Strategy

»Unser Ziel war es schon immer, den Re-Commerce für Online-Händler einfacher, effizienter und profitabler zu gestalten. Mit Sellanizer können sie sich darauf konzentrieren, großartige Produkte anzubieten, während wir die Technologie bereitstellen, um ihre Geschäftsabläufe zu optimieren.«

Dennis Mittelmann
CEO Sellanizer

Das bietet Sellanizer

Sellanizer kombiniert Inventarmanagement, Vertriebskanalsteuerung und Analyse in einer einzigen, leicht zu bedienenden Plattform. Diese umfassende Re-Commerce-Lösung wurde entwickelt, um Online-Händlern dabei zu helfen, ihr Potenzial voll auszuschöpfen und ihre Effizienz zu steigern.

Zentralisiertes Inventarmanagement

Mit Sellanizer können Händler ihr gesamtes Produktinventar an einem Ort verwalten. Diese zentralisierte Plattform ermöglicht es, Bestände in Echtzeit zu synchronisieren, sodass Produkte immer auf dem neuesten Stand sind, unabhängig davon, über welche Kanäle sie verkauft werden.

Nahtlose Vertriebskanalsteuerung

Die Plattform bietet eine nahtlose Integration mit weiteren Online-Marktplätzen und Social-Media-Kanälen. Händler können ohne doppelten Pflegeaufwand ihre Produkte auf der eigenen Website, sowie auf verschiedenen Vertriebskanälen wie Kleinanzeigen, Facebook und anderen Plattformen listen, verwalten und synchronisieren.

Leistungsstarke Analysen und Berichte

Sellanizer bietet umfassende Einblicke in den Geschäftsbetrieb, einschließlich Verkaufsleistung, Lagerbeständen, Warenwert und mehr. Mithilfe dieser Analysetools können Händler datengesteuerte Entscheidungen treffen, um ihr Geschäft weiter zu verbessern und Wachstumschancen zu nutzen.

Einheitliche Abverkaufslösung

Durch Automatisierung von Prozessen wie Auftragsabwicklung, Bestandsaktualisierung und einem digitalen Prozess kann Sellanizer wertvolle Zeit und Ressourcen für Händler freisetzen. Dies ermöglicht es ihnen, sich auf das Wachstum ihres Unternehmens zu konzentrieren und gleichzeitig eine reibungslose Erfahrung für ihre Kunden sicherzustellen.

Abmahnsichere Online-Vermarktung

Bei Anlage energielabelpflichtiger Haushaltsgeräte müssen Händler über die Sellanizer-Energielabelfunktion die Energieeffizienzklasse ausweisen. So können Abmahnungen und teure Bußgelder vermieden werden.

Kontakt
www.sellanizer.net

Wissensvorsprung

Jetzt kostenlos für den

Newsletter **CEMarkt electro**
Business-Publications for Home & Mobile Electronics

registrieren und 5 Tage vor Erscheinungstag
die aktuelle Ausgabe als ePaper lesen*



* Newsletter-Abonnenten erhalten exklusiv fünf Tage vor dem offiziellen Erscheinungstermin per E-Mail den Downloadlink zur neuesten Ausgabe von **CE-Markt electro**.



Zur **CE-Markt electro**
Newsletter-Anmeldung
geht es hier: ce-electro.de

