

Top-Themen

Ambiente Interview mit
Thomas Kastl | Seite 8

Im Markenmehrwertcheck:
Tineco Wischsauger | Seite 19

SharkNinja setzt Akzente
im Markt | Seiten 24 bis 28



AllesGriller, AllesKöner

Tefal OptiGrill 4in1 erfüllt alle Koch-, Back- und Grillträume in nur einem Gerät

Seite 11

tineco

Live Easy. Enjoy Life.

Erster kabelloser 3in1 Dampfreiniger

Reinigt gründlich, auch bei hartnäckigem Schmutz. Heißer Dampf sorgt für eine effektive Desinfektion der Oberflächen.



99°C
heißer
Dampf

FLOOR ONE S7 STEAM PLUS



Wischen
Dampfreinigen
Saugen



Beidseitige
Kantenreinigung



Selbstreinigend



Kabellos



Watch Video



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



Der **CEMarkt** electro Adventskalender

Ab dem 1. Dezember auf www.ce-markt.de jeden Tag ein Türchen öffnen und attraktive Preise gewinnen.

Editorial

Auf geht's in den Jahresendspurt

Die Zeiten im Handel – und hier vor allem in den stationären Geschäften – sind alles andere als rosig. Da erzähle ich Ihnen nichts Neues. Die GfK berichtet über anhaltende Kaufzurückhaltung, Inflation und Altlagerbestände. Hohe Energiekosten bestimmen beim Handelsverband die Meldungen und in den täglichen Nachrichten wird über Krisen, Kriege und Haushaltslöcher berichtet. Da wird es schwierig mit der Weihnachtsstimmung.

Auch der Markt für Home-Electronics-Produkte, dargestellt im Hemix, verzeichnet in den ersten drei Quartalen 2023 – verglichen mit dem Vorjahres-Zeitraum – einen Rückgang um 6,1 Prozent. Von Januar bis September 2023 wurde ein Gesamt-Umsatzvolumen von knapp 31,8 Milliarden Euro erzielt. Im gleichen Zeitraum entwickelten sich die beiden Elektrohaushaltsgeräte-Segmente ebenfalls rückläufig im Vergleich zu den Vorjahresmonaten. Elektrogroßgeräte vermeldeten

einen Umsatzrückgang von 8,2 Prozent auf 7,1 Milliarden Euro. Elektrokleingeräte waren mit einem Umsatzminus von 0,6 Prozent auf 4,7 Milliarden Euro hingegen deutlich weniger rückläufig.

Dennoch geben die Deutschen immer noch mehrere Hundert Euro für Weihnachtsgeschenke aus, damit an Heiligabend möglichst viele Aufmerksamkeiten unter dem festlich geschmückten Weihnachtsbaum liegen. Laut Statista gaben sie im Jahr 2022 durchschnittlich 520,40 Euro für Weihnachtsgeschenke aus. Für dieses Jahr wird ein Durchschnitt von 507,10 Euro prognostiziert. Das sind zwar fast drei Prozent weniger als im Spitzenjahr 2021 mit 522,10 Euro, aber laut Statista immer noch der drittbeste Wert ever.

Wachstumstreiber bei Hausgeräten sind nach wie vor die Segmente Kaffee, Saugroboter und Akkusauger sowie Kontaktgrills. Aktuell stehen auch die vielseitigen Heißluftfritteusen hoch im Kurs. Zur Weih-

nachtszeit werden Geschirrspüler gerne gekauft, da sie den Abwasch nach der großen Familienfeier mühelos erledigen – und das auch noch wesentlich energieeffizienter als per Handwäsche. Außerdem nimmt das Thema smarte Hausgeräte und Künstliche Intelligenz weiter an Fahrt auf. Diese Themen und noch viel mehr, lesen Sie bei uns.

Und denken Sie daran: Die Ambiente findet 2024 bereits im Januar statt. Erfahren Sie auf der Seite 8 alles Wissenswerte rund um die Frankfurter Konsumgüterleitmesse.

Für das bevorstehende Jahresendgeschäft wünsche ich Ihnen viel Erfolg, bedanke mich bei unserer treuen Leserschaft und freue mich sehr, Sie im kommenden Jahr wieder mit regelmäßigen Branchennews zu versorgen.

Herzlichst,
Ihre Annette Pfänder-Coleman



Die Stimme der Branche



- aktuell • kompakt • kostenlos

Unsere Audio-News finden Sie auf unserer Webseite sowie bei Google, Apple, Spotify und Co. Hören Sie einfach mal bei uns rein.



Erfahren Sie mehr über unsere »Händler des Jahres 2023«

Die Entscheidung der Jury fiel auf drei Unternehmen, deren Konzepte am besten an das veränderte Kunden-Einkaufsverhalten angepasst sind ...

Im Praxistest: Dreame L20 ultra – saugen und wischen in einem

Nach einigen Testwochen in einem Hundehaushalt ist die Testredaktion von dem Saug- und Wischroboter der Marke **Dreame** überzeugt ...

SharkNinja lässt's krachen: Von Werbepower bis Ninja Foodtruck

Seit **Michael Maier** (Bild) das Ruder von **SharkNinja** in Deutschland übernommen hat, powert das Unternehmen auf dem deutschen Markt ...

INHALT Ausgabe 12 | 2023

Editorial Jahresendspurt	3	Kaffeemarkt Caso Design • Graef • Krups	12
Inhaltsverzeichnis • Impressum	4	Jura J8 Top-Performance auf kleinstem Raum	13
Samsung Energiesparend durch den Winter	5	Xavax Barista Zubehör rund um Kaffee	13
News Aktuelles aus der Branche	6	Händler des Jahres Das sind die Gewinner 2023	14+15
Amica glänzt mit Geräten für individuellen Bedarf	7	Caso Design XL-Heißluftfritteuse • 20-jähriges Bestehen	16
Ambiente Zeichen stehen auf Wachstum	8	Tefal Dual Easy Fry & Grill • Graef KI-Kunstwettbewerb	17
PKM WWW – Wolkensteins WeihnachtsWunder	9	Rommelsbacher Vakuumierer gegen Food Waste	18
Geschirrspülermarkt Aktuelle Features	10	Severin startet mit Experten in die nächste Grillsaison	18
		Tineco Markenmehrwertcheck Wischsauger	19
		Hoover HFX überzeugt mit neuartiger Technologie	20
		Rowenta X-Force-Flex 15.60 Akkusauger	20
		Praxistest Saugroboter Dreame L20 ultra	21
		Braun Oral B Interview Dirk Diekmann	22
		SharkNinja IV Volle Werbepower im Weihnachtsgeschäft	24
		SharkNinja III Ninja Foodtruck auf Deutschland-Tour	25
		SharkNinja II Auszeichnung für Ninja Foodi Max	26
		SharkNinja I Interview mit Michael Maier	27

AllesGriller • AllesKöner

Tefal OptiGrill 4in1

Erfüllt den Kundenwunsch, mit einem einzigen Gerät ganze Mahlzeiten gleichzeitig zuzubereiten. | 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 10.600 • tatsächlich verbreitet 10.271 (IVW-Auflagenmeldung 3. 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.

Samsung

Mit smarten Hausgeräten und KI energiesparend durch den Winter

Die Anschaffung von günstigen, energiesparenden Geräten ist für Konsumenten ein erster Schritt, um die eigene Stromrechnung zu senken und damit auch der Umwelt etwas Gutes zu tun. Was viele nicht wissen: Auf's Programm kann es ankommen. Egal ob Wasch- oder Spülmaschine, oder auch Kühlschrank – der Energieverbrauch hängt vom Einsatz ab. Darüber informiert **Samsung**.

Praktische Tipps dazu liefert **Diana Diefenbach**, Senior Manager Technical Product Management and Communication bei Samsung Electronics: »Wäschepflegegeräte und Geschirrspülmaschinen haben ein Energiesparprogramm, das entsprechend gekennzeichnet ist. Dieses wird auch zugrunde gelegt, wenn es um die Vergabe des Energielabels geht. Andere Programme, insbesondere solche, die mit hohen Wassertemperaturen arbeiten, können mehr Energie und/oder Wasser verbrauchen. Daher ist es immer sinnvoller zuerst zu prüfen, ob man nicht das Energiesparprogramm verwenden kann. Bei einem Geschirrspüler macht dies zum Beispiel Sinn, wenn man das Gerät über Nacht laufen lässt, denn Energiesparprogramme haben oft eine längere Programmdauer.«

Programme mit Temperaturen ab 70 Grad Celsius leisten mehr, als nur besonders hartnäckige Verschmutzungen beim Spülen und Wäschewaschen zu entfernen. Sie haben den nützlichen Nebeneffekt, dass sie Bakterien abtöten, die andernfalls schlechte Gerüche in der Maschine hervorrufen. Daher sollten diese für die Maschinenhygiene regelmäßig zum Einsatz kommen. Empfehlung von Expertin Diana Diefenbach: »Viele Geräte haben bereits Selbstreinigungsprogramme integriert. Diese sollten auch ab und an zum Einsatz kommen, um eine lange Lebensdauer der Geräte zu ermöglichen. Bei Samsung Hausgeräten habe ich mithilfe des Dienstes Smart Things Energy trotzdem den Stromverbrauch – durch die Nutzung von höheren Temperaturen – einfach im Blick.«

Es lassen sich sogar Grenzwerte pro Gerät einstellen. Mit Aktivierung des AI Energy Modus reduzieren diese Geräte dann KI-gesteuert ihren Verbrauch, sobald sie sich der Schwelle nähern. So können Anwender alle Optionen ihrer Geräte nutzen, ohne sich weitere Gedanken über den Stromverbrauch machen zu müssen.

Auch bei Kühl- und Gefriergeräten lohnt sich bei Neuanschaffungen ein Blick auf die Energieeffizienzklasse. Doch nicht nur das – laut GfK wächst auch besonders der Wunsch nach mehr Platz in Kühl- und Gefriergeräten. Diana Diefenbach informiert, dass sich großes Volumen und energieeffiziente Kühlleistung nicht wi-



Diana Diefenbach

dersprechen. Einige Samsung Kühl-Gefrierkombinationen sind bereits bis zu Energieeffizienzklasse A-10 % erhältlich. Wird der vollständige Platz nicht benötigt, kann dank Smart Conversion Funktion auch ein

Fach ausgestellt werden, um zusätzlich Strom zu sparen.

Künstliche Intelligenz im Haushalt

Für noch mehr Komfort, Technologie und Flexibilität ist KI am Hebel. Modelle, die über den AI Energy Mode verfügen, bieten weitere Möglichkeiten, energiesparend durch den Alltag und den Winter zu kommen. Während der Nutzung der Geräte lernt die KI die Routinen des Haushalts, analysiert und versteht, wann das Abendessen zubereitet und die Kühlschranktür am Abend besonders häufig und lange geöffnet wird. Sie steuert dann entsprechend den Kompressor und lernt aus den Alltagsroutinen, wann es sich wieder lohnt, den Kühlschrank vollständig herunterzukühlen. So kann mit dem AI Energy Mode bis zu 15 Prozent Energie eingespart werden.

Die Bundesregierung gibt für die Küche folgende Empfehlungen: Mit der Nutzung von Umluftfunktionen im Backofen lassen sich bis zu 15 Prozent Energie sparen. Außerdem sollten wir – wenn möglich – auf das Vorheizen verzichten. So lassen sich acht Prozent Energie einsparen.

Dazu Diana Diefenbach: Mit ihren zwei Garräumen können die Bespoke Backöfen von Samsung dazu beitragen, die Backfreude energiebewusst auszuleben und Zeit zu sparen. Wird nur ein Garraum genutzt – zum Beispiel nur der obere – kann das bis zu 25 Prozent Energie im Vergleich zur Nutzung des gesamten Garräumens sparen. Gleichzeitig ermöglichen die beiden getrennten Garräume, den Sonntagsbraten und Marmorkuchen gleichzeitig zuzubereiten und so Zeit in der Küche zu sparen.

CASO[®]
DESIGN

*Entspannte
Zubereitung*
mit Sous Vide

Zarte und geschmackvolle Ergebnisse dank Vakuumgaren



Vakuumierer VRH 790 advanced

- + Vollautomatisches Vakuumieren
- + Perfekte Vorbereitung zum SousVide Garen
- + Lebensmittel bis zu 8x länger frischhalten
- + Multi-Zyklus: Bis zu 200 Schweißvorgänge non-stop
- + Liquid Funktion: Vakuumiert Flüssigkeiten
- + Inkl. umfangreichem Zubehör



SousVide Garer SV 1200 Smart

- + Perfekt für Fleisch, Fisch und Gemüse
- + **Komplett wasserdicht**
- + **App-fähig mit CASO Control App**
- + Temperaturregelung bis 90 °C
- + Timer bis 99:59 h



SCANNEN UND INFORMIEREN

www.caso-design.de

MANAGEMENT-NEWS



S. Wildenberg

EP:

Zum 1. Januar 2024 begrüßt Electronic Partner **Sebastian Wildenberg** als neuen Vertriebsleiter von Medimax. Durch diesen Schritt stärkt die Verbundgruppe ihr operatives Team und treibt das Wachstum der Franchisefachmarktlinie weiter voran. Nach Stationen bei Grundig und Denon war Wildenberg die vergangenen acht Jahre als National Key Account Manager in leitender Position für den Hersteller Samsung tätig. Sein Wechsel zur Düsseldorfer Verbundgruppe sei für den gebürtigen Nordrhein-Westfalen eine rundum gewinnbringende Entscheidung.



Andreas Disch

Electrostar/Starmix

Die Electrostar GmbH stellt ihre Geschäftsleitung neu auf und hat zum 1. November 2023 **Andreas Disch** (56) als Chief Sales Officer berufen. Damit strukturiert der international tätige Mittelständler auch seinen Vertrieb neu. In den letzten Jahren war Andreas Disch als Vorstand Vertrieb für die polnische Forte Mebli aus Ostrow-Mazowiecka sowie als Regionaler CEO West-/Südeuropa für die Compo-Gruppe und als Regionaldirektor West-/Südeuropa für das Consumer Business bei Gardena/Husqvarna tätig. Er verfügt über umfassende Marktkenntnisse in der Elektrowerkzeug-, der Garten- und der Möbelbranche.

Beko

Das SZ Institut des Süddeutschen Verlags hat eine umfassende Verbraucherbefragung durchgeführt, bei der die Marke Beko hervorragend abgeschnitten hat: In der Kategorie Preis-Leistungs-Verhältnis wurde Beko unter Haushaltsgeräteherstellern mit »sehr gut« ausgezeichnet. Qualität, Langlebigkeit, Funktionen, Kundenservice und ein guter Deal waren für die Bewertungen der Verbraucher entscheidend.



Bild: Beko



EK Retail

Zum dritten Mal in Folge erhält ein EK-Händler mit dem Electroplus-Konzept von unseren Business-Medien das Gütesiegel »Händler des Jahres« in der Kategorie Fachhandel verliehen. Aktuell wurde das Unternehmen Rüther aus Papenburg mit dem begehrten Titel ausgezeichnet. 2021 war es **Joachim Malz**, der als Geschäftsführer von sechs Markenstores in Ostwestfalen die Jury durch das Gesamtpaket aus unternehmerischer Kompetenz, regionaler Verbundenheit und sozialem Engagement überzeugte. Ein Jahr danach hatte **Özkan Küçükbal**, der erst im April 2022 mit seinem Fachgeschäft Electroplus Küchenplus Karl in Rheinbach an den Start gegangen war, den Award entgegennehmen können. Mit ausschlaggebend war hier sein »Mut für einen kompletten Neubeginn in Krisenzeiten«.

Miele

Zum zweiten Mal nach 2014 erhält Miele den Deutschen Nachhaltigkeitspreis und überzeugte als nachhaltigstes Unternehmen mit seiner Strategie und seinen Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit auf allen Ebenen – diesmal in der neu geschaffenen Kategorie Haushaltsgeräte. Die Erfolge zeigen sich sowohl in den langlebigen Produkten wie in der ressourcenschonenden Produktion, ebenso aber auch in der gelebten Verantwortung für Lieferkette und Beschäftigte sowie den Maßnahmen zur CO₂-Einsparung.



Tefal

Seit 20 Jahren inspirieren der renommierte britische Star-Koch **Jamie Oliver** (Bild oben) und die führende Kochgeschirrmарке Tefal Menschen auf der ganzen Welt mit genussvollen Rezepten und qualitativ hochwertigem Kochgeschirr dazu, häufiger zu Hause zu kochen. Unter der Co-Brand **Jamie Oliver by Tefal** zeigen sie jetzt, wie leicht, lecker und schön das heimische Kochen sein kann.

Jura

Die erfolgreiche Jura E8 in neuester Generation begeistert in der Mittelklasse der Vollautomaten. Ihre positiven Eigenschaften beeindrucken nicht nur zahlreiche Kunden, sondern auch das renommierte ETM-Testmagazin. Nach eingehender Prüfung kamen die Experten zu dem Ergebnis: Die vorbildliche Qualität des Allrounders hat in jeder Hinsicht die Note »sehr gut« verdient.



AEG

Bei den letzten Vergleichen der Stiftung Warentest im Segment der Wäschepflegeprodukte wurden AEG Modelle zum Sieger in den Produktkategorien Waschmaschine, Trockner und Waschtrockner gekürt. Damit unterstreicht die Premiummarke einmal mehr ihre Kompetenz in diesem Bereich. Ausgezeichnet wurden eine Waschmaschine der Serie 6000 Pro Sense, ein Trockner der Serie 8000 Absolute Care und ein Waschtrockner der Serie 9000 Absolute Care. Wärmepumpentrockner und Waschtrockner sind dabei jeweils alleinige Testsieger in ihrer Produktkategorie.



Ebay

Ebay Deutschland hat sechs Händlerinnen und Händler mit den »eBay Awards 2023« ausgezeichnet. Damit ehrt Ebay im sechsten Jahr in Folge herausragende Handelspartner, die mit besonderer Kreativität und unternehmerischem Geist auf dem Online-Marktplatz aktiv sind und das Sortiment bereichern. Die Verleihung fand am 9. November 2023 im Clubtheater Berlin statt. Zuvor wurden die Gewinner aus hunderten Einsendungen durch eine sechsköpfige Jury ausgewählt. Die Gewinner erhalten jeweils ein Preisgeld in Höhe von 5.000 Euro, eine Gutschrift auf die Verkaufsprovision im Wert von 1.000 Euro sowie eine dreimonatige intensive Beratung durch Ebay-Experten.

Neue Range an Geschirrspülern

Amica glänzt mit Geräten für individuellen Bedarf

Gute Neuigkeiten für die Saison 2024. **Amica** präsentierte auf der »area 30« die ersten Modelle der neuen Geschirrspüler-Generation.

Mit Fokus auf verbesserte Energieeffizienz von B bis D und auf mehr nutzerfreundliche Technik und Ausstattung wurde das komplette Sortiment neu aufgestellt.

Es gibt Neuigkeiten in allen Bereichen, also bei vollintegrierten, teilintegrierten sowie Unterbau- und Standgeräten. Bei den besonders energiesparenden Modellen in EEK B sorgt der wartungsarme und bürstenlose BLDC Motor für Energieersparnis, verlängert die Lebensdauer der Geräte und macht den Spülvorgang zusätzlich angenehm leise.

Dank verstellbarer Elemente in den Körben, mit denen sich die Innenausstattung individuell auf jeden gewünschten Bedarf anpassen lässt, passt mehr Besteck als sonst in die Maschine. Die Open Dry-Funktion trocknet alle Geschirrtteile und erspart das Abtrocknen per Hand. Die praktische Ausstattung mit Automatikprogrammen sowie die Funktion Extra Trocknen für weniger Restfeuchtigkeit – gerade bei Kunststoffgeschirr – bieten zusätzlichen Komfort.

Ganz neu bei Amica:
XXL-Spüler mit
XXL-Platz und
Vorteilen beim Einbau

Mit seinem Gerätemaß von 860 bis 910 Millimeter ist der neue XXL-Einbau-Geschirrspüler EGSPVX 596 900 ideal für Küchen mit Arbeitsplatzhöhen von über 90 Zentimeter und bietet extra viel Fassungsvermögen: Spielend fasst er bis zu 16 Maßgedecke und bietet im Unterkorb flexibel Platz für Pizzateller mit bis zu 33 Zentimeter Durchmesser und andere große Geschirrtteile.

Die Besteckschublade als komfortable Vollauszugsvariante schafft zusätzlichen Raum im Unterkorb und kann flexibel umgebaut werden. **Besonderes Highlight:** Auch schmale Flaschen oder hohe Karaffen werden dank Deep Wash-Funktion – das sind integrierte Punktdüsen – perfekt gesäubert. Das Eco Bar-Display indiziert den Energie- und Wasserverbrauch des ausgewählten Programms übersichtlich. Damit punktet das



Spülen neu gedacht

Amica-Geräte benötigen weniger Energie und bieten gleichzeitig ein »Mehr« an Komfort und Hygiene

XXL-Gerät mit viel Platz, praktischen Funktionen und hoher Effizienz, die den Spülprozess erleichtern und Zeit sowie Ressourcen sparen.

Auch in Sachen Montage bietet das XXL-Modell durch die Schlepptür kombiniert mit den flexiblen Scharnieren viele Vorteile. Die Möbeltür kann sehr einfach durch Einhaken aufmontiert werden. Beim Öffnen des Gerätes ermöglicht das Anheben der Möbeltür, dass die Frontplatte in den Sockelbereich einfahren kann. Ein entscheidender Vorteil für Küchen mit niedrigen Sockelhöhen, hohen Fronttüren und starken Möbelplatten.

EGSPVX 596 900

Amica XXL-Einbau-Geschirrspüler

- Schlepptür-Technik
- vollintegriert
- 60 Zentimeter
- Energieeffizienzklasse B
- Eco Bar
- Programmzeitanpassung
- Flex Schublade
- Deep Wash
- Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers: 1.249 Euro
- Erhältlich ab Dezember 2023

Unser neues Induktions-Kochfeld.

Dampfabzug per Downair.

WOLKENSTEIN





Frankfurter Frühjahrmessen überbucht

Zeichen stehen auf Wachstum

Nach dem sensationellen Launch in diesem Jahr wird die Messe Frankfurt die drei Leitmessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld auch in 2024 wieder gemeinsam durchführen. Dann bereits vom 26. bis 30. Januar im Messezentrum Frankfurt am Main. Aktuelle Fragen dazu beantwortet **Thomas Kastl**, Objektleiter Ambiente Dining.

Herr Kastl, Ihr Messetrio fand 2023 großen Anklang. Die Entscheidung, diese drei Messen unter einem Dach zu veranstalten, war also goldrichtig. Inwieweit gibt es Schnittstellen bei den Besuchern der drei Messen?

Das neue Konzept war ein voller Erfolg – und wird in 2024 weitergeführt. Die drei internationalen Konsumgüterleitmessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld schaffen weltweit einzigartige Synergieeffekte und führen Angebot und Nachfrage gezielt zusammen: Ambiente deckt mit Dining, Giving, Living und Working alle Lebensbereiche ab. Die parallel stattfindenden Christmasworld und Creativeworld bringen zusätzliche Synergien und Potenziale für erfolgreiche Geschäftskontakte. Synergie ist also das Stichwort schlechthin. Mit dem Messetrio bieten wir der Branche einen Networking- und Ordertermin im Jahr, mit allen relevanten Produktgruppen und Sortimenten, einzigartigen Trends und Inspirationen sowie wertvollem Branchenwissen – at one time and one place. Die drei Leitmessen stärken die Kernsegmente, erschließen Zukunftsfelder und verschaffen einen globalen Marktüberblick. Unser Ansatz: Vernetzung und Schnittpunkt für alle Handelsformen. Schonung der Ressourcen und Steigerung der Effizienz.

Ist das Messegelände im kommenden Jahr bereits ausgebucht?

Der Anmeldestand ist bei allen drei Messen hervorragend – wir sind flächenmäßig überbucht. Für 2024 stehen die Zeichen weiter auf Wachstum: Flächenmäßig ver-



Thomas Kastl

»Frankfurt wird zum One-Stop-Shop für die globalen Konsumgüterbranche – Einkäufer*innen jeglicher Couleur kommen hier voll auf ihre Kosten.«

Thomas Kastl
Objektleiter Ambiente Dining

größern wir uns um drei neue Hallenebenen. Zusätzlich schaffen wir mehr Platz für die Präsentationen unserer Aussteller – so ziehen beispielsweise die Academies ins Foyer um. Die erfolgreiche Hallenstruktur wird beibehalten mit kleinen Optimierungen für eine noch gezieltere Wegführung. Ausgebaut werden vor allem die Wachstumfelder Ambiente Dining und Working. Auch im Bereich Global

Sourcing – hier wachsen die Angebote im Table-Segment (10.2) und bei Office & Stationery (10.0). Und, was den Dining-Bereich betrifft: Das Westgelände ist ausgebucht – der Anmeldestand ist großartig. Wir freuen uns über viele Rückkehrer und spannende Neuaussteller in allen Produktgruppen.

Der Dining-Bereich auf der Ambiente ist der größte globale Treffpunkt für Tisch, Küche und Haushalt. Welche Hersteller von Elektrohaushaltsgeräten werden erwartet? Welche Trends werden bei den Elektrokleingeräten künftig im Fokus stehen?

Ambiente Dining präsentiert sich 2024 mit starken Marken: Im Bereich Cook & Cut (Halle 8) sind wieder Aussteller wie Bissbell, Caso Design, Edge – Bamix, Hurom, Novissa, Russell, Samuel Groves, Severin und TVS, Westinghouse am Start. Metatrends wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit ziehen sich weiterhin wie ein roter Faden durch die Messehallen und werden auch von unseren Ausstellern und deren Produkte gespiegelt. Im Bereich Digitalisierung stehen smarte, multifunktionale und umweltbewusste Lösungen im Fokus, die den Alltag erleichtern. Funktionalität, wie eine vereinfachte Bedienung oder Geräuschlosigkeit, sind dabei genauso wichtig wie der Anspruch an das Design. Durch die zunehmenden KI-gestützten Techniken ist das Thema Smart Home weiter wichtig. Hier werden einzelne Kleingeräte zu einem großen Ganzen, digital steuerbaren Haushalt intelligent miteinander verbunden. Technische Möglichkeiten wie Touchscreens oder digitale Zeiteinstellungen an der Kaffeemaschine erleichtern immer mehr unseren Alltag. Es zeigt sich zudem ein wachsendes Bedürfnis nach nachhaltigen Alternativen – durch umweltschonende Ressourcen, Materialien und Produktionsprozesse oder durch zeitlose, langlebige Designs. Nachhaltigkeit und technologischer Fortschritt lassen sich dabei vereinen: Zum Beispiel durch modular veränderbare, kombinierbare Geräte wie Wasserkocher, die gleichzeitig als Teekanne dienen. Auch die Gesundheit steht weiterhin im Fokus: Digital Health ist ein großer Markt, der sich rasant weiterentwickelt und spannende Produkte hervorbringt, die uns digital über unserem Gesundheitszustand informieren.

Was ist für Besucher im Vorfeld der Messe wichtig zu wissen?

Mein Tipp: Bringen Sie mehr Zeit mit. Drei Messen parallel mit einem verdreifachten Rahmenprogramm, neuen Synergien und so viel mehr. Nehmen Sie sich die Zeit, die Messen in ihrer Fülle zu entdecken, sich inspirieren zu lassen und Neues zu erkunden. Die Messen sind der perfekte Marktplatz für Ihren geschäftlichen Erfolg. Ich kann allen Besucher*innen nur empfehlen, immer über das eigene enge Produktsortiment hinauszuschauen und sich von diesen neuen Synergien inspirieren zu lassen. Es gibt so viel zu entdecken!



Außen- und Innenansicht
des vollintegrierten Geräts

WWW

Wolkensteins WeihnachtsWunder

In der dunklen Jahreszeit, wenn es wieder weit und breit, überhaupt und kaum noch schneit, ergibt es sich zur Weihnachtszeit, dass man hier und auch in weit, zuhause bleibt und »Hilfe!« schreit.

Wir werden Ihnen jetzt nicht die alljährliche Geschichte von Weihnachten herunterleiern: Fest der Liebe, Freunde, Familie, schenken, geben, nehmen. Das kennen wir alles schon.

Heute geht es um das Organisatorische, um das Nachbereiten von Bockwurstchen mit Kartoffelsalat oder Gänsebraten mit Rotkohl und Klößen. Wir überspringen somit einkaufen, einpacken, eindecken, einverleiben und eintupfern und sitzen vor den Resten des festlichen Abends. Wir befinden uns zeitlich dort, wo der letzte Tropfen des Digestiv den Gaumen umspielt. Es folgen abräumen, abdecken, abwischen, abfertigen. Der Chief Executive Garbage-Manager ist gefragt.

Geschirr, Gläser und Besteck räumen wir auf drei Etagen in den Plus-X-Award-Gewinner von Wolkenstein ein, den Geschirrspüler WGSP15-8FI. 15 Maßgedecke mit acht Programmen und in der Küche versteckt: Fully Integrated.

Die Maschine erfüllt glänzend den eingangs erwähnten Hilferuf bei 39 Dezibel: Gabel, Messer, Glas und Teller, schon ist gleich die Stimmung heller. Frisch gespült und duftend fein, das muss ein toll' Maschinchen sein.

Wer das in der nur durch Kerzen spärlich beleuchteten Küche nicht so recht glauben mag, kann sich auf die LED-Beleuchtung im Edelstahlinnenraum des

vollintegrierten Geräts verlassen. Sollte es mit großen Plattellern eng werden oder die Sektgläser zu lang sein, kann der mittlere Korb in der Höhe verstellt werden. Kleine Zwischenspülgänge können umweltfreundlich etagenweise gespült werden. Nach jedem Spülgang springt die Maschine, zur besseren Trocknung, automatisch auf.

Kurz um: Wolkenstein hat sich, insbesondere durch dieses Gerät, einen festen Platz in der Geschirrspülerauswahl verdient. Der Underdog bekommt so langsam Oberwasser. Gut so. Weiter so. Ergebnis: Frohe Weihnachten!



Einzelheiten
zum WGSP15-8FI
entnehmen Sie
bitte hier



Die LED-Beleuchtung des Innenraums

ROMMELSBACHER
FREUDE AM KOCHEN

Fettarm frittieren und backen

Mit den neuen Heißluftfritteusen von ROMMELSBACHER die Vielfalt des Kochens neu entdecken! Sie sind die perfekte Wahl für die fettarme, gesündere Zubereitung von Snacks und kleinen schnellen Gerichten. Die innovative Hot Air Convection Technology sorgt für optimale Hitzeverteilung und einen angenehmen leisen Betrieb.

Heißluftfritteuse
FRH 1500 **NEU**



- **innovative Hot Air Convection Technology:** gleichmäßige Wärmeverteilung, sehr leise im Betrieb
- **XL Frittier-/Backkorb mit 5 l Volumen**, für 800 g Pommes
- Bedienung über Touch Control Sensoren
- 5 Programme, 60 Min. Zeitschaltuhr, 4 Temperaturstufen
- Programme und Temperaturstufen einstell- und speicherbar
- Wende-/Schüttel-Erinnerung für perfekte Ergebnisse
- leichte Reinigung durch hochwertige Antihafbeschichtung

Heißluftfritteuse
FRH 1700 **NEU**



- **innovative Hot Air Convection Technology:** gleichmäßige Wärmeverteilung, sehr leise im Betrieb
- alles im Blick durch Sichtfenster und Innenraumbeleuchtung
- **XXL Frittier-/Backkorb mit 8 l Volumen**, für 1000 g Pommes
- Bedienung über Touch Control Sensoren
- 10 Programme, 60 Min. Zeitschaltuhr, Temperatur von 60 bis 200 °C wählbar
- Programme und Temperaturstufen einstell- und speicherbar
- Wende-/Schüttel-Erinnerung für perfekte Ergebnisse
- leichte Reinigung durch hochwertige Antihafbeschichtung

ambiente

Besuchen Sie uns in Frankfurt a.M.
26. – 30.01.2024

Halle 8.0 · Stand D31

Die Zukunft bei Siemens Geschirrspülern

Intelligent, aufgeräumt, nachhaltig: Mit der neuen iQ500 Studio Line hat **Siemens** die Clear Control Touchbedienung eingeführt. Die Programmwahl folgt ab sofort der Leserichtung und führt einfach und übersichtlich vom Wichtigsten zum Zusätzlichen. Über die Home Connect App sind weitere Programme für die voll vernetzte Gerätereihe wählbar. Intelligenter spülen heißt bei Siemens auch immer nachhaltiger spülen. So hat die Marke nun die Energieeffizienz der gesamten Flotte verbessert. Seit September 2023 haben zwei Drittel des Portfolios Energieeffizienzklasse A oder B. Zudem verlängert sich die Ersatzteilverfügbarkeit auf mindestens 15 Jahre.



Bild: BSH Hausgeräte GmbH

Zu den Festtagen

Aktuelle Geschirrspüler

Der Geschirrspülermarkt in Deutschland ist geprägt von einer hohen Nachfrage nach energieeffizienten Modellen und innovativen Funktionen, die Zeit und Geld sparen. Lesen Sie hier, welche Features derzeit angesagt sind.



Bild: Miele

Miele mit optimierten Korbfeatures

Die Generation 7000 von **Miele** zählt zu den nachhaltigsten Geschirrspülern am Markt. Zur IFA 2023 hat der Premiumhersteller seine aktuelle Serie weiter perfektioniert. Zum Beispiel mit neuen Spülprogrammen, die gegenüber dem Eco-Programm eine gesteigerte Reinigungsleistung oder eine kürzere Laufzeit erreichen – aber dennoch weniger Strom oder Wasser verbrauchen als die klassischen Programme. Und dank neuer Korbgestaltung lassen sich jetzt unter anderem auch wiederverwendbare Trinkhalme und Flaschen optimal spülen. Zudem hat Miele für den Unterkorb neue Halterungen entwickelt, die größeren Geschirrtellen wie Töpfe und Auflaufformen sicheren Halt geben oder dank derer sich der vorhandene Platz noch effizienter nutzen lässt.

Maximales Platzangebot bei Bauknecht

Die neuen Maxi Space Geschirrspüler von Bauknecht bieten durch ein neues Innenraum-Design bis zu zehn Prozent mehr Fassungsvermögen im Vergleich zu einem Bauknecht-Geschirrspüler mit Standard-Innenraum. Bei gleichbleibenden Außenmaßen bedeutet das eine vielseitigere Beladungsmöglichkeiten auf allen drei Ebenen. Die dritte, oberste Schublade ist so geräumig gestaltet, dass auch Kaffeebecher, Schüsseln und Gläser bis zu einer Höhe von 13 Zentimeter problemlos darin Platz finden. Dank extra integrierter Wasserdüsen wird der Auszug zu einer weiteren Spülzone und das Geschirr zuverlässig und präzise gereinigt. So reinigen die Maxi Space Geschirrspüler sämtliches Geschirr in einem Abwasch – was sowohl Zeit als auch Ressourcen spart.



Bild: Bauknecht



AllesGriller, AllesKöner – der OptiGrill 4in1

Tefal erfüllt den Kundenwunsch, mit einem einzigen Gerät ganze Mahlzeiten gleichzeitig zuzubereiten

Neben der bewährten – von **Tefal** patentierten intelligenten Zubereitung von Fleisch, Fisch und Gemüse – verfügt das neue Multitasking-Talent **OptiGrill 4in1** auch über einen BBQ-Modus, eine Ofen-Funktion sowie die Möglichkeit, unterschiedliche Zutaten für ganze Mahlzeiten gleichzeitig zu garen. Insgesamt finden bis zu vier Portionen auf dem Kontaktgrill Platz, damit jeder schnell und einfach seine Speisen genießen kann.



Grillen zählt nach wie vor zu einer der Lieblingsbeschäftigungen der Deutschen und ist immer mehr unabhängig von der Jahreszeit. Auch die Zeiten, als nur Würstchen auf den Rost kamen, sind längst vorbei. Auf deutschen Grills liegen immer mehr Filets, Gemüse oder Edel-fische. Umso ärgerlicher ist es dann, wenn das qualitativ hochwertige Fleisch durch zu kurzes oder zu langes Braten nicht zart und saftig ist oder der gewünschte Garzustand nicht erreicht wurde.

Mit einem Gerät kochen, backen, braten und grillen

Dank der von Tefal patentierten Technologie liefert der OptiGrill stets zuverlässige und perfekte Resultate. Dabei stimmt das Gerät die entscheidenden Parameter – Temperatur und Grilldauer – automatisch

aufeinander ab, so dass sowohl der volle Geschmack als auch der Garpunkt garantiert erhalten bleiben.

Im Lieferumfang sind Backschale und Rezeptbuch enthalten. Und wer nicht genug vom Tefal OptiGrill 4in1 bekommt, findet in der neuen Tefal App zahlreiche leckere Koch-, Back- und Grillideen. Alle Rezepte beschreiben Schritt für Schritt, wie sich das volle Potenzial aus allen vier Modi des OptiGrill 4in1 rausholen lässt.

Der Tefal OptiGrill 4in1 (GC774D) ist lieferbar und für eine unverbindliche Preisempfehlung von 429,99 Euro erhältlich.



In der Backschale können im OptiGrill 4in1 auch Aufläufe, Beilagen wie Kartoffelspalten oder Kuchen gebacken werden.

OptiGrill 4in1 – Vier praktische Funktionen für den täglichen und vielfältigen Gebrauch

1. Der intelligente Kontaktgrill

Ohne viel Zutun sorgt der OptiGrill 4in1 jedes Mal für perfekte Ergebnisse. Er verfügt 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*. Die drei neuen automatischen Programme Paprika, Schwein und Meeresfrüchte ergänzen die bisherige Programmauswahl perfekt (Burger, Sandwich, Wurst, rotes Fleisch, Hühnchen, Fisch). Der Farbindikator mit neuem Design gibt Aufschluss über den Zubereitungsfortschritt – damit jedes Grillgut nach Wunsch zubereitet werden kann.

2. BBQ-Modus für einen geselligen Grillabend am Tisch

Lust auf Grillen zu jeder Jahreszeit? Kein Problem mit dem OptiGrill 4in1. Einfach auf dem Esstisch aufklappen und loslegen. Auf der nun insgesamt 1.200 Quadratzentimeter großen Fläche kann jedes Grillgut gebrutzelt werden. Dazu über das integrierte Thermostat eine der vier Temperaturen** einstellen und genießen.

3. Schneller und effizienter als im herkömmlichen Backofen

In der mitgelieferten Backschale geht die Zubereitung von Ofengerichten wie Pizza, Auflauf, Lasagne, Wedges und Kuchen mühelos von der Hand. Da der OptiGrill 4in1 im Nu aufheizt und auf einer kleineren Fläche gebacken wird, geht das sogar schneller als im Herd und der Nutzer spart im Vergleich zum herkömmlichen Backofen auch noch Energie. Die OptiGrill-Backschale mit den Zutaten befüllen, in den OptiGrill legen, zuklappen und dann dauert es nicht mehr lange, bis die Mahlzeit verzehrfertig ist.

4. Zubereitung kompletter Mahlzeiten mit nur einem Gerät

Im aufgeklappten Zustand wird der OptiGrill sogar mit der Zubereitung ganzer Mahlzeiten fertig und kann Hauptgerichte und Beilagen gleichzeitig** durchgaren. Auf der einen Seite heizt zum Beispiel die Grillfläche dem Grillgut 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. So lassen sich superschnell und kinderleicht gesunde, ausgewogene und vielfältige Mahlzeiten zusammenstellen.

* Gruppe SEB Technologie – eine patentierte Innovation
** mit derselben Temperatur auf beiden Seiten



Bild: Foto: Sissi GmbH

Espresso Gourmet von Caso Design

Voller espressogenuss in kompaktem Design

Für echte Kaffeeliebhaber führt kein Weg an einer Siebträgermaschine vorbei. Die neue Espresso Gourmet von **Caso Design** bereitet Kaffee wie vom Barista. Der hochwertige, schwere Edelstahl-Siebträger erzeugt mit dem perfekten Druck der 19 Bar starken Ulka-Pumpe das volle Aroma und eine perfekte Crema. Durch die praktische Vorbrühfunktion wird der Kaffee gleichmäßig extrahiert. Der Brühdruck wird durch das integrierte Manometer angezeigt. Je nach persönlichem Geschmack kann durch die Veränderung von Pulvermenge und Anpressdruck des Tamperers der Brühdruck verändert werden. Neben einem Tamper mit schwarzem Holzgriff gehören drei Edelstahl-Filtereinsätze zu der Design Siebträgermaschine – für ein oder zwei Tassen sowie für Kaffeepads. So können auch umweltfreundliche E.S.E.-Pads für die Zubereitung verwendet werden. Ein Edelstahl-Milchkännchen sowie ein Edelstahl-Portionierlöffel sind ebenfalls inklusive.

Graef überzeugt auf ganzer Linie

Highlight-Produkt Kaffeemühle CM1012

Das Portal »technikzuhause.de« zeichnete die Graef Kaffeemühle CM1012 mit der Spitzennote 1,1 »sehr gut« aus. Darüber hinaus wurde ihr das Prädikat »Highlight« verliehen. Hervorgehoben wurde die perfekte Körnung des Kaffeemehls, individuell und entsprechend der jeweiligen Kaffeebohne stufenlos einstellbar. Das Scheibenmahlwerk sorgt für eine konstante, gleichmäßige und zugleich schonende Verarbeitung der Bohne, die »die Basis für exzellenten Kaffeegenuss« garantiere. Besonders von der stufenlosen Mahlgradeinstellung war die Redaktion begeistert: »Das Handling der Kaffeemühle bietet viel Spielraum für individuelle Einstellungen, ist unkompliziert und liefert hervorragende Ergebnisse, um vollmundige Kaffeekreationen herzustellen«, so die Redaktion. »Die stufenlose Einstellung des Mahlgrades erlaubt es dem Nutzer, feinste Nuancen festzulegen, um das perfekte Aroma – je nach Zubereitungsart – aus den Kaffeebohnen herauszukitzeln«, heißt es weiter. Besonders erfreulich war für die Tester auch der minimale Totraum, sodass stets frisch gemahlener Kaffee aus der Maschine rieselt. Die leise Arbeitsweise mache das Paket komplett, so der Bericht.



Bild: Graef



Bild: Krups

Stylisch, kompakt und intuitiv im Design

Sensationell guter Kaffee mit Krups Sensation

Die Handhabung der Krups Sensation könnte kaum intuitiver sein: Das breite XL-Panel mit Sensor Touch macht es besonders einfach, auf das Menü zuzugreifen und unter den farbigen Getränke-symbole die passenden Kaffeespezialitäten auszuwählen. Der intuitive LED-Lichtindikator leuchtet rot auf, sobald die Maschine Aufmerksamkeit braucht – zum Beispiel, wenn Wasser oder Kaffeebohnen aufgefüllt werden müssen. Die Krups Sensation wartet mit einer genussvollen Kaffeervielfalt auf. So sorgt der Vollautomat durch die neue Filterkaffee-Funktion an jedem Morgen für bis zu 170 Milliliter frisch aufgebrühten Kaffee mit dem charakteristischen Filterkaffee-Aroma. Dafür wird der gemahlene Kaffee im Schwallbrühverfahren stoßweise mit Wasser benetzt, wodurch sich die Kontaktzeit zwischen Pulver und Flüssigkeit verlängert und sich die Bitterstoffe besser entfalten können. Das Ergebnis ist ein Geschmackserlebnis, das die Herzen traditioneller Kaffeeliebhaber höherschlagen lässt. Alle Kaffeespezialitäten werden mithilfe der Quattro-Force-Technologie zubereitet. Dadurch landet stets hochwertig extrahierter Kaffee in der Tasse.



Bild: Jura

Top-Performance auf kleinstem Raum

Jura J8 bietet doppelte Leistung bei maximaler Flexibilität

Zwei Mahlwerke machen es möglich, dass Kaffeekenner mit der **Jura J8 twin** zwei unterschiedliche Sorten oder Blends aus einer Maschine genießen können. Ob mit oder ohne Koffein, hell oder dunkel geröstet, pur oder gemischt – die J8 twin sorgt dank ihrer Spitzentechnologie für besonders abwechslungsreichen Genuss.



Die Jura J8 twin ist mit zwei Präzisionsmahlwerken ausgestattet. Das heißt, es besteht die Möglichkeit, zwei verschiedene Kaffeesorten zu verarbeiten, was eine Vielzahl an Kaffeekreationen für jeden Geschmack bietet.

Abhängig von der Produktwahl empfiehlt die J8 twin eine Einstellung des Mahlgrads von mild bis intensiv. Pro Mühle stehen sechs Mahlstufen zur Wahl. Vor und nach der Zubereitung befinden sich die Mahlwerke in Ruheposition – das sorgt für maximale Langlebigkeit und konstanten Spitzengeschmack. Damit bietet die J8 twin die Vorzüge zweier Vollautomaten in einem einzigen Kompaktgerät.

Der Weg zu 32 individualisierbaren Kaffeespezialitäten führt über das Coffee Panorama Panel. Hier starten Genießer die Zubereitung ihrer Wunschspezialität einfach per Fingertipp – mit einer stringenten, selbsterklärenden Bedienführung.

Sweet Foam

Ein besonderes Geschmackshighlight bietet außerdem die Sweet-Foam-Funktion. Der Sirup-Aufsatz aromatisiert den Milchschaum direkt bei der Zubereitung je nach Geschmacksvorlieben und verleiht der Kaffeespezialität damit besondere Süße und Intensität.



Bild: Hama/Xavax

Zeitlos und stilvoll Kaffeezubehör von Xavax Barista

Dauerbrenner Kaffee

Renditestarke Zusatzgeschäfte

Kaffee – für den einen notwendiges Lebenselixier, für den anderen stilvoller Genuss und für viele eine Kombination aus beidem. Auch im Handel ist das Kaffee-Thema ein Dauerbrenner – eines mit Wachstumsprognosen noch dazu. Unter der Eigenmarke **Xavax** präsentiert **Hama** ein Konzept, bei dem bereits der Name Programm ist. Xavax Barista steht für Zubehör-Produkte rund um Kaffee, die neben den Zubereitungsmaschinen renditestarke Zusatzgeschäfte generieren.

Xavax Barista bietet das passende Zubehör, egal ob für Siebträger-Maschine, Vollautomat, Pad-, Kapsel- oder Filtermodell. Zeitlos und stilvoll in Mattschwarz und Edelstahl ist die umfangreiche Produktpalette perfekt aufeinander abgestimmt:



Bild: Hama/Xavax

Gestaltungsmöglichkeiten am POS
Hama bietet für Xavax Barista unterschiedlich große Präsentationsmöbel

Meßlöffel, Dauerfilter und -pads, Milchschaumäumer und -kännchen, Tamper-Set, Abklopfbox, Espresso-Kocher und Aufbewahrungsbehälter sind ein Part des umfangreichen Sortiments. Darüber hinaus sorgen Verbrauchsartikel wie Mühlenreiniger, Entfettungstabletten oder Silikonfett für kontinuierliche Nachfrage.

Im Verkaufsraum fällt Xavax Barista nicht nur mit Produktideen, sondern auch mit dem Verpackungsdesign und Präsentationsmöbeln ins Auge. Angelehnt an das stilvolle Ambiente, in dem Kaffeemaschinen und vor allem trendige Siebträgermaschinen meist ausgestellt werden, punktet auch das Xavax Barista-Sortiment mit einem POS-Auftritt in einer eleganten, zurückhaltenden Farbgebung.



Bild: Hama/Xavax

Aufmerksamkeit am Point of Sale
Platzsparende und zugleich stilvolle Zweitplatzierung – beispielsweise an der Kasse

Drei Städte – drei Konzepte – drei »Händler des Jahres 2023«

Von Juni bis September 2023 suchten die Fachmedien **CE-Markt** und **CE-Markt electro** wieder die besten Handelspartner in den Branchen Consumer Electronics und Hausgeräte. Dabei wurde in die Kategorien »Fachhändler« und »Fachmarkt« unterschieden. Die Entscheidung der Jury fiel auf drei Unternehmen, da sich ihre Konzepte am besten an das veränderte Einkaufsverhalten der Kundinnen und Kunden angepasst haben.

Zum vierten Mal in Folge konnten sich Leserinnen und Leser der Fachmedien **CE-Markt** und **CE-Markt electro** bewerben, um sich mit ihrer Konzeption für den Titel »Händler des Jahres« zu qualifizieren. Mit dieser Aktion möchten wir anderen Handelspartnern neue Ideen und Inspirationen geben, wie man auch in turbulenten Zeiten ein erfolgreiches Geschäft betreiben kann.

Nach Sichtung der Unterlagen wurde klar, dass sich auch in unserer Branche immer mehr Händler in Richtung Nachhaltigkeit orientieren. Reparaturservice wird

wieder ganz groß geschrieben und das Thema Photovoltaik nimmt bei den Händlern unserer Branche ebenfalls weiter an Fahrt auf. Auf dem Firmendach wird nicht nur immer öfter eigener Strom produziert, sondern auch die Kundenberatung in Sachen Energie – verbunden mit Installation und Service – hat deutlich zugenommen.

Über allem steht für die Ladenbetreiber jedoch nach wie vor der Wohlfühlfaktor. Die Kunden sollen sich wohl fühlen, wenn sie das Geschäft betreten. Es wird umgebaut, angebaut, neu gebaut, um eine Atmosphäre zu schaffen, die dem Kunden

gefällt, zum Kauf inspiriert und natürlich auch zum Wiederkommen einlädt.

Das und noch viel mehr haben unsere drei Gewinner mit Bravour gemeistert. Besonders ist uns aufgefallen, dass auch der Umgang mit den Mitarbeitern eine entscheidende Rolle spielt. Erfolgreiche Handelspartner wissen: Nur wenn die Mitarbeiter motiviert sind, haben sie Spaß an der Arbeit und sind im Kundengespräch wesentlich zielführender.

Die Preisübergabe an die »Händler des Jahres« findet am 7. Dezember in München statt.



Händler des Jahres 2023

Die Jury zu »Händler des Jahres 2023«

Carine Chardon
Geschäftsführerin
ZVEI-Fach-
verbände Consumer
Electronics und
Satellit & Kabel

Bild: Markus Schueller



Dr. Sara Warneke
Geschäftsführerin
gfu Consumer &
Home Electronics
GmbH

Bild: © Messe Berlin GmbH



Annette Pfänder-Coleman
Chefredakteurin
CE-Markt electro

Bild: CE-Markt electro



Dr. Kai Hudetz
Geschäftsführer
IFH Köln –
Institut für
Handelsforschung

Bild: IFH Köln



Robert Höwelkröger
Manager
Public Relations
Wertgarantie
Group

Bild: Wertgarantie



Jan Uebe
Chefredakteur
CE-Markt

Bild: Albert Wiedemeyer

Mit freundlicher Unterstützung von



EP: WALLA



Innengestaltung mit Themenbäumen

Hier wurde ein Wohlfühlambiente mit hochwertiger Produktpäsentation geschaffen

Lösung gegen Wegwerfkultur

Auf 335 Quadratmetern wurde im rheinland-pfälzischen Gerolstein ein spektakuläres neues Ladenkonzept mit Themenbäumen in einem Neubau umgesetzt. Das Fachgeschäft bietet als einziges Unternehmen im Umkreis von 50 Kilometern eine intensive Beratung rund um CE- und Haushalts-Produkte. Mit Kundenevents zu Themen wie Kaffee, Kochen und Backen oder Küchengeräte wird die Aufmerksamkeit der Kunden zusätzlich erreicht. »Mit unserem umfassenden Reparaturservice setzen wir uns für mehr Nachhaltigkeit und gegen die ›Wegwerfkultur‹ ein, denn wir können noch reparieren und wir wollen es auch. Da wir hochwertige Produkte verkaufen, ist eine Reparatur meist auch sinnvoll«, betont **Jens Walla**.



Anke und Jens Walla

Aus EP: Sünnen entstand EP: Walla und im Mai 2023 wurde der Neubau feierlich eingeweiht

ELECTROPLUS RÜTHER



Atmosphäre im Markenstore-Format

Immer mehr Händler gestalten ihr Ladengeschäft mit natürlichen Materialien in warmen Farben

Hier kauft man gerne ein

Ein Konzept der besonderen Art bietet Electroplus Rütther in bester City-Lage – direkt am Kanal in Papenburg. Hier werden die Erlebniswelten Elektrogroß- und Kleingeräte mit den Themen Grill, Living, Licht und Wein zu einem völlig neuen Einkaufserlebnis verknüpft. Auch ein Beratungszentrum zu »Erneuerbaren Energien« wurde direkt im Geschäft integriert. Der EK-Partner veranstaltet Grillkurse und Weinabende, denn Genuss und Gesellschaft stehen für Geschäftsführer **Oliver Dassinger** im Mittelpunkt. Das gemeinsame Vor- und Zubereiten der Speisen sowie die Weinverkostung ist ebenso Gegenstand der Veranstaltungen wie das anschließende Verzehren und Genießen in gemütlichem Ambiente.



Tradition meets Moderne

Hinter der klassischen Fassade von Electroplus Rütther geht der Kunde zeitgemäß shoppen

EXPERT HANSE-VERBUND



Showwohnung mit Showküche

Für realitätsnahe Demonstration – auch im Bereich der Smart-Home-Anwendungen

Erlebnisorientierter Fachmarkt

Vier Fachmärkte, 5.840 Quadratmeter Verkaufsfläche und 105 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Das ist der Expert Hanse-Verbund. Als Traditionsunternehmen, das auf eine 92-jährige Geschichte zurückblicken kann, sind sie tief in den Regionen Uelzen, Lüneburg, Salzwedel und Wittenberge verwurzelt und beweisen jeden Tag aufs Neue, dass die Verbindung zwischen Regionalität und Innovation die Zukunft des stationären Einzelhandels darstellt. **Familie Meinecke** führt das Unternehmen bereits in vierter Generation – als Familie und wie eine Familie. Das Konzept des erlebnisorientierten Elektronikfachmarkts in Uelzen wurde in diesem Jahr auch mit dem Kreativpreis des Mittelstandsverbands prämiert.



Inhaberfamilie von Expert Hanse-Verbund

Das Ehepaar Angelika und Peter Meinecke zusammen mit ihrem Sohn Philipp

AMBILIGHT tv

Bauknecht

beurer

Bowers & Wilkins

Domestic & General

ELAC

hama

KENWOOD

medisana

NIVONA

REVO.
A TELESTAR BRANC

TechniSat

Caso feiert 20-jähriges Bestehen

Das Familienunternehmen **Braukmann GmbH** entwickelt und vertreibt seit 2003 unter der Marke **Caso Design** innovative und intelligente Küchentechnik. Von Beginn an haben die Gründer **Peter und Bernd Braukmann** aus dem sauerländischen Arnberg die Grundidee mobiler Küchengeräte stetig weiterentwickelt und es sich zur Aufgabe gemacht, Produkte zu entwerfen, die mehr Bedienkomfort und Leistung bieten: durch starke Funktionen, ästhetische Formen und einfach gute Ideen.



Freuen sich über das Jubiläum

Peter Braukmann (links) und sein Bruder Bernd

Alles begann mit einer Partypfanne, der Durchbruch kam mit mobilen Induktionskochfeldern und Design-Mikrowellen. Heute bietet **Caso Design** ein breit gefächertes Sortiment mit mehr als 200 hochwertigen Produkten an. Dazu gehören unter anderem hochwertige Geräte für alle Garmethoden – beispielsweise modernes Kochen mit Induktion, Braten, Backen, Grillen, Dampfgaren oder Sous Vide-Garen – mit denen jeder optimale Ergebnisse für höchsten Genuss erreichen kann. Für noch mehr Bedienkomfort bietet **Caso** kostenlose Apps an, mit denen verschiedene Geräte praktisch von überall gesteuert werden können.



In den Produktgruppen mobile Induktionskochfelder, Vakuumiersysteme und Weintemperierer (Bild oben) nimmt **Caso Design** bereits seit einigen Jahren eine marktführende Position ein. Zusätzlich verstärkt die Marke das Sortiment um Produktbereiche wie Kaffeezubereitung sowie thermische und motorische Küchengeräte.



Einhundert Prozent Geschmack – null Prozent Fett

Besonders leise und energiesparend

Mit der neuen XL-Heißluftfritteuse AF 660 Duplex der Marke **Caso Design** lassen sich Pommes frites, Fisch, Gemüse, Gebäck und vieles mehr zubereiten – lecker und auf Wunsch ganz ohne die Zugabe von Fett. Mit nur 43 Dezibel ist die Design Heißluftfritteuse dabei auch noch flüsterleise.

Mit einem extra großen Korbvolumen von sechs Litern finden auch große Portionen in der Design Heißluftfritteuse Platz. So können beispielsweise ein ganzes Grillhähnchen oder bis zu 1,2 Kilo Pommes zubereitet werden. Perfekt: Mit der herausnehmbaren Trennwand können verschiedene Lebensmittel gleichzeitig gegart werden.

Einsparung von Zeit und Energie

Der Garkorb kann praktisch wie ein Heißluftofen zum Beispiel auch für Frühstücksbrötchen genutzt werden. Dank der **Even Power Convection** wird die Wärme gleichmäßig im gesamten Garraum verteilt. Auch bei der Schnelligkeit überzeugt die AF 660 Duplex: Durch die **Rapid Heat Control** ist sie direkt startbereit, ein Aufheizen ist nicht erforderlich, und auch die Garzeit verringert sich. Das spart Zeit und bis zu 50 Prozent Energie.

Innen saftig und außen knusprig

Die hochwertige Heißluftfritteuse bietet eine Direktwahl aus zwölf Automatik-Programmen – unter anderem für Steak, Pommes, Gemüse oder Snacks. Die Temperatur ist dabei individuell von 50 bis 200 Grad Celsius in fünf Grad-Schritten anpassbar. Für das Dehydrate-Programm können 40 bis 70 Grad Celsius eingestellt werden. So können Speisen gesund und fettarm zubereitet werden.



Garraumteiler

Besonders praktisch, wenn zwei unterschiedliche Speisen zubereitet werden sollen

Der Shake-Reminder sorgt außerdem für besonders gleichmäßige und extra knusprige Ergebnisse. Denn um sicher zu stellen, dass auch große Mengen oder sich überlagernde Lebensmittel wie beispielsweise Pommes gleichmäßig gegart werden, sollte der Korb je nach Menge und Garzeit ein- bis dreimal während des Vorgangs geschüttelt werden. Der Shake-Reminder erinnert daran, wann die Speisen gewendet werden sollten, und kann manuell zu jedem Programm mit einer Mindestlaufzeit von elf Minuten aktiviert werden.



Jetzt scannen und informieren

Genug Kapazität, um die ganze Familie oder Gäste im Handumdrehen mit leckeren Gerichten zu versorgen



Tefal Dual Easy Fry & Grill

Doppelter Genuss und unendliche Vielfalt

Mit der neuen Heißluftfritteuse schlägt **Tefal** gleich zwei Trend-Fliegen mit einer Klappe. Zum einen ist die gesunde, fettsparende Alternative zur klassischen Fritteuse beliebter denn je – zum anderen steigt auch die Nachfrage nach vielseitigen, multifunktionalen Küchenhelfern.

Wie es der Name schon treffend beschreibt, handelt es sich bei der neuen »Dual Easy Fry & Grill« um eine Doppelkammer-Heißluftfritteuse, die nicht nur die gesunde Essenszubereitung vereinfacht, sondern garantiert auch dafür sorgt, dass jeder satt wird. Insgesamt verfügen die neuen Tefal-Modelle über eine Kapazität von 8,3 Litern, die sich auf zwei asymmetrische, unabhängige Garkammern aufteilt. Diese 2-in-1-Technologie erlaubt zudem das gleichzeitige Frittieren und/oder Grillen in beiden Schubladen.

Das volle Potenzial beider Garkammern lässt sich dabei für komplette und aufeinander abgestimmte Gerichte nutzen. So sind in der XXL-Garkammer mit einem Volumen von 5,2 Liter vor allem große Zutaten wie der Sonntagsbraten oder ein ganzes Brathähnchen gut aufgehoben. In der kleineren Kammer mit 3,1 Liter können gleichzeitig knusprige Pommes oder das Beilagengemüse zubereitet werden.

Wahlweise können auch beide Schubladen genutzt werden, um zum Beispiel

großzügige Portionen Pommes in einem Rutsch zu frittieren. Durch den Synchronisationsmodus stellt die Heißluftfritteuse sicher, dass beide Kammerinhalte gleichzeitig servierfertig sind.

Wer nur für eine Person kochen, das Essen vom Vorabend aufwärmen oder ein paar Frühstückbrötchen aufbacken möchte, kann das dem kleineren Garkorb überlassen – das spart Zeit und Energie. Die Dual Easy Fry & Grill Modelle setzen in diesem Bereich ohnehin neue Maßstäbe: Sie verbrauchen etwa 70 Prozent weniger Strom als ein herkömmlicher Backofen:



Doppelkammer-Heißluftfritteusen der Marke Tefal sind in drei Ausführungen erhältlich



Neue Wege

Graef ruft zum KI-Kunstwettbewerb auf

Das Unternehmen Graef startet rund um seine Genusswelten Schneiden, Kaffee und Backen einen innovativen Kunstwettbewerb. Gesucht werden Kunstwerke, die mit künstlicher Intelligenz erzeugt sind.

Die Traditionsmarke ruft dabei über all seine Kanäle national und international dazu auf, spezielle Foto-, Grafik- oder Animationswelten zu kreieren. Eingesetzt werden können alle gängigen AI-Tools und -Programme. Es müssen lediglich gewisse Graef Ele-

mente verwendet werden und das Kunstwerk soll sinnbildlich für die jeweilige Genusswelt stehen und die Marke Graef repräsentieren.

Es gibt nur wenige Vorgaben, die berücksichtigt werden müssen, ansonsten sind der digitalen Fantasie keine Grenzen gesetzt. Die ersten drei von der Jury gekürten Plätze umfassen jeweils attraktive Geldpreise und Graef Küchengeräteausstattungen. Der erste Platz kann sich beispielsweise auf ein Preisgeld von 5.000 Euro und eine Graef Küchenausstattung im Wert von 2.000 Euro freuen.

Ausgewählte Kunstwerke sollen in der künftigen Kommunikation der Produktwelten eingesetzt werden. Der Wettbewerb ist bereits gestartet und läuft noch bis zum 15. Dezember 2023.



QR-Code direkt zur Landing Page des Kunstwettbewerbs

Steba
GERMANY

FIT INS NEUE JAHR STARTEN

Mit den Küchenhelfern von Steba



Soup & Drink Maker VDM 2
HOT & COLD



Elektronischer Dörrautomat ED 4



Joghurt-Maker JM 3

Besuchen Sie uns auf der ambiente '24
Halle 8.0 | Stand C51

steba.com



Mehrfach ausgezeichnet und für »sehr gut« befunden

Vakuumierer von Rommelsbacher überzeugt in jedem Haushalt

Food Waste ist eines der großen Themen unserer Zeit. Im Jahr 2020 betrug die Gesamtabfallmenge an Lebensmitteln etwa elf Millionen Tonnen. Das ergibt pro Jahr und deutschem Einwohner mehr als 80 Kilogramm. Die Lebensmittelverschwendung ist teuer, umwelt- und klimaschädlich. Dabei könnte jeder seinen Beitrag dazu leisten, dass weniger Essen im Abfall landet. Ein leistungsstarker Vakuumierer – wie das Modell VAC 385 der Marke **Rommelsbacher** – sorgt dabei für eine clevere Vorratshaltung.

Vakuumierte Lebensmittel sind um ein Vielfaches länger haltbar. Alleine das sollte schon Grund genug für die Anschaffung eines Gerätes sein. Gerade bei leicht Verderblichem wie Obst, Salat und Gemüse kann die Verwendungsdauer erheblich verlängert werden. Aber auch Fleisch, Fisch, Wurst und vor allem Käse kann im vakuumierten Zustand wesentlich länger gelagert werden.

Immer mehr Menschen interessieren sich dafür, wo das Essen herkommt und auch Urban Gardening ist ein Megatrend in deutschen Städten. Geerntete Lebensmittel müssen dann natürlich schnell weiterverarbeitet werden, um sie dauerhaft zu konservieren. Eine beliebte Methode ist das Einfrieren. Und auch hier profitieren vakuumierte Lebensmittel. Aromen, wichtige Vitamine und Mineralstoffe bleiben



Vakuumieren im Beutel oder in speziellen Behältern
Bei Rommelsbacher steht beides zur Verfügung



erhalten. Tiefkühlkost wird vor Gefrierbrand geschützt und vakuumierte Beutel sind einfach platzsparender im Kühl- oder Gefrierfach zu lagern.

Bei Rommelsbacher ist das Vakuumieren auch in speziellen Behältern möglich, so dass sogar flüssige und sehr sensible Lebensmittel wie Suppen und Salate schonend vakuumverpackt und damit viel länger frisch gehalten werden können.



Das internationale eBBQ-Team von Severin

Anja Hänsch, Thomas Vogel, Jonas Danielsson, Matthias von der Heyden, Michael Wichmann, Johrit Schellingerhout, Sascha Steinberg, Ron Bijenveld (Bild v.l.n.r.)

Bild: Severin, Elektrogrill, GmbH

eBBQ-Spezialisten für Grillfachhandel und DIY

Severin startet mit Experten gestärkt in die nächste Grillsaison

Seit dem 1. November 2023 leitet **Anja Hänsch** das neu gegründete, europaweit aufgestellte Team bei **Severin** mit klarem Fokus auf den Grillfachhandel und DIY. Ziel ist es, zukünftig noch näher am Kunden zu sein und ein breiteres Verständnis für hochwertiges Elektrogrillen in den Markt zu tragen.

Nach dem Erfolg der diesjährigen Kampagne für das Flagship-Produkt Sevo forciert Severin seine Aktivitäten im Bereich eBBQ sowohl strategisch als auch personell. Hierfür konnte das Unternehmen aus Sondern **Anja Hänsch**, vormals unter anderem für den Wholesale Marken- und Geschäftsaufbau bei Ooni zuständig, gewinnen.

Anja Hänsch wird mit ihrer Expertise das internationale Wachstum der Marke Severin im Bereich eBBQ vorantreiben. Dabei unterstützen sie Thomas Vogel, Michael Wichmann und Matthias von der Heyden in Deutschland, Johrit Schellingerhout und Ron Bijenveld, die den niederländischen Markt verantworten, sowie Jonas Danielsson in Skandinavien und Fabrice Dulac in Frankreich.

»Das Image des Elektrogrillens wandelt sich. Diese Dynamik greifen wir auf und erhöhen mit einem fokussierten Vertriebsansatz und passender Kommunikation die Visibilität von Severin bei den BBQ-Spezialisten, und damit beim Konsumenten, um noch mehr Grillfans von unseren hochwertigen Elektrogrills zu überzeugen,« informiert **Sascha Steinberg**, Director Business Strategy, Products & Innovation von Severin Elektrogeräte.



Ein Malheur ist schnell passiert. Gut, wenn ein Wischsauger in der Nähe ist, der im Handumdrehen für einen sauberen Boden sorgt.

Bodenpflege-Berater

Für wen lohnt sich ein Gerät, das in einem Vorgang saugt und wischt?

Zeit ist heute für jeden ein wichtiges Gut. Kein Wunder also, wenn sich Kunden immer öfter für Geräte entscheiden, mit denen sie die Hausarbeit nicht nur effizient, sondern eben auch schnell und einfach erledigen können. Bestes Beispiel sind hier sogenannte Nass- und Trockensauger, die quasi in einem Arbeitsschritt den Hartboden sowohl saugen, als auch feucht wischen. Aber Wischsauger können noch viel mehr, wie die Geräte von **Tineco** zeigen.

Rotwein verschüttet, feuchte Erde aus dem umgefallenen Blumentopf verteilt sich gleichmäßig über den Boden oder Abdrücke von Tierpfoten vom Gassgehen bei nassem Wetter von der Haustür bis ins Wohnzimmer? Jeder kennt solche Situationen, die immer in den unpassendsten Momenten geschehen.

Früher musste man danach umständlich zu Wischeimer und Mopp greifen, Rotwein, Pfotenabdrücke, Erde oder aufgeweichte Essensreste vom Fußboden aufwischen, das Bodentuch im Eimer grob säubern, mit den blanken Händen überschüssiges Wasser auswringen, und mit diesem vermeintlich sauberen Tuch den Boden trocken nachwischen. Da verwundert es nicht, dass die feuchte Bodenpflege seit Jahren zu den ungeliebtesten Arbeiten im Haushalt gehört.

Für diese Tätigkeiten hat die Marke Tineco die praktischen Nass- und Trockensauger entwickelt, die im Saugmodus auch zum Aufsaugen von verschütteten Flüssigkeiten genutzt werden können. Noch besser sind die neuen Akku-Varianten, da sie dem Anwender die Möglichkeit

einer flexiblen und unabhängigen Bedienung bieten. Ein Nass-/Trockensauger kann aber auch nur zum Trockensaugen von unversiegelten Hartböden verwendet werden. In diesem Fall wird die Wasserzufuhr unterbrochen.

Herauszustellen ist beim Tineco Topmodell Floor One S5 Extreme die Selbstreinigungsfunktion. Denn was nützt die ganze hygienische Bodenpflege, wenn der Kunde bei der Reinigung der Geräte doch wieder mit dem Schmutz in Kontakt kommt. Bei der Selbstreinigung wird die innere Leitung sowie die Bürstenrolle automatisch gesäubert und macht das Gerät bereit für den nächsten Einsatz.

Fazit: Nass-/Trockensauger sind für alle Haushalte empfehlenswert, die viel Wert auf eine hygienische Bodenreinigung legen, aber nicht endlos Zeit dafür investieren wollen. Die kabellosen Helfer sind schnell zur Hand, sofort einsatzbereit und sorgen innerhalb kurzer Zeit für saubere Hartböden – egal ob Fliesen, Linoleum, Laminat oder Echtholz. Zusätzlich punkten sie mit Selbstreinigung – für viele Käufer heute ein entscheidendes Argument.

6 Verkaufsargumente für Nass-/Trockensauger der Marke Tineco

1. Arbeits- und Zeitersparnis

Wie der Name schon verrät, saugen und wischen Nass-/Trockensauger gleichzeitig in einem Vorgang. Somit ist für Hartböden keine vorbereitende Trockenreinigung mit anschließender Nassreinigung mehr nötig. Das macht die Reinigung schnell, einfach und schonend zugleich – was gerade auch bei Holzböden wichtig ist.

2. Hygienische Reinigung

Die versiegelten Hartböden werden immer mit frischem Wasser gereinigt. Das Frischwasser kommt aus einem Frischwassertank – das Schmutzwasser wird direkt in einen separaten Tank abgeführt und kann einfach entleert werden. Die Reinigung ist damit hygienisch und effektiv, da im Gegensatz zum herkömmlichen Wischen kein Schmutzwasser verteilt wird.

3. Einfaches Handling

Die kabellosen Geräte sind State-of-the-Art und erlauben ein mobiles und flexibles Arbeiten von etwa einer halben Stunde. Zudem verfügen sie über Rollen, so dass sie sich leicht über die zu reinigende Fläche bewegen lassen. Die Reinigung selbst erfolgt durch eine rotierende Bürstenwalze.

4. Komfort

Alle Nass-/Trockensauger von Tineco verfügen über eine Selbstreinigungsfunktion. Nach dem Reinigungsvorgang stellt man den Wischsauger auf die Ladestation und die Bürstenrolle wird durch Drücken eines Knopfes automatisch gereinigt.

5. Geräte von Tineco

Typisch für die Nass- und Trockensauger der Marke Tineco ist der integrierte iLoop-Sensor, der die Reinigungsleistung automatisch an den Verschmutzungsgrad des Fußbodens anpasst. Bei Bedarf kann das Gerät per Knopfdruck aber auch permanent im Max Modus laufen. Durch den iLoop-Sensor hält der Akku länger, da der Energieverbrauch gesenkt wird.

6. Geräteauswahl

Tineco führt unterschiedliche Geräte im Portfolio, die verschiedenen Bedürfnissen gerecht werden. Hier wird beispielsweise nach Haushaltsgröße, Geräte mit zusätzlicher Dampffunktion oder auch Modellen speziell für Haushalte mit Tieren unterschieden. Zudem verfügen die Neuheiten über eine verbesserte Kantenreinigung.



Akkusauger-Revolution im Doppelpack

Hoover HFX überzeugt mit neuartiger Technologie

Um die Erwartungen seiner Nutzer zu erfüllen, befragte **Hoover** vorab seine Kunden. Resultat waren gleich zwei neue Akku-Staubsauger-Serien, die den Kundenwünschen maximal gerecht werden: starke Leistung, leichte Handhabung, gute Akkulaufzeit, einfache Wartung und ansprechendes Design. Das sind die Eckdaten der Hoover-Modelle HFX und Hoover HF4. Letzterer bietet mit einer 360 Grad Düse maximale Wendigkeit – optimal auch für schwer erreichbare Stellen.

Absolut State of the Art sind die vier neuen Modelle der HFX-Serie, die eine perfekte Balance zwischen Leistung und Effizienz bieten. Dabei sorgt die bahnbrechende Neuerung – die patentierte Corner Genie-Technologie – dafür, dass auch Ecken und Kanten mühelos von Krümeln und Staub befreit werden.

Mit einem Pedaltritt lässt sich die Bodendüse vom Hauptgerät ablösen – ein Geräteumbau in der Saugroutine ist also nicht nötig. Schon ist der Corner Genie einsatzbereit zur Reinigung in einem Rutsch. Zusätzlich verbaut ist die exklusive Anti-Twist-Technologie in der Bodendüse. Diese verhindert, dass sich zum Beispiel Tierhaare um die Bürstenleiste wickeln – und stellt so stets die volle Saugleistung sicher. Die neue Serie besteht aus zwei Modellen: HFX Home und HFX Pet.

Parallel zur HFX-Serie präsentiert die Marke Hoover mit der HF4-Serie eine weitere Ergänzung im Akkustaubsauger-Portfolio mit dem Fokus auf praktische Manövrierfähigkeit. Durch einen Bewegungsradius von 360 Grad lassen sich auch schwer erreichbare und schmale Stellen im Raum gründlich reinigen.

Wer mit Vierbeinern zusammenwohnt, kann ebenfalls auf die HF4-Modelle zurückgreifen: Als Zubehör gibt es eine motorisierte Mini-Turbodüse für Tierhaare und Polster. So haben Kunden gleich die vierfache Wahl – je nach ihren Lebensumständen. Alle Modelle sind ab sofort im Handel erhältlich.



Rowenta X-Force Flex 15.60 Akkusauger

Smart und leistungsstark wie nie

Mit dem neuen X-Force Flex 15.60 bringt **Rowenta** seinen bislang stärksten Akkusauger in die Haushalte und sorgt dort für perfekte Saugergebnisse. Neben satten 230 Air Watts Saugleistung und einer langen Laufzeit von bis zu 80 Minuten wartet der stylische Handstaubsauger im schwarz-kupfernen Look mit brandneuen smarten Funktionen auf, die im rechten Kasten aufgeführt sind.

Smarte Funktionen

- **Automatische Fußbodenerkennung**

Der X-Force Flex 15.60 erkennt, ob er eine glatte Holzoberfläche oder einen Teppich reinigt, und passt dementsprechend ganz automatisch Saugkraft, Leistung und Geschwindigkeit je nach Bodenart an.

- **Uneingeschränktes Saugen dank intelligenter Bürste**

Sobald der Widerstand gegen die integrierte Bürste steigt, verringert der X-Force Flex 15.60 automatisch die Geschwindigkeit. Diese automatisierte Geschwindigkeitsanpassung sorgt für optimale Reinigungsergebnisse und schont dabei Teppiche und andere zu reinigende Untergründe.

- **Den Filterstatus stets im Blick**

Mithilfe der integrierten Warnleuchte informiert der X-Force Flex 15.60 über den Status des Filters und kündigt somit an, wann dieser zu reinigen ist. Dadurch wird garantiert, dass das Gerät stets bei voller Leistung für optimale Saugergebnisse sorgt.



Haustiere gewöhnen sich schnell an die selbstfahrenden Haushaltsroboter

Saugroboter Dreame L20 ultra im Praxistest

Zuverlässiger Helfer, der fast keine Wünsche offen lässt

Der Siegeszug der Saugroboter ist nicht mehr aufzuhalten und auch zum bevorstehenden Weihnachtsfest stehen sie wieder auf vielen Wunschlisten. Mittlerweile können die kleinen flinken Helfer aber noch viel mehr, wie unsere Gerätetesterin feststellte.

Nach einigen Testwochen in einem Hundehaushalt ist die Testredakteurin von dem Saug- und Wischroboter überzeugt. Jeder Hundebesitzer weiß, dass sich die Tierhaare immer und überall im Haus verbreiten und hier punktet der neue Dreame auf ganzer Linie.

Auch die anfängliche Angst, er könnte über die Treppe in den Keller abstürzen, war völlig unbegründet. Der Roboter navigiert selbständig sehr gut und präzise an Hindernissen vorbei und erkennt Treppenabgänge genauso zuverlässig wie zum Beispiel Steckerleisten unter dem Sofa dank seiner Kamera und der hellen LED-Beleuchtung die er bei Bedarf automatisch dazu schaltet.

Aber zurück zum Start der Beziehung. Der Dreame L20 ultra wird über eine übersichtliche selbsterklärende App gesteuert und beim ersten Einsatz erstellt sich das Gerät bereits eine genaue Karte der Wohnräume, für die man dann in Folge eine Komplettreinigung starten kann oder nur einzelne Zimmer auswählt. Der Roboter düst dafür einmal durch den Wohnbereich und man kann dann auf der Karte schon vor der ersten Reinigung Räume anpassen, Sperrzonen erstellen und sämtliche Reinigungsmöglichkeiten voreinstellen. Sollte es mehrere Stockwerke geben, kann er sich diese ebenso erschließen und merken.

Einstellmöglichkeiten gibt es sehr viele: Tiefenreinigung, verschiedene Einstellungen für die Saug- und Wischkraft, welche Zimmer zuerst gereinigt werden sollen und ob der Roboter gleichzeitig saugen

und wischen soll oder getrennt. Falls man das getrennt wünscht, lässt er beim Saugen automatisch seine Wischpads in der Servicestation zurück. Man kann sogar die Reinigungsintensität für jedes Zimmer separat einstellen oder nur einzelne Zimmer bzw. Zonen reinigen.

Sogar die Einstellungen an der Reinigungsstation lassen sich anpassen. Wie oft die Wischpads gereinigt werden sollen, mit welcher Wassermenge und auch die Trocknungsdauer der Pad lässt sich regulieren. Beim Ausleeren der Staubkammer gibt es ebenfalls verschiedene Modi, die die Häufigkeit der Absaugung vorgeben.

Man kann sich Statistiken zur Reinigung ansehen, die restliche Lebensdauer von Zubehörteilen checken, Einstellungen für die Teppichreinigung und er verfügt über eine Kamera in Echtzeit. Wenn sie freigegeben wird, könnte man in Abwesenheit sogar den Hund über die Kamera des Wisch- und Saugroboters sehen.

Gefallen hat die klare Kommunikation. Das Gerät lässt einen nie im Unklaren, ob die Reinigung schon beendet ist oder nur die Wischpad gereinigt werden oder ob er einfach frisches Wasser braucht.

Neben seiner überzeugenden Saugleistung – die zugeben im Turbo-Modus auch ziemlich laut wird – hat der Roboter eine absolut überzeugende Wischleistung. Der rechts ausfahrbare Wischarm kommt direkt bis an die Kante und mit seiner Wendigkeit und trotz runder Form schafft er auch die Ecken. Was leider nicht immer gelingt, ist die Reinigung unter Möbeln, da er dafür zu hoch gebaut ist.

Kommen wir zur Servicestation, die schon ordentlich viel Platz in der Wohnung braucht, aber ein durchaus ansprechendes Design hat. Die Station beherrscht die Padreinigung, halbautomatische Selbstreinigung sowie Befüllung und Absaugung.

Wenn der Roboter die Wischpads in der Station fallen lässt, hat das den Vorteil, dass er die feuchten Wischpads nicht über den Teppich schleift und aufgewischten Schmutz auf dem Flor verteilt. Auch getrocknet werden die Pads in der Station und der Roboter zieht Wasser- und Reinigungsmittel. Das Ausleeren von Schmutzwasser und Einfüllen von frischem Putzwasser geht sehr einfach und sicher.

Über die herausnehmbare Tropfschale hat sich unsere Testerin spontan gefreut. Zum sauber machen wird sie einfach herausgenommen und mit der mitgelieferten Bürste am Waschbecken gereinigt. Leider sammelt sich darunter trotzdem noch Schmutz in der Auffangwanne, den man separat entfernen muss.

Die revolutionäre Neuheit des Dreame L20 ultra ist die Anschlussmöglichkeit an Festwasser- und Abwasser. Dafür befindet sich auf der Rückseite hinter der Abdeckung ein Anschluss für ein separat erhältliches Wasser- und Abwasseranschluss-Kit, mit dem sich der Roboter selbst betanken und das Schmutzwasser entleeren kann.

Alles in allem ein wirklich empfehlenswertes Gerät in solider Qualität und schöner Optik, das im Haushalt man nicht mehr missen möchte. Und auch der Hund hat mit dem Roboter nach kurzer Eingewöhnung seinen Frieden gemacht.



Kantenreinigung Hier spielt der Saug- und Wischroboter seine ganze Kompetenz aus



Servicestation Braucht viel Platz, ist aber mit jeder Menge praktischer Features ausgestattet.

»Der stationäre Handel ist langsam wieder auf Wachstumskurs«

Zum 1. Juni 2023 hat **Dirk Diekmann** bei Procter & Gamble die Position des Verkaufsdirektors für den Elektro-Fachhandel übernommen. Innerhalb dieses Vertriebskanals verantwortet er die Marken **Braun** und **Oral-B** für die Regionen Deutschland, Österreich und die Schweiz.

Herr Diekmann, Sie sind bereits seit 1998 bei Procter & Gamble, kennen also die Strukturen im Unternehmen. Was hat sich für Sie im letzten halben Jahr wesentlich verändert?

Zunächst einmal freue ich mich sehr über das »Herzliche Willkommen« von allen Seiten in der Elektrofachhandelsfamilie und über die überaus konstruktiven Gespräche – sei es auf Kongressen, Messen, in den Handelszentralen oder vor Ort im Markt. In den ersten Monaten habe ich stets ein Gegenüber erlebt, das sich auf gemeinsame Lösungen fokussiert. Es macht viel Spaß, in einem Umfeld zu arbeiten, das Dinge mit viel Liebe zum Detail anpackt. Durch das Netzwerk aus 25 Jahren im Unternehmen habe ich einen kurzen Draht zu den Entscheidungsträger*innen in unserem Hause, die helfen können, die bestmöglichen Pläne für den Fachhandel abzustimmen und umzusetzen.

Wie schätzen Sie die aktuelle Situation im Handel und hier speziell im stationären Fachhandel ein? Wird es ein gutes Weihnachtsgeschäft geben?

Der stationäre Handel ist langsam wieder auf Wachstumskurs. Doch die aktuellen geopolitischen Entwicklungen wirken sich spürbar auf die Verbraucherstimung und die Kundenfrequenz in den Geschäften aus. Mit unseren hochwertigen Produkten von Braun und Oral-B möchten wir für einen starken Markenauftritt auf der Fläche sorgen und können sicherlich zu einem erfolgreichen Weihnachtsgeschäft beitragen. Zu unseren Highlights gehören der neue Braun Series 9 Pro+ Rasierer sowie der Braun Silk-épil 9 Flex Epilierer und das Silk-expert Pro 5 IPL, die alle voller Hightech-Power stecken. Im stetig wachsenden iO-Universum ist mit den Modellen der Oral-B iO Series 3 bis 10 für jedes Zahnpflegebedürfnis und Budget die richtige smarte Zahnbürste dabei. Begleitend setzen wir auf ausgewählte Cashback-Aktionen, die das Geschäft weiter nach vorne treiben werden.

Traditionell werden auch Rasierer gerne zu Weihnachten verschenkt. Welche Highlight-Produkte gibt es dazu von Braun und wie werden sie am POS auffällig in Szene gesetzt?



Dirk Diekmann

Zu den Rasierer-Highlights zählt der Braun Series 9 Pro+, unser neues Flaggschiff für eine makellose Rasur. Bei der Entwicklung hat Braun die Verbraucherbedürfnisse genauestens analysiert und adressiert. Der Series 9 Pro+ überzeugt vor allem durch sein besonderes Plus an Gründlichkeit und Präzision. Dazu hat Braun den Pro Comfort-Aufsatz neu entwickelt. Dieses 2-in-1 Rasiersystem beinhaltet neben dem Scherkopf den Pro Comfort-Aufsatz, der vor der Rasur verwendet wird und in Sekundenschnelle ausgetauscht werden kann. Damit wird die Haut mit 387 Massagenoppen sanft massiert, um sie so perfekt auf die Rasur vorzubereiten. Mit der überlegenen Rasurleistung können wir weitere Maßstäbe im Premium-Segment

setzen und für eine gesteigerte Nachfrage und mehr Umsatz im Handel sorgen. Hier tragen auch aufmerksamkeitsstarke Werbematerialien bei, die den Rasierer am POS in Szene setzen.

Nachhaltigkeit ist momentan ein Megathema. In welchen Bereichen sind Ihre Marken nachhaltig?

Konsumenten und Konsumentinnen erwarten heute zurecht von ihrer Marke, dass die Produkte in einem ständigen und fortschrittlichen Innovationsprozess eingebunden sind. Dabei spielen nicht nur intuitive Funktionsweisen eine Rolle, sondern auch Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung bei der Herstellung und Langlebigkeit der Produkte. Technisch und optisch langlebige Produkte gehören zu den Gründungsprinzipien von Braun und Oral-B und sind in Zeiten des schnellen Konsums wichtig. Braun verfolgt seit Jahren den Ansatz »Reduzieren, Wiederverwenden, Recyceln« und hat bereits vor über 70 Jahren einen Reparaturservice mit ins Leben gerufen, der auf den Langlebigkeitsgedanken einzahlt.

Wir durften erfahren, dass Oral-B in diesem Jahr 60. Geburtstag der elektrischen Zahnbürste feiert. Von welchen Benefits profitieren hier der Handel?

60 Jahre sind vergangen, seit die erste elektrische Zahnbürste von Oral-B den Markt für Zahnpflege revolutionierte. Wir blicken stolz auf zahlreiche Meilensteine und Innovationen zurück. Als Pionier am Markt hat Oral-B die elektrische Zahnbürste bis heute mit Hilfe von Zahnärzt*innen und Expert*innen kontinuierlich weiterentwickelt. Aktuell setzen wir auf Uptrading-Coupons und Cashback-Aktionen rund um unsere iO-Modelle, bei denen Verbraucher*innen bis zu 50 Euro sparen können. Zudem gibt es beim Kauf einer Oral-B iO Series 6 bis 10 einen Sony Lautsprecher gratis dazu. Damit setzen wir zusätzlich attraktive Kaufanreize für das Jahresendgeschäft.

Oral-B lanciert Special Edition im coolen Disney-Retro-Look

Die elektrische Oral-B Zahnbürste feiert 2023 ihren 60. Geburtstag, während Disney – Schöpfer legendärer Kindhelden wie Micky Maus – sogar schon 100 Kerzen auf der Geburtstagstorte auspusten darf. Anlässlich dieser zwei großen Jubiläen hat Oral-B eine Special Edition der beliebten elektrischen Oral-B Kids Zahnbürsten in coolem Disney Retro-Design auf den Markt gebracht. Die elektrische Zahnbürste ist ab sofort im Handel erhältlich. Die Jubiläumsausgabe wird mit aufmerksamkeitsstarker Digitalkommunikation begleitet und mit attraktiven Werbematerialien am POS abgerundet.



Bild: Oral-B

*Wir wünschen
unseren Lesern und
Geschäftspartnern frohe
Weihnachten, erholsame
Feiertage und ein gutes
neues Jahr 2024!*



Ihr CE-Markt und CE-Markt electro-Team

B&B Publishing

Schmiedberg 2a • D-86415 Mering

Groß angelegte Markeninitiative

Ninja Foodtruck besuchte deutsche Metropolen

Mit einer großen Foodtruck-Tour für seine Küchengerätemarke Ninja machte der weltweit führende Haushaltsgerätehersteller SharkNinja Lust auf Genuss. Im November war der Brand-Truck zweieinhalb Wochen unterwegs und machte dabei Station in Berlin, Hamburg, Köln, Frankfurt und München.



Erfolgreiche Deutschland-Tour

Der Ninja-Foodtruck besuchte fünf deutsche Städte und sorgte bundesweit für genussvolle Momente bei den Besucherinnen und Besuchern

Im Mittelpunkt der bundesweiten Roadshow stand die Vorstellung des ersten kabellosen Mixers Ninja Blast, des einzigartig vielseitigen Ninja Woodfire Elektrischer Outdoor Ofen sowie der neuen Heißluftfritteuse Ninja Foodi FlexDrawer 10,4L und natürlich alles, was man damit schnell und einfach zubereiten kann. Dabei verfolgt SharkNinja ein mehrdimensionales Konzept. In der wichtigen Vorweihnachtszeit machte der Foodtruck Zwischenstopps sowohl an öffentlichen Plätzen als auch bei ausgewählten Elektrohandelspartnern.

Offensive im Küchengerätemarkt

»Mit unserer Tour wollen wir Deutschland zeigen, wie viel Power in den Küchengeräten von Ninja steckt, und die Marke dort erlebbar machen, wo die Menschen sind: auf den Straßen, in der Fußgängerzone oder eben im Elektronikmarkt. Die Tour ist dabei Teil einer großen Markenoffensive, die sämtliche Kommunikationselemente von Digital bis TV und von PR bis Live-Kommunikation umfasst«m informiert **Tanja Ohnesorge**, SharkNinja Marketing Director D/A/CH. Die Besucher der Tour freuten sich über zahlreiche Aktionen, Gewinnspiele und Food for free sowie in Berlin und München über den deutschen Top-Influencer **René Schmock**.

Lust auf Genuss und Küchenspaß

Umgesetzt wurde die Roadshow mit den Foodtruck- und Event-Catering-Experten von 1055 Mobile Kitchen aus Berlin sowie der Agentur Stern aus Wiesbaden. Die Besucher konnten an den einzelnen Standorten die mit den Produkten gemachten Köstlichkeiten – frische Smoothies, Pizza & vieles mehr – gratis verkosten und sich über die Produktwelt von Ninja informieren. Unter allen, die am Stand vorbeischaute, wurde nach Ende der Tour eine Auswahl der neuesten Highlight-Produkte verlost. Darunter der Power-Mixer Ninja Blast, der Ninja Woodfire Elektrischer Outdoor Ofen sowie die Heißluftfritteuse Ninja Foodi FlexDrawer 10,4L.

Beginn einer langjährigen Erfolgsgeschichte

Mit der Tour zeigt SharkNinja, dass in den deutschen Markt investiert wird, um die Markenbekanntheit auszubauen und für Konsument*innen besondere Erlebnisse anzubieten. Die Integration der Handelspartner*innen ist dabei zentraler Bestandteil der Marketingplanung. Bereits jetzt ist das amerikanische Unternehmen Marktführer in Deutschland bei Heißluftfritteusen und das soll erst der Anfang einer langen Erfolgsgeschichte sein.



Flexibel, schnell und vielfältig

Der elektrische Outdoor Ofen Ninja Woodfire erreicht Temperaturen bis zu 370 Grad Celsius und ist Pizzaofen, Hochtemperatur-Ofen und Smoker in einem Gerät



Smoothies, Shakes & Co.

Ninja Blast ist ein kabelloser und tragbarer Power-Mixer, der immer und überall eingesetzt werden kann und in verschiedenen Farben erhältlich ist

Das Unternehmen

SharkNinja ist ein globales Produktdesign- und Technologieunternehmen, das mit innovativen Produkten für Verbraucher*innen auf der ganzen Welt moderne Lifestyle-Lösungen mit 5-Sterne-Bewertung schafft. SharkNinja hat zwei milliarden schwere Marken aufgebaut – Shark und Ninja – die beide nachweislich eine führende Position einnehmen, indem sie für zahlreiche Produktkategorien innovative Haushaltsgeräte, wie zum Beispiel Staubsauger und Dampfreiniger, Luftreiniger, Beauty- und Küchengeräte, entwickeln.

»Im vierten Quartal erreichen wir die Konsument*innen auf allen Kanälen. Unsere Zielsetzung ist insbesondere, die Bekanntheit unserer Marken im deutschsprachigen Raum zu steigern und gleichzeitig unsere Sichtbarkeit im Handel noch weiter zu erhöhen«.

Tanja Ohnesorge



Zur Person

Tanja Ohnesorge
Marketing Director
SharkNinja
für die Region
Deutschland,
Österreich und
Schweiz

Bei Ninja – der Marke rund um die Küche – dreht sich alles um Genuss. Am 16. Oktober startete bereits die Markenkampagne – neben dem Hero-Produkt Ninja Foodi MAX Dual Zone Heißluftfritteuse werden in den Werbespots weitere Artikel aus dem Ninja Produktsortiment integriert. »Bei Ninja setzen wir einen hohen Anteil unseres Budgets im Bereich TV ein, so erreichen wir mehr als 24 Millionen Zuschauer und knapp zwei Drittel unserer speziellen Food-Zielgruppe«, erläutert Tanja Ohnesorge.

Ninja Sponsoring der Kochshow »The Taste«

Ninja ist bereits zum zweiten Mal in Folge Hauptsponsor der Sat.1-Kochsendung »The Taste«, die zu den beliebtesten Formaten des Senders gehört. Am 25. Oktober startete die zwölfte Staffel der Sendung – natürlich zur Primetime. Allein damit werden rund 30 Millionen Impressionen im TV erwartet. Zusätzlich war die Marke im November noch mit einer groß angelegten Roadshow bei Presse, Händler*innen und Konsument*innen vertreten. »Im vierten Quartal werden die deutschen Konsument*innen spüren, mit welcher Power SharkNinja auf dem deutschen Markt auftritt. Wir sind gekommen, um zu bleiben. Unser Ziel ist es, neue Konsument*innen in die Kategorien zu bringen, den Handel hierbei zu unterstützen und weiterhin Marktanteile zu gewinnen«, berichtet Ohnesorge weiter.



Bild: SharkNinja

Die Ninja Heißluftfritteuse AF400EU

Gemäß einem unabhängigen Marktforschungsinstitut im Zeitraum von Januar bis September 2023 die am meisten verkaufte Fritteuse in dieser Kategorie

Weit über 500 Millionen Kontakte

SharkNinja gibt im Weihnachtsgeschäft volle Werbepower

Die aktuell starke Nachfrage nach Produkten von SharkNinja beschleunigt das börsennotierte Unternehmen zusätzlich im vierten Quartal mit einer großen TV- und Digitalkampagne für die drei Marken Shark, Shark Beauty und Ninja. Und auch im bevorstehenden Weihnachtsgeschäft werden innovative Marketing- und PR-Aktionen umgesetzt, um die Bekanntheit der Marken und die Marktdurchdringung noch weiter zu intensivieren.

Bei der Marke Shark liegt der Fokus auf hochwertigen Bodenpflegeprodukten und den beiden diesjährigen Produkthighlights Detect Pro und Stratos – zwei Akkustaubsauger mit einzigartigen Funktionen. Im November startete die neue TV-Kampagne zur Shark Detect Pro Serie, die – hauptsächlich in der Prime Time – rund 14 Millionen Konsument*innen in der deutschen Kernzielgruppe 25 bis 54 Jahre erreichen und ansprechen wird. Ausgestrahlt wird sie dabei nicht nur bei allen relevanten deutschen Privatsendern, sondern flächendeckend auch bei kleineren Sendern, um maximale Sichtbarkeit zu erreichen. Zudem wird die Kampagne ins Digitale verlängert, mit größeren Aufschlägen bei vielen relevanten Medienwebsites und Streamingkanälen. Unterstützt wird das Ganze mit hohen Budgets und Millionenreichweiten durch Influencer-Kampagnen, PR- und Partneraktionen.

Bei der Marke Shark Beauty setzt das Unternehmen schon länger auf Influencer-Kooperationen und Markenbotschafter wie Hairstylist **Philipp Verheyen** sowie auf gezielte digitale Endverbraucheransprache. Zum Sortiment gehören Geräte für Styling und Haarpflege. Im Fokus des vierten Quartals steht der Haarstyler und -trockner FlexStyle und die globale Kooperation mit dem bekannten Starstylisten **Chris Appleton**. Auch auf Events ist die Marke vertreten, zum Beispiel auf dem Musikfestival Lollapalooza in Berlin.

Exklusivinterview mit Michael Maier

»Für SharkNinja ist die Inszenierung am POS extrem wichtig«

SharkNinja ist weltweit einer der größten Anbieter von Haushalts- und Elektroklein-geräten und unter anderem Marktführer in relevanten Kategorien rund um die Bereiche Küche, Lifestyle/Beauty und Bodenpflege in den USA und in England. Wie diese Strategie in der D/A/CH-Region erfolgreich umgesetzt wird, erfahren wir im direkten Dialog von Michael Maier, Managing Director D/A/CH bei SharkNinja.

Für den weiteren erfolgreichen Ausbau der Marken Shark, Ninja und Shark Beauty in der D/A/CH-Region hat sich das amerikanische Unternehmen SharkNinja den seit Jahrzehnten im Handel bekannten und allseits geschätzten Branchenprofi **Michael Maier** an Bord geholt, der mit seiner Erfahrung und dem über die Jahre gewachsenen Netzwerk die Weichen für eine positive Zukunft bei SharkNinja stellen wird.

Herr Maier, Sie sind jetzt quasi seit der IFA 2023 bei SharkNinja am Start. Wie ist Ihr persönlicher Eindruck von dem Unternehmen und waren Sie mit dem Auftritt von SharkNinja auf der Berliner Messe zufrieden?

Mein offizieller Start war ja bereits am 1. Juli und an meinem zweiten Arbeitstag durfte ich bereits unser neues, auf Wachstum ausgelegtes Büro in Frankfurt offiziell eröffnen. Vom Standort Frankfurt aus werden wir die Länder Deutschland, Österreich und die Schweiz betreuen. Die IFA 2023, mit einer mehr als doppelt so großen Ausstellungsfläche wie im Vorjahr, war für uns ein weiterer und wichtiger Meilenstein. Mit Sicherheit werden wir in Deutschland mit den Marken Ninja für den Bereich Küche, Shark Clean für den Bereich Bodenpflege und Shark Beauty für den Bereich Lifestyle wachsen und unsere Position in den einzelnen Kategorien weiter ausbauen.

Für mich der grundlegende Unterschied von SharkNinja zu vielen anderen Unternehmen ist, dass wir nicht Produkte der Produkte willen produzieren, sondern dass wir Produkte entwickeln, welche die alltäglichen Probleme und Aufgaben der Menschen lösen. Dies ist unsere Mission und unsere DNA. Mit mehr als 800 Entwickler*innen weltweit verfügen wir hier über die nötige »Brainpower«, neue und innovative Produkte zu konzipieren und zu fertigen.

Im ersten Schritt wurde eine deutsche Außendienstmannschaft aufgebaut, die den deutschen Fachhandel bearbeitet. Wie ist hier der aktuelle Stand?

Ich freue mich sehr, dass wir mit Stand 1. Dezember unser Ziel, 18 Außendienstmitarbeiter*innen – welche ausschließlich den Fachhandel betreuen – erreicht haben. Dies war für uns extrem wichtig, denn wir möchten nah am Handel sein und gemeinsam Konzepte und Lösungen erarbeiten, wie wir gemeinsam unsere



Zur Person

Michael Maier
Managing Director
SharkNinja
für die Region
Deutschland,
Österreich und
Schweiz

Produkte und Produkteigenschaften den Konsument*innen perfekt präsentieren und verkaufen können.

Der zweite Meilenstein war, dass wir mit dezidierten Trainer*innen sowohl online, als auch stationär, das Verkaufspersonal schulen und trainieren. Hierbei geht es aber nicht nur um reine Produkttrainings, vielmehr vermitteln wir hier auch Wissen in den Bereichen Ernährung, Hygiene und Trends – bieten also einen echten Mehrwert für die Teilnehmer*innen.

Last – but not least – und dies ist der dritte wichtige Baustein, ist natürlich auch die Inszenierung unserer Produkte am POS extrem wichtig. Auch hier können wir mittlerweile sowohl für die Marken Ninja, als auch für die Marke Shark umfangreiches und verkaufsförderndes POS-Material anbieten, um beim Abverkauf optimal zu unterstützen.

Noch einmal zurück zum Thema Training im Handel. Was können Sie uns hier konkret an Neuigkeiten berichten?

Wie bereits oben erwähnt, unterstützen wir den Fachhandel mit dezidierten Trainer*innen dabei, ihr Verkaufspersonal zu schulen, damit die Konsument*innen am POS unsere Marken wirklich erleben können. Dies ist uns extrem wichtig, da unsere Produkte besonders durch ihre Funktionsvielfalt, ihre leichte Bedienbarkeit und hohe Qualität überzeugen. Dafür setzen wir auf qualifizierte Top-Trainer*innen, die unsere Produkte mit all ihren Funktionen kennen, die aber auch das Verkaufspersonal auf Trends hinweisen können.

Arbeiten Sie bereits mit allen großen Einkaufsgesellschaften in Deutschland zusammen?

Wir arbeiten bereits mit nahezu dem gesamten relevanten Handel in Deutschland zusammen, bzw. sind in Gesprächen, wie wir unser gemeinsames Geschäft gestalten und ausbauen können. Wie bereits erwähnt, für uns ist eine Zusammenarbeit mit dem Fachhandel sehr wichtig und hier investieren wir überproportional in allen Bereichen – Personal, POS, Trainings und vieles mehr.

Was tun Sie konkret, um die Markenbekanntheit von Shark, Shark Beauty und Ninja in Deutschland zu erhöhen?

SharkNinja verfügt global mit den beiden Marken Shark und Ninja über ein umfangreiches Produktportfolio, das wir nun nach und nach in der D/A/CH-Region einführen werden. Mit diesen beiden, global überaus erfolgreichen Premium-Marken und massiven Werbeinvests kommunizieren wir im Jahresendgeschäft auf allen Kanälen. Besonders hervorheben möchte ich hierbei unsere reichweitenstarken TV-Kampagnen der beiden Marken, die – hauptsächlich in der Prime Time und ausschließlich in reichweitenstarken Sendern – rund 500 Millionen Konsument*innen in der deutschen Kernzielgruppe 25 bis 54 Jahre erreichen und ansprechen.

Bei **Shark Beauty** setzen wir schon länger auf Influencer-Kooperationen und Markenbotschafter wie Hairstylist Philipp Verheyen sowie auf die gezielte digitale Endverbraucher*innenansprache.

Shark | NINJA

»Für uns ist das nicht nur eine tolle Anerkennung, sondern gerade im Kombination mit unseren aufmerksamkeitsstarken Marketingkampagnen im vierten Quartal und unserer Expansionsstrategie das perfekte Timing.«

Michael Maier



Ninja wird mit »TOP 10 Technik 2023«-Award ausgezeichnet

Deutschlands meistverkaufte Heißluftfritteuse – die Ninja Foodi MAX Dual Zone Heißluftfritteuse AF400EU – darf sich im Jahr 2023 zum erlesenen Kreis der »TOP 10 Technik«-Produkte Deutschlands zählen. Das Multitalent mit der typischen Dual-Zone-Technologie setzte sich gegen andere renommierte Brands durch und sicherte sich einen Platz in der Range der angesagtesten Technikhighlights des Jahres. Sie punktet mit ihrer Multifunktionalität. Denn das Gerät kann nicht nur Heißluftfrittieren, sondern verfügt auch über die Zubereitungsfunktionen Max Crisp, Braten, Backen, Aufwärmen und Dörren.

Weiterhin sind wir mit Ninja bereits zum zweiten Mal in Folge Haupt-sponsor der Sat.1-Kochsendung »The Taste«, die zu den beliebtesten Formaten rund um den Bereich Küche und Genuss gehört.

Aber, wir gehen auch ungewöhnliche Wege. Als Beispiel sind wir aktuell mit einem Ninja Foodtruck durch die Republik getourt und zeigen und präsentieren unseren Konsument*innen hautnah unsere Produkte. Die Tour ist dabei Teil einer großen Markenoffensive, die sämtliche Kommunikationselemente von Digital bis TV und von PR bis Live-Kommunikation umfasst. Die Besucher*innen der Tour konnten sich nicht nur über köstliches Free Food aus unseren Neuheiten wie dem Ninja Woodfire Elektrischer Outdoor Ofen, sondern auch über zahlreiche Aktionen, Gewinnspiele und den deutschen Top-Influencer René Schmock an den Standorten Berlin und München freuen.

Von welchen weiteren Benefits profitiert der Handel bei einer Zusammenarbeit mit SharkNinja?

Zuerst einmal muss man erwähnen, dass wir mit Sicherheit in Q3 und Q4 2023 einer der grössten Werbetreibenden in der Kategorie Elektrokleingeräte in Deutschland sind. Die Kombination TV-Werbung, Social Media, In-Store Execution generiert »vorverkaufte« Ware, sprich Konsument*innen haben sich bereits während ihrer Customer-Journey für ein Produkt von einer unserer Marken entschieden. Speziell in Zeiten, in denen es nicht einfach ist, gutes Verkaufspersonal zu finden, ist es extrem wichtig, dass die Beratungsleistung dadurch deutlich reduziert und somit mehr Konsument*innen beraten werden können. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass wir durch unsere Strategie, nur Produkte einzuführen, welche umfangreiche Konsument*innentests im Vorfeld mit Bestnoten bestanden haben, sicherstellen können, dass Konsument*innen von unseren Produkten absolut überzeugt sein werden.

Dass diese Strategie funktioniert und Konsument*innen von unseren Produkten absolut begeistert sind, beweisen aktuelle Marktdaten eines unabhängigen Marktforschungsunternehmens. So ist zum Beispiel die am meisten in Deutschland von Januar bis Oktober 2023 verkaufte Heißluftfritteuse unsere Ninja AF400EU.

Wenn wir den Bereich Lifestyle nehmen, möchte ich hier als Beispiel unsere Shark Beauty Haartrockner erwähnen, welche im Monat Oktober im Preisband 200 bis 300 Euro aus dem Start heraus einen Marktanteil von mehr als 25 Prozent erzielen konnten, kommend von null Prozent.

Wo sehen Sie die größten Entwicklungspotenziale bei den drei Marken Shark, Shark Beauty und Ninja?

Bei allen drei Marken arbeiten wir 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche daran, neue und innovative Produkte zu entwickeln. Dies gelingt dadurch, dass wir an drei Entwicklungsstandorten und in drei unterschiedlichen Zeitzonen in Amerika, Europa und Asien über Entwicklungsstandorte verfügen.

Wie bereits erwähnt, stehen dabei immer die Bedürfnisse und Anforderungen unserer Konsument*innen an erster Stelle. Bei der Marke Shark arbeiten wir vor allem im Bereich Cleaning daran, das Thema Bodenpflege einfacher, komfortabler und effektiver zu gestalten. Unsere neueste Akku-Staubsauger-Serie Detect Pro ist zum Beispiel mit seinen vier Detect-Technologien – Schmutz-, Ecken-, Boden- und Lichterkennung – ein echtes Multitalent und vereinfacht den Hausputz enorm.

Im Bereich Beauty werden wir unsere Sortimente weiter ausbauen und Produkte anbieten, die nicht nur höchste Qualität und Funktionalität bieten, sondern auch den Bedürfnissen und Trends unserer Kund*innen gerecht werden – eben for all hairkind. Der Shark Beauty FlexStyle zum Beispiel lässt sich in Sekundenschnelle von einem Haartrockner in einen Styler verwandeln und eignet sich dank fünf verschiedener Aufsätze für alle Haartypen.

Ninja, unsere Marke für den Bereich Küche, zeichnet sich durch leistungsstarke und multifunktionale Geräte mit einem hervorragenden Preis-/Leistungsverhältnis aus. In der Küche soll man Spaß haben und sich kinderleicht eine gesunde Mahlzeit zubereiten – das ist unser Anspruch. Neben Heißluftfritteusen, Food Prozessoren und praktischen Alles Helfern generieren wir hierbei aber auch neue Märkte und Trends.

Eines unserer auf der IFA vorgestellten Produkte, der Ninja Blast, ist zum Beispiel unser erster tragbarer, akkubetriebener Mixer für unterwegs – Konsument*innen können sich mit dem Blast leckere Smoothies, Proteinshakes und vieles mehr unabhängig von einem Stromanschluss zubereiten. Egal, ob im Büro, nach dem Fitnessstudio oder zum Picknick mit der ganzen Familie. Ein echter Alleskönner, welcher mit Sicherheit ein Verkaufsschlager werden wird. Die ersten Feedbacks seitens unserer Handelspartner*innen und auch unserer Konsument*innen sind überaus positiv.

Besten Dank für das Interview, Herr Maier. Wir wünschen Ihnen und Ihrem Team mit den Marken Shark, Ninja und Shark Beauty viel Erfolg auf dem deutschen Markt.

Top-Themen

Exklusiv-Interview mit Michael Maier von SharkNinja

Ninja Foodtruck besuchte deutsche Metropolen

SharkNinja gibt volle Werbepower im Weihnachtsgeschäft



#allhairkind

Shark Beauty überzeugt mit dem Shark FlexStyle – Haarstyler & -trockner mit fünf Aufsätzen