

Top-Themen

Cashman testet die Heißluftfritteuse Tefal Easy Fry & Grill XXL | Seite 2

Erfolgreicher Küchenherbst in Ostwestfalen | Seite 12+13

AEG: Ausführliches Interview mit Michael Geisler | Seite 14+15

Haier I-Pro Serien Konnektivität trifft auf Effizienz

Seite 11





Heißluftfritteuse »Easy Fry & Grill XXL« von Tefal

Gesund kochen geht ganz einfach – Cashman macht es vor

Cashman hilft Händlern, Kasse zu machen, also »cash«. Dafür checkt **CE-Markt electro** innovative Produkte und zeigt auf, wie Händler ihre Kunden überzeugen. Diesmal hat Cashman die neue Tefal-Heißluftfritteuse als flexible Alleskönnerin ausprobiert.

Bei mir muss das Essen kochen schnell gehen, aber es soll auch schmackhaft und gesund sein. Deshalb suche ich ein Gerät, mit dem ich mehrere Speisen auf einmal zubereiten kann. Gibt es so etwas überhaupt?

Auf jeden Fall. Ich kann hier die neue Heißluftfritteuse Easy Fry & Grill XXL von Tefal empfehlen. Damit kann frittiert oder gegrillt werden und dank des entnehmbaren Flexcook-Teilers steht ein Garraum mit zwei Kochbereichen zur Verfügung. So wird beispielsweise schmackhafter Brokkoli oder Ofengemüse auf der einen Seite und Hähnchenbrustfilet überbacken mit Mozzarella, aber auch klassische Fischstäbchen oder Currywurst auf der anderen Seite zubereitet. Das Gute dabei: Es kann auf die weitere Zugabe von Öl verzichtet werden, so dass die Zubereitung kalorienärmer als in der Pfanne erfolgt. Ein weiterer Vorteil: Bei diesem dualen Kochvorgang kann unter-

schiedliches Grill- und Frittiergut für eine vollständige Mahlzeit parallel zubereitet werden.

Was heißt parallel zubereiten?

Diese Funktion stellt sicher, dass Lebensmittel mit unterschiedlichen Garmethoden sowie Zubereitungszeiten und -temperaturen dennoch zur gleichen Zeit servierbereit sind. Dafür sorgt der neue intelligente und zeitsparende Synchronisationsmodus. Dafür einfach über den digitalen Touchscreen aus den acht kombinierbaren automatischen Programmen die passenden auswählen. Das Gerät zeigt an, welche Zutat zuerst hineingegeben werden muss. Daraufhin gibt die Heißluftfritteuse einen Signalton, sobald die zweite Zutat in die andere Garraumhälfte gelegt werden muss. So landen garantiert alle Zutaten zur gleichen Zeit verzehrfertig auf dem Tisch. Dabei muss der Kochvorgang nicht überwacht werden,

denn das Gerät macht sich bemerkbar, wenn das Essen fertig ist und es bleibt viel Zeit, um andere Dinge in der Zwischenzeit zu erledigen.

Das hört sich gut an. Was kann das Gerät sonst noch?

Quasi vom Frühstücksei über Kuchen bis zum vollwertigen Mittag- oder Abendessen kann alles zubereitet werden. Mit der Extra Crisp-Technologie lassen sich Pommes und Veggies oder auch Nuggets auf Knopfdruck schön knusprig frittieren. Dafür braucht es lediglich sehr wenig bis gar kein Öl, was die Heißluftfritteuse zur gesunden Alternative zu traditionellen Fritteusen macht.

Aber es wird jetzt nicht alles frittiert?

Im Unterschied zur Fettfritteuse ist die Heißluftfritteuse eine hervorragende Grundlage für eine gesunde und fettreduzierte Ernährung. Aber wenn lieber gegrilltes Fleisch oder Gemüse auf den Tisch kommen soll, wird einfach auf die Grillfunktion umgestellt und das Grillgut auf das antihafbeschichtete Aluminium-Druckguss-Grillrost gelegt. Das Gerät sorgt dann für den perfekten Grillgeschmack inklusive Röstaromen und Grillstreifen.

Ich koche auch oft für bis zu sechs Personen. Wie viel Platz bietet dieses Gerät?

Mit einem gesamten Fassungsvermögen von 6,5 Litern – beziehungsweise zweimal 3,25 Litern – bietet sie genug Raum, um im Handumdrehen extra große Mengen und großzügige Mahlzeiten für bis zu acht Personen gleichzeitig zuzubereiten. So kommt jeder Gast auf schnelle und gesunde Weise auf seine Kosten.

Sie sprachen von verschiedenen Programmen. Was kann man auswählen?

Acht automatische Kochprogramme bieten eine schier unendliche Auswahl an Möglichkeiten – Pommes, Nuggets, Hähnchen, Pizza, Fleisch, Fisch, Gemüse, Dessert. Für perfekte Ergebnisse können die Programme entweder kombiniert oder einzeln eingestellt werden. Selbstverständlich können Garzeit und Temperaturen von 80 bis 200 Grad Celsius für eigene Rezepte auch manuell eingestellt werden. Darüber hinaus verfügt die Easy Fry & Grill XXL über einen integrierten Timer von bis zu 60 Minuten und eine automatische Abschaltung für maximale Sicherheit.

Wo findet man Rezepte für das Gerät?

Reichlich Inspiration bietet die kostenlose App. Hier gibt es eine große Auswahl an schnellen und einfachen Grill- und Frittierrezepten – von kulinarischen Leckerbissen bis hin zu originellen Mahlzeiten.

Wie wird das Gerät gereinigt?

Der Garkorb mit dem entnehmbaren Flexcook-Teiler ist spülmaschinengeeignet. Sowohl das schwarze Gerät als auch die Edelstahl-Variante sind sehr pflegeleicht.



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

Editorial

Handel ist Wandel

Dieser Ausspruch trifft heute mehr denn je zu, denn gerade verändert sich unsere ganze Welt um gefühlte 180 Grad. Auch was den Handel mit Elektrohaushaltsgeräten betrifft. Sie wissen selbst, wie gut sich die Konsumenten heute im Internet informieren und welche individuellen Ansprüche sie bei der Wahl ihrer Produkte stellen.

Letztlich war Corona der entscheidende Auslöser dafür, dass der Kunde heute auch gleich online bestellt, anstatt zum Fachhändler seines Vertrauens zu gehen. Während des GfK Insight Summit Germany 2022 wurde noch einmal deutlich, dass diese Entwicklung weiter anhalten wird.

Aktuelle Käufer von technischen Verbrauchsgütern kommen verstärkt aus den oberen Einkommenschichten. Einkommens-

schwache Haushalte halten sich gerade zurück. Wenn Kaufzurückhaltung auf Preissteigerung trifft, machen die Kunden noch mehr Gebrauch von Angeboten.

Laut GfK wird die Black Friday Saison die Umsätze aus 2021 nicht übertreffen, aber der saisonale Ausschlag könnte dieses Jahr deutlich extremer ausfallen. Agieren Sie fokussiert und wählen Sie Produkte, die tatsächlich eine hohe Preiselastizität aufweisen, um im allgemeinen Preiskampf nicht zu verlieren.

Dabei geht es auch um die Frage, welche Produkte für den Konsumenten »must have« oder »nice to have« sind? Auf Waschmaschine und Kühlschrank wird keiner verzichten wollen, wenn diese defekt sind und ersetzt werden müssen. Deshalb ist hier eine Bevorratung sinnvoll.

Bei Wäschetrocknern könnte das schon anders aussehen.

GfK informiert, dass der Einstieg in manchen Bereichen derzeit deutlich wegbriecht. Zum Beispiel wächst der Absatz bei Waschmaschinen über 1000 Euro um 26 Prozent, während Geräte unter 500 Euro bei minus zehn Prozent liegen.

Marken mit hoher Innovationsrate fahren besser durch die Krise. Zudem sind Innovationen auch die einzige Möglichkeit, gestiegene Kosten an den Markt weiterzugeben, da neue Produkte in der Regel teurer sind. Marke kann auch ein Ankerpunkt für den Konsumenten sein, wenn sie seine Werte direkt reflektiert, denn der Konsument sucht ganz genau aus, was er sich kaufen will und was er sich in diesen Krisenzeiten auch kaufen kann. Für differenzierte und innovative Produkte ist er nach wie vor bereit, Geld auszugeben.

Es bedarf erst der Corona-Krise, um das Verhalten der Menschen in der breiten Masse zu ändern. Die Energiekrise kann ein ähnlicher Katalysator für Nachhaltigkeit und Energie werden. Und da wo smarte Technologien mit diesen Thema zusammentreffen und schön miteinander verbinden – Nachhaltigkeit und insgesamt Energie sparen – da könnten in den nächsten Monaten echte Chancen liegen.

Vertrauen und Nähe schaffen – so werden Sie erfolgreich durch die Krise hindurchkommen. Ich wünsche Ihnen gute Geschäfte rund um Black Friday und die Cyber Week.

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

Stabwechsel bei der BSH

Harald Friedrich übernimmt Position von Volker Klodwig

Volker Klodwig, Leiter Vertrieb Ost- und Zentraleuropa, verlässt die BSH Hausgeräte GmbH zum 31. Dezember 2022 auf eigenen Wunsch und wechselt zum 1. Januar 2023 zur MHK Group. Dort wird er Nachfolger von **Werner Helios** als Vorstandsvorsitzender der MHK Group.

»Ich durfte 32 Jahre in einer spannenden Branche intensiv die Entwicklung unserer erfolgreichen BSH-Marken begleiten und das Unternehmenswachstum aktiv mitgestalten. Die wertvolle Zusammenarbeit mit meinen Kolleginnen und Kollegen sowie unseren Handelspartnerinnen und Handelspartnern war immer geprägt von Inspiration und einem gemeinschaftlichen Miteinander. Nach einer so erfahrungsreichen Zeit etwas Neues anzugehen, ist deshalb keine leichte Entscheidung«, blickt Klodwig zurück. »Die BSH hat meine Karriere und mein Berufsleben im besten Sinne positiv geprägt. Trotzdem ist es jetzt für mich der richtige Zeitpunkt, mein Know-how und meine Energie auf eine neue Aufgabe zu lenken.«



Volker Klodwig



Harald Friedrich

Klodwigs Nachfolger bei der BSH wird **Harald Friedrich**, derzeitiger Geschäftsführer der Robert Bosch Hausgeräte GmbH. Wer die Nachfolge von Harald Friedrich antritt, wird das Unternehmen noch bekannt geben.

Mit Harald Friedrich rückt ein langjähriger Kenner der BSH in die Leitung der Region Europa nach. Friedrich führt seit 2011 erfolgreich die Geschäfte der Robert Bosch Hausgeräte GmbH. Seine Karriere startete er bereits 1990 bei der Neff GmbH als internationaler Marketingreferent. Nach drei Jahren als Area Manager Vertrieb für die nordischen Länder und nach mehrjähriger Tätigkeit als Marketing- und Vertriebsleiter Nordic Countries bei der BSH Husholdsapparater in Stock-

holm leitete er von 2002 an das internationale Key Account Management in der BSH Konzernzentrale. 2010 übernahm er zusätzlich die Verantwortung für die Länder Schweiz und Österreich sowie die BSH-Gesellschaften in Osteuropa.

»Nach über zehn Jahren Vertrieb und Marketing für die Marke Bosch auf dem deutschen Markt, freue ich mich sehr darauf, jetzt wieder für das gesamte Markenportfolio der BSH auf unseren internationalen Märkten verantwortlich zu sein. In diesen volatilen Zeiten ist es eine große Herausforderung, die Zukunft der BSH in Deutschland und als Teil des European Management Boards erfolgreich zu gestalten, die ich sehr gerne annehme«, so Harald Friedrich.



8

Höchste Lieferanten-Auszeichnung für Liebherr-Hausgeräte

Gleich zwei Expert-Star-Awards gehen in diesem Jahr an **Liebherr**: Martin Ludwig (Bild Mitte) nimmt neben der Gold-Auszeichnung auch Platin entgegen ...



14+15

AEG Markenkampagne »Für alle die mehr erwarten«

Geschäftsführer **Michael Geisler** informiert, wie sich die Marke AEG entwickelt und welche Strategien zukünftig im Fokus stehen ...



17

»FILKA. Deine für alle.« zeigt Vielfalt des Filterkaffeegenusses

Severin launcht eine reichweitenstarke, crossmediale Marketingkampagne für »FILKA« – den neuen Vollautomaten für Filterkaffee ...

INHALT Ausgabe 11 | 2022

Cashman erklärt Tefal Easy Fry & Grill XXL	2	Küchenmeile BSH • Smeg • Grundig	12
Editorial Handel ist Wandel • Personalwechsel bei BSH	3	Küchenmeile Samsung steht für Glanzleistungen	13
Inhaltsverzeichnis • Impressum	4	AEG Interview mit Geschäftsführer Michael Geisler	14+15
Euronics Händler beraten bei Toshiba Klimatruck Tour	5	Neff serviert smarte Kochideen • Haier Weinlagerung	16
News Aktuelles aus der Branche	6	Severin Marketingkampagne für die neue Filka	17
Pro Business »Endlich wieder echtes Messe-Feeling	7	Kaffeemarkt Acopino • Beem • Krups • Sage	18
Liebherr Höchste Lieferanten-Auszeichnung und Podcast	8	Jura Filterpatrone Claris Smart+ • gfu Kaffeemarkt	19
Bosch Werbekampagne ist gestartet	9	Russell Hobbs Satisfry Air Serie • Caso Vakuumierer	20
Miele Virussiegel in Silber • Amica Aktionspaket	10	Rommelsbacher Antistatische Kaffeemühle • Steba	21
		Rowenta X-Force Flex 15.60 • Bosch »Power for all«	22
		LG Cord Zero ist jetzt lieferbar • Ecovacs Neuer Deebot	23
		Auszeichnungen Miele • Samsung • Bauknecht und mehr	24
		Braun Was ist Männern beim Rasieren wirklich wichtig?	25
		Air Treatment Beurer • Xiaomi	26

Titelthema

Haier Waschmaschinen Konnektivität trifft auf Effizienz

Waschmaschinen der I-Pro Serien haben Energieklasse A – damit ist Haier in Sachen Energieeffizienz Spitzenreiter. | Seite 11



 Besuchen Sie uns auf Xing

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: Rainer Simon

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

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

AUFLAGE: IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **CE-Markt electro**-Trägermediums **CE-Markt**
Druckauflage 11.617 • tatsächlich verbreitet 11.438
(IVW-Auflagenmeldung 3. Quartal 2022)

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

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

NEWSLETTER

Sie wollen stets über die aktuellen Themen in der Branche Bescheid wissen? Dann abonnieren Sie den kostenlosen Newsletter von **CE-Markt electro**, der Sie regelmäßig über Produkte, Technologien und Trends informiert. Zur Anmeldung nutzen Sie bitte den QR-Code oder direkt unsere Website ce-electro.de



»Erneuerbare Energien« begeistern Händler und Kunden

Euronics Händler beraten auf Toshiba Klimatruck Tour



Im Rahmen der Toshiba Klimatruck Roadshow zeigten die drei **Euronics Händler Dworak, Johann+Wittmer und Pelkmann** bei Tourstopps im August und September, wie sich durch Klima- und Wärmetechnik Energie sparen lässt und somit der eigene CO₂-Abdruck verringert werden kann.

Die vorgestellten Wärmepumpen können beispielsweise in Kombination mit Photovoltaikanlagen und Energiespeichern zur eigenen Wärmeerzeugung und Kühlung genutzt werden. Dies schont Ressourcen und macht Eigenheime in der Energieversorgung autark.

Die Teilnahme an der Tour geht Hand in Hand mit dem konsequenten Ausbau des neuen Warenbereichs »Erneuerbare Energien« der Euronics Deutschland eG. Mit diesem wichtigen Pfeiler der Nachhaltigkeitsstrategie bietet die Verbundgruppe von ausführlicher Beratung zur vernetzten Küchen- und Wohnausstattung, über die Installation der Photovoltaikanlagen, Wärmepumpen und E-Mobilitätslösungen alles, was der moderne Haushalt benötigt.

Mit Blick auf die aktuell stark steigenden Energiekosten gab Euronics Dworak in Nordkirchen allen Interessierten die Möglichkeit, sich ausführlich über die Klima- und Wärmesysteme sowie den zugehörigen Einbau und Service durch Euronics beraten zu lassen. Darüber hinaus konnten die Kunden die Funktionalität der Produkte vor Ort selbst testen.

An drei Veranstaltungsabenden lud Euronics Dworak Händlerkollegen aus der Region und anschließend Endkunden ein, die aktuellen Toshiba Produkte rund um Klima und Wärme kennen zu lernen. »Das Interesse unserer Kunden daran, ihr Zuhause nachhaltiger zu gestalten, war sehr groß. Es lag uns sehr am Herzen, mit dem Toshiba Klimatruck gerade in den ak-

tuellen Zeiten Optionen aufzuzeigen, um Energie zu sparen«, so Sebastian Dworak.

Auch Dirk Wittmer, Geschäftsführer Euronics XXL Johann+Wittmer und Aufsichtsratsvorsitzender der Euronics Deutschland eG, nutzte die Gelegenheit und holte den Toshiba Klimatruck in seine Stadt. In Ratingen erwieb sich der Showtruck (im Bild oben) erneut als Publikumsmagnet und spiegelte das hohe Informationsbedürfnis der Kunden wider.

»Die Aktion war ein voller Erfolg. Unser Ziel war es, unseren Kunden hautnah zu erklären, welche Möglichkeiten ihnen Erneuerbare Energien für ihr eigenes Zuhause bieten«, berichtet Dirk Wittmer. »Das Interesse war enorm. Nach der Erstberatung am Truck konnten wir zahlreiche Anschlusstermine vereinbaren, um individuelle Lösungen für unsere Kunden zu finden.«

Den dritten Stopp der Tour übernahm abschließend Euronics Pelkmann in Beckum. Der Handelspartner nutzte das Stadtfest »Pütt-Tage« im September, um Endkunden auf den Toshiba Showtruck aufmerksam zu machen.

Miele



Perfekt für
jeden
Geschmack.

Wir kreieren unsere Kaffeevollautomaten genauso, wie Ihre Kunden es wünschen: mit **meisterhafter Präzision**.

Drei ansprechende Designlinien überzeugen durch eine große Vielfalt für individuellen Genuss und höchsten Komfort.

Das ist Qualität, die ihrer Zeit voraus ist.

Miele. Immer Besser.



Haier

Dauerhafter wirtschaftlicher Erfolg braucht entsprechendes Personal – mit dieser Überzeugung baut Haier sein Team kontinuierlich aus. Jüngster Zugang: **Till von der Osten** (Bild unten), der als erfahrener Manager fortan den Vertrieb bei Haier für den MDA-Bereich leiten wird. »Wir wachsen immer weiter«, sagt **Christian Burghardt** (Bild oben), der selbst im Juli 2022 als CCO in den Vorstand berufen wurde. »Dieses Umsatzwachstum begleiten wir mit einem Ausbau des Personals, zumal wir ehrgeizige strategische Ziele verfolgen, für die wir Menschen mit Engagement brauchen. Deswegen freut es uns besonders, mit Till von der Osten einen neuen Kollegen mit langjähriger Erfahrung in der Branche gewonnen zu haben.«



AEG

Seit dem 1. September verantwortet **Malte Glosemeyer** bei AEG in Deutschland den Bereich Wellbeing & SDA und berichtet in dieser Position an seinen Vorgänger **Daniel Köhn**, der Mitte des Jahres die Vertriebsleitung des AEG Elektrohandels übernommen hat. Glosemeyer ist seit 2011 in verschiedenen Vertriebspositionen im Unternehmen tätig.



De'Longhi

Am 1. Oktober 2022 übernahm die ausgewiesene Branchenexpertin **Anne Leonhardi** die Position des Marketing Director der De'Longhi Deutschland GmbH und übernimmt von **René Némorin** (51),

der das Unternehmen verlässt und sich neuen beruflichen Herausforderungen stellt. Die 47-Jährige Leonhardi bringt mehr als 20 Jahre Erfahrung aus der Konsumgüterindustrie in verschiedenen Bereichen wie Körperpflege, Unterhaltung und Spielzeug mit.

Euronics

Zum 30. September hat **Carsten Koch**, Chief Financial Officer (CFO) und Mitglied des Vorstands der Euronics Deutschland eG, das Unternehmen verlassen. Seine Aufgaben übernimmt bis zur Bestellung eines neuen CFO das für die Bereiche Strategie, Expansion und strategischer Einkauf zuständige Vorstandsmitglied **Michael Rook**.



Haier

Matter ist die standardisierte Lösung der Connectivity Standard Alliance (CSA), die die Verbindung zwischen kompatiblen Geräten und Systemen eines Smart Homes sicher, einfach und mit den höchsten technologischen Standards ermöglicht. Das Unternehmen Haier schließt sich mit seiner App hOn, mit der Kunden die Geräte von Haier, Hoover und Candy verwalten und steuern können, der CSA an.

Telering

In der konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrates der Telering am 28. September wurde **Michael Wafzig** zum neuen Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt. Wafzig ist einer von drei Fachhandelsvertretern, die im Gremium der Telering-Kooperation vertreten sind. Er folgt auf **Robert Drosdek**, der seine zweijährige Amtszeit beendet. Satzungsgemäß wechselt der Vorsitz des Aufsichtsrats alle zwei Jahre zwischen den jeweiligen Vertretungen des Großhandels und des Fachhandels.



Kenwood

Im Aktionszeitraum vom 1. November 2022 bis 31. Januar 2023 holt **Kenwood** seine umfassende Mehrwertaktion »my-CHEF« zurück. Kunden, die ein Modell der Serien Cooking Chef XL, Titanium Chef Patissier XL, Titanium Chef Baker oder Titanium Chef Baker XL kaufen, erhalten zwei Zubehörteile im Gesamtwert von 300 Euro kostenlos dazu. Teilnehmer können zwischen einer Lasagne-Walze, einer Getreidemühle, einem Tortendekorationsset oder einem Fleischwolf mit Spritzgebäckaufsatz wählen. Mit der groß angelegten Mehrwertaktion setzt Kenwood Impulse im Handel und inspiriert Back- und Kochfans zu mehr Kreativität in der Küche.

WMF

In diesem Jahr gelingt es der Traditionsmarke **WMF** erstmals, in den Kandidatenkreis für den renommierten **Deutschen Nachhaltigkeitspreis** aufgenommen zu werden. Nominiert wurde das WMF »My2Go Besteck-Set« (Bild) in der Kategorie »Design«. Bei dem wiederverwendbaren Besteck aus WMF Cromargan treffen Design und Nachhaltigkeit stilvoll aufeinander und ermöglichen Outdoor-Genuss zu jeder Zeit – ganz ohne Plastikmüll. Die Sieger werden in der Preisverleihung am 1. Dezember 2022 in Düsseldorf gekürt.



Beurer

Die Beratung Munich Strategy hat im Auftrag der Wirtschaftswoche ein Ranking aus 4000 deutschen Unternehmen zur Frage »Wer gehört zu Deutschlands innovativsten Mittelständlern?« ermittelt. Im Ranking »Top 100 Innovations-Champions« belegt **Beurer Platz 37** und gehört damit in Sachen Innovationen zu den Top ein Prozent des deutschen Mittelstands. Für die diesjährige Studie wurden Jahresabschlüsse und Präsentationen ausgewertet sowie Geschäftsführer, Kunden und Marktteilnehmer befragt. In die Bewertung der Innovationskraft fließt ein, wie viele und welche Neuheiten ein Unternehmen auf den Markt bringt, wie hoch die Ausgaben für Forschung und Entwicklung sind und wie innovativ es nach Einschätzung der Wettbewerber ist.



EK Servicegroup

Die Bielefelder EK-Verbundgruppe hat ihre Messtermine für das Jahr 2023 veröffentlicht. Alle Veranstaltungen werden hybrid – also auch mit digitaler Unterstützung – in den unternehmenseigenen Messehallen am Standort Bielefeld durchgeführt:

- EK LIVE Frühjahrsmesse 18.01.–20.01.2023
- EK Fashion Ordertage 18.01.–20.01.2023
- EK FUN Family-Messe 26.04.–27.04.2023
- EK LIVE Herbstmesse 20.09. – 22.09.2023 mit integriertem EK Baby-Ordertag

Pro Business: »Endlich wieder echtes Messe-Feeling«

Die Erleichterung war ihm förmlich anzumerken, denn **Berthold Niehoff**, Vorsitzender von Pro Business – Marketing-Initiative mittelständischer Hersteller und Marken aus dem Bereich der Elektro-Hausgeräte – freute sich sehr über den Messe-Monat September mit der IFA in Berlin, der EK LIVE in Bielefeld sowie der Expert-Jahreshauptversammlung in Göttingen.

Berthold Niehoff: »Endlich wieder echtes Messe-Feeling! Teams, Zoom & Co. waren in den vergangenen beiden Jahren zwar ungeheuer hilfreich und so manch virtuelles Format wird uns auch in Zukunft begleiten, indes: Die persönliche Begegnung, die physischen Kontakte, das Networking, auch nach dem Ende eines Messtages, sind wirklich durch nichts zu ersetzen.«

Die Mitglieder von Pro Business zeigten Flagge, hatten viele Neuheiten, gar Welt-Premieren mit im Gepäck, informierten über Promotion- und Abverkaufsaktionen, die den Handel in Zeiten von Kaufzurückhaltung und Frequenzrückgängen in den Innenstädten mit reichlich Rückenwind ausstatten werden.

»Die Stimmung unter den Ausstellern wie bei den Fachbesuchern war auf allen drei Messen trotz Wirtschaftskrise, Inflationsängsten und angespannter Weltlage überraschend gut«, bilanziert Niehoff. Auf der IFA in Berlin waren Anfang September zehn Pro Business-Mitgliedsunternehmen dabei, auf der EK LIVE in Bielefeld wenige Tage später stellten zwölf Pro Business-Mitglieder aus. Zum Abschluss des Messe-Monats September kamen dann sogar 14 Pro Business Mitgliedsfirmen zur Jahreshauptversammlung von Expert nach Göttingen.

Macher. Messen. Menschen.

Mit Spannung blickten die Aussteller von Pro Business Anfang September nach Berlin. Wird das IFA-Comeback gelingen? Es gelang! »Es war IFA. Und es fühlte sich wie IFA an«, so Niehoff. Und weiter: »Nach drei Jahren Pause hat sich die IFA in Berlin trotz einiger organisatorischer Schwächen seitens der Messe Berlin als weltweites Top-Ereignis für die Consumer und Home Electronics-Branche bärenstark zurückgemeldet.« Das Feedback der Pro Business-Aussteller: »Als Durchschnittsnote aller Aussteller kommt eine 2,5 zustande. Das ist ein erfreulicher, ein ehrlicher Wert, der indes noch etwas Luft nach oben hat«, so Niehoff.

Das Gros der Pro Business-Aussteller hatte in diesem Jahr die frequenz- und aufmerksamkeitsstarke Halle 4 »bespielt«, Jura war an seinem Stammplatz in der



Berthold Niehoff

Premium-Halle 2 direkt nebenan zu Hause, während sich Severin erstmals auf einer Außenfläche zwischen den Hallen 4 und 6 mit heißen oder eiskalten Kaffeespezialitäten präsentierte. Was die Pro Business Aussteller auf allen drei Messen einte: »Hier haben unter einem Dach starke Marken, Macher und Menschen zusammengefunden, die auch im Jahr 2022 - und sogar schon mit Blick auf 2023 – die Trendthemen der Hausgeräte-Branche mit dem Fokus auf Genuss, Beauty & Wellness sowie der Bodenpflege erfolgreich besetzen«, so Niehoff abschließend.

Hama wird Matter-kompatibel

Im Oktober veröffentlichte die Connectivity Standard Alliance (CSA) den lang erwarteten Standard »Matter« für Smart Home Produkte in der Version 1.0. Bekannte Produkte und Systeme wie Home Kit, Alexa oder Google Assistant werden Matter zukünftig unterstützen. Auch Zubehörhersteller Hama ist Teil dieser Allianz, in der bereits über 200 Unternehmen – darunter Apple, Google, Amazon und Samsung – zusammenarbeiten. Über Matter Smart Home werden Smart Home Geräte unterschiedlicher Hersteller verbraucherfreundlich miteinander vernetzt. Der Nutzer muss zur Inbetriebnahme eines neuen Smart Home Geräts nur noch einen QR-Code scannen. Dadurch wird es automatisch in das smarte Zuhause eingebunden und kann bequem gesteuert und automatisiert werden.

TOP 3 in Europa

Beko ist einer der TOP 3 Hausgeräte-Marken in Europa – Spitzentechnologie für alle bezahlbar.

Mehr erfahren Sie unter:
beko.com/de-de/top3



*Euromonitor International Limited; Haushaltsgroßgeräte gemäß Hausgeräte 2022, nach Absatzvolumen, Daten aus 2021.

Liebherr stellt neuen Frische-Podcast vor

In seinem neuen Frische-Podcast informiert die Liebherr-Hausgeräte Vertriebs- und Service GmbH über spannende Hintergründe sowie Wissenswertes über Geräte und Technologien. Die Hörer erfahren, wie sie Ressourcen und Geld mit einem Liebherr-Kühlgerät sparen können. So kann jeder Haushalt mit den Tipps von Liebherr einen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit leisten.

Die erste beiden Episoden sind bereits über die gängigen Podcast- und Streaming-Plattformen wie Spotify oder Apple Podcast verfügbar. In der ersten Folge geht es um das Thema: Was verbirgt sich hinter dem Energielabel? Im Gespräch mit **Stefan Müller**, globaler Produktrainer bei Liebherr, finden die beiden Moderatoren **Charleen Spilker** als Podcast-Expertin sowie **Martin Dambacher**, Regional Communication Manager Germany, Liebherr-Hausgeräte Vertriebs- und Service GmbH heraus, was die Qualität und die gute Energieeffizienz der Liebherr Kühl- und Gefriergeräte ausmacht. Zukünftig werden wechselnde Themen und Gesprächspartner den Frische-Podcast bereichern. Folge zwei beschäftigt sich mit der Lebensmittelverschwendung.



»Der Frische-Podcast von Liebherr ist ein tolles Format, um wertvolles Wissen und praktische Tipps für einen nachhaltigeren Lebensstil mit Handelspartnern sowie Kundinnen und Kunden unmittelbar zu teilen«, so **Martin Ludwig**, Head of Business Area Deutschland der Liebherr-Hausgeräte Vertriebs- und Service GmbH. »Wir freuen uns, unser über Jahrzehnte erworbenes Know-how zu Energieeffizienz und Lebensmittelaufbewahrung einer großen Hörerschaft bereitzustellen und Anregungen für einen umweltbewussteren Alltag mitzugeben.«



Einfach mal reinhören
Liebherr Frische-Podcast



Preisübergabe Martin Ludwig (Mitte) nimmt die Auszeichnung von den Expert-Managern Frank Harder (Bild links) und Peter Zyprian (Bild rechts) entgegen.

Expert-Star-Awards in Gold und Platin

Höchste Lieferanten-Auszeichnung für Liebherr-Hausgeräte

In diesem Jahr gehen gleich zwei Preise der Expert-Star-Awards an die **Liebherr-Hausgeräte Vertriebs- und Service GmbH**. Neben der Gold-Auszeichnung erhielt der Kühlspezialist auch den Expert-Platin-Star Award, mit dem herausragende Lieferanten-Leistungen gewürdigt werden. Dieser wurde unter allen Gold-Gewinnern im Rahmen der Expert-Hauptversammlung in Göttingen von dessen Gesellschaftern vergeben und an **Martin Ludwig**, Head of Business Area DE der Liebherr-Hausgeräte Vertriebs- und Service GmbH, persönlich überreicht.

Liebherr und Expert verfolgen in Deutschland eine strategische Zusammenarbeit, deren Fokus auf einer wertorientierten Omnichannel-Vermarktung liegt. Dazu gehören eine enge Abstimmung hinsichtlich Kommunikationsmaßnahmen ebenso wie das Angebot von Exklusivgeräten aus dem Haus des Spezialisten für Kühlen und Gefrieren. Um die Partnerschaft weiterhin erfolgreich zu gestalten, setzt Liebherr auf eine enge und flächendeckende Betreuung der Expert-Fachmärkte durch die eigenen Mitarbeitenden im Außen- und Innendienst.

»Wir sind sehr stolz über den Gewinn beider Auszeichnungen und freuen uns umso mehr über die damit verbundene Anerkennung unserer gemeinsamen Leistung durch Expert«, sagt **Martin Ludwig** und ergänzt: »Uns verbindet eine seit Jahrzehnten bestehende, enge und vertrauensvolle Partnerschaft. Mit Expert haben wir einen verlässlichen Handelspartner, der es versteht, unsere wertstiftende Vertriebsstrategie und Premium-Qualitätskriterien am Point of Sale optimal umzusetzen. Unser Dank gilt allen Verantwortlichen und Gesellschaftern der Expert sowie unseren Mitarbeitern, die diesen Erfolg möglich gemacht haben.«

Auch Vertreter von Expert äußern sich wohlwollend zur Zusammenarbeit. **Frank Harder**, Vorstand für Vertrieb, Marketing und E-Commerce der Expert SE: »Mit der Wahl von Liebherr zum Gewinner des Expert-Platin-Star Awards haben die Expert-Gesellschafter aus allen Gold-Gewinnern eine sehr gute Wahl getroffen. Mit Liebherr verbinden wir eine erfolgreiche, intensive und langjährige Partnerschaft, in der die Werte unserer Fachhandelskooperation vorbildlich umgesetzt und ein vertrauensvolles Miteinander gelebt werden. Insbesondere die Entwicklung in jüngster Vergangenheit unterstreicht die Stärken sowohl von Liebherr als auch unserer Zusammenarbeit und lässt uns positiv in die Zukunft blicken.«

»Mit Liebherr können wir in diesem Jahr einen verdienten Sieger küren. Die Entwicklung in den zurückliegenden Monaten konnte sehr erfolgreich gestaltet werden und spiegelt sich mit Top-Platzierungen in allen Bewertungskriterien wider. Herzlichen Glückwunsch an Martin Ludwig, Michael Haiminger und das gesamte Liebherr-Team für das Engagement bei Expert und die tolle Performance«, gratuliert **Jan Hillebrand**, Abteilungsleiter Weiße Ware bei Expert.



»Die fantastischen Vier« sind die Protagonisten im Werbespot der neuen Kampagne »LikeABosch« – Scannen Sie dazu den QR-Code.



»Lebe fantastisch #LikeABosch«

Werbekampagne für das Jahresendgeschäft ist gestartet

Mit zwei neuen Herbstkampagnen macht der Hausgeräte-Hersteller **Bosch** auf seine smarten Produkte im wichtigen Jahresendgeschäft aufmerksam und zeigt, wie Bosch-Geräte den Alltag erleichtern. Unterstützt wird die Markenkampagne mit den deutschen Hip-Hop-Ikonen »Die fantastischen Vier«.

Im Zentrum der Neuauflage stehen Bosch Konsumgüter für ein entspanntes, komfortables und nachhaltiges Leben. Unter dem Claim »Lebe fantastisch #LikeABosch« präsentieren die Bosch-Geschäftsbereiche Hausgeräte, Power Tools, Smart Home und Thermotechnik ihre Produkte für den täglichen Bedarf erstmals gemeinsam unter einem Dach.

Die Kampagne, ausgerichtet auf die DACH-Region, läuft seit dem 2. September 2022 im TV, auf YouTube und Social Media sowie mit Aktionen am Point of Sale. Zusätzlich strahlt Amazon Prime Video TV-Spots im Rahmen der Champions League aus. Insgesamt hat die Kampagne eine Laufzeit von 14 Wochen und sorgt für 825 Millionen Werbekontakte.

Extra-Boost für Cookit und Unlimited

Seit dem 15. September ist der Cookit in einer 360 Grad Kampagne im TV, im Web, auf Social Media und am POS zu erleben. Eine besondere Aktion sorgt für noch mehr Kaufimpulse: Beim Kauf eines Cookit gibt es einen zweiten Cookit 3L-XL-Topf gratis dazu. Mitte Oktober heißt es dann: Volle Power für flexibles Staubsaugen. Eine zweite 360 Grad Kampagne zeigt die vielen Vorteile des Unlimited Akkustaubsaugers.

Die MUM Küchenmaschinen helfen dabei, dass es in der Küche nicht langweilig wird und unterstützen sowohl Kochprofis als auch -neulinge bei der Zubereitung ihrer Lieblingsgerichte. Die MUM Herbstkampagne zeigt, dass Selbermachen ganz einfach sein kann und rückt die Modellvariante MUM 5 in den Fokus. Mit Online-Banner, Anzeigen auf Social Media und Native-Plattformen sowie Influencer-Kooperationen sorgt die Kampagne für über 202 Millionen Werbeimpulse.



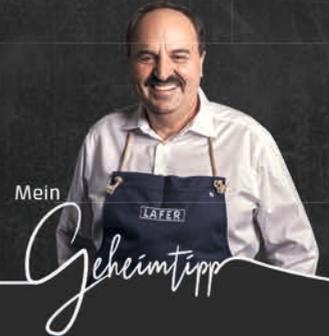
Trend: Selbermachen #LikeABosch

Nicht nur Pasta kann mit der Küchenmaschine MUM von Bosch einfach hergestellt werden.

CASO
DESIGN



Bis zu 8x
länger frisch



Premium Vakuumiersystem VRH 690 advanced

- Ohne Konservierungsstoffe länger aufbewahren
- Fleisch, Fisch oder Gemüse intensiv und schnell marinieren
- Grillgut sicher aufbewahren
- Inkl. kostenloser CASO Food Manager App
- Große Auswahl an Premium-Zubehör
- UVP 199,99 €



INNOVATIVE
KÜCHENTECHNIK

www.caso-design.de





Wäschetrockner mit Hygiene Dry

Virussiegel in Silber für Miele

Bereits vor einem Jahr erhielt **Miele** drei Virussiegel in den Kategorien Waschen, Geschirrspülen und Bügeln – jetzt kommt ein weiteres hinzu. Alle Trockner, die über die Trockenstufe »Hygiene Dry« verfügen, erhalten das Virussiegel in Silber – die höchste Auszeichnung in dieser Produktkategorie.

Diese Trockenstufe eignet sich für alle Textilien mit »Zwei-Punkt-Textilpflegekennzeichnung« und sorgt mit hohen Temperaturen (circa 70 Grad Celsius) und einer langen Temperaturhaltezeit für eine zuverlässige Entfernung von Viren. So werden im Programm Baumwolle in Kombination mit der Trockenstufe Hygiene Dry 99,9 Prozent der sogenannten behüllten sowie ein Teil der unbehüllten Viren wie Influenza- und Noroviren – darunter das Coronavirus Sars-Cov-2 – entfernt.

Miele-Trockner mit geprüfter Hygiene

Bestätigt wurde dies vom unabhängigen Institut für integrative Hygiene und Virologie – InFluenc_H –, das sich auf Prüfungen der Hochschule Albstadt-Sigmaringen bezieht. Das Hygienesiegel wird ausschließlich an Produkte vergeben, deren hohe Leistungen zum Schutz vor Viren wissenschaftlich belegt sind.

Damit erhalten die Trockner neben dem bisherigen Siegel »geprüfte Hygiene« der Hochschule Rhein-Waal, das auf die Wirksamkeit gegen 99,99 Prozent der Bakterien ausgelegt ist, jetzt auch eine Zertifizierung für die Wirksamkeit gegen Viren.



Hochwertige Handelsunterstützung von Amica

Aktionspaket für mehr Genuss in der kalten Jahreszeit

Mit der neuesten Kampagne »Genussvoll in den Winter starten« präsentiert die Marke **Amica** ausgewählte Aktionsgeräte mit erstklassigen Funktionen, zahlreichen Extras und elegantem Design.

Zu den Aktionsgeräten gehört der neue Großbackofen mit Pyrolyse-Technik, der dafür sorgt, dass lästiges Reinigen ab sofort passé ist. Hierfür stehen drei Programme bei 480 Grad Celsius zur Verfügung. Je nach Verschmutzungsgrad und Art der Verunreinigung einfach das optimale Programm wählen und der Rest erledigt sich von selbst. Das Modell ist jetzt neu im Stripe Design erhältlich.

Das autarke Induktionskochfelder KMI 752 660 E von Amica mit elegantem Edelstahlrahmenlook denkt mit, reduziert die Handgriffe und macht das Kochen noch schneller. Die breitere Version verfügt zusätzlich über eine verbesserte Flächenausnutzung mit Octa Zones – die ideale Lösung für die Brückenfunktion.

Das Vino Optima System garantiert

in den Weintemperierschränken ideale Lagerbedingungen für die unterschiedlichen Arten von Weinen. Servierfertig mit der korrekten Temperatur und dem perfekten Aroma lagern sie auf Buchenholzböden und sind durch die mehrfach verglaste Rauchglastür vor UV-Strahlung geschützt.

Nach dem Kochen bedeutet vor dem Ein- und Ausräumen des Geschirrspülers – dank des vollintegrierten Geschirrspülers EGSPV 596 915 mit Startzeitvorwahl und Open Dry-Technologie spielen Beginn und Ende des Spülgangs keine Rolle mehr. Durch Open Dry öffnet sich die Tür des Gerätes nach Programmende automatisch – Restfeuchtigkeit von Geschirr und Besteck verschwindet und überschüssiger Wasserdampf kann austreten.



Samsung Herbst Deals

Vom **4. Oktober** bis 15. November 2022 bietet Samsung mit seinen Herbst Deals eine riesige Auswahl an Aktionsmodellen, bei deren Kauf es bis zu 400 Euro Cashback gibt. Das Angebot reicht von Bespoke Waschmaschinen und Trocknern, über klassische Frontlader, Waschtrockner, Kühl- und Gefriergeräte bzw. -kombinationen sowie French Door Kühlschränken bis hin zu unterschiedlichen Akku-Handstaubsauger-Modellen.

Nach dem Erwerb eines Aktionsgeräts bei teilnehmenden Händlern muss der Käufer den Modell-Code bis spätestens 27. Dezember 2022 unter samsung.de/herbstdeals registrieren lassen und bekommt den Cashback im Anschluss überwiesen. Zusätzlich können die Herbst Deals mit der Strombonus-Aktion kombiniert werden. Kunden können sich so einen Strombonus von bis zu 200 Euro für einen Vattenfall-Stromvertrag sichern.



I-Pro Serien

Bei Haier Waschmaschinen trifft Konnektivität auf Effizienz

Wer beim Gerätekauf auf **Haier** setzt, schlägt zwei Fliegen mit einer Klappe: Alle Waschmaschinen der I-Pro Serien sind in der Energieklasse A eingestuft – damit ist das Unternehmen in Sachen Energieeffizienz Spitzenreiter. Gleichzeitig ist es auch eine Investition in Komfort, denn technisch sind die Geräte der I-Pro Serie 5 und 7 Plus auf dem gewohnt hohen Haier Niveau.

Warnungen vor stark steigenden Energiekosten sind heute in den Medien nur allzu gegenwärtig. Während vor gar nicht so langer Zeit die Motivation zum Energiesparen hauptsächlich im Umweltschutz lag, sind heute die steigenden Kosten ein weiterer wichtiger Aspekt. Über Energiesparen nachzudenken, lohnt sich also doppelt.

Schon immer gilt, dass mit der Temperaturwahl, der Nutzung von Eco-Programmen und der richtigen Beladung von Waschmaschine, Wäschetrockner und Trockner deutlich Strom gespart werden kann. Neu sind hingegen die im letzten Jahr erneuerten Energieeffizienzklassen. Sie gelten nun EU-weit – und wurden so angepasst, dass sie sowohl im Hinblick auf die Umwelt als auch in puncto Haushaltskasse deutlich treffsicherer sind: Die Plus-Klassen wie »A+++« wurden gestrichen. Stattdessen werden nun alle Geräte auf einer Skala von A bis G eingeordnet, wobei A die beste Klasse ist.

Und der Kauf eines Geräts der höchsten Effizienzklasse A lohnt sich: Bei optimaler Nutzung können Käufer deutlich Stromkosten sparen. Und je höher die Energiepreise steigen, desto mehr lohnt sich der Blick auf den eigenen Verbrauch, weshalb

in Erwägung gezogen werden sollte, die alte durch eine neue Waschmaschine zu ersetzen. Die neuen Haier Waschmaschinen I-Pro Serie 5 und 7 Plus gehören bereits zur Energieklasse A.

Der Direct-Motion-Motor ist direkt mit der Trommel verbunden. So fallen Keilriemen und weitere technische Komponenten weg – und die Waschmaschinen spielen hinsichtlich der geringen Lautstärke und Vibrationen sowie auch bei der hohen Lebensdauer des Motors an der Spitze der ersten Liga.

Mit dem I-Refresh-Programm wird Kleidung gereinigt, ohne dass sie gewaschen wird. Das ist das Ergebnis von Dampftechnologie, die Knitterfalten reduziert, Gerüche beseitigt und Fasern desinfiziert – und dabei selbst empfindlichste Kleidungsstücke pflegt. Dank Haiers ABT® (Anti-Bacterial Treatment) werden die wichtigsten Teile der Maschine geschützt und die Hygiene der Maschine sichergestellt: die auf Zink basierende Beschichtung verhindert mit über 99,9 Prozent das Bakterienwachstum an der Türmanschette und im Waschmittelfach.

Die Smart-Dual-Spray-Funktion erhöht die Hygiene und Haltbarkeit des Geräts noch weiter, indem sie die Dichtung und die Tür nach jedem Waschgang reinigt. Ein besonderer Clou der I-Pro Serie 7 Plus ist die I-Time Zusatzfunktion. Sie sorgt dafür, dass sich die Wäsche dem individuellen Zeitplan anpasst und nicht umgekehrt – so lässt sich die Dauer des Waschprogramms im Vorfeld um 15 Minuten verkürzen.

Smarte Haushaltsgeräte bieten großes Potenzial zum Energiesparen

Mit den Waschmaschinen- und Wäschetrockner-Modellen von Haier wird das Wäschewaschen auch noch smart: Alle Geräte der Serien 5 und 7 Plus können mit der hOn-App verbunden und gesteuert werden. Künstliche Intelligenz hilft dabei, jeden Waschgang mit wenig Aufwand nach den individuellen Bedürfnissen zu konfigurieren.

Das Programm »Smart« erkennt dank verschiedener Sensoren die Menge und die Art des Gewebes. So wird automatisch aus über 2500 möglichen Kombinationen von Waschprozess und Waschmittelfuhr das perfekte Programm für die jeweilige Wäsche erstellt. Das Ergebnis: ein optimierter Verbrauch, ein professionelles Waschergebnis und geschonte Lieblingskleidungsstücke.

Die intelligenten Waschmaschinen der I-Pro Serie 5 und 7 Plus können aber noch viel mehr: Die Einsparungen und Waschergebnisse werden in der App dokumentiert, ein »Wasch-Reminder« erinnert daran, wann es Zeit ist, das Programm laufen zu lassen und ein virtueller Assistent hilft bei Problemen. Zusätzlich hält die App wertvolle Tipps und Tricks rund um das Waschen bereit. Gesteuert werden können sie nicht nur über die App, sondern auch über die Full-Touch-Blende sowie Amazon Echo und Google Home per Sprachsteuerung.



Haier I-Pro Serien verfügen über den Direct-Motion-Motor, der ohne Keilriemen direkt mit der Trommel verbunden ist.

house4kitchen

Innovationen bei den BSH-Marken und eine Weltneuheit

Während der diesjährigen Küchenmeile prägte große Freude über das Wiedersehen und die persönlichen Gespräche mit den wichtigsten Handelspartnern die Stimmung bei Gaggenau, Solitaire und Neff im house4kitchen.

Annähernd 7.000 Fachbesucher trafen vom 17. bis 23. September die Vertreter der drei BSH Marken im freien Rundgang durch die Marken-Showrooms. Auf insgesamt etwa 600 Quadratmeter präsentierten sie ihre Neuheiten und ihr Sortiment. Besonderes Highlight: Die Weltneuheit Solitaire – The Waterbase, die die Transformation der Küche weiter vorantreibt.

Gaggenau, die Luxusmarke für Kücheneinbaugeräte, ist seit 2017 in Löhne vertreten. Die Marke steht für Präzision, Design und außergewöhnliche Genussmomente. Seine kulinarische Kompetenz demonstrierte Gaggenau in der Ausstellung mit der Zubereitung vielfältiger Gerichte in der neuen multifunktionalen Wärmeschublade. Darüber hinaus war im exklusiven Showroom-Ambiente das gesamte Produktportfolio zu erleben.

Bei Neff drehte sich alles um das Thema Offenheit und das 20. Jubiläum des Backofens Slide&Hide. Dabei zeigte sich die Marke auf vielfältige Weise »offen wie kein anderer«: Zum Beispiel kulinarisch offen für Neues bei kreativen Tastings. Auch auf Produktebene zeigte sich Neff offen und präsentierte mit »Open Assist« eine neue, spezielle Türöffnungsautomatik der Kühlschränke.



Solitaire – The Waterbase

Moderne Spüle, die nicht wie eine Arbeitsstation aussieht und darüber hinaus ganz viel zu bieten hat: Sechs verschiedene Arten der Wasserzubereitung, Bedienung durch integriertes Touch-Display sowie durchdachten Unterschrank.

Gut Böckel

Smeg begeistert auf der Küchenmeile

Ein regelrechtes Feuerwerk an Neuheiten hat Smeg in diesem Jahr zur Küchenmeile auf Gut Böckel gezündet. Der italienische Hausgeräte-Hersteller empfahl sich den Fachbesuchern im komplett umgestalteten Showroom erneut als Designschmiede mit innovativer Technik und unverwechselbarer Optik.

Olaf Nedorn, Geschäftsführer von Smeg Deutschland, zeigte sich begeistert: »Wir waren schon die letzten beiden Jahre überwältigt vom großen Zuspruch der Besucher. Aber dieses Jahr stellte alles in den Schatten. Das lag sicher auch daran, dass wir so viele Neuheiten präsentiert haben wie noch nie, allen voran unsere neue Backofen-Generation Galileo.«

Technisches Highlight der nach dem italienischen Universalgelehrten benannten Geräte ist der völlig neu konzipierte Garraum, der die Hitze besonders gleichmäßig verteilt. Bis zu 150 verschiedene Programme führen sicher zum Erfolg des Lieblingsmenüs. Die Delta T-Funktion und der Mehrpunkt-Temperaturfühler zeigen den perfekten Zeitpunkt an, um Gerichte auf den Tisch zu bringen.

Praktisch und innovativ zugleich ist auch der Wasser-Tank, der sich bei geschlossener Gerätetür von außen – selbst im laufenden Programm – nachfüllen lässt. Mit dem entsprechenden Sonder-Zubehör ist der Galileo-Backofen extra wandlungsfähig. Ein Schamottstein macht ihn zum perfekten Pizzaofen und mit dem Airfry-Rost kann er sogar heißluftfrittieren.



Smeg Galileo Omnichief

Der neue, platzsparende Backofen eignet sich nicht nur für klassisches Backen und Braten, sondern kombiniert zusätzlich eine geräumige Mikrowelle sowie einen vollwertigen Dampfgarer in einem einzigen Gerät.

Grundig Einbauserie

Flüsterleiser Kühlschrank mit viel Platz für Lebensmittel

Nachdem Grundig auf der Küchenmeile/MOW im vergangenen Jahr eine neue Einbauserie vorgestellt hat, legt Europas einziger Vollsortimenter 2022 erneut nach: Mit der neuen Kühl-Gefrierkombination GKNi6950FHN bedient die Marke ab sofort neue Maßanforderungen und setzt dabei weiter auf den Dreiklang aus Qualität, Design und Nachhaltigkeit.

Mit der neuen Kühl-Gefrierkombi bietet Grundig eine Einbaulösung in den Maßen 70 Zentimeter Breite und 194 Zentimeter Höhe und erfüllt damit den Wunsch der Kunden nach größeren Volumina im Kühl- und Gefrierbereich. Das Besondere: Trotz des Platzzuwachses auf insgesamt 405 Liter zeichnet sich das neue Modell durch hervorragende Geräuschwerte aus: Dank des effizienteren Kompressors und des neuen Lüfters liegt der Geräuschpegel bei flüsterleisen 35 Dezibel.

Zudem hilft das Modell GKNi6950FHN, Lebensmittelverschwendung zu reduzieren – zum Beispiel mit der innovativen Technologie Aero Fresh, welche Temperaturschwankungen im Inneren des Kühlschranks reduziert. Zusätzlich strömt dank Full Fresh+ kühle Luft ins Gemüsefach und garantiert dort eine konstante Temperatur bei niedriger Luftfeuchtigkeit. So wird die Feuchtigkeit von Obst und Gemüse reduziert, wodurch die Lebensmittel bis zu dreimal länger frisch bleiben.



Kühl-Gefrierkombination GKNi6950FHN

Das neue Topmodell aus der Einbauserie von Grundig verfügt über neue Maße und noch mehr Platz. Dabei ist es mit gerade einmal 35 Dezibel flüsterleise und eignet sich somit besonders gut für offene Raumkonzepte.



Bild: Samsung

Neue Geschirrspüler und Kühlschränke

Samsung zeigt in Ostwestfalen Glanzleistungen für die Küche

Auf der »area30« wurden erstmals die neuen Vollraumkühl- und Vollraumgefriergeräte mit 177 Zentimeter Nischen-Höhe vorgeführt, die das aktuelle Einbaugerätesortiment von **Samsung** vervollständigen. Auch die neuen Spülmaschinen, die extra leise arbeiten, standen im Mittelpunkt des Besucherinteresses.

In der neuen Generation an Samsung-Geschirrspülern werden auch stark verschmutzte Töpfe und Pfannen wieder sauber. Machbar wird das durch vier rotierende Sprühdarmen – zwei davon ausgestattet mit der Water Jet Clean-Technologie des Technologiekonzerns. Damit wird das Geschirr nicht nur schnell sauber, sondern verbraucht auch nur acht Liter Wasser für ein perfektes Spülergebnis.



Bild: Samsung

Einbau-Kühl-Gefrierkombination

Mit bekannten Ausstattungsmerkmalen wie Optimal Fresh Pro – einer speziellen Schublade für Fisch und Fleisch – sowie Humidity Fresh+ für die perfekte Lagerung von Obst und Gemüse.

Zudem ist das Gerät leise wie in einer Bibliothek, denn dank eines modernen, energiesparenden Inverter-Motors erreicht die Spülmaschine im Betrieb niedrige Werte zwischen 40 und 38 Dezibel. Hinzu kommt ein flexibles, anpassungsfähiges Korbsystem auf kugelgelagerten Schienen für eine gute Handhabung. Die automatische Türöffnung sorgt für eine fleckenfreie Trocknung von Gläsern und Geschirr.

Gut für alle Händler: Die neuen Geschirrspüler von Samsung können bis zu zwölf Kilogramm Frontgewicht tragen und bieten somit viel Flexibilität bei der Küchenplanung.

Groß sind auch die neuen Vollraumkühl- und Gefriergeräte von Samsung, die im Rahmen der »area30« erstmals vorgestellt wurden: Das Line-up für die 177 Zentimeter Nischen-Höhe bietet die bereits bestens bewährte Technologie für perfekte Lagerbedingungen. Zudem verfügen die Vollraumkühlschränke über ein praktisches, unten liegendes 4-Sterne Gefrierfach für einen komfortablen und schnellen Zugriff auf gefrorene Lebensmittel.

Alle Geräte sind Wi-Fi fähig und können über die Smart Things-App überwacht und gesteuert werden. In der App ist seit neuestem auch Smart Things Energy verfügbar – ein kostenloser Service von Samsung zur Überwachung und Steuerung des Energieverbrauchs. Der Service kann beim Sparen helfen – etwa mit Empfehlungen zur kostensparenden Nutzung der Geräte auf Basis verfügbarer Stromtarife.

GASTROBACK®

DESIGN OFEN AIR FRY & PIZZA

Art.-Nr. 42815



5 in 1

- PIZZAOFEN
- HEISSLUFTFRITTEUSE
- GRILL-DREHSPieß
- MINI-BACKOFEN
- DÖRRGERÄT

PIZZA

in nur 8:30 min*

MIT DEM PIZZASTEIN VERWANDELT
SICH DER OFEN IN EINE KLEINE
STEINOFENPIZZERIA

Inklusive Pizzastein Ø 30 cm

* Pizze-Programm, Zubereitung im vorgeheizten Ofen. Frische Pizze: ca. 8:30 min, Tiefkühlpizze: ca. 9:50 min

HOCHLEISTUNGS- AIR-FRY-FUNKTION

SCHAFFT VIELE
ZUBEREITUNGSMÖGLICHKEITEN
IN REKORDZEIT

- » Multifunktionsofen mit 22 Liter Kapazität und 3 Einschubebenen
- » Kompakt: passt in (fast) jede Wohnküche, Büroküche, Camping- und Wohnmobilküche
- » 7 Funktionen: Auftauen, Air Fry Oberhitze, Air Fry Grillspieß mit 2 Rotorprogrammen, Oberhitze, Unterhitze, Ober- und Unterhitze, Grill
- » 4 Programme: Toasten, Auftauen, Pizza backen und Pommes Frites



PRODUKTVIDEO UND VIELE
WEITERE INFORMATIONEN AUF

www.gastroback.de





»Wir wollen die Marke AEG wieder dorthin bringen, wo sie hingehört: ins Premiumsegment. Dabei sind Nachhaltigkeit, Innovation und Besser Leben unsere drei Kernattribute, die sich sowohl in unseren Produkthighlights als auch in unseren Handelsaktivitäten unverkennbar widerspiegeln.«

Michael Geisler
Geschäftsführer Electrolux Hausgeräte GmbH

Premiummarke • Premiauftritt

Markenkampagne »Für alle die mehr erwarten«

Wie sich die Marke **AEG** weiter entwickelt und welche Strategien dabei im Fokus stehen, erfahren wir im direkten Dialog von **Michael Geisler**, Geschäftsführer Electrolux Hausgeräte GmbH.

Herr Geisler, wie lautet Ihr Fazit zur diesjährigen IFA?

Wir sind überaus zufrieden. Die IFA ist für uns eine der wichtigsten Plattformen, um mit Händler*innen und Konsument*innen aus aller Welt in Kontakt zu kommen, bestehende Beziehungen zu vertiefen und neue zu knüpfen. Wir haben großartige Resonanz zu unserem Auftritt und unseren Produktneuheiten erhalten. Die zahlreichen Rückmeldungen bestätigen uns in unserer nachhaltigen Ausrichtung und spornen uns zugleich an, auch zukünftig die Entwicklung umweltfreundlicher Innovationen mit großer Leidenschaft voranzutreiben.

Das Thema Nachhaltigkeit war auf der IFA allgegenwärtig. AEG ist in unserer Branche schon lange der Öko-Pionier. Wo liegen heute die Stellschrauben, wenn es um energiesparende Hausgeräte geht?

Wichtig ist für uns, dass wir Nachhaltigkeit im Unternehmenskontext immer ganzheitlich denken, das heißt über die gesamte Wertschöpfungskette. Das fängt bei der Produktentwicklung und der Auswahl geeigneter Lieferanten an, setzt sich über die Produktion, die Logistik und den Verkaufsprozess fort, und geht hin zur

umweltbewussten Nutzung des Produktes, unterstützt durch eine gezielte Verbraucherkommunikation. 85 Prozent des globalen CO₂-Fußabdrucks entstehen bei der tatsächlichen Nutzung des Gerätes. Mit der Entwicklung und dem Angebot energieeffizienter Produkte leisten wir also unseren größten Beitrag zum Klimaschutz und tragen gleichzeitig zur Steigerung unserer Profitabilität bei.

Wie stellt sich die Marke AEG hier auf?

Wir haben uns als Unternehmen und Marke einem klaren Auftrag verschrieben: Mit unseren Produkten möchten wir Konsument*innen nicht nur dabei helfen, ihr Leben angenehmer und genussvoller zu gestalten, sondern auch verantwortungsbewusster und umweltfreundlicher.

Das heißt konkret?

Ein Beispiel ist etwa der neue AEG Mikroplastikfilter, der auf der IFA auf großes Interesse gestoßen ist. Dieser verhindert, dass bis zu 90 Prozent der Mikroplastikfasern aus synthetischen Materialien während eines Waschvorgangs ins Abwasser gelangen. Als einfach nachrüstbares Zubehör für alle Waschmaschinenmodelle von AEG, Electrolux und Zanussi trägt der

Filter aktiv dazu bei, die zunehmende Plastikverschmutzung bereits in den eigenen vier Wänden zu bekämpfen.

Aber auch im Küchenbereich steht der Nachhaltigkeitsgedanke im Vordergrund. Die Modelle unserer neusten Kühl-Gefrier-Serie helfen Verbraucher*innen beispielsweise, Lebensmittelabfälle zu vermeiden. Präzise Elektrosensoren, die die Innentemperatur nach dem Öffnen und Schließen der Tür schnell korrigieren, verhindern Temperaturschocks und damit auch den Verderb von Lebensmitteln. Unsere 360 Grad Cooling-Technologie ermöglicht eine um 40 Prozent bessere Temperaturverteilung als bei Standardkühlschränken und stellt sicher, dass jedes Produkt korrekt gekühlt wird, egal wo es gelagert wird. Der 7000 Green Zone ist sogar einer der ersten Kühlschränke auf dem Markt, dessen Innenverkleidung bis zu 70 Prozent aus recyceltem Kunststoff besteht.

Und dieses Konzept setzen wir auch bei unserem neuen Akku-Staubsauger fort: Der AEG Ultimate 8000 Öko ist zu 65 Prozent aus recyceltem Kunststoff hergestellt und ermöglicht dank modularer, reparierbarer und austauschbarer Systemkomponenten einen längeren Lebenszyklus.

Auf der IFA berichteten Sie über Möglichkeiten, die AEG seinen Anwendern gibt, um zusätzliche Energie einzusparen, wenn beispielsweise überholte Gewohnheiten verändert werden. Was meinen Sie damit genau?

Nehmen wir ein Beispiel aus der Wäschepflege: Viele Menschen waschen Kleidung aus jahrelanger Gewohnheit oft bei 40 Grad oder heißer, um Gerüche, Bakterien oder Flecken zu entfernen. Was viele nicht wissen: Das gleiche Ergebnis lässt sich mittlerweile auch bei niedrigeren Temperaturen erzielen, mit einem deutlich geringeren Energieverbrauch. Hier geht es also darum, die Nutzer*innen davon zu überzeugen, dass heutzutage Waschgänge mit 30 Grad völlig ausreichen. Durch unsere innovativen Technologien bleibt die Waschleistung dabei vollständig erhalten. Unsere neuen Waschmaschinen verfügen zudem über die Soft Water-Technologie, mit der auf einzigartige Weise das verwendete Wasser enthärtet und von aggressiven Mineralien befreit wird. In Kombination mit der Öko Mix-Technologie, die in allen 9000er-Modellen zum Einsatz kommt, erzielt ein Waschgang bei 30 Grad die gleiche Reinigungsleistung wie bei 60 Grad. Viel Energie einsparen lässt sich auch durch unsere Dampffunktion Pro Steam. Diese frischt Kleidung auf und entfernt Gerüche – dabei verbraucht das Programm 96 Prozent weniger Wasser als ein Schonwaschprogramm.

Gibt es weitere Messeneuheiten?

Auf der IFA 2022 haben wir unsere zwei in Rothenburg entwickelten und produzierten Kochfelder mit integriertem Dunstabzug präsentiert. Bei den Modellen 6000 Bridge XT und 8000 Bridge/Flexi Bridge XT befindet sich der Dunstabzug in der Mitte des Kochfeldes. Das bietet ganz neue Freiheiten bei der Küchenplanung. Der Dunstabzug schaltet sich beim Kochen automatisch ein und entfernt Dampf schnell und leise direkt dort, wo er entsteht. Die zusätzliche Lüf-

tungsfunktion sorgt für weitere frische Luft nach dem Kochen.

Und bei den Kühlgeräten?

Ebenfalls im Küchensegment haben wir unseren neuen Weinklimaschrank 8000 Perfect Shelving Cellar vorgestellt. Er verfügt über ein perfektioniertes Regalsystem, geregelte Luftfeuchtigkeit und UV-geschützte Lagerung – damit die Qualität der Weine länger erhalten bleibt. Der Weinklimaschrank ist in verschiedenen Größen und Bauweisen erhältlich und fügt sich so perfekt in die jeweilige Wohnumgebung und Einrichtung ein.

Sie wollen bis 2025 zu den Top-3-Marken auf dem deutschen Markt gehören. Wie nah sind Sie Ihrem Ziel und welche Schritte werden Sie unternehmen, um dieses Bestreben zu erreichen?

Wir wollen die Marke AEG wieder dorthin bringen, wo sie hingehört: ins Premiumsegment. Dabei sind Nachhaltigkeit, Innovation und Besser Leben unsere drei Kernattribute, die sich sowohl in unseren Produkthighlights als auch in unseren Handelsaktivitäten unverkennbar widerspiegeln. Wir sind hier auf einem sehr guten Weg, haben aber auch noch eine Wegstrecke zu gehen und sind zuversichtlich, unser Ziel, Platz 3 zu erklimmen, bis 2025 zu erreichen.

Wie werden Sie Ihre Konzepte und Ideen mit den Handelspartnern stationär und online umsetzen?

Die vertrauensvolle Partnerschaft zu unseren Handelspartnern steht für uns weiterhin klar im Fokus. Ganz im Sinne »Premiummarke, Premiumauftritt« setzen wir am Point of Sale auf starke Bildwelten sowie Kernbotschaften aus unserer Markenkampagne »Für alle die mehr erwarten«. Zusätzlich bieten wir unseren Handelspartner*innen mit unseren digitalen Toolkits ein schlagkräftiges Paket an digitalen Inhalten von Online-Bannern über Anzeigenvorlagen und Micro-Webseiten bis hin zu aktivierenden Social-Media-Formaten. Ab 2023 bieten wir zusätzlich jedem Händler und jeder Händlerin die Möglichkeit, AEG-Inhalte auf ihrer Website im Look and Feel unserer Marke zu präsentieren. Vor allem setzen wir weiterhin auf den persönlichen Kontakt und unterstützen unsere Handelspartner*innen mit digitalen oder Vor-Ort-Trainings. Ein Highlight sind unsere Workshops im AEG Taste Lab, das einen exklusiven Blick hinter die Kulissen unseres Werks im mittelfränkischen Rothenburg ermöglicht.



AEG Downdraft
8000 Bridge/
Flexi Bridge XT

Entspannen Sie sich – jetzt kocht „Mein Hans“ für Sie!

Ob mit oder ohne Dampfdruck - die Elektronik steuert den Kochvorgang vollautomatisch und sicher. Mit seinen 14 Kochprogrammen vereint „Mein Hans“ 9 Küchengeräte. Sie sparen bis zu 50% Energie. Im Temperaturbereich von 40 – 170°C, mit zwei Dampfdruckstufen, automatischer Abschaltung und Warmhaltemodus erleben Sie wahres Kochvergnügen. Auch perfekt für Sous Vide.



Mein Hans
www.meinhans.de



Dampfdruck- und
Multikocher
MD 1000



Der Küchenschublade-Vakuierer

Kompakt und leistungsstark! Dieser handliche und attraktive Vakuierer saugt bis zu 97 % der Luft aus den speziellen Vakuierbeuteln und versiegelt diese dann vollautomatisch mit einer stabilen Naht in nur einem Arbeitsgang.



Vakuierer
VAC 110

Inklusive Schlauch zum
vakuieren in Behältern.

Mehr Informationen zu ROMMELSBACHER unter: www.rommelsbacher.de





Smart Kitchen Dock

Neff serviert smarte Kochideen

Das Smart Kitchen Dock von **Neff** ist ein intelligentes Küchen-Cockpit, das als Smart Speaker fungiert und in Kombination mit einem Tablet oder Smartphone zu einer Online-Schaltzentrale wird, die sogar durch Gesten gesteuert werden kann.

Ab Januar 2023 sorgt das Neff Smart Kitchen Dock für magische Momente in der Küche. Solo arbeitet der innovative neue Küchenhelfer als cleverer Lautsprecher und verwandelt sich in eine smarte Schaltzentrale, wenn Smartphone oder Tablet angedockt werden.

Dann wird der Smart Speaker zum Smart Display und eröffnet eine Welt voller Möglichkeiten – zum Beispiel den Zugang zu allen Services der Home Connect Plattform, die Kopplung mit Amazons Sprachassistentin Alexa, den Zugriff auf Rezept-Apps mit smarter Kochunterstützung oder die Steuerung vernetzter Geräte.

Dies gelingt ganz einfach auf Zuruf – dank der vier im Gerät verbauten Mikrophone auch bei lauter Musik und lebhaften Unterhaltungen. Selbst einer leidenschaftlich genutzten Küche mit zahlreichen Wasserspritzern, Fett oder Mehlstaub hält die robuste Hardware stand. Apropos: Sind die Finger einmal feucht oder klebrig, lässt sich das Smart Kitchen Dock dank Gestensteuerung trotzdem kompromisslos gut bedienen. So sorgt Neff mit einer lässigen Wischbewegung in der Luft erneut für einen Hingucker in der Küche.

Das neue Smart Kitchen Dock unter der Marke Neff wird ab Januar 2023 für iOS-Geräte zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 189 Euro im Handel erhältlich sein.

Weinklimaschränke

Mit Haier smarten Genuss erleben

Wein wird immer beliebter – sowohl als genießerisches Hobby als auch als Investition. Dabei ist auf einige Faktoren zu achten: Der optimale Lagerort des Weines benötigt bestimmte Temperaturen, Luftfeuchtigkeit und Lichtverhältnisse. Darüber hinaus sollten Erschütterungen und starke Gerüche vermieden werden. Die neuen Weinklimaschränke von **Haier** schaffen mit ihren hochentwickelten Technologien genau diese Voraussetzungen.

Die Weinklimaschränke von Haier begeistern auch Designliebhaber. Mit raffinierten Holzregalen und einer Vollglastür mit integriertem Display fügen sie sich in anspruchsvoll gestaltete Wohnräume ein. Haier bietet zudem eine Vielzahl von Modellen in 50 oder 60 Zentimeter Breite sowie unterschiedlichen Höhen an – für eine individuelle Weinlagerung.

Und auch in puncto Akustik stehen die Modelle gut da: Mit einer Luftschallemission von 37 Dezibel sind die Weinklimaschränke akustisch kaum wahrnehmbar. Mit einer Temperatur, die sich zwischen fünf und 20 Grad Celsius einstellen lässt, einer intelligenten 3D-LED-Beleuchtung sowie UV-Schutztür und einem Feuchtigkeitsgehalt, der mithilfe eines natürlichen

Luftstroms innerhalb der idealen Schwelle zwischen 50 und 70 Prozent bleibt, bieten die Weinklimaschränke eine perfekte Umgebung für gute Weine.

Perfekt organisiert mit App-Anbindung

Über die hOn App von Haier sind eine Reihe von Funktionen verfügbar, die den heimischen Weinklimaschrank in eine echte »vernetzte Weinbank« verwandeln: Es ist jederzeit bekannt, welche Weine gelagert sind und wann sie den Höhepunkt ihrer Qualität erreichen – und getrunken werden sollten. Die hOn App stellt darüber hinaus allerhand Wissenswertes aus der Welt des Weines zusammen.

Dank der Partnerschaft mit Vivino ermöglicht die hOn App beispielsweise die Identifizierung und Katalogisierung von Weinen durch einfaches Scannen des Etiketts. Weinliebhaber, die nach passenden Weinen für ihre kulinarischen Highlights suchen, können ein eigenes Nutzerprofil erstellen, um Vorschläge und Tipps zu bekommen.

Die Modelle der vernetzten Haier Weinklimaschränke sind mit ein oder zwei Temperaturzonen ausgestattet. Diese können dank der Koppelung mit der hOn App ferngesteuert, kontrolliert und angepasst werden. Die App liefert – anhand der vorhandenen Weine und basierend auf einer Reihe voreingestellter Programme – die passenden Empfehlungen dazu, wie die edlen Tropfen am besten gelagert werden.





Die Kampagne ist bunt
Severin spricht seine Zielgruppe nicht mehr nur anhand klassischer Segmentierung nach Alter oder Geschlecht an, sondern heißt vielfältige Persönlichkeiten, individuelle Lebensmodelle, Lifestyles und Wohnrealitäten willkommen.

Bild: Severin

Severin in den Startlöchern mit internationaler Kampagne

»FILKA. Deine für alle.« zeigt Vielfalt von Filterkaffee

Elektrogerätehersteller **Severin** launcht eine reichweitenstarke, crossmediale Marketingkampagne für »FILKA« – den neuen Vollautomaten für Filterkaffee. Aufmerksamkeitsstarke Visuals setzen die Einzigartigkeit des Produktes anhand von Kaffeeliebhabern mit ihrer Lieblingstasse und humorvollen Sprüchen in Szene. Für Handelspartner steht ein umfangreiches Medienpaket bereit.

Die Kernbotschaft »Deine für alle.« rückt die Vielseitigkeit der Filka ins Zentrum der Aufmerksamkeit. Die einzigartige Flexibilität bei der Tassen- und Kannenwahl sowie den Komfort der vollautomatischen Zubereitung formuliert Severin in wechselnden Bildmotiven kreativ aus.

Die Kampagne ist bunt, so wie die durch sie transportierte Message und trifft damit den Zeitgeist. Um Konsumenten an den passenden Touchpoints zu erreichen, setzt Severin auf crossmediale Platzierung der Message.

»Für uns ist Filterkaffee so vielfältig und bunt, wie die Persönlichkeiten und Lebensstile unserer Kunden. Das tragen wir mit unserer Kampagne ‚Deine für alle.‘

in die Welt. Die Filka bietet ihnen den Komfort, ihren Filterkaffee so individuell wie nie zuvor zu genießen – und das vermitteln wir mit Humor und einem Augenzwinkern. Und mit dem richtigen Augenmaß für jeden Kanal, von Social Media bis Fachpublikation«, informiert **Alexander Kolisch**, Director Marketing & E-Commerce bei Severin.

Im Vordergrund steht eine reichweitenstarke Onlinekampagne mit Display-, Suchmaschinen- und Social Media-Ads, die über mehrere Europäische Länder, darunter neben Deutschland auch die Niederlande, Frankreich und Skandinavien als Filterkaffee-Nationen, ausgespielt wird. Begleitet wird die Bekanntmachung durch

ausgewählte Influencer, einen Newsletter sowie entsprechende Werbepräsenz in der Presse.

Maßnahmen am Point of Sale

Als Unterstützung für den Handel hat Severin ein umfangreiches Medienpaket für seine Fachhandelspartner geschnürt. Neben vielfältigen Bild- und Bannermotiven gibt es ein Produktvideo sowie einen Kampagnenkurzfilm. Für die Gestaltung der Verkaufsfläche stehen POS-Module und Displays sowie Konsumentenflyer bereit. Auch auf Messen und Events wird die Filka als »Deine für alle« präsentiert.

Eine begleitende Add-On Promotion schafft weiteren Kaufanreiz. Damit erhalten Käufer einer der beiden Filka-Modelle zum Kampagnenstart einen Monatsvorrat Premium-Filterkaffee gratis dazu. Die Abwicklung erfolgt über Severin – die passenden Werbemaßnahmen erhalten Händler im Paket dazu. Das Startup **Four Dudes** liefert den Promotion-Kaffee als limitierte Filka Edition. Hinter der Marke stehen die **Sizzle Brothers**, mit denen Severin bereits als Markenbotschafter der Sevo eBBQ-Range erfolgreich zusammenarbeitet.

Severin charakterisiert nicht nur ein Produkt, sondern formuliert auch ein Markenversprechen: Innovative und langlebige Produkte anbieten, die den Zeitgeist treffen, intuitiv bedienbar sind und individuelle Nutzerbedürfnisse adressieren.

Die Ausspielung der Maßnahmen startet im Oktober und soll über den Jahreswechsel hinweg laufen. Die Filka ist ab sofort zu einer UVP ab 299 Euro verfügbar.



Severin FILKA
Der Deutschen liebstes Kaffeegetränk in der komfortabelsten Zubereitungsweise: Frisch gemahlten Filterkaffee gibt es jetzt per Knopfdruck in Wunschmenge.

Bild: Severin



Bild: Acopino

Acopino

Volle Punktzahl im Gerätetest

Im Einzeltest der Online-Plattform hausgeraete-test.de wurde das Topmodell Barletta von Acopino mit fünf Sternen bewertet. Auffälligstes Merkmal ist der sieben Zoll Touchscreen auf der Frontseite, über den die komplette Bedienung erfolgt. Die Barletta verfügt über ein doppeltes Heizsystem, das gleichzeitig heißes Wasser für den Kaffee sowie Dampf für das Aufschäumen von Milch erzeugen kann. Fazit der Testredaktion: Die Acopino Barletta ist ein regelrechter High-End Kaffeefullautomat. Dank ihres Touchdisplays und ihrer überzeugenden Benutzerführung eignet sie sich sowohl ideal für Kaffeeliebhaber, die Wert auf eine einfache Bedienung legen als auch für Kaffee-Nerds, die das Letzte aus edlen Bohnen herausholen wollen. Die Acopino Barletta gibt es mit roter oder anthrazitfarbener Front und kostet UVP 1.200 Euro.

Pour Over

Mit Beem wird der Herbst »hyggelig«

Passend zum Herbst sorgt Kaffeespezialist Beem mit dem neuen Pour Over für eine nachhaltige, natürliche und »hyggelige« Kaffeezubereitung. Denn wenn die Tage kürzer und kälter werden, kann man es sich mit einer leckeren Tasse Kaffee zuhause so richtig gemütlich machen und die dänische Lebensphilosophie »Hygge« in vollen Zügen genießen. Die neue Beem Pour Over Kaffeekaraffe zaubert einen vollmundig aromatischen Filterkaffee in Handarbeit. Der Kaffee ist nicht nur geschmacklich ein Highlight, auch in der Praktikabilität und dem Aussehen macht sie eine gute Figur. Sie besteht aus robustem Borosilikatglas und ist am schmalen Hals von einem feinen Bambusring umschlossen. Das sorgt für komfortables Handling und ist gleichzeitig auch noch Wärme-isolierend. Die Kaffeekaraffe kommt inklusive Permanentfilter aus Edelstahl und hat ein Fassungsvermögen von 0,7 Liter.



Bild: Beem



Bild: Krups

Neuheit bei Krups

Farbenfrohe Nespresso-Maschine Vertuo Pop

Die neue Krups Nespresso Vertuo Pop beeindruckt mit ihrem modernen und kompakten Design. Durch die hochwertige Qualität und die stilvollen Farbvarianten wird sie zu einem Must-Have in der Kaffeewelt. Die neue Kapselmaschine ist kompakte 25 Zentimeter hoch und in drei Farbvarianten Spicy Red (Pantone-ID: 185 C), Aqua Mint (Pantone-ID: 3245 U) und Coconut White erhältlich. Die Vertuo Pop nutzt die patentierte Centrifusion-Technologie. Sie liest den Barcode auf der Vertuo-Kapsel und passt jede noch so kleine Einstellung an und extrahiert jedes Detail der verschiedenen Kaffeespezialitäten – vom Aroma bis zur Crema. Die Maschine beinhaltet vier Tassengrößen: Mit nur einem Knopfdruck gibt sie Espresso, doppelten Espresso, Gran Lungo und Mug aus.

Sage Appliances

Alltagsgegenstände werden zu kulturellen Botschaftern

Sage Appliances kooperiert mit australischen Künstlern und launcht Küchengeräte im Design »Aboriginal Culinary Journey«. Die limitierte Kollektion besteht aus insgesamt sechs Sage Produkten und vereint Geschichten und Rituale der indigenen Kultur Australiens, die künstlerisch auf die Geräte angebracht wurden. In zehnjähriger Zusammenarbeit mit Sage Appliances wurde die einzigartige Kollektion exklusiv durch die weltweit renommierte, indigene Designerin **Alison Page**, eine Wadi Wadi und Walbanga der Yuin-Nation, sowie Professorin für Design an der University of Technology Sydney, kuratiert. Die »Aboriginal Culinary Journey«-Kollektion kombiniert die indigenen Geschichten mit der Technik zeitgenössischen Designs – im Bild die Sage Espressomaschine Barista Pro.



Bild: Sage

Claris Smart+

Zusätzliches Depot hält den Wassertank frei von Kalkablagerungen

Wenn etwas über 90 Prozent aus Wasser besteht, kommt es natürlicherweise auf die Beschaffenheit und Qualität des Wassers an. Kaffee hat einen Wasseranteil von 98 Prozent, deshalb ist die Filtration so wichtig. Mit den neuen Filterpatronen Claris Smart+ bieten Vollautomaten von Jura das perfekte System für optimales Wasser – und das bereits im Wassertank.

Die neuen Claris Smart+ Filterpatronen haben an ihrem unteren Ende ein zusätzliches Depot mit speziellen natürlichen Wirkstoffen.

Diese stabilisieren das Wasser im Tank und reduzieren damit Kalkablagerungen am Boden des Tanks – ganz ohne zusätzlichen Energieeinsatz.

Lediglich die natürliche Bewegung des Wassers reicht aus, um das Depot kontinuierlich zu durchströmen und so für den erwünschten Effekt zu sorgen.

Damit ergänzt das Depot die Wirkungszone im oberen Filterbereich mit Ionenaustausch und Aktivkohle, die im

Aufstrom-Prinzip immer exakt die benötigte Menge Wasser für eine perfekte Tasse Kaffee filtert.

Dank einer innovativen Formel eignen sich die neuen Claris-Patronen weltweit für jedes Leitungswasser. Das Granulat filtert Kalk stets auf die optimale Menge und reduziert unerwünschte Stoffe effizient und entscheidend, während Mineralien und Fluoride als wichtige Geschmacksträger erhalten bleiben.

Mittels RFID-Technologie erkennen Jura-Vollautomaten mit dem intelligenten Wassersystem I.W.S. sofort, ob ein Filter eingesetzt ist und aktivieren automatisch den entsprechenden Modus. Ist die Kapazität des Filters erschöpft, erkennt und meldet der Vollautomat dies ebenfalls.

Mit dem neuen Depot am Boden des Filters perfektioniert Jura die Hygiene seiner Kaffeefullautomaten und die Qualität des Kaffeeergebnisses gleichermaßen – und der Tank bleibt jederzeit von unschönen Kalkablagerungen verschont.



Hygiene im Wassertank

Die neue Filterpatrone Claris Smart+ für Jura Kaffeefullautomaten ist ab sofort im Fachhandel erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 14,99 Euro – der Dreierpack kostet 43,99 Euro.

Markt der Kaffeemaschinen

Starkes Wachstum seit dem Jahr 2019

Die geliebte heiße Tasse Kaffee oder der schnelle Espresso ist für viele nicht wegzudenken. Kaffeemaschinen jeglicher Art erfreuen sich seit dem Beginn der Pandemie einer stark gestiegenen Beliebtheit.

Dies verwundert nicht, bietet das Produktsegment der Kaffeemaschinen nahezu alle Zubereitungsarten – vom klassischen Filterkaffee über Espresso und Cappuccino bis zum trendigen Cold Brew.

Zwischen Januar und August 2022 wurden im Segment Kaffeemaschinen knapp 865 Millionen Euro umgesetzt. Das ist ein Plus von 20 Prozent im Vergleich zum Vorpandemie-Zeitraum von Januar bis August 2019. Kaffeefullautomaten haben mit einer Umsatzsteigerung von 28 Prozent dazu beigetragen und Espresso-Siebträgermaschinen gar mit einem Umsatzplus von 68 Prozent. Zugleich ist ein Trend zu höherpreisigen Maschinen festzustellen, denn die Wach-

tumsrate bei den Stückzahlen beträgt bei Kaffeefullautomaten 17 Prozent und bei Espresso-Siebträgern stolze 47 Prozent.

Durchschnittlicher Kaffeeconsum lag 2021 in Deutschland bei 169 Liter

In der Beliebtheitskala rangiert in Deutschland der Filterkaffee auf Platz eins, wie die Kaffeeconsum Studie des Deutschen Kaffeeverbands zeigt. So haben im Jahr 2021 46 Prozent der Haushalte Filterkaffee getrunken, gefolgt von 31 Prozent, die ihren Kaffee mit Kaffee-Vollautomaten zubereiten. Knapp fünf Prozent nutzten eine Siebträgermaschine – allerdings mit steigendem Anteil.

Kaffee ist und bleibt das Lieblingsgetränk in Deutschland mit jährlich steigendem Konsum. Laut Deutschem Kaffeeverband wurden 2021 pro Person 169 Liter Kaffee getrunken. Das ist im Vergleich ein Liter mehr als der Pro-Kopf-Verbrauch im Jahr 2020.

Zeit zum Genießen!

Mit den Produkten von Steba zaubern Sie sich und Ihren Gästen leckere Köstlichkeiten.

z.B. mit dem neuen Käse-Raclette RC 210 SWISS STYLE

Alle Produkte finden Sie unter [steba.com](https://www.steba.com)

Russell Hobbs
Neue Satisfry Air-Serie bestehend aus zwei
Heißluftfritteusen und einem Multikocher.

Bild: Russell Hobbs



Yes, you can

Satisfry Air-Serie von Russell Hobbs

Frisch, schnell und komfortabel zu kochen schließen sich nicht aus, denn **Russell Hobbs** versteht es, mit der neuen Satisfry Air-Serie leckere und nahrhafte Kost mühelos zuzubereiten.

Die neue Satisfry Air-Serie umfasst drei Geräte für jede Appetit- und Haushaltsgröße. Dabei benötigen sowohl der Multikocher als auch die beiden Heißluftfritteusen kein bis wenig Öl, um aus unterschiedlichsten Zutaten schmackhafte, ausgewogene Mahlzeiten zu zaubern.

Um unser vielbeschäftigtes Leben zu vereinfachen, hat Russell Hobbs einen Schritt weitergedacht und die Geräte der Satisfry Air-Serie außerdem mit einem spülmaschinenfesten Innenleben ausgestattet. So bleibt mehr Zeit für die wirklich wichtigen Dinge im Leben.

Ob Heißluftfrittieren, Grillen, scharf anbraten, Backen, Braten, Warmhalten oder Slow Cooking – mit dem Satisfry Air & Grill Multikocher von Russell Hobbs zieht eine echte Wunderwaffe in die Küche ein. Ein großzügig bemessener Topf von 5,5 Litern Fassungsvermögen lässt genug Raum für jede Menge frischer Zutaten.

Satisfry Multikocher – für Experimente, die gelingen

Die Heißluft-Technologie ermöglicht das Zubereiten nahrhafter, ausgewogener Kost mit wenig oder gar keinem Öl und arbeitet dabei 76 Prozent schneller als ein konventioneller Backofen. Ober- und Unterhitze sorgen für eine schnelle, gleichmäßige Bräunung des Grill- oder Garguts. Doch nicht nur fettarm zubereitete, goldbraun gebackene Hähnchen und knusprige Pommes frites bringt der Multikocher zurück auf den Speiseplan. Auch vegetarische Gemüseintöpfe, veganes Curry, eine bunte Minestrone oder Aufläufe jeglicher Art sind dank Slow-Cook-Funktion einfach zubereitet.

Der einstellbare Thermostat ermöglicht eine präzise Temperaturregelung zwischen 65 und 260 Grad. Im Vergleich zu einem konventionellen Backofen kommt der Multikocher außerdem mit bis zu 44 Prozent weniger Energie aus. Und auch die Reinigung ist ein Kinderspiel: Der Kochtopf ist herausnehmbar und kann mühelos in der Spülmaschine verstaut werden, während sich das digitale Touch-Display mit einem Wisch reinigen lässt.

#SAVEFOOD – VRH 590 advanced von Caso Design

Lebensmittel richtig lagern

Vakuumierte Lebensmittel bleiben bis zu achtmal länger frisch – und das ganz natürlich und ohne Konservierungsstoffe. Das ist ideal für Fleisch, Fisch, Obst, Gemüse und vieles mehr.

Mit dem VRH 590 advanced von Caso Design ist das Vakuumieren schnell und einfach möglich, denn das hochwertige Vakuumiersystem bietet zahlreiche Funktionen: Neben dem automatischen und manuellen Verschweißen gibt es eine regulierbare Schweißzeit für trockene und feuchte Lebensmittel sowie eine Pulse-Funktion, mit der die Vakuumstärke stufenlos manuell reguliert werden kann. So können auch weiche, empfindliche Lebensmittel optimal vakuumiert werden.

Gegen Lebensmittelverschwendung

Wertvolle Aromen, Vitamine und Mineralien werden geschützt und bleiben zuverlässig erhalten. Luftdicht versiegelt, können Fleisch, Fisch & Co. auch perfekt »sous vide« gegart werden.



Bild: Foto Still GmbH

VRH 590 advanced
Vakuuierer von Caso Design.



Bild: Rommelsbacher



Integrierter Ionengenerator

Rommelsbacher Kaffeemühle mit Antistatik-Funktion

Das mittelfränkische Familienunternehmen **Rommelsbacher** aus Dinkelsbühl hat seine Sortimentsauswahl an Kaffeemühlen erweitert, um noch weiter auf die Wünsche der Kunden einzugehen.

Das exklusive Highlight der neuen Kaffeemühle EKM 400 ist die eingebaute Antistatik-Funktion. Damit sind endlich die Zeiten von Kaffeepulver-Resten im Behälter vorbei. Dank dem integrierten

Ionengenerator wird die statische Aufladung bei jedem Mahlvorgang neutralisiert. Selbst feinstes Kaffeemehl landet sauber im 130 Gramm fassenden Pulverauffangbehälter. Auch sonst überzeugt

die schicke Kaffeemühle von Rommelsbacher in Funktion, Bedienung, Ausstattung und Verarbeitung.

Gewählt zum
»Produkt des Jahres 2022/23«

Davon wollte sich das Online-Magazin Technikzuhaus.de selbst ein Bild machen und hat das Gerät ausführlich in der Praxis getestet. Das Resultat war mehr als überzeugend, denn die Kaffeemühle EKM 400 wurde auf Anhieb zum »Produkt des Jahres 2022/23« ernannt. Bereits Mitte des Jahres wurde das Gerät mit sehr guten Ergebnissen getestet und als Praxistipp empfohlen.

Mahlgrad in
35 Stufen einstellbar

Für ein optimales Ergebnis ist das Mahlwerk entscheidend. Dafür sorgt bei der EKM 400 das robuste Kegelmahlwerk aus Edelstahl, welches wiederum die aromaschonendste Art zu mahlen garantiert. Ein weiterer, wichtiger Aspekt für ein hervorragendes Geschmackserlebnis von Kaffee ist der passende Mahlgrad für die jeweilige Köstlichkeit. Dieser lässt sich bei der EKM 400 individuell in insgesamt 35 Stufen einstellen: von extra-fein für die einwandfreie Espressozubereitung und fein für Espresso-Kocher/Mokkakannen, über mittel für klassischen Filterkaffee bis hin zu grob, der sich ideal für French Press eignet.

Im Handel ist die Kaffeemühle EKM 400 zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 129,99 Euro erhältlich.



Bild: Steba

Steba VDM 2 Hot & Cold

Angesagter Vegan-Drink-Maker

Der Lebensstil vieler junger Menschen ändert sich immer mehr hin zur veganen Ernährung. Andere wiederum lieben die Abwechslung, möchten aber auch vegane Superfoods in ihren Ernährungsplan mit einbauen. Wiederum andere benötigen ohne großen Aufwand die schnelle Zubereitung von Speisen und Drinks.

Mit dem neuen Vegan-Drink-Maker der Marke Steba können spielend einfach Speisen oder vegane Milchalternativen wie zum Beispiel Hafer- oder Mandel-Drinks selbst zubereitet werden. Aber auch leckere Suppen oder Baby-nahrung kann der VDM 2 Hot & Cold sehr leicht herstellen.

Die zehn Automatikprogramme zeigen alle Möglichkeiten der heißen und kalten Zubereitung von Speisen und Getränken. Das Beste daran: die Bedienung funktioniert ganz intuitiv über den Drehknopf, der dabei alles über das moderne OLED-Display anzeigt.

Komfortable Zeitvorwahl

In dem 600 Milliliter fassenden Behälter aus Borosilikatglas – das übrigens außen mit Kunststoff ummantelt ist – kann man nicht nur große Portionen zubereiten, sondern auch mal einen kleinen veganen Smoothie für unterwegs. Einen zusätzlichen Komfort bietet die Zeitvorwahl von bis zu zwölf Stunden. Zudem sorgt der VDM 2 mit einem doppelwandigen Gehäuse und zwei Sicherheitsmikroschaltern für die optimale Sicherheit in der Küche.



Erkennung der Bodenart • Intelligente Saugkraftanpassung

Smart und leistungsstark wie nie

Mit dem X-Force Flex 15.60 bietet **Rowenta** seinen stärksten Akkusauger für die Haushalte und sorgt für perfekte Saugergebnisse. Neben satten 230 Air Watts Saugleistung und einer Laufzeit von bis zu 80 Minuten wartet der stylische Handstaubsauger im schwarz-kupfernen Look mit smarten Funktionen auf.

Mehrgeräte-Akku-System »Power for all alliance«

Neue Akku-Generation von Bosch

Als Teil der »Power for all alliance« ist der Akku im neuen kabellosen **Bosch Unlimited Gen2 Serie 8** mit vielen weiteren Geräten von Bosch und anderen Marken wie Gardena, Wagner oder Rapid kompatibel. Dieses etablierte Mehrgeräte-Akku-System unterstützt einen nachhaltigen Lebensstil der Verbraucher, indem insgesamt weniger Akkus zum Einsatz kommen.

In den ersten Verkaufsjahren der kabellosen Haushalts-Handstaubsauger waren die Akkus die Schwachstelle der Geräte. Schnell waren sie erschöpft und häufig lag die Saugleistung nach einem Jahr bereits so niedrig, dass das Saugen mit diesen Geräten keinen Spaß machte.

Heute sind die Akkus die Stärke der kabellosen Staubsauger im Haushalt. So bietet Bosch mit seinem neuen Unlimited Gen2 Serie 8 die ideale Lösung, denn die neuen 18 Volt-Akkus aus der »Power for all alliance« liefern mehr Leistung bei verbesserter Energieeffizienz und gleichzeitig verlängerter Lebensdauer.

Und weil doppelt nicht nur besser, sondern auch länger hält, kann jedes Gerät mit zwei Akkus und einem Schnellladegerät ausgestattet werden. So ist es möglich, jeweils einen Akku in kurzer Zeit zu laden, während der andere in Betrieb ist.

Ob Teppich, Parkett oder Fliesen – der neue Bosch-Sauger erzielt auf allen Böden Reinigungsergebnisse, die sich sehen

lassen können. Mit Akku, Motor und elektrischer Bodendüse hat Bosch gleich drei Schlüsselkomponenten von Grund auf neu entwickelt.

Der integrierte Bosch BLDC Motor mit zehn Jahren Motorgarantie überzeugt durch geringes Gewicht, hohe Effizienz und lange Lebensdauer. Emissionsfrei und zu 100 Prozent »made in Germany« ist er das Herzstück eines Hochleistungs-



»Power for all alliance«
Ein Akkusystem, das für viele Geräte verwendet werden kann.

Der Rowenta 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. Über das digitale Farbdisplay lassen sich vier verschiedene Saugmodi einstellen.

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.

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

Für die Extraportion Flexibilität verfügt der X-Force Flex 15.60 über das bewährte Rowenta Flex-Gelenk, um selbst an schwer zu erreichende Stellen wie unter dem Tisch oder auf dem Schrank zu gelangen. Dank der LED-Beleuchtung am Saugkopf sieht man auch verborgene Verschmutzungen zu jeder Tageszeit.

systems, das auf Augenhöhe mit kabelgebundenen Produkten saugt.

Die elektrische Hochleistungsdüse wurde speziell für den Unlimited Gen2 entwickelt und ist für alle Bodenbeläge geeignet. Durch ihre 180 Grad Rotation ist sie noch flexibler und optimiert das Saugergebnis. Dank integrierter LED-Bodenleuchten macht sie Schmutzablagerungen auch in dunklen Ecken oder unter Möbeln sichtbar und durch die kombinierte Power von Motor und Düse kann der Unlimited Gen2 Serie 8 mehr als 99,9 Prozent des Staubs aufnehmen.

Bosch Unlimited Gen2 Serie 8

- Neue Generation der 18 Volt-Akkus: Hochleistungsbatterien für 33 Prozent mehr Leistung bei verbesserter Energieeffizienz und längerer Lebensdauer.
- Original Bosch BLDC Motor vereint geringes Gewicht, hohe Effizienz und lange Lebensdauer. Emissionsfrei und zu 100 Prozent »made in Germany«.
- Neue elektrische Bodendüse mit mehr Leistung für alle Bodenbeläge und inklusive LED-Licht.
- Auto-Modus für automatische Saugkraftregulierung – angepasst an den jeweiligen Bodenbelag.
- Leistungsstarke Mini-Düse.
- Schnellladegerät inklusive Zweitakku der neuen Generation für unbegrenzte Laufzeit.



LG Cord Zero
Komprimiert den Staub
für mehr Volumen.

Smartes Saugen und Wischen

Neuer Akkusauger »CordZero« von LG Electronics ist jetzt lieferbar

Der kabellose Akku-Staubsauger »CordZero« von **LG Electronics** ist ab sofort auf dem deutschen Markt erhältlich. Dank zwei Dual Power Pack Akkus bietet der Staubsauger bis zu 80 Minuten zuverlässige Leistung, um auch größere Wohnungen und Häuser in einem Rutsch komplett von Staub und Schmutz zu befreien. Der LG Cord Zero kommt in vier Ausführungen mit unterschiedlichen Designs und verschiedenem Zubehör.

Der All-in-One Tower besticht durch modernes, zurückhaltendes Design, das sich entweder an der Wand stehend oder als Mini-Aufsteller perfekt in jedes Wohnambiente einfügt. Er dient als ordentliche und platzsparende Aufbewahrungslösung für den Staubsauger, die Düsen und das Zubehör – einschließlich des 2-in-1-Kombiausatzes, der Fugendüse und der Moppdüse.

Darüber hinaus lädt und verstaut die Vorrichtung einen zusätzlichen Akku für den Staubsauger. Diese Dual Power Pack-Ladestation sorgt dafür, dass der Cord Zero jederzeit genutzt werden kann, ohne sich Sorgen um einen nicht aufgeladenen Akku machen zu müssen.

Für mehr Zeitersparnis und Hygiene beim Putzen ist eine automatische Entleerung des Schmutzauffangbehälters möglich. Der Inhalt des Staubbehälters kann direkt in die Ladestation gesaugt und in einem angeschlossenen Staubbeutel gesammelt werden, sobald der Staubsauger an die Station angedockt ist. Oder der Konsument stellt ein, dass dies erst manuell auf Knopfdruck passiert. Auf jeden Fall wird durch die Absaugung verhindert, dass kleinste Partikel wieder in die Raumluft gelangen, und die Staubbelastung wird auf ein Minimum reduziert.

Der All-in-One Tower ist außerdem mit einer eingebauten UVC-LED-Lichtquelle ausgestattet, die den Staubbeutel für zwei

Stunden bestrahlt und somit verhindert, dass sich im Inneren Bakterien vermehren. Dies sorgt für extra viel Hygiene und eine unbedenkliche Lagerung des Towers überall im Haus.

Ein besonderer Wischaufsatz perfektioniert die Bodenpflege, indem das Gerät gleichzeitig saugt und direkt dahinter mithilfe der rotierenden Wischblätter feucht wischt. Die Wasserversorgung ist manuell einstellbar, sodass sich diese an den jeweiligen Bodenbelag anpassen lässt.

Eine weitere herausragende Funktion des Cord Zero ist der Staubkompressor, der durch das Betätigen eines Kompressorhebels dafür sorgt, dass 2,4-mal mehr Inhalt in den Staubbehälter gepresst werden kann. Außerdem können die Filter einfach und hygienisch entnommen und gereinigt werden. Auf diesem Wege bleibt die starke Saugkraft stets erhalten.

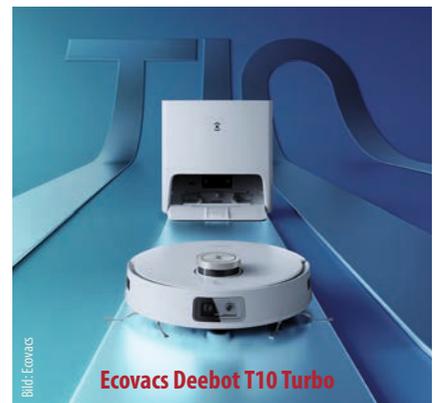


All-in-One Tower
Lade- und Absaugstation
sowie Aufbewahrungslösung
für Zubehör.

Leistungsstarker Saug- und Wischroboter von Ecovacs

Der neue **Deebot T10 Turbo** übernimmt die gesamte Bodenreinigung. Der leistungsstarke Saug- und Wischroboter ist das neue Top-Modell von Ecovacs. Er verfügt über eine kompakte Reinigungsstation, die sauberes und schmutziges Wasser trennt und so ein hygienisches und geruchsloses Ergebnis liefert.

In der Reinigungsstation werden zudem die zwei Wischmopps des Ozmo Turbo Rotationswischsystem gereinigt, dann heiß getrocknet und für die Wiederverwendung vorbereitet. So beugt der Roboter Verunreinigungen, unangenehmen Gerüchen und der Ausbreitung von Bakterien vor. Der 4-Liter-Tank fasst genug sauberes Wasser, um eine Fläche von 400 Quadratmeter zu wischen.



Mit »YIKO«, dem branchenweit ersten integrierten interaktiven Assistenten in natürlicher Sprache, können Benutzer den Deebot T10 Turbo mit ihrer Stimme aktivieren, steuern und mit dem Roboter interagieren. Diese von Ecovacs entwickelte Technologie zur Verarbeitung natürlicher Sprache nimmt sprachliche Befehle entgegen und führt sie aus – ganz ohne ein Smart Device eines Drittanbieters. Über die drei gut platzierten Mikrofone können die Benutzer das Gerät ganz einfach aktivieren, indem sie »OK YIKO« sagen.

Die weiterentwickelte AIVI 3.0 KI-Technologie sorgt modellübergreifend mit dem leistungsstärkeren Horizon Sunrise 3-Prozessor eine 16-mal leistungsfähigere integrierte KI als noch bei den Vorgängermodellen. Die Geschwindigkeit der Einzelbild-Erkennung erfolgt sogar 20-fach schneller. Die verbesserte künstliche Intelligenz kann bis zu 18 Arten von Hindernissen, Möbeln und Bodenmaterialien bestimmen. Außerdem verfügt das Modell als Teil der Deebot T10 Familie über ein Zertifikat des TÜV Rheinland für Datenschutz und Sicherheit im Bereich Software und Hardware.

Miele ist erneut Testsieger

Bei der Stiftung Warentest stehen Miele-Waschmaschinen zum fünften Mal in Folge auf dem Siegerpodest ganz oben. In der Oktober-Ausgabe der Zeitschrift »test« erhalten die WCI 870 WPS und die WWE 360 WPS Green Performance die Gesamtnote »gut« (1,6) und überzeugen über einen Zeitraum von zehn Jahren mit niedrigen Betriebskosten. Insgesamt bewertete das Verbrauchermagazin 14 Frontlader mit Beladungsmengen von acht und neun Kilogramm.



Bild: Miele

Gute StiWa Bewertung für Samsung

Gleich zwei freistehende Kühl-Gefrierkombinationen aus der Samsung Bespoke-Reihe konnten Stiftung Warentest im Vergleich von zehn getesteten Geräten überzeugen. Sie erreichen die beiden besten Gesamturteile mit den Noten 1,4 (Modell RL38A776ASR/EG) und 1,5 (Modell RB38A7B6AS9/EG). Außerdem erreicht der Wärmepumpentrockner DV8GA6225LH/S2 von Samsung Platz zwei im Test mit der Gesamtnote 2,0 »gut«.



Bild: Samsung

Bauknecht überzeugt als sparsames Gesamtpaket

Ein Bauknecht-Gerät wurde von der Stiftung Warentest im Oktober getestet. Als besonderen Preistipp heben die Redakteure die Waschmaschine B8 W846WB DE mit dem Gesamturteil »gut« (2,1) hervor, denn »die günstigste Kombination aus niedrigem Kaufpreis, geringen Betriebskosten und guten Testergebnissen« konnte die StiWa-Tester überzeugen. Somit weist das Bauknecht Modell die insgesamt niedrigsten Gesamtkosten im Langzeitbetrieb auf.



Bild: Bauknecht

Luftreiniger von Light Air Technologie prämiert

Die Luftreiniger von Light Air mit Ion Flow- und Cell Flow-Technologie wurden vom German Business Award 2002 als bester Anbieter von nachhaltigen Luftreinigungslösungen für die Region DACH ausgezeichnet. Light Air Luftreiniger sind effizient im Energieverbrauch, benötigen weniger Filterwechsel und sind leiser als konkurrierende Lösungen. Zudem können die Luftreiniger miteinander kombiniert werden.



Bild: Light Air

Constructa Waschmaschine ist günstigste Testsiegerin

Das Verbrauchermagazin der Stiftung Warentest prüfte in Heft 10/2022 die Waschmaschine CWF14UT0 von Constructa energy. »Gleich sieben von 14 Geräten teilen sich den Testsieg, das günstigste für 550 Euro« Mit diesem Intro beschreibt die Redaktion bereits im ersten Satz das zufriedenstellende Ergebnis und die Besonderheit des Constructa Gerätes, denn sie zählt zu den Testsiegern (»gut«, Note 1,6) und punktet zugleich mit ihrem kleinen Preis.



Bild: Constructa



Shaving- und Styling-Studie von Braun

Was ist Männern beim Rasieren wirklich wichtig?

Wo, warum, womit und wie oft rasiert, trimmt oder stylt sich »Mann« heute? **Braun** hat die Männer selbst befragt – und aussagekräftige Antworten bekommen. So bestätigt die Umfrage, was sich beim ersten Blick in viele Männergesichter zeigt: Bart ist »in«. Mit 73 Prozent ist derzeit ein Großteil der Männer Bartträger. Und auch Body Grooming ist nicht mehr nur ein Hipster-Trend – für gut 60 Prozent der Männer gehört die Körperhaarentfernung zum regelmäßigen Pflegeritual dazu. Diese und weitere Erkenntnisse liefert die aktuelle Studie von Braun, die Rasur- und Styling-Insights der Männer beleuchtet.

Um den aktuellen Trends in Sachen Rasur, Bartstyle und Körperhaarentfernung auf den Grund zu gehen, hat Braun mit dem Marktforschungsinstitut Appinio eine Studie mit 1.001 Männern im Alter von 18 bis 35 Jahren durchgeführt.

Einstimmigkeit herrscht laut der Studie bei der Frage, worauf Männer am meisten bei ihren elektrischen Haarentfernungstools achten: Qualität (90,6 %), Hautschonung (88,8 %) und Langlebigkeit (88,2 %) spielen für Männer die absolute Hauptrolle, wenn es um Produkte für Rasur und Styling geht. Perfekt auf diese Wünsche abgestimmt finden sich im Sortiment der Traditionsmarke Braun hochwertige Rasierer, Trimmer und Body-Groomer. Die Tools von Braun bieten volle Kontrolle, Präzision und Effizienz für die unterschiedlichen Bedürfnisse bei der Haarentfernung – auch an den sensiblen Körperstellen.

Die Mehrheit der Männer (57 % der Befragten) betrachtet den individuellen Bart- und Grooming-Style als Ausdruck ihrer Persönlichkeit. Inspiration für ihren Look holen sich Männer in ihrem sozialen Umfeld oder bei Influencern/Content Creators, Sportlern und Celebrities auf YouTube oder Instagram. Knapp 70 Prozent der Studienteilnehmer variieren und

verändern ihren Bart-Style auch mal nach Lust und Laune – ein Drittel von ihnen (34 %) interessiert sich für die neuesten Bart-Trends. Gelegentliches Trendspotting gehört also inzwischen genauso zum Männeralltag wie regelmäßiges Grooming. Denn rund die Hälfte der Männer (49 %) rasieren, trimmen, groomen und stylen ohne speziellen Anlass, einfach als Teil ihrer Bad-Routine. Wenn es romantisch wird, greifen die Männer jedoch gerne noch mal extra zum Rasierer: Ein Date ist für ein Drittel der Befragten (31 %) ein Grund für eine besonders ausgedehnte Body Grooming Session oder zumindest für eine frische Rasur.

Body Grooming ist für die meisten Männer ein Muss: Neben dem Bart rücken mehr als 60 Prozent der Befragten der Körperbehaarung unter den Achseln und im Intimbereich zu Leibe und rasieren diese Bereiche glatt oder stutzen die Haare dort. Die Mehrheit macht dies regelmäßig einmal pro Woche oder sogar öfter. Mit leichtem Abstand folgt der Brustbereich, hier groomen durchschnittlich 40 Prozent. Die Beine hingegen dürfen nach Ansicht der meisten Männer gerne behaart bleiben: Weniger als ein Fünftel der Befragten (rund 18 %) rasiert sich dort.

Styling-Insights: Welches Tool optimal passt

Zwei Drittel der befragten Männer (67 %) besitzen zwei oder mehr Geräte für ihre Rasier- und Stylingbedürfnisse und nutzen davon in der Regel eins für das Gesicht und ein weiteres für den Körper. Ein Viertel der Männer (26 %) nutzt lediglich ein Gerät für Bart- und Körperhaare. Eine Übersicht über die unterschiedlichen Braun Tools zeigt, dass es für jeden Mann den perfekten Match unter den Geräten gibt:

- Der Body-Groomer von Braun wurde speziell für die Entfernung von Körperhaaren entwickelt – auch an sensiblen Stellen. Für einen Großteil der Männer (82 %) ist es wichtig, dass sie ihr Tool flexibel an verschiedenen Körperstellen einsetzen können. Hierfür ist der Body-Groomer perfekt geeignet.



- »Ein Tool für alle Fälle«: Rund ein Drittel (32 %) der befragten Männer bevorzugt einen 3-Tage-Bart und mag es auch am Körper haarfrei und getrimmt – je nach Körperbereich. Für sie bieten die Braun Multi-Grooming-Kits ein scharfes, schnelles und effizientes Rasur- und Styling-Erlebnis von Kopf bis Fuß.

- Mit dem Barttrimmer von Braun gelingt flexibel und präzise jeder Bart-Look – egal ob der Bart geschnitten, konturiert oder definiert werden soll. Hundertprozentige Kontrolle für die mehr als 70 Prozent der Männer, die einen Bart tragen.

- Für die Männer, die ein Gerät für Gesicht und Körper benutzen – immerhin sind dies rund ein Viertel der Befragten (26 %) – eignet sich der Series X, das All-in-one-Hybridgerät von Braun. Geformt und gestutzt, natürlich und locker oder alles dazwischen: Trimmen, Stylen und Rasieren gelingt hiermit einfach und zugleich effizient.



Xiaomi stellt kompakten Luftreiniger vor

Klein und kompakt, zugleich richtig leistungsstark, energieeffizient und leise: Der neue Xiaomi Smart Air Purifier 4 Compact überzeugt gleich mehrfach – mit seinen platzsparenden Maßen, seinem smarten Design und insbesondere seinen überragenden inneren Werten.

So fängt der neue Luftreiniger dank der 3-in-1-Filterung Partikel bis zu einer Größe von 0,3 Mikrometern ab, sorgt für eine gründliche Reinigung und beseitigt die üblichen Luftschadstoffe in Innenräumen. Pollen, Tierhaaren und anderen Allergenen lässt er keine Chance. Er ist ideal für den Einsatz im Büro, im Homeoffice und im Wohnraum zuhause – geeignet für Grundflächen von 16 bis 27 Quadratmeter.



Smart ist auch die Echtzeitüberwachung der Luftqualität für eine verbesserte Reinigung auf Grundlage von Qualitätsdaten zur Raumluft, die durch eine vierfarbige Anzeige präsentiert werden. Intelligent und intuitiv steuerbar ist das kompakte, weiße Gerät über die zentrale Xiaomi Home App: Mit dieser können nicht nur weitere Xiaomi-Geräte gesteuert, sondern auch komplexe smarte Szenarien erstellt werden.

Entsprechende weitere Xiaomi-Geräte vorausgesetzt, kann sich der neue Luftreiniger zum Beispiel automatisch einschalten, wenn die Fenster geschlossen sind und sich Personen im Raum befinden. Zusätzlich ist der Smart Air Purifier 4 Compact für eine komfortable Sprachsteuerung auch kompatibel mit Amazon Alexa und Google Assistant.

Wie die drei weiteren Modelle des Luftreiniger-Newcomers Xiaomi wurde auch dieser vom TÜV Rheinland zertifiziert. Die innovative Series ist nach TÜV Rheinland 2 PFG 2753/02.21-Standard in Bezug auf die Filtereffizienz, die Reinigungsrate von Allergenen in Innenräumen und die Bewertung der Innenraumumgebung getestet und bestätigt worden.



Beurer Luftreiniger LR 400

Vom ETM Testmagazin geprüft und für »sehr gut« befunden

Der Mensch zieht etwa sechs bis zehn Liter Luft pro Minute durch Mund und Nase und stößt sie anschließend wieder aus. In geschlossenen Räumen – in denen wir den Großteil des Tages verbringen – ist die Konzentration von Luftschadstoffen oft zwei- bis fünfmal höher als in der Außenluft. Umso wichtiger, genau an diesen Orten auf gesunde und reine Raumluft zu achten.

Die Luftreiniger von Beurer können dafür Abhilfe schaffen und die Luftqualität in Innenräumen verbessern – damit nicht nur Allergiker wieder beruhigt durchatmen können. Der App-gesteuerte Luftreiniger LR 400 wurde nun im Online-Einzeltest vom ETM Testmagazin geprüft und mit dem Testurteil »sehr gut« ausgezeichnet.

Der LR 400 entfernt Hausstaub, Tierhaare, Gerüche, Pollen, schädliche Gase sowie diverse Bakterien und Viren zuverlässig aus der Luft und sorgt somit für ein sauberes und reines Raumklima – zu Hause oder im Büro. Das moderne, runde Design des weißen Luftreinigers passt optimal zu jedem Einrichtungsstil.

Im Test punktet das Gerät mit exzellenter Filterleistung durch ein dreischichtiges Filtersystem, wie Vorfilter und Hepa-Filter der Filterklasse H13 zur Filtration von 99,95 Prozent aller Partikel mit einer Größe von $\geq 0,3$ Mikrometern. Der Filter ist außerdem kinderleicht zu wechseln und eine Filterwechselanzeige meldet einen nötigen Filterwechsel nach circa 4320 Arbeitsstunden.

Ebenso wurden die integrierte Aktivkohle zur wirksamen Adsorption von Gasen wie Formaldehyd sowie der Einsatz von UV-Licht für zusätzliche Reinigung hervorgehoben. Mit der intelligenten Automatikfunktion passt der LR 400 die

Reinigungsleistung selbstständig an die Raumluftqualität an. Vier Lüfterstufen, eine Timerfunktion, ein Turbomodus für besonders schnelle Luftreinigung und der Nachtmodus machen den LR 400 zu einem echten Allrounder.

Als besonders praktisch bewerteten die Tester auch den farbigen LED-Indikator, der die Qualität der Raumluft in Echtzeit angibt. Das Gerät arbeitet leise, schnell und effektiv, was sich vor allem für Allergiker positiv auswirkt. Die einfache Bedienung via Touch-Oberfläche ist ein zusätzliches Plus für die Experten des ETM Testmagazins.

Der LR 400 ist für Räume bis 69 Quadratmeter geeignet und App-kompatibel. Laut ETM Testmagazin lassen sich durch die smarten Features mit der »beurer FreshHome« App die Ansprüche der Verbraucher optimal erfüllen. Hierzu zählen zum Beispiel die Erstellung von individuellen Luftreinigungsplänen und die Ausgabe detaillierter Tages-, Wochen-, Monats- und Jahresübersichten der Innenraumluft über die App.

Die ausgezeichnete Filterleistung, verbunden mit modernem Design und einfacher Handhabung dank Touch-Panel und App-Steuerung haben zum Testurteil »sehr gut« geführt. Der Beurer Luftreiniger LR 400 ist zu einer UVP von 349,99 Euro und drei Jahre Garantie verfügbar.

CEMarkt

Business-Portal **electro**

Immer
aufs Beste
informiert

Die Branche im Blick

Tagesaktuelle
Branchen-
meldungen



Newsletter
kostenlos und
bequem per
Mail



Print-
Ausgaben
online
lesen



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



ROWENTA®

X-FORCE FLEX 15.60

ETM TESTMAGAZIN	
ROWENTA XForce Flex 15.60 Animal RH99F1	
SEHR GUT	95,5 %
Einzeltest Akku-Staubsauger 05/2022 www.etm-testmagazin.de	

DER STÄRKSTE
AKKUSAUGER VON ROWENTA



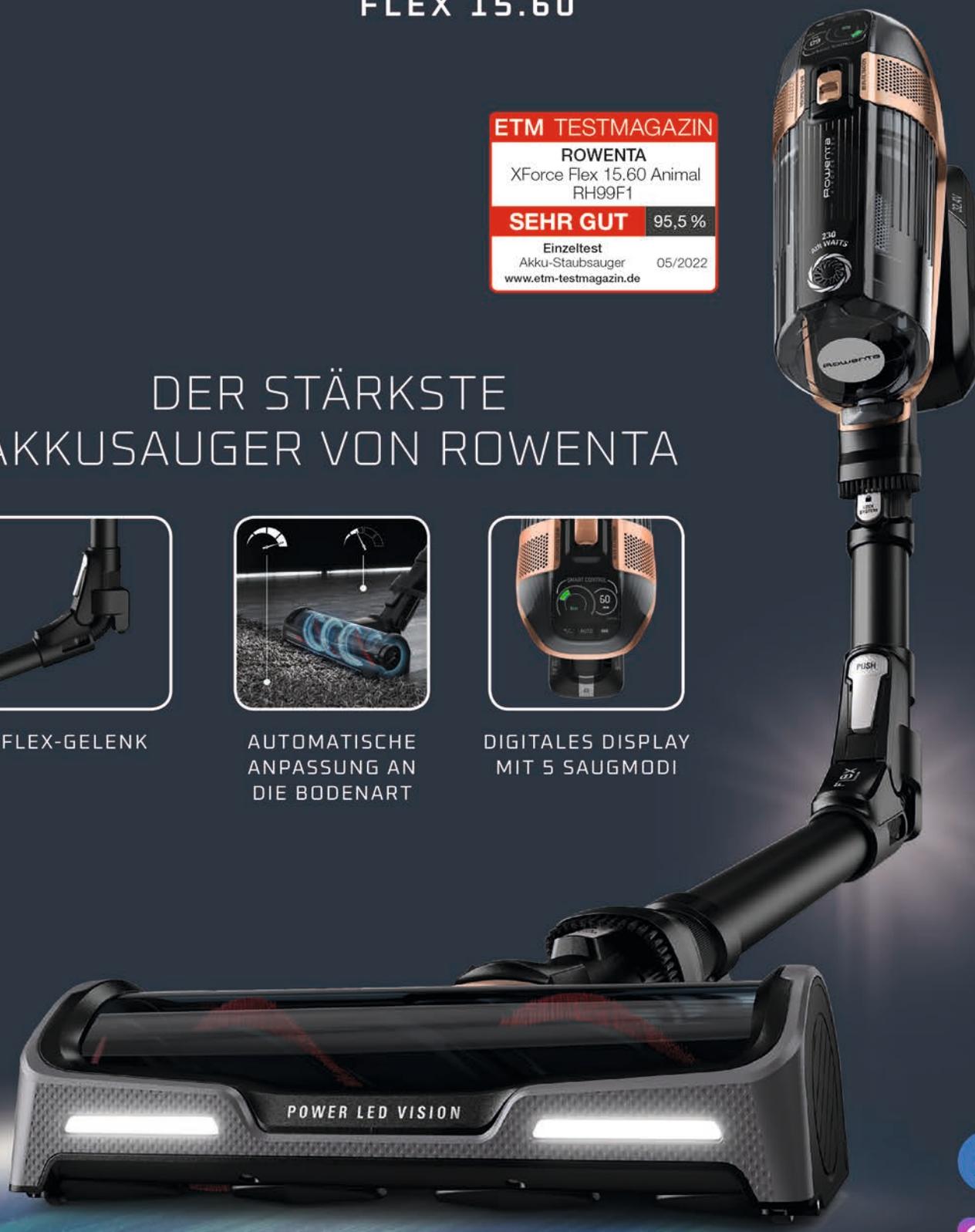
FLEX-GELENK



AUTOMATISCHE
ANPASSUNG AN
DIE BODENART



DIGITALES DISPLAY
MIT 5 SAUGMODI



www.rowenta.de/x-force

