

electro

www.ce-electro.de

Das Business-Magazin der Elektro-Hausgeräte-Branche

Top-Themen

Panasonic stellt neue Brotbackautomaten vor | Seite 7

ZVEI: Konsumenten wünschen sich langlebige Produkte | Seite 8

Hönle: Luftentkeimung mit SteriWhite Air Q | Seite 19



Kaffee Spezial

Aktuelle Geräte rund um die schwarze Bohne

Seite 10 – 16



Prämierte Produkte bei den Elektro-Hausgeräten

Designpreise sind Ritterschläge für jedes Produkt, jede Marke und jeden Designer. Die alljährlich vergebenen Auszeichnungen renommierter und bekannter Awards sind für die prämierten Unternehmen eine Bestätigung ihrer geleisteten Arbeit und geben den Verbrauchern am Point of Sale zusätzlich eine Kauforientierung. Auch die Elektro-Hausgeräte-Branche kann in diesem Jahr wieder viele Gewinnerprodukte vermelden. Einen Querschnitt zeigt diese Übersicht





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

Editorial

Kaffeevollautomaten sind die großen Gewinner im Lockdown

Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle GfK-Erhebung, die Sie auf Seite 10 dieser Ausgabe lesen können. Anstatt das geliebte Heißgetränk im Büro oder in Cafés zu genießen, mussten die deutschen Verbraucher während des Lockdowns ihren Kaffee vermehrt zuhause trinken. Das hat bei vielen Herstellern während der Pandemiezeit zu hohen zweistelligen Zuwachsraten geführt.

Dieses exorbitante Wachstum zählt zu den angenehmen Corona-Begleiterscheinungen. So informierte Euronics Vorstandssprecher **Benedict Kober** zum Auftakt der virtuellen Summer Convention am 22. Juni über eine Umsatzsteigerung der Euronics von Oktober 2020 bis Mai 2021 um satte 9,1 Prozent.

Aber bereits im Mai 2021 musste der Markt im Vergleich zum Vorjahr die ersten Abstriche machen. Bei Euronics ist die Umsatzentwicklung Mai 2020 zu Mai 2021 um 11,9 Prozent eingebrochen. Dennoch hat sich der Monat Mai in diesem Jahr immer noch um 5,7 Prozent gegenüber dem Mai 2019 steigern können.

Die Corona-Lockerungen führen bei den Verbrauchern aktuell dazu, sich nach den endlosen Pandemie-Monaten mit anderen Themen wie Urlaub/Reisen, Kultur/Fitness, Gastronomie/, Treffen mit Freunden etc. zu beschäftigen. In den kommenden Monaten wird das nachgeholt, auf

was lange Zeit verzichtet werden musste. Das prophezeit auch Benedict Kober mit seiner Aussage, dass der Arbeitsaufwand in 2022 deutlich zunehmen wird, um vergleichbare Ergebnisse zu erzielen.

Übrigens: Erstmals seit Beginn der Pandemie nehmen weniger als die Hälfte der deutschen Konsumenten (42 Prozent) Covid-19 als große Bedrohung war. Das hat Auswirkungen auf die Ausgabebereitschaft, wie Daten einer aktuellen GfK eBus-Umfrage sowie des GfK Covid-19 Barometers zeigen. Zwischen geimpften und nicht geimpften Personen gibt es dabei deutliche Unterschiede.

Für den Handel kann die gesteigerte Konjunkturerwartung eine Erholung nach dem Lockdown bedeuten. Doch aktuell gehen nur 18 Prozent der Befragten gerne in stationären Geschäften einkaufen – unabhängig vom bestehenden Impfschutz. Unklare Regeln sind für knapp ein Drittel der Verbraucher ein Hindernis; auch neue Konzepte wie Click & Collect und Click & Meet werden nur von 13 Prozent beziehungsweise 11 Prozent genutzt. Ein Lichtblick für lokale Geschäfte: 48 Prozent der Befragten wollen diese auch in Zukunft durch ihren Einkauf unterstützen.

In diesem Sinne, herzlichst Ihre

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

INHALT

Designpreise Querschnitt Gewinner 2021	2
Editorial & Inhalt & Impressum	3
News Meldungen aus der Branche	4
Kooperationen EK • EP • Euronics • Expert	5
Paypal Angebot wird ausgebaut	6
Panasonic Die neuen Brotbäcker	7
Umfrage Reparierbarkeit von Produkten	8
Rommelsbacher launcht »HeatsBox«	9



GfK Lockdown-Gewinner	10
Krups Siebträgermaschine Virtuoso	11
Kaffee Unold • Gastroback • Beem	12
Jura Heiß oder kalt? • Jura Gastro	13
Kaffee Graef • Kitchen Aid • Durgol	14
Smeg neue KVA • Sage Bambino	15
Kaffee De'Longhi Masterclass	16

Severin Auszeichnungen für Sevo Smart	16
Grillfürst Innovation Grill Control • Miji	17
Personal Care Panasonic • Beurer • Medisana	18
Hönle Luftentkeimung mit SteriWhite Air Q	19



Sponsoring Frauen-Fußball

Euronics kooperiert mit UEFA

Euronics Group, führender Handelsverband für Consumer Electronics im Wirtschaftsraum EMA, wird offizieller Sponsor aller UEFA-Frauen-Fußballwettbewerbe. Damit ist die Euronics Group das neueste Mitglied in der Reihe von globalen Marken, die den Frauenfußball innerhalb der UEFA unterstützen. Zu deren Wettbewerben gehören die UEFA Women's Champions League sowie die Women's EURO 2022 und 2025. Die Euronics Group und ihre Mitgliedsverbände sind außerdem stolze Partner der Kampagne »Together #WePlayStrong«.

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, Fax 0 82 33 - 302 06
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
alexander.zoehler@ce-markt.de

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

AUFLAGE: IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **CE-Markt electro**-Trägermediums **CE-Markt**
Druckauflage 12.000 • tatsächlich verbreitet 11.688
(IVW-Auflagenmeldung 1. Quartal 2021)



gfu

Zum 31. Mai 2021 schied **Kai Hillebrandt**, Panasonic Deutschland, aus dem Aufsichtsrat der gfu Consumer & Home Electronics GmbH aus. Die drei Mitglieder des Aufsichtsrats haben sich konstituiert und **Volker Klodwig** (Bild oben), Executive Vice President Sales BSH Home Appliances, zum Vorsitzenden gewählt. Volker Klodwig ist seit 2018 Mitglied im Aufsichtsrat der gfu. Die Gesellschafter der gfu haben **Mario Vogl** (Bild unten), Vorsitzender der Geschäftsführung der



Beko Grundig Deutschland GmbH, als neues Mitglied in den gfu Aufsichtsrat gewählt.



Beko Grundig

Die Beko Grundig Deutschland GmbH reagiert auf die neuen Marktstrukturen und baut ihren im Januar 2021 neu geschaffenen Bereich Key Account Management Pure Player MDA weiter aus. Seit

dem 1. Juni verstärkt der 39-jährige **Sebastian Seiberth** (Bild) als Key Account Manager Pure Player das Vertriebsteam. Seine Hauptaufgabe wird es sein, die Sichtbarkeit von Haushaltsgroßgeräten der Marken Beko und Grundig im Onlinehandel weiter zu erhöhen und voranzutreiben. Sebastian Seiberth berichtet direkt an **Jürgen Weiskopf**, Head of Key Account Management Pure Player MDA.



Shark Ninja

Seit dem 1. Mai 2021 ist **Thomas Gass** neuer Managing Director für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei **Shark Ninja**. Er wird vom Standort Frankfurt/Main aus den Ausbau der Marken Shark und Ninja

in der DACH-Region weiter vorantreiben. Dazu gehört die Erweiterung der bestehenden Verkaufskanäle, die Erschließung neuer Partnerschaften und die Implementation des Shop-in-Shop Prinzips. Thomas Gass besitzt umfassende und tiefgreifende Kenntnisse im Bereich Consumer Electronics und Telekommunikation.

Bosch

Für die aktuelle Winner Edition hat sich Bosch eine der schnellsten Frauen Deutschlands – **Gina Lückenkemper** – als Markenbotschafterin an Bord geholt. Mit ihren Eigenschafts »leistungsstark und hochmotiviert« passt die deutsche Vizemeisterin im Sprint (2019) perfekt zur aktuellen Vermarktungskampagne. Denn auch die neuen, exklusiven Bosch Waschmaschinen und Wäschetrockner der Serien 4, 6 und 8 sind wahre Kraftpakete: Typischen Sport-Verschmutzungen rücken sie mit ausgereifter Sensorik und exklusiven Zusatzfeatures erfolgreich zu Leibe. Ihre Speedprogramme bewältigen die Wäsche in rekordverdächtiger Zeit.

Graef

Der Haushaltsgerätehersteller **Graef** hat mit seinem großen Social-Media-Wettbewerb herausgefunden, wo es das coolste Homeoffice gibt. Es befindet sich in Eslohe im Sauerland und ist die Heimat von Martina S., die sich im ersten Schritt gegenüber 130 weiteren Einsendungen behaupten und dann noch einmal im Top-3-Voting durchsetzen konnte. Ihr »Homeoffice« wurde von der Graef Community zum Siegerbild gekürt. Sie darf sich nun auf ihr ganz persönliches »Homeoffice-Survival-Kit« im Wert von rund 1.600 Euro freuen. Dazu gehören eine Graef Espressomaschine und Kaffeemühle, ein praktischer Sodastream Wassersprudler, ein Graef Allesschneider, je ein Gutschein für die Etepetete-Foodbox und den beliebten Streamingdienst Netflix sowie ein hochwertiges Jabra-Headset.



Saturn

Unter dem Marken-Motto »Du kannst mehr« präsentiert Saturn pünktlich zum 60. Geburtstag mit einer neuen Brand-Kampagne ein geschärftes Markenprofil. Mit modernster Optik zeigt Saturn, was es heißt, mit Technik mehr erleben, mehr fühlen, mehr entdecken und mehr erreichen zu können. Die Kampagne startete am 1. Juni 2021 und wird in allen Kommunikationskanälen präsent sein.

AMK

Am Samstag, den 25. September 2021 ist wieder »Tag der Küche«. Dann können sich die Besucher über alle Neuheiten der Küchenbranche informieren. Der bundesweite Aktionstag findet auch in diesem Jahr wieder virtuell und per Live-Stream mit mehr als 2000 mitwirkenden Küchenfachgeschäften, Küchenstudios und bei Möbelhändlern mit Küchenfachabteilungen statt.

Online-Umfrage

Elektrogrillen liegt in Deutschland mit 25 Prozent auf Platz 2

Bei einer repräsentativen Online-Umfrage, die YouGov Anfang Mai durchgeführt hat, geben 21 Prozent der befragten Haushalte in Deutschland an, dass in ihrem Haushalt überhaupt nicht gegrillt wird. Deutlich höher ist die Anzahl der Nicht-Griller in Großbritannien. Dort geben vier von zehn (41 Prozent) an, dass in ihrem Haushalt überhaupt nicht gegrillt wird.

Auch in der Häufigkeit des Grillens unterscheiden sich die Nationen. Während es in Deutschland rund fünf Prozent gibt, die angeben mehrmals pro Woche zu grillen, sind es in Großbritannien nur zwei Prozent. Etwa einmal pro Woche grillen in Deutschland 15 Prozent, in Großbritannien weniger als die Hälfte, nämlich sechs Prozent. Ähnlich ist das Verhältnis derjenigen, die angeben mehrmals im Monat zu grillen: In Deutschland 21 Prozent, in Großbritannien 11 Prozent.

Bei der Beliebtheit und Häufigkeit des Grillens gibt es also deutliche Unterschiede zwischen den Nationen. Einigkeit – wenn auch in unterschiedlicher Ausprägung – herrscht bei der bevorzugten Grillart: Gut zwei Drittel (67 Prozent) der Briten setzen hier auf den klassischen Holzkohlegrill. Bei den Deutschen ist es mit 54 Prozent zwar auch noch eine Mehrheit, allerdings nicht so massiv. Mit 36 Prozent steht bei den Briten der Gasgrill auf Platz zwei auf der Beliebtheitskala, der Elektro-Außengrill ist dort mit fünf Prozent deutlich abgeschlagen.

In Deutschland gibt es hingegen ein knappes Kopf-an-Kopf-Rennen um den zweiten Platz: **Der Elektrogrill liegt mit 25 Prozent knapp vor dem Gasgrill mit 24 Prozent.** Eine Exotenrolle spielen in beiden Nationen sogenannte Hochtemperatur-Gasgrills, die das Grillfleisch mit bis zu 800 Grad erhitzen. Nur von einem Prozent der Haushalte in Großbritannien und drei Prozent der Haushalte in Deutschland werden diese Grills als bevorzugte Grillart genannt.

Braun

Konsumenten, die im Handel Beauty-Produkte von Braun kaufen, profitieren nicht nur von glatter Haut, sondern auch von bis zu 50 Euro Cashback. Mit der deutschlandweiten Geld-zurück-Aktion »Test it. Love it!« bietet Braun dem Handel zusätzliche Umsatzsteigerungen mit seinen Premium-Geräten zur Haarentfernung. Die Promotion gilt für die Modelle Silk-expert IPL Pro 5, Silk-épil 9 Flex, Silk-épil 9 und Silk-épil 5. Unterstützt wird sie mit aufmerksamkeitsstarker Instore-Kommunikation und Online-Präsenz. Die Aktion läuft bis zum 31. Juli 2021. Einsendeschluss für Verbraucher ist der 31. August 2021.



EK LIVE

DIE HERBSTMESSE

15.-17. SEPTEMBER 2021
MITTWOCH-FREITAG | 9:00-18:00 UHR

VOR ORT + DIGITAL

EK Servicegroup

Das Beste aus zwei Welten

Die EK LIVE Herbstmesse wird auch in diesem Jahr das Beste aus beiden Welten verbinden – zum einen echtes Messefeeling vor Ort und zum anderen entspanntes Ordern im Netz.

Während die Messeportalen anderswo pandemiebedingt geschlossen bleiben oder vorsichtige erste Gehversuche in Richtung stationäre Messe unternommen werden, kann der Bielefelder Mehrbranchenverband EK Servicegroup auf einen reichen Erfahrungsschatz in puncto »Messe in Corona-Zeiten« zurückgreifen und seinen Besuchern und Ausstellern vom 15. bis 17. September 2021 ein sicheres und unbeschwertes Messeerlebnis in Aussicht stellen.

»Wir haben unsere Herbstmesse bereits im vergangenen Jahr sowohl vor Ort als auch online ausgerichtet und für den physischen Messepart ein weitreichendes Hygiene- und Sicherheitskonzept umgesetzt, das in jeder Hinsicht überzeugen konnte und auch in diesem Herbst Anwendung finden wird«, blickt der EK Messeverantwortliche **Daniel Kullmann**, zufrieden auf das Vorjahr zurück.

euronics

Neueröffnung in Bremen

Euronics Flagship Store

Ab sofort heißt Euronics die Verbraucher in Bremen im vollvernetzten Elektronikfachmarkt der Zukunft herzlich willkommen. Hier kann der Konsument neueste Technikprodukte mit den eigenen Händen ausprobieren, sich persönlich und individuell beraten und zugleich begeistern sowie überraschen lassen.

Der XXL-Markt eröffnete am 18. Juni im Kontor zum Alten Speicher in Bremen-Vegesack. Die moderne Umgebung des neuen Stadtquartiers bietet den idealen Rahmen für den Flagship Store von Euronics, der nach einem innovativen Point of Emotion (PoE)-Konzept aufgebaut ist. Damit hat Euronics den klassischen Fachmarkt weiterentwickelt und eine Erlebniswelt geschaffen, in der die Kunden im Mittelpunkt stehen. Ziel des Ansatzes ist es, Mensch und Technik möglichst nahe der eigenen Lebensrealität zusammenzubringen.

EP:

ElectronicPartner

EP: Fachhändler überzeugen

Beste Kundenberatung

Zum dritten Mal in Folge konnten sich die EP: Fachhändler beim Handelsblatt-Ranking »Beste Kundenberatung« durchsetzen. In der Kategorie »Elektro-Fachmärkte« belegen sie den ersten Platz vor sechs Wettbewerbern. »Gerade jetzt ist diese erneute Auszeichnung durch eine der wichtigsten Wirtschaftszeitungen eine großartige Bestätigung für den Einsatz unserer Mitglieder. Sie zeigt, dass die Beratungsqualität der EP: Markenhändler absolut krisenfest ist«, freut sich Electronic Partner Vorstand **Friedrich Sobol**.

Handelsblatt hat das Forschungsinstitut Service Value beauftragt, eine Verbraucher-Umfrage zu 40 Branchen zu tätigen. Dabei wurde die Qualität der Beratung anhand von zehn Kriterien bewertet – beispielsweise, wie sozialkompetent der jeweilige Berater war. Im Bereich Elektronik überzeugte die Serviceleistung der EP: Fachhändler am meisten. Dieses Ergebnis spiegelt sich auch in der stabilen Umsatzentwicklung von EP: während der ersten fünf Monate des Jahres 2021 wider.



Expert Jakob

Weitere Standort-Übernahme

Das Fachmarktnetz von Expert erhält einen weiteren Zugang: Nach der bereits im April erfolgten Übernahme des Fachmarktes in Eschwege übernimmt Expert Jakob im Rahmen einer Nachfolgeregelung vom selben Unternehmen eines Wettbewerbers ab dem 1. Juli einen Standort in Gotha. »Wir freuen uns sehr, dass Expert Jakob innerhalb kurzer Zeit zwei Standorte übernimmt und so die Expert-Gruppe erweitert wird«, sagt **Dr. Stefan Müller**, Vorstandsvorsitzender der Expert SE. »Dafür möchten wir uns bei Peter und Christian Jakob bedanken und wünschen ihnen weiterhin viel Erfolg mit ihren nun insgesamt acht Fachmärkten.«

Die von Vater und Sohn geführte Unternehmensgruppe Expert Jakob ist seit mehr als 25 Jahren Teil der Expert-Kooperation und in der Region stark verwurzelt. Das Unternehmen selbst feiert in diesem Jahr 75-jähriges Jubiläum und plant den Bau eines neuen Lagerkomplexes mit Büroräumen. So soll den über 200 Mitarbeitern weiterhin ein attraktiver Arbeitsplatz geboten und das Unternehmen für die Zukunft gut aufgestellt werden.

Hygienisch sauber in einem Abwasch.

Der Grundig Geschirrspüler
GNUP4540XB mit
HygieneCare-Technologie.

Sauber ist nicht gleich sauber – eine Spülmaschine muss heutzutage mehr können, als einfach nur zu reinigen. Ob Kindergeschirr, Bürsten und Schwämme oder einfach nur das Bedürfnis nach mehr Hygiene in der Küche: mit HygieneCare wird Ihr Geschirr besonders gründlich gereinigt. Dank höherer Temperatur und einem zusätzlichen Spülgang werden 99,999% aller Bakterien und Viren entfernt. Bestätigt von der renommierten Hochschule Rhein-Waal.

GRUNDIG

Alles beginnt zuhause



grundig.de

Fitness-Check für Online-Shops

Im Online-Handel kommt es – wie im stationären Geschäft – auf viele Faktoren an, um langfristig am Markt bestehen zu bleiben. Die steigende Zahl der Online-Shops hat die Kundenerwartung an ein Online-Einkaufserlebnis verändert. Kunden wollen schnell ihre gewünschten Produkte finden und einen unkomplizierten und leicht verständlichen Bestellprozess durchlaufen – und das von jedem beliebigen Endgerät aus.

Sie besitzen selber einen Online-Shop oder bauen gerade einen auf und benötigen hierfür eine Orientierungshilfe? Im Selbsttest des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel finden Sie heraus, wie fit Ihr Webshop ist und wo noch Optimierungspotential besteht. Beim Fitness-Check für Online-Shops stehen die Kundenbedürfnisse ganz besonders im Vordergrund, denn mit hoher Kundenzufriedenheit kann sich ein Fachhändler auch online vom Wettbewerb differenzieren. Anhand der Fragen im Fitness-Check können Händler selbständig herausfinden, ob ihr Online-Shop den gewünschten Anforderungen entspricht. Insgesamt gibt es sieben Kernbereiche: Aktivierung, Suche, Rechtliche Informationen, Benutzerführung, Bestellung, Kundenbindung und Omnichannel.



Klicken Sie hier auf den Online-Fitness-Check und profitieren Sie von den Tipps.

Hisense

Hisense gehört zu den einflussreichsten chinesischen Marken

Mit der fünften Ausgabe des »Top 50 BrandZ Chinese Global Brand Builders 2021 Report« haben Google und Kantar die 50 weltweit bekanntesten chinesischen Marken näher betrachtet und veröffentlicht. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf chinesischen Marken, die erfolgreich Globalisierungsprozesse in ihr Geschäftsmodell integriert haben. Der technologieorientierte Elektronikkonzern **Hisense** sichert sich zum fünften Mal in Folge einen Platz unter den Top 10 der einflussreichsten chinesischen Marken im globalen Markt. Erstmals wurden die »BrandZ TOP 20 Chinese Brand Stars« im Bericht aufgenommen – auch hier landet das multinationale Unternehmen in den Top 10 und ist in beiden Rankings Gewinner der Hausgerätebranche.

Optionen »Später bezahlen« und »Bezahlung nach 30 Tagen«

Paypal baut sein Angebot aus

Paypal wird in den kommenden Wochen und Monaten mehrere Erweiterungen seines »Später bezahlen«-Angebots in Deutschland ausrollen. Mit zusätzlichen Laufzeiten für Ratenzahlung sowie der neuen Option »Bezahlung nach 30 Tagen« haben Kunden künftig noch mehr Flexibilität beim Bezahlen



Für Händler ergeben sich Chancen auf größere Warenkörbe und eine höhere Konversionsrate – ganz ohne zusätzlichen Aufwand oder Kosten. Mit dem neuen »Später bezahlen«-Button können sie darüber hinaus die Sichtbarkeit dieser Bezahloptionen in ihrem Onlineshop erhöhen.

»Die Kundenansprüche an das Kaufverhalten beim Online-Shopping sind während der Pandemie gestiegen. Kunden erwarten einen reibungslosen und an ihre Bedürfnisse angepassten Kaufvorgang sowie Auswahl und Flexibilität – auch beim Bezahlen«, sagt **Jörg Kablitz**, Managing Director Paypal Deutschland, Österreich und Schweiz. »Eineinhalb Jahre nach dem Start von Paypal Ratenzahlung erweitern wir dieses Produkt um neue Funktionen und ergänzen das bestehende Angebot an Bezahlmöglichkeiten im Paypal-Konto. Unseren Kunden bieten wir damit mehr finanzielle Flexibilität. Für unsere Händler entstehen hierdurch neue Chancen, ihre Kundenzufriedenheit zu erhöhen und Potenziale zu realisieren.«

Für die Laufzeit der Paypal Ratenzahlung können Kunden künftig zwischen drei, sechs, zwölf und 24 Monaten wählen – bislang war nur eine Rückzahlung über einen Zeitraum von zwölf Monaten möglich. Außerdem können Kunden weiterhin jederzeit Sondertilgungen oder eine vorzeitige vollständige Rückzahlung vornehmen, ohne dass hierfür Gebühren anfallen.

Paypal Ratenzahlung steht für Einkäufe zwischen 99 und 5.000 Euro zur Verfügung. Die Option erscheint im Rahmen des Bezahlprozesses im Online-Shop automatisch nach dem Einloggen ins Paypal-

Konto. Wählen Kunden diese Option aus, können sie mit wenigen Klicks einen Antrag auf Ratenzahlung stellen, über den in Echtzeit entschieden wird. Wird der Antrag bewilligt, kann der Kunde direkt den Teilzahlungsvertrag mit Paypal abschließen und den Kauf bestätigen. Der gesamte Prozess funktioniert vollständig online, direkt im Online-Shop. Händler müssen keine gesonderte Integration vornehmen und es fallen lediglich die üblichen Gebühren für den Empfang von Paypal-Zahlungen an.

Beim Online-Shopping zahlen die Deutschen nach wie vor am liebsten per Rechnung. Vorteil: Der Käufer erhält zunächst die Ware und kann diese prüfen, bevor die Zahlung fällig ist. Die neue Option »Bezahlung nach 30 Tagen« können Kunden künftig nach dem Einloggen in ihr Paypal-Konto auswählen und – vorbehaltlich positiver Kreditwürdigkeitsprüfung – den Kauf per Paypal abschließen. Die Bezahlung nach 30 Tagen erfolgt dann automatisch per Lastschriftzug. Der Kunde muss also keine Überweisung mehr tätigen. Der Service ist für Händler und Verbraucher mit keinen zusätzlichen Kosten verbunden. Gegen eine geringe Gebühr können Kunden das Zahlungsziel weiter verlängern.

Händlern können demnächst einen »Später bezahlen«-Button in ihren Online-Shop integrieren. Damit signalisieren sie ihren Kunden die zur Verfügung stehenden Finanzierungsmöglichkeiten und können so die Wahrscheinlichkeit größerer Warenkörbe erhöhen. Per Klick auf den Button gelangen Kunden direkt zu den Bezahl-Optionen im Paypal-Konto.

Weil's selber gemacht einfach besser schmeckt

Die Brotbäcker von Panasonic

Die Deutschen haben während des Lockdowns ihre Liebe zur Brotbäckerei entdeckt. Mit den neuen Brotbackautomaten der Marke **Panasonic** können Alltagsbrote, aber auch kreative süße oder herzhaftere Varianten ganz einfach hergestellt werden

Seit drei Jahrzehnten stellt Panasonic Brotbackautomaten her und auch in der neuen Serie stecken das gesamte Know-how sowie eine ganze Reihe perfekt abgestimmter Funktionen, die dafür sorgen, dass das Brot in der heimischen Küche stets in höchster Qualität gelingt.

Panasonic hat in seinen neuen Modellen SD-YR2550, SD-YR2540 und SD-R2530 nicht nur berücksichtigt, dass sich Dinkelmehl einer wachsenden Beliebtheit erfreut, sondern auch, dass die Zahl der Menschen mit Unverträglichkeiten zunimmt. Entsprechende Spezialprogramme wie »Dinkelbrot« stellen deshalb sicher, dass der Teig nicht überknetet wird und das Brot ein optimales Backergebnis aufweist.

Die neuen Brotbäcker sind zudem mit vier »glutenfreien« Programmen ausgestattet. Damit gelingen glutenfreie Brote, Kuchen, Pizza- und Pastateige, denn das Gerät weiß, wie mit Zutaten ohne Klebereiweiß umzugehen ist. Für Personen mit Glutenunverträglichkeit heißt das: endlich problemlos selber machen und genießen. Mehr noch: Für Zöliakie-Patienten bedeutet ein eigenes Gerät zum Backen ohne Gluten sogar mehr Sicherheit, denn das Risiko von Kreuzkontaminationen sinkt.

Neben der vollautomatischen Brotherstellung können auch ganz bequem und individuell Teige für handgeformte Brote und Brötchen oder Focaccia hergestellt werden, denn die Geräte bieten eine Knettechnik nach handwerklicher Art.

Das Geheimnis liegt in der innovativen Technologie von Panasonic, die die Knettechniken eines handwerklichen Bäckers nachahmt. Der einzigartige Knethaken arbeitet mit den speziell platzierten La-

mellen in der Brotbackform zusammen, um ein schmackhaftes Brot mit optimaler Textur zu garantieren.

Sensoren machen den Unterschied

Optimale Ergebnisse beim Brotbacken hängen von der richtigen Temperatur ab. Deshalb verfügt das Modell YR2550 über zwei integrierte Sensoren, die sowohl die Innen- als auch die Außentemperatur ermitteln und das Programm bei jedem Schritt optimieren. Unabhängig von den Umgebungsbedingungen gelingen somit immer beste Backergebnisse.

Die perfekte Zutatenkontrolle ermöglichen beim Brotbäcker YR2550 der Hefespender wie auch der Rosinen-Nussverteiler. Die beiden Zutatenfächer sind komplett timergesteuert und fügen die Lebensmittel genau zum richtigen Zeitpunkt hinzu – gerade bei Hefeteigen ist dies ein großer Vorteil und ermöglicht auch eine ganz bequeme und vollautomatische Zubereitung über Nacht.

Am einfachsten ist das Backen mit Brotbackmischungen. Hier wird meist lediglich Wasser hinzugefügt und nach etwa zweieinhalb Stunden ist ein leckeres frisches Brot zubereitet. Perfekt auch am Wochenende, wenn sich überraschend Besuch ankündigt. Alleine der köstliche Duft begeistert Familie und Freunde.

Die manuellen Einstellungen sind für süße oder herzhaftere Brote und Kuchen geeignet und helfen bei der Kreativität. Die dafür definierten Knet- und Aufgehzeiten können für eigene Rezepte bequem eingestellt werden, um immer wieder das gleiche perfekte Ergebnis zu erzielen.

Rezepte-Hype im Internet: Glutenfreies Bananenbrot

von Dr. Hazel Wallace

Zutaten für ein Laib Brot

1 TL	Trockenhefe
150 g	glutenfreies Weizenmehl
350 g	glutenfreies Weizenvollkornmehl
2 TL	Puderzucker
25 g	Butter
1 TL	Salz
75 g	getrocknete Bananenchips
75 g	glutenfreies Müsli
360 ml	Wasser

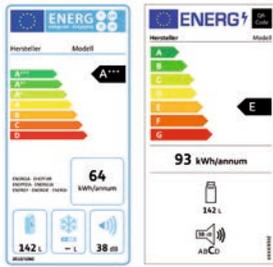
Zubereitung

Alle Zutaten in der angegebenen Reihenfolge in die Backform des Brotbackautomaten geben. Bei Verwendung der Panasonic-Modelle YR2550 und YR2540 kann die Hefe in den Hefeverteiler gegeben werden, damit sie zum passenden Zeitpunkt untergemischt wird.

Das Programm Nr. 10 auswählen – es wurde speziell für »Glutenfreie Brote« konzipiert. Nach Ablauf der Backzeit – etwa 110 Minuten – ertönt ein Signal. Backform herausnehmen und etwas auskühlen lassen. Brot aus der Form stürzen und genießen.



Neues Energielabel für Elektrogeräte kommt



Seit 1. März 2021 gilt für viele Elektrogeräte ein neues Energielabel mit deutlich strengeren Auflagen. Im ersten Schritt sind Haushaltsgeräte wie Waschmaschinen oder Geschirrspüler betroffen.

Neben der grundsätzlichen Abschaffung der Plusklassen und der Rückkehr zur Skala von A bis G ist aber die wichtigste Neuerung die Anpassung und Verschärfung des Bewertungsmaßstabes. Was bisher die Kriterien für A+++ erfüllte, findet sich nun im besten Falle in Klasse B manchmal sogar nur noch in Klasse D wieder.

Das neue Label wird nun sukzessive für alle weiteren Produktgruppen eingeführt. Angesichts der strengeren Vorschriften lassen sich größere Effizienzsteigerungen nur noch durch die Optimierung des Gesamtsystems erzielen. Der Ventilatoren- und Motorenhersteller **ebm-papst** ist Pionier in der EC-Technologie und unterstützt Hersteller bereits in der Entstehungsphase eines neuen Produktes bei der Auswahl und

Verbesserung der eingesetzten Komponenten.



Lesen Sie den ausführlichen Beitrag auf unserer Webseite ce-electro.de.

Neun Schritte zur CE-Kennzeichnung



Nahezu alle elektrischen und elektronischen Produkte benötigen eine CE-Kennzeichnung, bevor sie in der EU verkauft werden dürfen. Mit der Anbringung des CE-Zeichens

auf einem Produkt wird bescheinigt, dass dieses Gerät alle anzuwendenden EU-Vorschriften erfüllt. Die alleinige Verantwortung für die CE-Konformität seiner Produkte hat dabei der Hersteller. **Peter Cossé**, Head of CE-Service beim Bitkom, fasst in neun Schritten zusammen, was hierbei vor, während und nach dem Vertrieb zu beachten ist.



Lesen Sie den ausführlichen Beitrag in unserem Branchenportal.

Aktuelle Umfrage

Konsumenten wünschen sich langlebige Produkte



Verbraucher legen Wert auf die Langlebigkeit von elektronischen Consumer-Produkten. Das ergab eine repräsentative Umfrage des Meinungsforschungsinstituts **Innolink** im Auftrag des **ZVEI**. Die Befragten gaben an, dass sie im Falle eines Kaufs insbesondere auf die Langlebigkeit des Geräts achten würden. Besonders bei Waschmaschinen spielt die Lebensdauer eine große Rolle. Für 64 Prozent der Befragten ist sie sehr wichtig. Bei TV-Geräten und Wasserkochern trifft dies auf rund die Hälfte der Befragten zu

Auch die Reparierfähigkeit spielt eine Rolle beim Neukauf, ihre Bedeutung hängt aber stark von der Art des Gerätes ab: Für 40 Prozent ist beim Kauf einer Waschmaschine wichtig, dass sie einfach zu reparieren ist. Bei Fernsehern ist dies nur für 28 Prozent der Befragten sehr wichtig – damit landet die Reparierfähigkeit bei TV-Geräten auf dem drittletzten Platz von insgesamt zehn abgefragten Kriterien, die im Falle einer Neuanschaffung relevant sein können.

Repariert wurden defekte Geräte der drei abgefragten Produktgruppen laut ZVEI-Umfrage aber nur selten: Jeder Fünfte ließ eine defekte Waschmaschine in Stand setzen oder reparierte diese selbst, bei TV-Geräten haben dies lediglich zehn Prozent getan, bei Wasserkochern nur acht. Geantwortet haben hier jeweils diejenigen, die zuvor angegeben hatten, dass in ihrem Haushalt in den vergangenen zwei Jahren ein entsprechendes Gerät kaputt gegangen war.

Auf eine Reparatur wird aus verschiedenen Gründen verzichtet. Ein wichtiger Aspekt sind die Kosten: So gaben 47 Prozent an, ihr defektes TV-Gerät nicht repariert zu haben, da eine Reparatur aus ihrer Sicht nicht wirtschaftlich war. Bei Wasserkochern waren es 44 Prozent, bei Waschmaschinen 40 Prozent.

Oftmals entschieden sich die Befragten gegen eine Reparatur, da sie ohnehin den Wunsch hatten, ein neues Gerät zu erwerben. Dies trifft der Umfrage zufolge vor allem auf Kleingeräte zu: Ein Viertel der Befragten gab an, eine Reparatur des Wasserkochers aus diesem Grund nicht in Erwägung gezogen zu haben. Bei Waschmaschinen war dies bei 16 Prozent der Fall, bei TV-Geräten bei 14 Prozent.

Ein weiterer Grund, keine Reparatur durchzuführen: Vielen dauert es zu lange, bis das Gerät wieder einsatzbereit ist. Ein irreparabler Defekt ist laut Umfrage im Vergleich eher selten der Grund: Nur rund jeder Zehnte gab an, dass eine Reparatur seines defekten Geräts gewünscht, aber nicht durchführbar war.

Gründe gegen eine Reparatur

- Ein wichtiger Aspekt sind die Kosten: So geben 47 Prozent an, ihr defektes TV-Gerät nicht reparieren zu lassen, da eine Reparatur aus ihrer Sicht nicht wirtschaftlich ist. Bei Wasserkochern sind es 44 Prozent, bei Waschmaschinen 40 Prozent.
- Oftmals entscheiden sich die Befragten gegen eine Reparatur, da sie ohnehin den Wunsch haben, ein neues Gerät zu erwerben. Dies trifft der Umfrage zufolge vor allem auf Elektro-Kleingeräte zu.
- Ein weiterer Grund, keine Reparatur durchzuführen: Vielen dauert es zu lange, bis das Gerät wieder einsatzbereit ist.

Refurbished Trend bei CE

Der Kauf von gebrauchten bzw. wiederaufbereiteten Geräten ist noch ein Nischenthema, insbesondere bei Elektrohaushaltsgeräten. Mit dem steigenden Bewusstsein der Gesellschaft in Sachen Nachhaltigkeit könnte sich dies aber ändern. 42 Prozent der Befragten gaben an, schon einmal ein gebrauchtes Gerät erworben zu haben.

Am häufigsten wurden den Angaben zufolge Smartphones (49 Prozent) und Computer bzw. Notebooks (33 Prozent) gebraucht gekauft. 28 Prozent der Befragten haben schon mal ein gebrauchtes bzw. aufbereitetes TV-Gerät erworben. 13 Prozent gaben an, ein gebrauchtes Hausgerät gekauft zu haben – am häufigsten handelte es sich dabei um die Waschmaschine. Jüngere Verbraucher entscheiden sich deutlich häufiger für gebrauchte und wiederaufbereitete Geräte: 63 Prozent der unter 35-Jährigen haben dies schon getan. Tendenziell kann sich über ein Drittel aller Befragten vorstellen, künftig einmal ein gebrauchtes Gerät zu erwerben.

»HeatsBox«

Rommelsbacher launcht elektrische Lunch Box

Für Verbraucher, die Wert auf eine gesunde Ernährung legen und auch beruflich viel unterwegs sind, ist der aktuelle Trend »Meal Prep« optimal. Am Wochenende wird mit frischen, regionalen und saisonalen Zutaten auf Vorrat gekocht und während der Woche steht schnell ein gesundes, warmes Essen bereit

Genau dafür hat **Rommelsbacher** die neue, elektrisch beheizbare **Lunch Box HB 100 »HeatsBox«** konzipiert. Mit diesem Gerät lässt sich auch auswärts das persönliche Ernährungskonzept fortführen und in Zeiten von geschlossenen Restaurants und Kantinen das eigene Essen mitbringen.

Aber auch für Allergiker, die bestimmte Nahrung nicht essen dürfen oder für Vegetarier/Veganer, die auswärts oftmals mit dem Problem konfrontiert werden, dass viele Speisen für sie nicht geeignet sind, können mit der Rommelsbacher Lunch Box ihren persönlichen Geschmack einfach mitbringen und das Essen vor Ort warm machen.

Die elektrisch beheizbare »HeatsBox« vermittelt bereits auf den ersten Blick, dass es sich um ein exklusives Gerät handelt. Die verarbeiteten Materialien sind hochwertig und das Design in klassisch zeitlosem Schwarz gehalten. Für die garantiert gleichmäßige Erwärmung – von oben wie von unten – sind zwei effektive Flächenheizungen integriert. Dank dieser sanften Erwärmung behalten auch empfindliche Lebensmittel ihre gewünschte Konsistenz.

Zeitgemäß lässt sich die Lunch Box über eine eigens entwickelte App komfortabel bedienen. Damit kann beispielsweise die genaue Wunschtemperatur zwischen 50 und 85 Grad Celsius eingestellt, die Por-

tionsgröße und die gewünschte Zeit der Fertigstellung festgelegt werden. Alles Weitere läuft automatisch ab und lässt sich via Bluetooth überwachen. Die HeatsBox meldet sich, wenn das Essen bereit ist. Und selbst wenn man nicht gleich zum Essen kommt, hält die innovative Lunch Box die Mahlzeit für weitere 30 Minuten warm.

Natürlich ist auch eine manuelle Bedienung möglich. In diesem Fall sind zwar die Vorwahlmöglichkeiten begrenzt, das Ergebnis ist dennoch eine gleichmäßig und köstlich erwärmte Mahlzeit.



Miele



ENTWICKELT FÜR 20 JAHRE GLÄNZENDE ERGEBNISSE. TAG FÜR TAG.¹⁾

QUALITÄT, DIE IHRER ZEIT VORAUS IST

MEHR ENTDECKEN AUF MIELE.DE

1) Während der Entwicklungsphase der Geschirrspülserie G 7000 hat Miele Modelle & Kernkomponenten mit 5600 Spülgängen (= 280 Spülgänge p. a.) in div. Programmen getestet.
Mehr: miele.de/20Jahre

Kaffeevollautomaten sind die Lockdown-Gewinner



Der Kaffeemaschinenmarkt hat sich in den zwölf Monaten seit Beginn der Krise im April 2020 sehr positiv entwickelt und konnte – verglichen mit dem entsprechenden Vorjahreszeitraum – während der Pandemie um 23 Prozent in Wert wachsen

Während des Lockdowns wurde der beliebte Kaffee vermehrt zuhause getrunken. Insbesondere bei Verbrauchern, die einen Großteil ihrer Arbeitszeit im Homeoffice verbrachten, kam der Wunsch nach einer neuen oder vielleicht sogar besseren Kaffeemaschine auf.

Der Kauf einer neuen Kaffeemaschine ist für viele Verbraucher jedoch gar nicht so einfach, denn zunächst müssen sie sich für die Art der Kaffeemaschine entscheiden: Klassischer Filter, bequeme Kapseln oder doch das Rundum-Sorglospaket, also einen Vollautomat? Doch nach welchen Kriterien entscheiden Konsumenten, welche Art von Maschine sie kaufen? Diese Frage ist in Zeiten von stark wachsenden Kategorien besonders relevant.

GfK Consumer Life zeigt, dass sich deutsche Konsumenten im Vergleich zu anderen Ländern besonders durch einen Trend auszeichnen, den man als ‚anspruchsvollen Konsum‘ bezeichnen kann. Das bedeutet, deutsche Verbraucher achten sehr darauf, dass Produkte ihren hohen Ansprüchen genügen; sie machen ungern Kompromisse und kaufen eher weniger Dinge, die aber dafür eine hohe Qualität haben müssen. 22 Prozent der deutschen Konsumenten sind stark von diesem Trend beeinflusst.

Da ist es nicht überraschend, dass sich viele Konsumenten primär im qualitativ hochwertigen Segment der Vollautomaten umsehen: In Summe haben sich 26 Prozent der Käufer in den zwölf Monaten seit Beginn der Krise im April 2020 für einen Vollautomaten entschieden. Ver-



Jessica Gügel



Mathias Friedrichs

»Stärkstes Wachstum bei Händlern, die neben einem Onlineshop auch ein stationäres Geschäft betreiben.«

glichen mit dem Vorjahr entspricht das einem Zuwachs von 28 Prozent allein in diesem Segment. Der wertmäßige Marktanteil von Vollautomaten liegt mit 73 Prozent sogar noch deutlich höher.

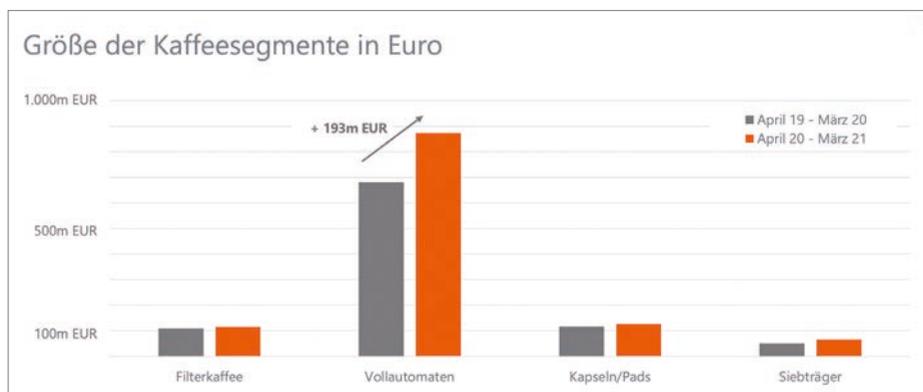
Ganz anders ist die Entwicklung beispielsweise in Frankreich, wo Konsumenten weniger vom Trend zum anspruchsvollen Konsum geleitet werden. Hier ist der Kaffeemaschinenmarkt im gleichen Maß wie in Deutschland gewachsen, es haben sich aber nur acht Prozent der französischen Verbraucher für einen Vollautomaten entschieden. Stattdessen haben Kapselmaschinen mengenmäßig die Nase vorn.

Zurück nach Deutschland. Die GfK Consumer Insights Engine zeigt, dass sich deutsche Konsumenten bei der Kaufentscheidung für einen konkreten Vollautomaten neben dem Preis (kaufentscheidend für 71 Prozent) vor allem an den Features der Maschine (76 Prozent) orientierten. Dabei standen neben einer perfekten Kaffeequalität (69 Prozent), vor allem pragmatische Themen wie eine einfache Handhabung (68 Prozent) und eine problemlose Reinigungsmöglichkeit (61 Prozent) im Vordergrund. Das Aussehen der Maschine war nur für 39 Prozent der Käufer wichtig. Das heißt: Wenn den Verbrauchern der Kaffee schmeckt und die Maschine einfach zu bedienen ist, werden Abstriche beim Design akzeptiert. Allerdings gibt es hier je nach Marke und Preissegment deutliche Unterschiede.

Natürlich hat auch die Covid-19-Krise Auswirkungen auf die Kaufentscheidungen. Nachdem viele Konsumenten mit ihren Partnern und Familien deutlich mehr Zeit zuhause verbringen müssen, ist die Bedeutung des Geräuschlevels der Maschine wichtiger geworden und beeinflusst aktuell bei 27 Prozent die Wahl des Geräts.

Aber nicht nur die Kauftreiber wurden durch die Pandemie verändert, auch die Absatzkanäle haben sich durch den Lockdown gewandelt. Waren Online und Offline Kaufkanäle zu Beginn der Krise im April 2020 noch fast gleich stark vertreten, dominiert zwölf Monate später der Online Kanal mit 63 Prozent gegenüber 33 Prozent im stationären Handel. Davon profitieren aber nicht nur reine Onlinehändler. Konsumenten kaufen nun auch verstärkt bei Click & Mortar Onlinehändlern, also Händlern, die neben ihrem Onlineshop auch stationäre Geschäfte haben. Der Marktanteil der Click & Mortar Onlinehändler stieg von acht Prozent vor der Coronakrise auf 18 Prozent im letzten Jahresdurchschnitt und verzeichnet demnach das stärkste Wachstum.

Es ist davon auszugehen, dass der stationäre Handel nach Aufhebung des Lockdowns wieder stark an Bedeutung gewinnen wird. Ob und wann er aber das Niveau vor der Krise erreichen wird, bleibt offen – jedenfalls nicht über Nacht. Eine sehr große Barriere für die Verbraucher ist dabei die Unklarheit über die aktuell geltenden Regeln: Braucht man für den Einkauf einen negativen Corona-Test? Muss man vorher einen Termin vereinbaren? 29 Prozent der deutschen Verbraucher lassen sich von derartigen Unklarheiten abhalten, stationäre Händler zu besuchen. Aktuell geben dementsprechend nur 18 Prozent der deutschen Verbraucher an, dass sie momentan gerne in Geschäften einkaufen gehen. Aber trotz aller Widrigkeiten beim Einkauf: Dem Kaffee bleiben die Konsumenten wie gesehen treu.



Wachstum bei Kaffeevollautomaten

Deutlich ist der Anstieg in dieser Gerätekategorie mit einem Plus von 193 Millionen Euro sichtbar



Trend Siebträgermaschinen

Kaffeegenuss auf höchstem Niveau

Perfekte Crema dank Siebeinsätzen mit unterschiedlichen Filtern bringen das Barista-Gefühl mit der **Krups Virtuoso** nachhause – egal ob mit gemahlenem Kaffee oder Pad



Der neue Siebträger von Krups kann entweder mit den Easy Serving Espresso Pads (E.S.E.-Pads) oder mit frisch gemahlenem Kaffee bestückt werden. Dadurch sind die Nutzer flexibel und können ihren Genuss an ihre verfügbare Zeit anpassen. Zusätzlich ermöglichen die Siebeinsätze auch die Zubereitung von zwei Tassen Espresso gleichzeitig.

Dank der Double-Serve-Funktion und der schnellen Extraktion können so in weniger als einer Minute zwei perfekte Espresso zubereitet werden. Zusätzlich bleibt die zweite Tasse durch den integrierten Tassenwärmer auch warm, wenn man sie vorrausschauend für sich selbst gekocht hat. Dadurch bleibt mehr Zeit für den Genuss des einzigartigen Geschmacks.

Mit der hochwertigen integrierten Milchaufschäumdüse aus Edelstahl kann jeder Espresso im Handumdrehen in einen feinporigen Milchschaum für einen Cappuccino verwandelt werden. So sorgt die Maschine für abwechslungsreichen Kaffeegenuss auf höchstem Niveau.

Die Krups Virtuoso bereitet mit ihrer modernen Technik und schnellen Extraktion entweder ein oder zwei Tassen Espresso in weniger als einer Minute zu.

Gleichzeitig überzeugt die neue Krups Esspressomaschine Virtuoso durch ihr kompaktes Design. Eine geschmackvolle Kombination aus schwarzen Applikationen und solchen aus Edelstahl ist die Maschine ein moderner Hingucker und findet garantiert in jeder Küche ihren Platz.

Durch das abnehmbare Abtropfgitter gestaltet sich auch die Reinigung sehr einfach, damit der Kaffeegenuss nicht getrübt wird. Im Lieferumfang der Maschine ist ein Dosierlöffel und ein Tamper inbegriffen. Das Gerät ist zum UVP von 219,99 Euro verfügbar.

UNOLD®

KAFFEEAUTOMAT Aroma Star



KAFFEEAUTOMAT Aroma Star

Per Direktbrühsystem liefert der BPA-freie KAFFEEAUTOMAT Aroma Star das Heißgetränk in Top-Form! Die Vorbrühfunktion gibt dem Kaffeepulver das perfekte Aroma, bevor der mehrstrahlige Brühkopf das Wasser mit 92 bis 96°C gleichmäßig verteilt. Die Glaskanne mit Tassen-Skalierung steht auf einer beschichteten Warmhalteplatte. Die gewünschte Tassenmenge wird vorab eingestellt. Leicht bedienbar ist das Gerät über das Touch Control-Panel. Brühtemperatur, Brühzeit und Warmhalte-dauer werden digital angezeigt.

Weitere Pluspunkte: Tropfstopp-Funktion am schwenkbaren Filterhalter und Sicherheitsabschaltung.

Bestell-Nr. 28435



www.unold.de





Bild: Unold

Perfekt für Kaffee-Puristen

Kaffee wie von Hand gefiltert

Der Kaffeeautomat **Aroma Star von Unold** liefert das aromatische Heißgetränk per Touch, als wäre es von Hand aufgegossen. Dafür sorgt die Vorbrühfunktion, durch die der Kaffee sein volles Aroma entfalten kann. Sanft und gleichmäßig benetzt wird es danach vom mehrstrahligen Brühkopf. Dabei hat das Wasser die ideale Temperatur von circa 92 bis 96 Grad Celsius. Ganz bequem lässt sich die Tassenmenge zwischen zwei und zehn Tassen einstellen. Ob für den Kaffeeklatsch oder das Meeting im Büro: Die beschichtete Warmhalteplatte hält den Kaffee bis zu circa 30 Minuten auf angenehmer Trinktemperatur. Für die leichte Bedienung sorgt das Touch Control-Panel des BPA-freien Gerätes. Digital werden Brühtemperatur, Brühzeit und Warmhaltedauer angezeigt.

German Brand Award

Virtueller Messestand von Gastroback überzeugt

Im Rahmen des **German Brand Award 2021** wurde **Gastroback** mit den Auszeichnungen »Winner« und »Special Mention« in der Wettbewerbskategorie »Excellence in Brand Strategy and Creation« und in der Kategorie »Brand Communication – Brand Events, Fairs & Exhibitions« für seinen im vergangenen Jahr gelaunchten, virtuellen Messestand gewürdigt. Die Auszeichnung des virtuellen Messestands ist für Gastroback eine großartige Auszeichnung und Bestätigung dieses neuen innovativen Vertriebskanals. Die Brand Identity von Gastroback findet im professionellen und modernen Design, sowie in der ungewöhnlich detaillierten Bildsprache des Messestands eine stringente Fortsetzung. Sie reflektiert nicht nur die Welt der Gastroback Produkte, sondern lädt Besucher des virtuellen Messestands mit ihren großflächigen Warenträgern und detailgetreuen 3D-Modellen zur weiteren Interaktion ein. Wie harmonisch dieser kommunikative Spagat gelingt, beweist nicht zuletzt das zunehmend positive Feedback, unter anderem auch durch die Auszeichnung mit dem **Plus X Award** für »Innovative Marken Kommunikation« aus dem letzten Jahr.

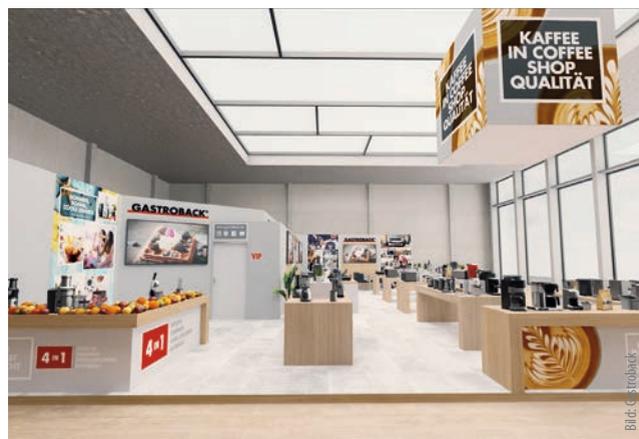


Bild: Gastroback



Bild: beem

»Beste Marke des Jahres 2021« und »Top Küchen Marke 2021«

Beem erhält zwei Auszeichnungen

Im Filterkaffeemaschinen-Sortiment glänzt die Marke **Beem** beim aktuellen **Plus X Award**, denn der Kaffee- und Teespezialist wird als »Beste Marke des Jahres 2021« gekürt. Insbesondere die innovative Filterkaffeemaschine **Thermo 2 go** (Bild) für Single-Haushalte konnte die Jury überzeugen und wurde mit dem Gütesiegel in den Kategorien High Quality, Design und Bedienkomfort prämiert. Das praktische Ein-Tassen-Gerät ist mit Permanentfilter und Isolierbecher ausgestattet und spricht deshalb verstärkt gerade nachhaltige junge Konsumenten an, die bewusst auf Wegwerfbecher verzichten und aktiv etwas für die Umwelt tun wollen. Dank der praktischen Timer-Funktion muss morgens auch keiner auf seinen Kaffee warten und kann gleich mit vollem Becher in den Alltag starten. Außerdem ernannte das Verbrauchermagazin »TESTBILD« den Kaffee- und Teespezialisten in der Kategorie Handhabung zur »Top Küchen Marke 2021«. Beem überzeugt auch hier mit der besonders intuitiven Bedienung der hochwertigen Elektro-Kleingeräte.



Bildmaterial: Jura
Kaffeevollautomat Z10

Heiß oder kalt? Bei Jura eine Frage der Ein- stellung

»Cold Brew Coffee« ist gerade im Sommer eine erfrischende Abwechslung. Die neue Z10 aus dem Hause Jura bereitet auch kalte Kaffeespezialitäten auf Knopfdruck zu. Wer seinen Wissens- und Genusshorizont erweitern möchte, kann sich zu den Online-Seminaren von Jura »Fit for Coffee« anmelden

Wie wäre es mit einem vitalisierenden Cold Brew Tonic oder einem cremigen Cold Brew Latte Macchiato mit fruchtigem Sirup? In der Regel basieren konventionell zubereitete kalte Kaffeegetränke auf heiß gebrühtem und dann abgekühltem Kaffee. Was bisher also von langer Hand geplant werden musste, kann in diesem Sommer spontan auf Knopfdruck zubereitet werden, denn der neue Kaffeevollautomat Jura Z10 beherrscht heiße und kalte Spezialitäten in Perfektion. Das ist einmalig auf dem Kaffeemarkt.

Optimal darauf abgestimmt wurde die Jura Kaffeekektion »World of Coffee« mit 100 Prozent Arabica-Kaffee aus Indien, genauer aus dem Bundesstaat Karnataka, wo er auf einer Höhe von 900 bis 1.200 Metern angebaut wird. Die Bohnen mit dem Prädikat »Mysore Nuggets Extra Bold, AAA« bieten einen intensiven Geschmack mit milden, fruchtigen Noten. Der »World of Coffee« ist schonend bis zu einem mittleren Grad geröstet und entfaltet damit sein typisches Aroma, das mit der neuen Jura Z10 besonders gut zur Geltung kommt.



Von Jura autorisierte Fachhändler sowie das Fachpersonal können ihr Wissen rund um die Premiummarke in den Erlebniseminaren »Fit for Coffee« vertiefen und sich zusätzlich mit den Frühjahrsneuheiten und vor allem mit der Jura Z10 und all ihren Möglichkeiten vertraut machen. Eine kostenfreie Anmeldung ist über das Jura-Partnernetz möglich.

Jura Gastro

Neuer Milchsystemreiniger wird eingeführt

In der professionellen Kaffeeversorgung und insbesondere im Umgang mit Milch ist strengste Hygiene das A und O. Deshalb verfügen Kaffeevollautomaten von Jura Gastro über integrierte Milchsystem-Spül- und Reinigungsprogramme. Ein ideal darauf abgestimmter Milchsystemreiniger sorgt in Leitungen und Aufschäumdüsen für TÜV-zertifizierte Hygiene. Im Zusammenspiel entfernen sie Milchfette und Eiweiße hochwirksam. Die dadurch jederzeit hygienisch sauberen Leitungen garantieren ein luftig zartes und feinporiges Milchschaumergebnis.

Die jüngste Generation des Reinigers basiert nicht mehr auf Flüssigkeit, sondern besteht aus den Mini-Tabs Reinigungstab-letten. Sie sind besonders einfach, schnell und sauber in der Handhabung.



Mini-Tabs mit
praktischem
Dosiersystem
180 Gramm
reichen für 60
Reinigungen



Viva la vita!

Einzigartig von Smeg:
Der Pizzabackofen.

In den Backöfen im Victoria-Design gehört der integrierte Pizzastein zum exklusiven Serienzubehör. Damit gelingt die perfekte Pizza in wenigen Minuten, wie im originalen Steinbackofen. Ein Muss für jeden Italien-Fan!



EINBAUBACKOFEN IM VICTORIA-DESIGN
SFP6925XPZEI

60 cm breit, 10 Beheizungsarten inkl.
Pizza-Funktion und Pyrolyse



**AKTION FÜR ENDKUNDEN
AB DEM 1. JULI 2021:**
Backofen mit Pizza-
Funktion kaufen,
Pizzakochbuch gratis
bekommen.

WWW.SMEG-PIZZABUCH.DE



Ein Familienunternehmen seit 1948

www.smeg.de



#GRAEFSiebträgerEM

Social Media Kampagne zu Kaffee

Nicht nur das Jahr ist ungewöhnlich, auch die EM 2021 ist eine ganz besondere. Denn erstmals in der Fußballgeschichte wird in elf unterschiedlichen Ländern und Stadien auf dem europäischen Kontinent gespielt. Das Familienunternehmen **Graef** nutzt das Spektakel, um die unterschiedlichen Kaffeekulturen aus ganz Europa vorzustellen. Was macht den perfekten Espresso aus? Welcher Kaffee wird in Russland getrunken und welches Land macht Deutschland in Sachen Kaffeekonsum Konkurrenz? Im Rahmen dieser neuen Social-Media-Kampagne werden nicht nur interessante Informationen rund um das Kaffeetrinkverhalten der Europäer präsentiert, sondern auch landestypische Kaffeespezialitäten zum Nachmachen.



Espressogenuss auf ganzer Linie

Kitchen Aid erweitert sein Kaffee-Sortiment

Der amerikanische Küchengerätehersteller nimmt sich der Kunst der Espressoherstellung an und ermöglicht mit der halb-automatischen Espressomaschine innerhalb der Artisan-Serie köstliche Kaffeespezialitäten für Zuhause. Gehalten im typischen Retro-Design und der bewährten Farbpalette, reiht sich die Maschine in die geliebte Reihe der **Kitchen Aid**-Produkte ein. Technisch überzeugt die neue Maschine mit zwei intelligenten Temperatursensoren, die während des Brühvorgangs miteinander kommunizieren und somit einen authentisch schmeckenden Espresso gewährleisten. Damit eine optimale Wärme während des gesamten Extraktionsprozesses aufrechterhalten bleibt, wird die Wassertemperatur sowohl vor als auch nach dem Durchlauf durch den Warmwasserbereiter gemessen.



Neuheit von Durgol

Reinigungs-Tabletten für Kaffeemaschinen

Kaffee ist für viele ein Lebenselixier. Dennoch wird die Pflege der eigenen Kaffeemaschine im Alltag gerne vernachlässigt. Mit jeder Tasse lagern sich Rückstände in Mahlwerk und den Brühgruppen der Maschinen ab – ein echtes Hygiene- und Geschmacks-Desaster, da sich dadurch Bakterien bilden und heimlich in den Kaffee mogeln. **Durgol**, Schweizer Qualitätsmarke für hochwertige Entkalkungs- und Reinigungsmittel, hat dagegen eine praktische Lösung entwickelt: Die Durgol Reinigungs-Tabletten für Kaffeemaschinen aller Typen und Marken sind einfach anzuwenden und garantieren die gründliche Reinigung der Maschine. Erhältlich ist das Produkt ab sofort im Lebensmitteleinzelhandel sowie im Elektrofachhandel.



Bild: Smeg

Neue Smeg Kaffeefullautomaten

Direkt aus dem Mutterland des Espressos

Liebhaber italienischer Kaffeemaschinen erwartet mit den neuen Kaffeefullautomaten der Marke **Smeg** ein handwerklich erstklassiges Brühergebnis

Der italienische Hausgeräte-Hersteller Smeg hat eine neue Gerätelinie mit Kaffeefullautomaten vorgestellt und bereits die Optik setzt neue Maßstäbe. Mit nur 18 Zentimeter Breite machen die neuen Vollautomaten auf der Arbeitsfläche jeder Küche eine außergewöhnlich gute Figur. Das liegt zum einen an der puristisch-matten Oberfläche. Zum anderen wirkt die edle Front aus gebürstetem Aluminium mit ihrer polierten Abschlusskante als Highlight.

Die Bedienelemente sind dezent und besonders ergonomisch oben auf der Maschine angebracht. Stylish präsentiert sich auch die Farbauswahl. Neben Küchenklassikern wie Weiß matt und Schwarz matt setzen die Geräte mit der Farbe Rot ein kräftiges Statement in der Küche und folgen mit der Farbe Taupe dem Trend zu edlen, natürlichen Farben.

Die Basis für ein erstklassiges Brühergebnis legt das Edelstahl-Kegelmahlwerk mit stufenlos einstellbarem Mahlgrad. Das Wasser aus dem 1,4 Liter fassenden Tank erwärmt sich im Thermoblock-Heizsystem und fließt mit 19 Bar Pumpendruck durch die Brüheinheit langsam und gleichmäßig in die Tasse. Dabei lässt sich die Wassermenge für jedes gewählte Getränk anpassen. Dank des höhenverstellbaren Kaffeeauslaufs haben selbst hohe Gläser für Latte Macchiato bequem Platz. Die komplett neu entwickelte Brüheinheit ist zum Reinigen und Warten einfach herausnehmbar.

Espressomaschinen-Range wird erweitert

Sage-Siebträger »the Bambino«

Die kleine Bambino von Sage Appliances ist der ideale Einsteiger-Siebträger, um zu Hause Kaffee in Barista-Qualität zu genießen

Die neue manuelle Espressomaschine Bambino ist durch ihr sensationelles Preis-Leistungs-Verhältnis das perfekte Einsteigermodell für Speciality-Kaffee-Liebhaber, die täglich die vollen Aromen

echter Barista-Qualität im eigenen Zuhause genießen wollen. Wie alle preisgekrönten Espressomaschinen von Sage erfüllt sie die vier Schlüsselkriterien für Third-Wave-Kaffeespezialitäten: ideale Dosierung, präzise Temperaturregelung, optimaler Druck und ausreichend Dampf.



Bild: Sage

Features der Bambino

- geringe Aufheizzeit von nur drei Sekunden
- 54 Millimeter Siebträger
- leistungsstarker Milchaufschäumer Thermo Jet
- kompakte Form und damit optimal für kleine Küchen
- klassisch elegantes Design
- UVP 349,90 Euro

GASTROBACK®

259,99€ UVP

Art.-Nr. 42539



DIE OPTIMALE KOMBINATION AUS GRILLGUT, TEMPERATUR UND ZEIT

189,90€ UVP

Art.-Nr. 42542



STEAK PROGRAMM MIT 4 GARSTUFEN

AUTOMATISCHE ANPASSUNG DER GRILLZEIT AN DIE FLEISCHDICKE



THEMENSPECIAL
GRILLEN



www.gastroback.de



La Specialista Maestro wird im Livestream digital zelebriert

Kaffeespezialist **De'Longhi** präsentierte seine neue Siebträgermaschine La Specialista Maestro unter dem Motto »De'Longhi Masterclass« eindrucksvoll in einem digitalen Workshop, der in vier Module gegliedert war und von der Produktvorstellung über die Bedienung bis hin zu Kaffeekunde, Sensorik und dem Thema Milch alles wichtige rund um Siebträger zum Besten gab.

Im Kaffeemarkt wachsen Siebträgermaschinen derzeit am stärksten, berichtet De'Longhi Brandmanager **Markus Schwichtenberg**, »denn wir befinden uns in der third wave of coffee. Dabei wird Kaffee als Genussmittel in allen Facetten ergründet und erlebt. Kaffeetrinker streben vermehrt nach qualitativ hochwertigem Kaffee, achten auf die Herkunft der Bohnen, das Röstverfahren und nicht zuletzt die bestmögliche Zubereitung.«



De'Longhi Masterclass
Markus Schwichtenberg und Julia Heiser

»Unser gesamtes Know-how steckt in dieser Maschine« ergänzt Product Managerin **Julia Heiser**. »Herausgekommen ist eine Siebträgermaschine für Kaffeegenießer, die ein tiefes Bewusstsein und Wertschätzung für Kaffee entwickelt haben – für die Besonderheiten im Anbau und der Geografie, die Feinheiten der Verarbeitung und die vielfältigen Geschmacksnuancen der Bohnen, die es zu entdecken gilt.«



Gerade im Markt und schon ausgezeichnet

Severin Sevo Smart Control gewinnt zwei Innovations-Preise

Aktuell wurde der neue Premium-Elektrogrill mit dem **Kitchen Innovation Award** sowie dem **German Innovation Award 2021** prämiert. Die beiden Awards bestätigen den erfolgreich eingeschlagenen Weg zur Neupositionierung von **Severin**

Begeisterung bei Severin im Sauerland: Das Modell Sevo Smart Control aus der erfolgreichen eBBQ-Range ist von Verbrauchern zur Markteinführung als »Kitchen Innovation des Jahres 2021« gewählt worden. Überzeugt hat der smarte Elektrogrill durch herausragende Verbraucherorientierung in den Kriterien Bedienkomfort, Funktionalität, Innovation, Produktnutzen und Design. Als Produkt mit der höchsten Gesamtwertung in seiner Kategorie erhielt der Sevo Smart Control zudem den »Golden Award – Best of the Best«.



Christian Strebl

»Insbesondere die Tatsache, dass der Preis vom Verbraucher vergeben wird, hat für uns besondere Relevanz. Der Schritt, den Sevo smart weiterzuentwickeln, kommt beim Verbraucher gut an«, betont Severin Geschäftsführer **Christian Strebl**. »Die App-Steuerung beim Sevo Smart Control hat gleich mehrere Vorteile. Einmal eingerichtet, kann man sich insbesondere bei längeren Garprozessen problemlos vom Grill entfernen, denn man hat die volle Kontrolle immer mobil dabei. Das ist einfach praktisch und zeitgemäß«, so Strebl weiter.

Aber das ist noch nicht alles: Neben dem Kitchen Innovation Award gewinnt der neue Sevo Smart Control GTS direkt nach der Markteinführung sogar noch

einen weiteren Innovationspreis. Das Gerät hat eine Jury unabhängiger, interdisziplinärer Experten und Expertinnen aus Industrie, Wissenschaft, Institutionen und Finanzwirtschaft mit der smarten Grillsteuerung überzeugt und gewinnt den German Innovation Award 2021 in der Kategorie »Excellence in Business to Consumer«.

Christian Strebl freut sich über die Awards: »Bei allem was wir tun stellen wir die Bedürfnisse und Erwartungen der Verbraucher in den Vordergrund. Das Potential der von uns entwickelten, smarten Technik ist noch lange nicht ausgeschöpft. Unsere konsequente Ausrichtung wird durch die aktuellen Auszeichnungen auch in diesem Jahr bestätigt.«



Markengrills werden smart dank Adapter-Technik

Deutschlands größter Grillfachhandel **Grillfürst** revolutioniert mit Weltneuheit die Grillbranche

Auch in der Grillbranche ist smarte Technologie das Trendthema. Mit der Weltneuheit »Grill Control« bringt Grillfürst eine einzigartige Technik heraus und macht damit Markengrills smart, denn der akku-betriebene Adapter ist kompatibel mit den gängigsten Gasgrill-Modellen.

Dafür wird das Device auf den Drehregler aufgesetzt und der dazugehörige Temperaturfühler im Garraum platziert. Die weitere Steuerung erfolgt dann per App: Hier können die Nutzer aus einem der mitgelieferten Presets auswählen und so die verschiedensten Gerichte im Handumdrehen zubereiten. Wer den Temperatur-

verlauf lieber auf individuelle Bedürfnisse anpassen möchte, kann diesen auch manuell einstellen und abspeichern.

Mit der extra langen Akkulaufzeit erleichtert Grill Control insbesondere das beliebte Low- and Slow-Grillen. Egal ob Pulled Pork, Beef Brisket oder Pastrami – über bis zu 20 Stunden hinweg steuert das Device die Temperatur eigenständig.

In der dazugehörigen App haben die Nutzer dabei jederzeit alles im Blick und sehen genau, wann das Grillgut fertig ist. Um gleichzeitig auch dessen Kerntemperatur zu überwachen, kann zusätzlich ein weiterer Temperaturfühler erworben werden. Das Device



kommuniziert permanent via Bluetooth mit der App, welche eine Push-Benachrichtigung sendet, sobald das Grillgut fertig ist.

»Grill Control« ist aktuell für die gängigsten Modelle von Weber, Broil King, Napoleon und Grillfürst erhältlich. Für eine noch konstantere Hitze können zudem bis zu drei weitere Geräte ergänzt werden, um so mehrere Drehknöpfe zeitgleich über die App steuern zu können.



Bildmaterial: Grillfürst

Miji kocht exklusiv und digital Cooking Box – der Star im Livestream

Gesunde Küche liegt im Trend, aber nicht jeder hat die Zeit und das Know-how, gesund zu kochen. Dafür bietet **Miji** mit der **Cookingbox One** das kleinste Kochgerät der Welt, das nicht nur einfach zu handhaben ist, sondern mit dem auch mobil gekocht werden kann, beispielsweise im Büro oder in der Gartenlaube. Alles, was man für diesen handlichen Dampfgarer mit zwei Etagen benötigt, ist Strom und etwas Wasser und natürlich gesunde Zutaten.

Im Livestream zeigte Miji-Chefkoch **Günther Roskopf** – kurz genannt **Günni** – zusammen mit **Michael Eising**, Leiter Vertrieb und Projekte bei Miji

GmbH, wie schnell die Vorbereitung eines vollwertigen Menüs in der Cookingbox One erfolgt.

So wurde ein Tofu-Geschnetzeltes mit Tomaten und Gewürzen in den unteren großen Behälter gegeben. Reis und Gemüse teilten sich die oberen beiden Garschalen. Nun Wasser hinzugeben und einschalten. Das war's. Nach einer guten halben Stunde kann serviert werden und die Portion reicht für ein bis zwei Personen.

Außerdem können in der Cookingbox One auch vorbereitete Speisen im Wasserdampf wunderbar regeneriert werden. Und das Ergebnis kann sich sehen lassen: Im Vergleich zum Aufwärmen in der Mikrowelle, schmecken die Speisen wie frisch gekocht und sogar Knuspriges behält die optimale Konsistenz.

Lesen Sie den ausführlichen Beitrag zum Livestream in unserem Branchenportal.



Bild: Miji



Weniger Kohlenhydrate im Reis durch innovative Low Carb Funktion

vielseitig – für alle gängigen Reissorten, Risotto, Milchreis, Suppe & Dampfgaren
energiesparend & sicher im Betrieb – wärmeisoliertes Cool-Touch Gehäuse
einfach und zuverlässig – perfekte Ergebnisse, automatischer Warmhaltemodus

- 6 Programme für vielseitige Nutzung: Reis, Vollkorn & Risotto, Low Carb, Milchreis, Suppe, Aufwärmen
- herausnehmbarer Innentopf (2 l Fassungsvermögen) mit Antihafbeschichtung
- LED-Display, Anzeige von Programmwahl, Restlaufzeit und Warmhaltedauer
- Edelstahl Reiseinsatz mit Deckel für Low Carb & zum Dämpfen
- Cool-Touch Gehäuse für eine hohe Energieeffizienz
- komfortable Bedienung durch Touch Control Sensoren
- Automatischer Warmhaltemodus



Low Carb Funktion



Produktvideo

Multi Reiskocher & Dampfgarer **Risa**
MRK 500 – 230 V – 500 W

ROMMELSBACHER FREUDE AM KOCHEN



Beurer kooperiert mit Tennisstar Angelique Kerber

Der **Gesundheitsspezialist Beurer** startet eine neue Kooperation, die Produkt-Highlights rund um die Themen Fitness, Trainingseffizienz, Regeneration und Wellbeing in den Fokus rückt. Als eine der weltweit besten Tennisspielerinnen, Grand-Slam-Siegerin der Australian und US Open sowie in Wimbledon und Ikone des deutschen Tennissports unterstützt Profisportlerin **Angelique Kerber** die Zusammenarbeit. Darüber hinaus setzt Beurer auch verschiedene Projekte mit dem Deutschen Tennis Bund (DTB) für den Spitzen- und Breitensport um.

»Angelique Kerber ist das Aushängeschild des Deutschen Tennis Bundes und steht für überaus erfolgreichen Tennissport. Wir freuen uns sehr, sie als Markenbotschafterin gewinnen zu können und sind überzeugt, dass unsere Produkte und Leitlinien perfekt zueinander passen«, sagt Beurer Geschäftsführer **Marco Bühler**.

Das Produktportfolio des Ulmer Familienunternehmens bietet für jedermann passende Trainingsbegleiter oder Entspannungshelfer an – ob Profi-, Nachwuchs- oder Freizeitsportler. »Genau diese Sortimentsbreite mit insgesamt mehr als 500 Produkten ist unsere Stärke und macht Beurer als weltweit erfolgreiche Marke aus«, ergänzt **Kerstin Glanzer**, Marketingleiterin bei Beurer.



Kooperation Marco Bühler, Kerstin Glanzer, Angelique Kerber und Dietloff von Arnim (v.l.n.r.)

Wie wichtig ein vielseitiges Workout ist, weiß auch **Angelique Kerber**. »Als Profisportlerin ist für mich der ganzheitliche Ansatz bei meiner Trainingsplanung wichtig – neben den Trainingseinheiten auf dem Platz, ist auch eine punktgenaue Regeneration mit dem richtigen Equipment ein essenzieller Baustein.«

Weiterhin setzt Beurer im Rahmen der Kooperation Projekte mit dem Deutschen Tennis Bund um – mit rund 1,4 Mio. Mitgliedern der weltweit größte Tennisverband und drittgrößter Sportfachverband in Deutschland.

Panasonic 6-in-1 Epilierer ES-EL8C in Mintgrün-Weiß

Spa-Erlebnis für glatte Beine

Gerade im Sommer, wenn die Röcke, Kleider und Hosen wieder kürzer getragen werden, gehören glatt rasierete Beine für viele Konsumenten zu einem gepflegten Auftritt. Der neue **Panasonic 6-in-1 Epilierer** macht das Badezimmer zum Beauty-Spa und bietet alles, was man für die Rundum-Pflege zu Hause braucht

Sechs verschiedene Aufsätze und Funktionen sorgen für gepflegte Haut bis in die Zehenspitzen. Neben einem Epilieraufsatz für Arme und Beine, Skin Protector Aufsatz, Epilieraufsatz für Achseln & Bikinizone, Rasieraufsatz sowie Kammaufsatz zum Trimmen ist beim ES-EL8C auch ein Körperbürstenaufsatz für die ideale Pflege in den eigenen vier Wänden dabei.

Dank der patentierten Nass-Trocken-Technologie kann das Beauty-Programm für verführerisch glatte Haut auch entspannt in der Badewanne oder Dusche stattfinden. Durch das zweifache Epilierkopfsystem mit 60 Pinzetten ist die Enthaarung zeitsparend. Obendrein ermög-



licht der superflexible und um 90 Grad bewegliche Schwingkopf eine besonders gründliche Epilation.

Die LED Anzeige zeigt drei Geschwindigkeitsstufen mit Soft-Modus für sensible Stellen und den Power-Modus für besonders effiziente Epilation.

Auszeichnungen für Medisana

Auf German Brand Award folgt Plus X Award



Auch in diesem Jahr kann sich Medisana über die Auszeichnung für exzellente Markenführung freuen: Das Unternehmen aus Neuss ist ein weiteres Mal mit dem German Brand Award prämiert worden – ein Preis, der Markenerfolge sichtbar macht. Bereits zum vierten Mal in Folge konnte Medisana die unabhängige Fachjury, bestehend aus einem hochkarätigen Expertengremium, von seiner Innovationsstärke und der herausragenden Markenarbeit überzeugen. Die begehrte Auszeichnung

German Brand Award 2021 erhielt das Unternehmen als Gewinner der Kategorie »Excellent Brands / Health & Pharmaceuticals«, bei der die besten Produkt- und Unternehmensmarken einer Branche gekürt werden.

»Wir sind überzeugt, dass starke Marken gerade in Krisenzeiten zu wichtigen Vertrauenspartnern von Verbrauchern werden können. Daher freuen wir uns besonders in diesem Jahr über die erneute Auszeichnung mit dem German Brand Award«, berichtet **Anja Schimmelpfennig**, Leiterin Business Unit Non-Medical & Direktorin Marketing bei Medisana.

Gleich drei der begehrten Sonderauszeichnungen erhielt Medisana auch beim diesjährigen Plus X Award: Die Fachjury verlieh die Qualitätssiegel »Beste Marke des Jahres 2021« in der Kategorie Blutdruck sowie »Innovativste Marke des Jahres 2021« in der Produktgruppe »Health & Personal Care« an das Neusser Unternehmen. Darüber hinaus wurden sowohl das Oberarm-Blutdruckmessgerät BU 570 connect als auch das 3-in-1 Elektrotherapiegerät TT 200 jeweils als »Bestes Produkt des Jahres 2021« gekürt.



Hönle in der Gastronomie
Bei größeren Räumlichkeiten ist der Einsatz mehrerer Geräte sinnvoll

Einfach sicherer durch UVC-Luftentkeimung

Warum ist das Entkeimen von Raumluft wichtig?

Die Übertragung von Viren des Typs SARS-CoV-2 findet hauptsächlich über Aerosole statt, die beim Atmen in die Umgebungsluft abgegeben werden. Um die Keimbelastung in der Umgebung zu verringern, können UVC-Umluftentkeimungssysteme wirksam eingesetzt werden – nicht nur bei Coronaviren.

Wie funktioniert UVC-Entkeimung?

Trifft UV-Strahlung mit einer Wellenlänge von 254 nm auf Aerosole, werden die darin enthaltenen Viren (Corona, Influenza u.v.m.), Bakterien sowie Schimmelpilzsporen inaktiviert und damit unschädlich gemacht. Die hohe Entkeimungsleistung von UV-Strahlung ist seit Jahrzehnten wissenschaftlich nachgewiesen und auch für Coronaviren umfassend belegt. Ein Infektionsrisiko mit SARS-CoV-2, aber auch mit anderen Krankheitserregern, lässt sich durch UVC-Entkeimung von Luft und Oberflächen sicher und effizient minimieren. Das Verfahren der chemiefreien UVC-Entkeimung wird seit vielen Jahren erfolgreich in den Bereichen wie Lebensmittelproduktion, Wasseraufbereitung und im Gesundheitswesen – zum Beispiel in Krankenhäusern und Laboren – eingesetzt.

Worin liegt der Unterschied zwischen HEPA-Filtern und UVC-Umluftentkeimung?

Für die Funktionsweise von UVC-Luftentkeimungsgeräten ist der Einsatz von Filtersystemen nicht erforderlich. Ein regelmäßiger Austausch von teuren Filtern entfällt. Der Wechsel der UVC-Lampe ist einfach und fällt erst nach etwa 16.000 Betriebsstunden an. Die Produkte der Hönle SteriWhite Air Q-Serie sind in ihrer Funktionalität besonders wartungsfreundlich, energieeffizient und leise.

Wie funktioniert SteriWhite Air Q?

SteriWhite Air Q ist ein hocheffizientes UV-System zur Luftentkeimung. Die keimbelastete Luft wird durch sehr laufruhige Ventilatoren aktiv ins Innere des Gerätes geleitet, wo sie an UVC-Lampen vorbeigeführt wird. Luftmenge, Strömungsgeschwindigkeit und UVC-Dosis sind so aufeinander abgestimmt, dass hervorragende Inaktivierungsraten erreicht werden.

Bekämpft das Infektionsrisiko

Luftentkeimung mit SteriWhite Air Q von Hönle

Seit Jahrzehnten entwickelt und produziert **Hönle** UVC-Geräte zur Oberflächenentkeimung, die hauptsächlich bei der Lebensmittelproduktion eingesetzt werden. Anfang 2020 wurde das Portfolio um Geräte zur Raumluftentkeimung erweitert, die gemeinsam mit der Tochterfirma **Sterilsystems** entwickelt wurden – einem Spezialisten, der mit über 30 Jahren Erfahrung im Bereich UVC-Entkeimung zu den Pionieren dieser Technologie gehört

Die mobilen SteriWhite Air Luftreinigungsgeräte von Hönle wurden speziell für Räume mit Personenaufenthalt konzipiert und können entweder als Standgerät ins Zimmer gestellt oder an Wand bzw. Decke montiert werden. Die Wirkungsweise ist bei allen gleich, der Unterschied liegt im Luftdurchsatz und dazu analog in der Größe.

Aufgrund der einfachen Handhabung und des hohen Sicherheitsstandards können die Geräte überall eingesetzt werden – insbesondere dort, wo es auf erhöhte Sicherheit und niedrige Geräuschemission ankommt wie beispielsweise in Büros, Arztpraxen, Pflegeeinrichtungen, Schulen und Kitas, Empfangs- und Wartebereiche sowie Gastronomie, Hotellerie und auch in Geschäften und im Einzelhandel.

Hönle vertreibt seine Luftentkeimungsgeräte über einen eigenen Vertrieb, dem eigenen Online-Shop sowie über Händler bzw. Kooperationspartner. Ein weiterer Vertriebskanal ist der Online-Einzelhandel im Bereich Technik und Elektronik. Längerfristig plant das Unternehmen auch den Verkauf im stationären Einzelhandel, da das Thema Lufthygiene und damit einhergehend UVC-Entkeimung bei der Infektionsbekämpfung auch in Zukunft nicht mehr wegzudenken sein wird.



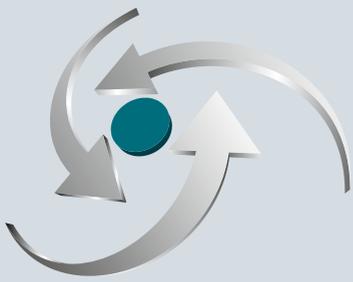
Hönle im Büro
Durch die Wandmontage steht nichts im Weg



Hönle in der Schule
Mobile Geräte können überall eingesetzt werden



Hönle in der Arztpraxis
Regelmäßiger teurer Filtertausch entfällt



Händler des Jahres 2021



Bild: Nomad_Soul - stockadobe.com

Bewerben Sie sich als »Händler des Jahres«!

Sie bewältigen mit digitalen Services und cleverer Kundenkommunikation erfolgreich den Lockdown? Ihr Unternehmen ist innovativ und der unumstrittene »Local Hero« in der Region?

Zeigen Sie uns, mit welchen Aktivitäten Sie erfolgreich am Markt bestehen.

Der »Händler des Jahres 2021« wird in zwei Kategorien ausgeschrieben:

- **Fachmarkt** (Großfläche)
- **Fachhändler** (Ladengeschäft/Fachbetrieb)

Teilnahmeberechtigt sind alle Elektrohändler für Mobile und Consumer Electronics sowie Elektrohausgeräte/ Home Appliances in Deutschland.

Bewerbungsschluss

Donnerstag, 30. September 2021

CEMarkt **electro**

Ihr Weg
zum Händler
des Jahres 2021:
Bewerben Sie sich auf
www.ce-electro.de/hdj

