

electro

www.ce-electro.de

Das Business-Magazin der Elektro-Hausgeräte-Branche

Top-Themen

Hygiene Spezial – Megatrend bei Hausgeräten | Seite 11–13

100 Jahre Graef – 100 Prozent Familienunternehmen | Seite 22

Cashman ist begeistert vom Kärcher Hartbodenreiniger | Seite 27



Innovative Technologien im Haushalt

LG Electronics hat für jede Lebenslage den richtigen Begleiter

Seite 14+15

Bauknecht gehört zu den klaren Gewinnern in der Corona-Krise

Nach den allgemeinen Umsatzeinbrüchen im April war die Sorge groß, Corona könnte sich zu einem wirtschaftlichen Desaster entwickeln. Aber in der Hausgeräte-Branche ist genau das Gegenteil eingetreten. Cocooning und Nachholbedarf haben in drei Quartalen für ein überproportionales Wachstum in der Weißen Ware gesorgt. **Bauknecht** berichtet von zweistelligem Anstieg

Die Verluste durch den Lockdown im April konnte Bauknecht im Mai und Juni komplett kompensieren. »Die Monate Juli und August sind darüber hinaus sehr positiv verlaufen«, berichtet **Jens-Christoph Bidlingmaier**, General Manager Northern Europe bei Bauknecht Deutschland GmbH im direkten Dialog. Und auch im gesamten zweiten Halbjahr erwartet er ein zweistelliges Wachstum.

Hilfreich war sicherlich, dass der Whirlpool-Konzern während der Hochphase von Corona weltweit 85 Prozent der Kapazitäten in seinen Fabriken aufrecht erhalten konnte und dadurch lieferfähig war. Die starke Nachfrage bei Hausgeräten der Marken Bauknecht und Privileg konnte ebenso erfüllt werden wie nach Elektrokleingeräten von Kitchen Aid.

Exorbitante Nachfrage nach Geschirrspülmaschinen in Europa

»Es wird verstärkt in den Bereich Küche und Haushalt investiert, so dass diese Anbieter die Gewinner der aktuellen Situation sind«, erklärt Bidlingmaier im Gespräch. »Im März und April waren Kühl- und Gefriergeräte begehrte Produkte. Schließlich mussten die Hamsterkäufe gelagert werden. Auch Mikrowellen haben sich hervorragend verkauft. Danach zog der Kochbereich nach und wer mehr kocht, muss auch häufiger Geschirr spülen. Hier sehen wir eine exorbitante Nachfrage nach Geschirrspülmaschinen in ganz Europa«, stellt der Bauknecht-Geschäftsführer fest. Mit der innovativen Technologie Power Clean punkten die Geschirrspüler von Bauknecht, denn hier wird selbst eine verkrustete Auflaufform makellos sauber und das ist es, was Konsumenten heute von einem Produkt wünschen und erwarten.

Die vergangenen Monate haben die Menschen weltweit herausgefordert wie nie zuvor. Doch die Corona-Pandemie hat auch eine Rückbesinnung vieler Menschen auf ihr Zuhause, ihre Familie und ihre Gesundheit bewirkt. So haben die Menschen mehr Zeit zuhause verbracht, gemeinsames Kochen und Essen bekam eine neue Priorität. Aber auch die Einstellung zum Umgang mit Lebensmitteln hat



Jens-Christoph Bidlingmaier

sich verändert, genauso wie ein neues Bewusstsein für Hygiene. Das sind Ergebnisse einer aktuellen Studie, die Bauknecht in Auftrag gegeben hat. **Eine wichtige Erkenntnis dabei:** Beim Thema Lebensmittellagerung wird Hygiene aufgrund der Corona-Ereignisse neu priorisiert und ist für 38 Prozent der Studienteilnehmer besonders wichtig.

Dieses neue Bewusstsein bestätigt auch Jens-Christoph Bidlingmaier: »Unsere Konsumenten-Umfrage in Deutschland, Italien, Großbritannien und Russland hat ganz klar gezeigt, welche Auswirkungen Corona auf das Verhalten der Endverbraucher hat. Wir sehen einige Verhaltensveränderung – auch beim Thema Hygiene in den Bereichen Waschen und Kühlen.«

Mit zielgerichteten Technologien wie Dampffunktion und Hygienefilter möchte Bauknecht die Verbraucher effektiv dabei unterstützen, Bakterien und Keime zu beseitigen. »Alle unsere Kühlgeräte sind mit Hygienefilter ausgestattet, die 99,3 Prozent aller Bakterien herausfiltern«, informiert der Bauknecht-Chef.

Der Lebensmittelverschwendung effektiv entgegenwirken

Die geltenden Abstands- und Hygienevorschriften sind der Anlaß dafür, dass die Menschen wieder verstärkt zuhause selber kochen. Und sie achten mehr darauf, welche Lebensmittel verwendet werden. Dafür ist der Konsument auch bereit, mehr Geld zu investieren.

Optimal können Lebensmittel in den freistehenden Kühl-Gefrierkombination Active Quattro von Bauknecht gelagert werden. Vier Türen mit unterschiedlicher

Einstellung der Temperaturen stehen dabei zur Auswahl. Zusätzlich stellt die Active Fresh Pro-Technologie die Temperatur und Luftfeuchtigkeit im Innenraum nach dem Öffnen schneller wieder her und verhindert, dass Lebensmittel Geschmack oder Frische verlieren.

Active Care Color+ für langanhaltende Farben

Hygienische Reinheit, optimaler Schutz von Farben sowie Ressourceneffizienz kommen in der neuen Waschmaschine Active Care Color+ zusammen. Das Ergebnis ist perfekt gepflegte und fleckenlos saubere Kleidung – bereits ab umweltfreundlichen und schonenden 20 Grad. »Bei uns halten die Farben doppelt so lang«, bringt Jens-Christoph Bidlingmaier die aktuellen Features auf einen Nenner. Unterstützt wurde der Abverkauf der neuen Active Care Color+-Maschinen durch eine Fernsehkampagne im September.

Zusätzliche Pluspunkte: Selbst bei 20 Grad Wassertemperatur sind die Geräte in der Lage, bis zu 100 unterschiedliche Flecken alleine durch zehn verschiedene Bewegungsarten der Trommel herauszuwaschen. **Steam-Hygiene-Programm**, um durch Bedampfung Bakterien und Keime abzutöten sowie **Steam Refresh** zur Auffrischung der Kleidung. Das alles sind hochaktuelle Themen, die derzeit im Fokus der Verbraucher stehen.

COCOONING & DAS COMEBACK DES KOCHENS



haben ihre Liebe zum Kochen wiederentdeckt



haben mehr neue Rezepte ausprobiert



haben mehr Gerichte komplett selbst gekocht



Gemeinsames Kochen mit Partner/Familie



Gemeinsames Backen mit Partner/Familie



Kochen vermehrt gesund

Ergebnisse der Bauknecht-Studie



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

In eigener Sache

Liebe Leserinnen und Leser,

es gibt Neues bei der B&B Publishing GmbH, dem Verlag von **CE-Markt** und **CE-Markt electro**. Mit Beginn des Jahres hat **Lutz Rossmeiß** seine Herausgeberschaft für die beiden Fachmedien abgegeben, aber weiterhin das Team um **Annette Pfänder-Coleman**, Chefredakteurin **CE-Markt electro**, und **Jan Uebe**, Chefredakteur **CE-Markt**, mit seiner Branchenexpertise unterstützend begleitet. Diese Übergangsphase wurde nun absprachegemäß beendet. Seit dem 1. Oktober 2020 ist Lutz Rossmeiß aus dem Team ausgeschieden und nicht mehr für **CE-Markt** und **CE-Markt electro** tätig.



Im Namen von B&B Publishing und der Hühig GmbH in Heidelberg, die seit 2017 Mehrheitsgesellschafter von B&B ist, danke ich Lutz Rossmeiß herzlich für seine Kreativität und Leidenschaft bei der Etablierung unserer beiden Fachmedien.

Als Ansprechpartner für das Anzeigen-geschäft und Ihren werblichen Auftritt in unseren Print- und Online-Medien steht Ihnen **Alexander Zöhler**, Sales Manager von **CE-Markt** und **CE-Markt electro**, in bewährter Weise mit Rat und Tat zur Seite.



Rainer Simon
Geschäftsführer
B&B Publishing
GmbH und Ver-
lagsleiter Hühig
GmbH

Editorial

Die Hausgeräte-Industrie profitiert vom aktuellen Hygiene-Trend

Quer durch diese Ausgabe werden Sie immer wieder Begriffe wie Hygiene-Funktion, Dampftechnologie, Desinfektion, Steam-Option oder auch Luftreinigung und generell Sauberkeit im Haus lesen. Grund ist die erhöhte Nachfrage der Verbraucher nach Produkten, die dabei helfen, das Corona-Virus einzudämmen oder zumindest aus den eigenen vier Wänden zu entfernen.

Es kann sich für Sie also lohnen, das aktuelle Produktportfolio zu durchforsten und die Geräte in den Fokus zu stellen, die mit speziellen Hygiene-Features glänzen. Das reicht von Waschmaschinen mit speziellen Hygiene-Tasten oder Dampffunktionen, über Kühlgeräte mit Hygienefilter bis zu Luftreinigern/Luftwäschern, die für ein gesundes Raumklima sorgen. Auch zahlreiche Staubsauger reinigen dank HEPA-Filter die Luft, bevor sie wieder an den Raum abgegeben wird.

Besonderes Augenmerk möchten wir heute auf ein weiteres Highlight in dieser Ausgabe lenken: Die Schwesternmagazine **CE-Markt** und **CE-Markt electro** küren erstmalig seit ihrem mehr als zwanzig-jährigen Bestehen einen Handelspartner zum »Händler des Jahres 2020«. Sie fragen sich, wie es dazu gekommen ist? Wir sagen: Ganz einfach, denn es gibt

Branchenakteure, die sind so unglaublich, in dem was und wie sie es tun, dass wir uns dadurch inspiriert fühlten, diese Arbeit spontan als Zeichen unserer Wertschätzung zu würdigen.

Mit viel Hingabe, Initiative und Kreativität hat dieser Händler sein Unternehmen mit Corona Best Practice Marketing durch die schwierige Zeit gelotst und erntete dafür in der gesamten Branche anerkennende Zustimmung. Aufmerksame Branchenbeobachter vermuten jetzt wahrscheinlich schon, um welchen Händler es sich dabei handelt. Lesen Sie mehr dazu auf Seite 10.

Ab sofort werden wir jährlich unseren »Händler des Jahres« auszeichnen, denn es gibt immer wieder Handelspartner, die sich mit ihren Leistungen positiv von der Masse abheben. Details dazu verraten wir Ihnen im nächsten Jahr.

An dieser Stelle möchten wir uns bei Ihnen alle, liebe Leserinnen und Leser für Ihren unermüdlichen Einsatz im schwierigen Corona-Jahr bedanken und wünschen trotz aller widrigen Umstände gute Geschäfte in den nächsten Wochen.

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



DIGITALE MESSE
Consumer & Home Electronics
von
CE-Markt und **CE-Markt electro**

JETZT NEU: Fitbit & Severin

Besuchen
Sie uns!



Besuchen Sie uns auf Xing



CE-Markt electro kürt den »Händler des Jahres 2020«

Wenn ein Händler eine besondere Auszeichnung verdient, dann ist es dieses Unternehmen, das mit viel Engagement im Lockdown Stärke bewiesen hat ...

Hygiene Spezial: Auf diese Produkte sollten Sie jetzt setzen

Wegen der Corona-Pandemie zeigen aktuelle Umfragen ganz klar ein verstärktes Interesse der Konsumenten nach Produkten mit Hygiene-Funktionen ...

Rowenta bietet Akkusauger mit maximaler Flexibilität

Mit einem knickbaren und flexiblen Teleskoprohr kommen die X-Force Flex Sauger von **Rowenta** überall hin, ohne dass sich der Nutzer bücken muss ...

INHALT Ausgabe 11 | 2020

Bauknecht gehört zu den klaren Branchengewinnern	2	Bosch Indoor Gardening mit Smart Grow Life	16
Editorial Megatrend Hygiene • In eigener Sache	3	Jura »Fit for Coffee« feiert Online-Comeback	17
Inhaltsverzeichnis dieser Ausgabe • Impressum	4	De'Longhi befeuert die Kauflust mit Media-Kampagne	18
Kooperationen und Messen	5	Miele CM6 liefert perfekten Milchschaum	18
News Aktuelles aus der Branche	6	Unold Multifunktional für ein optimale Raumklima	19
Telering Franz Schnur geht in den Ruhestand	7	WMF Neue Küchenminis • Herbstzeit mit Gastroback	20
GfK Technische Konsumgüter trotzten Wirtschaftsklima	8	Ritter Reparaturfähigkeit steht wieder hoch im Kurs	21
Beko und Grundig legen 20 Prozent Wachstum hin	9	Graef Ein Jahrhundert Nachhaltigkeit • Gewinnspiel	22
Händler des Jahres 2020 • Medimax Franchise	10	Personal Care Beurer • Remington	23
Trendthema Hygiene Verstärktes Kundeninteresse	11	AEG Luftqualität ist Lebensqualität	24
Hygiene im Haus Luftreiniger und mehr	12	Wessel-Werk Staubsauger-Neuheiten von der IFA	25
Hygiene Innovationen von Beko und Hoover	13	Rowenta Neue X-Force Flex Akkusauger	26
		Cashman testet Kärcher Hartbodenreiniger	27

Titelthema
LG Electronics
 Für jede Lebenslage den richtigen Begleiter
 Innovative Technologien in den Hausgeräten von LG Electronics | Seite 14+15



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



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)
 Sebastian Schmidt, 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

REDAKTIONSBÜRO:
 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 11.668
 (IVW-Auflagenmeldung 3. Quartal 2020)



EK LIVE

Voller Messeerfolg bei minimierten Risiken

»Es ist alles gut gegangen« Im ersten Fazit über die vom 16. bis 18. September stattgefundene Herbstmesse der Bielefelder EK Servicegroup schwingt bei den Verantwortlichen nicht nur die Freude über eine gelungene Ordermesse mit, sondern auch die Erleichterung über den reibungslosen Ablauf der mit rund 250 Ausstellern ausverkauften Messe EK LIVE unter Corona-Schutzbedingungen.

Alleinaussteller Smeg Positive Bilanz auf Gut Böckel

Im Corona-Jahr war auch auf Gut Böckel nichts wie sonst: Die meisten Aussteller ließen ihre Ausstellungsräume für das Fachpublikum verschlossen. Nicht jedoch Smeg. Das italienische Familienunternehmen hielt dort als einziger Hersteller vom 19. bis 24. September seine Fahnen hoch.

Wer sich also 2020 auf den Weg zu dem idyllisch gelegenen Gutshof machte, tat dies ausschließlich und gezielt für Smeg – und das waren beachtenswert viele. Nach dem Rundgang durch die Ausstellung fanden sich die Besucher bei bestem Wetter im Außenbereich zusammen, um im kleinen Rahmen zukünftige Projekte zu besprechen.

Im neugestalteten Showroom wurden die Highlights präsentiert. Darunter die Modellreihe 2020, der Einbau-Geschirrspüler sowie die klassische Designlinie Linea mit Induktions-Kochfeld in der Trendfarbe Silber. Optisch beeindruckten die Portofino-Kochzentren in Türkisblau sowie die zweite, mit Dolce & Gabbana entwickelte Sizilien-Kollektion, im blauen Majolika-Dekor.

SVS und Electronic Partner

Zusammenarbeit wird erweitert

Der Vertriebs- und Service-Spezialist SVS und der Händlerverbund Electronic Partner arbeiten nun auch im Bereich Weiße Ware / SDA zusammen. Eine entsprechende Vereinbarung umfasst vor allem die beiden von SVS vertriebenen Marken Miji und Westinghouse, deren Produkte ab sofort allen Fachhändlern von Electronic Partner zugänglich sind.

Während Miji stark auf portable, moderne Küchengeräte zielt und für seine Produkt-Designs bereits mehrfach prämiert wurde, steht Westinghouse mit klassischen Haushaltsgeräten und Homeware als Traditionsmarke für besondere Zuverlässigkeit und Langlebigkeit.

ambiente

Zusammenlegung von Messen

Ambiente wird in den April 2021 verschoben

Die Messe Frankfurt gibt bekannt, dass Corona-bedingt im Jahr 2021 bis einschließlich März keine eigenen physischen Messen am Standort Frankfurt stattfinden werden. Das Unternehmen ordnet den Messekalender im Frühjahr neu und setzt dabei auf neue Synergien und digitale Ergänzungen.

Einmalig werden deshalb vom 17. bis 20. April 2021 die Messen Ambiente, Christmasworld und Paperworld als gemeinsame Veranstaltung unter dem Namen »International Consumer Goods Show – Special Edition« in Frankfurt am Main durchgeführt. Die Präsenzveranstaltung wird durch gezielte digitale Angebote der Consumer Goods Digital Days ergänzt. Hier werden auch die rein digitalen Angebote der Creativeworld zu finden sein, die 2021 als physischer Treffpunkt einmalig aussetzt.

Die ISH wird 2021 ebenfalls als rein digitale Veranstaltung stattfinden und eine Vielzahl an Angeboten bereitstellen.

UNOLD®

KOMBILÜFTER Seasons



KOMBILÜFTER Seasons

Multifunktional in Sachen Raumklima – Mit 3 Heißluft- und 3 Ventilationsstufen liefert der KOMBILÜFTER Seasons Wärme oder Kühlung. Zuschaltbar ist der Luftbefeuchter. Alles, inklusive des 24-Stunden-Timers, wird per Knopfdruck oder mit der Fernbedienung aktiviert. Das LED-Display zeigt alles an – und bei erreichter Temperatur wird das Gerät automatisch ein-/ausgeschaltet. Die Temperaturkontrolle reicht von circa 5 bis 35 °C; mit 0,9 Litern Wassertankvolumen gibt's für bis zu 6 Stunden kontinuierliche Luftbefeuchtung. Zuschaltbare Oszillation, Tragegriff sowie Rollen im Standfuß sind weitere Ausstattungsstandards. Kipp-Schutz, Überhitzungsschutz, Kindersicherung und Schutzklasse II zeigen: Alles ist sicher! Artikel-Nr. 86980.

UNOLD AG



www.unold.de



MANAGEMENT-NEWS



Sandra Frombeck

Haier

Haier Deutschland schaut zuversichtlich in die Zukunft und meldet personelle Verstärkung für sein Sales-Team. Am 1. Oktober haben gleich drei weitere, langjährig erfahrene Vertriebsprofis ihren Dienst in der Münchner Deutschlandzentrale aufgenommen. **Sandra Frombeck** wird neue Key Account Managerin für Food Channel, DIY und Teleshopping-Kanäle. Die Diplom-Kauffrau kommt von Vestel Germany, für die sie als Key Account & Produktmanagerin tätig war. **Martin Heller** stößt als Key Account E-Commerce zum Sales-Team. Der Diplom-Betriebswirt mit zusätzlichem Master im Digital Business Management war lange Jahre in führender Position für namhafte Marken wie AEG-Electrolux-Hausgeräte und Media Markt tätig. Komplettiert wird das



Martin Heller



Dejan Ilić

Trio von **Dejan Ilić** als Key Account Built-in. Der Vertriebsprofi kommt von der Gorenje Vertriebs GmbH und gilt als Experte für den Bereich Einbau-Hausgeräte.



Torsten Poeszus

Venta

Doppelschlag bei Venta: **Torsten Poeszus** und **Sascha Noack** unterstützen den Vertrieb des Marktführers für Luftbefeuchter und Luftreiniger. Torsten Poeszus wird neuer Sales Director DACH bei der Venta-Luftwäscher GmbH. Der 53-jährige startet ab 1. Oktober. Nach Stationen bei LG und Samsung war der Vertriebsprofi zuletzt bei Ecovacs Robotics tätig. Bereits seit August ist Sascha Noack (48) als Business Manager bei Venta tätig. Ab dem 1. Oktober übernimmt



Sascha Noack

Noack auch die Rolle des International Sales Directors. Die beiden Vertriebs-Spezialisten folgen CEO Andreas Wahlich, der in diesem Sommer von Ecovacs Robotics ins schwäbische Weingarten wechselte.



Leif-Erik Lindner

gfu

Leif-Erik Lindner von Samsung Electronics GmbH wurde von den Gesellschaftern der gfu Consumer & Home Electronics GmbH, Veranstalterin der IFA, einstimmig in den Aufsichtsrat gewählt. Lindner komplettiert das dreiköpfige Gremium, nachdem der langjährige Vorsitzende, **Hans-Joachim Kamp**, zum 1. August 2020 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden war. Neben Leif-Erik Lindner besteht der gfu Aufsichtsrat aus dem Vorsitzenden **Kai Hillebrandt** (Panasonic) und **Volker Klodwig** (BSH Home Appliances).

Miele

Zwei Miele-Geräte wurden aktuell mit dem Designpreis des Landes Baden-Württemberg geehrt: Der kabellose Handstaubsauger Miele Triflex HX1 ist mit dem »Focus Open Gold« Award prämiert. Die Guide Line Waschmaschine erhält den Sonderpreis »Focus Open Meta«.



Michael Eising

Miji

Pünktlich zum Jahresendgeschäft geht Miji in die Vertriebsoffensive und setzt seine strategische Weiterentwicklung zum Multichannel-Anbieter konsequent fort. Die Zeichen stehen auf Wachstum und dafür wirft das deutsch-chinesische Unternehmen rund 20 Jahre Erfahrung in die Waagschale. »Trotz schwieriger Startbedingungen durch Covid-19 konnten wir gemeinsam mit dem bundesweiten Vertriebs- und Service-Netzwerk SVS unsere Marktpräsenz weiter ausbauen und sind schon heute in zahlreichen Märkten in Deutschland zu finden«, erklärt **Michael Eising**, Vertriebs- und Projektleiter bei Miji. »Mit unserem neuen Webshop gehen wir den nächsten Schritt unserer Multichannel-Strategie und können nun auch in der Fläche agieren und deutschlandweit die Küchen erobern.«

Severin

Die Siegesserie bei Severin geht weiter: Das Spitzenmodell der aktuellen eBBQ-Range – Sevo GTS – erhält eine Special Mention-Auszeichnung des German Design Award in der Kategorie »Excellent Product Design – Gardening and Outdoor Living«. Bereits Anfang des Jahres wurde der innovative Elektrogrill von der Initiative Life Care als bestes Produkt in der Kategorie Grillen zu »Kücheninnovation des Jahres 2020« gekürt. Darauf folgte der German Brand Award in der Kategorie »Kitchen & Household Appliances« für herausragende Markenarbeit und die Markteinführungskampagne der eBBQ-Range. Mit der dritten Auszeichnung in Folge beweist Severin nachhaltig, dass mit der Neupositionierung des Themas Elektrogrillen im Allgemeinen und der Innovationskraft des Sevo GTS im Speziellen eine echte Revolution gelungen ist.



Wertgarantie

Der Spezialversicherer Wertgarantie hat mit dem Plus 1 Geräteschutz ein neues Garantieprodukt vorgestellt: Nun ist es möglich, bei Produkten bis 200 Euro Neupreis die gesetzliche Gewährleistung um ein weiteres Jahr zu verlängern. Im Schadensfall werden dann Reparaturkosten bei Material-, Konstruktions- und Produktionsfehlern übernommen. Darüber hinaus passt das Unternehmen seine Produkte Premium Garantie und Plus 3 Geräteschutz an und erhöht den maximalen Gerätekaufpreis hier auf 10.000 Euro. Zusätzlich verlängert sich auch die Verfügbarkeit, denn für Neugeräte sind diese Garantieprodukte nun bis maximal 24 Monate nach Kauf abschließbar.

Gemeinsam genießen **Steba** GERMANY

Raclettes entdecken auf steba.com

Die Branche verabschiedet Franz Schnur in den wohlverdienten Ruhestand

telering®



Zum 1. Mai 2021 wird **Franz Schnur** in den Ruhestand treten und die Geschäftsführung von Telering und Weltfunk an **Udo Knauf** übergeben. Um einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten, wird Udo Knauf zusammen mit Franz Schnur bereits ab Ende Oktober gemeinsame Projekte übernehmen, bevor Knauf am 1. Mai 2021 die alleinige Geschäftsführung übernimmt

Als Franz Schnur am 2. März 2000 die Geschäftsführung der Telering Marketing GmbH & Co. KG übernahm, waren die Hauptkonkurrenten der inhabergeführten Fachgeschäfte die Großflächenmärkte. »Uns war klar, dass wir deren Billig-billig-Getöse etwas anderes als Kampfpreise entgegensetzen mussten«, erinnert sich Franz Schnur. »Deshalb haben wir die IQ-Strategie samt einem unverwechselbaren Corporate Design entwickelt.«

Unter dem Slogan »IQ – Immer Qualität« bewirbt die Telering seither hochwertige Produkte und den einzigartigen Service ihrer Fachhändler. Dass deren Anzahl trotz des Siegeszuges des Online-Shoppings mit derzeit knapp 2.000 Mitgliedern erstaunlich stabil geblieben ist, sieht er auch als ein Ergebnis dieser Strategie.



Bild: Telering
Franz Schnur



Bild: Kathrin Klages Fotografie
Udo Knauf

»Unsere IQ-Fachhändler sind zusammen mit unseren Großhandelsgesellschaften das unverzichtbare Bindeglied zwischen Herstellern und Endkunden«, betont Franz Schnur. »Erst recht heute, wo durch den preisaggressiven Online-Handel nicht nur Werte vernichtet werden, sondern auch die Markenbindung der Ver-

braucher verloren zu gehen droht«, so der scheidende Geschäftsführer.

Das gute Verhältnis und die vertrauensvolle Partnerschaft zwischen den Beteiligten kann man alle zwei Jahre auf der Telering-Hauptveranstaltung live erleben, wenn bis zu 2.000 Vertreter von Industrie, Groß- und Einzelhandel für drei Tage zusammenkommen. Dass dieser Event dieses Jahr Corona-bedingt ausfallen musste, schmerzt Franz Schnur besonders: »Das wäre eine hervorragende Möglichkeit gewesen, meinen Nachfolger in einem angemessenen Rahmen mit allen Partnern bereits bekannt zu machen.«

Ab dem 1. März 2021 wird Udo Knauf in der Kooperationszentrale in Mainz intensiv in die zukünftigen Aufgaben eingeführt und übernimmt dann zum 1. Mai 2021 die alleinige Geschäftsführung.

Miele

DER TROCKNER, DER AUF DIE WASCHMASCHINE HÖRT.

DIE NEUEN W1 UND T1 MODERNLIFE.

je ab
954,32 €*



*UVP inkl. 16 % MwSt.;
je ab 979,- € UVP inkl. 19 % MwSt.;
Abb. exemplarisch

miele.de/modernlife

Technische Konsumgüter trotzen schwierigem Wirtschaftsklima

Der Markt für technische Konsumgüter (TCG) hat turbulente Wochen und Monate erlebt. Dennoch geht **GfK** davon aus, dass der Markt auch in Zukunft umsatzstark bleiben wird und trotz der aktuellen Situation auf dem Niveau des vergangenen Jahres bleibt. Für das Jahr 2020 entspricht ein solches »Wachstum« von null Prozent einem geschätzten Marktwert von weltweit 1038 Milliarden Euro – inklusive Nordamerika

In der Erholungsphase nach dem Lockdown sorgten vor allem zwei Faktoren für Umsatzwachstum: Der starke »Home«-Fokus der Verbraucher und der Wunsch nach einer stärkeren Digitalisierung des eigenen Lebensumfelds. Das sind Prognosen im Oktober von GfK für den globalen TCG-Markt 2020.

»Wir gehen davon aus, dass sich der Markt weiter erholen wird. Für das letzte Quartal 2020 gibt es mehrere Indikatoren, die auf ein stabiles Szenario für die entscheidende Saison am Jahresende hinweisen«, erklärt **Norbert Herzog**, GfK-Experte für die TCG-Branche. »Die Volatilität der Märkte wird jedoch nicht verschwinden, da es signifikante Veränderungen hinsichtlich der Nachfrage der Verbraucher gegeben hat und aus unserer Sicht auch weiterhin geben wird. Vor allem das nachhaltige Wachstum im Bereich E-Commerce wird eine solchen Trendwende beschleunigen. Händler und Hersteller sind nun gefragt, die Omnichannel-Erlebniswelt auf eine neue Ebene zu heben und dem Verbraucher das zu bieten, was er aktuell fordert.«

Marktveränderung von »haben wollen« zu »wirklich brauchen«

Covid-19 hatte eine große Auswirkung auf den globalen TCG-Markt. Auch wenn das mit einem »Wachstum« von null Prozent im Vergleich zu 2019 nicht ganz offensichtlich ist: Die Marktvolatilität war noch nie so stark wie in diesem Jahr. Ein Beweis dafür ist der erwartete Rückgang des Telekommunikations-/ Smartphone-Markts um sechs Prozent. Dieser Markt macht 40 Prozent des gesamten TCG-Umsatzes aus.

Positiv entwickelt sich hingegen das IT-/Office-Geschäft, das voraussichtlich um 15 Prozent wachsen wird. Hier kam es im Markt zu einer grundsätzlichen Veränderung: Die »ich hätte gerne«

IT/Office-Ausrüstung wurde aufgrund des Lockdowns und der verstärkten Arbeit von zu Hause aus zur »ich brauche«-Ausrüstung.

Etwas später und nach anfänglichen Rückgängen stieg nach den Lockdowns auch die Nachfrage im Markt der Haushaltskleingeräte und wird für das Jahr 2020 voraussichtlich ein beinahe zweistelliges Wachstum (+9 Prozent) verzeichnen. Auch die Unterhaltungselektronik (-1 Prozent) und Haushaltsgroßgeräte (-2 Prozent) tragen zur guten Entwicklung bei und profitieren immer mehr von Trends wie »Cook@home« und »Entertain@home«.

Bei der Nachfrage nach technischen Konsumgütern zeigen sich im Hinblick auf die verschiedenen Regionen der Welt deutliche Unterschiede: Vor allem Industrieländer verkraften die Auswirkungen von Covid-19 besser als die Schwellenländer. So geben beispielsweise Konsumenten in Europa (einschließlich GUS) auch in Krisenzeiten Geld für technische Konsumgüter aus. Hier wird eine Wachstumsrate von fünf Prozent für das Gesamtjahr 2020 erwartet. In den asiatischen Schwellenländern wird hingegen ein Rückgang von sechs Prozent vorhergesehen, da die Verbraucher aufgrund der schwierigen wirtschaftlichen Situation weniger Geld ausgeben können.

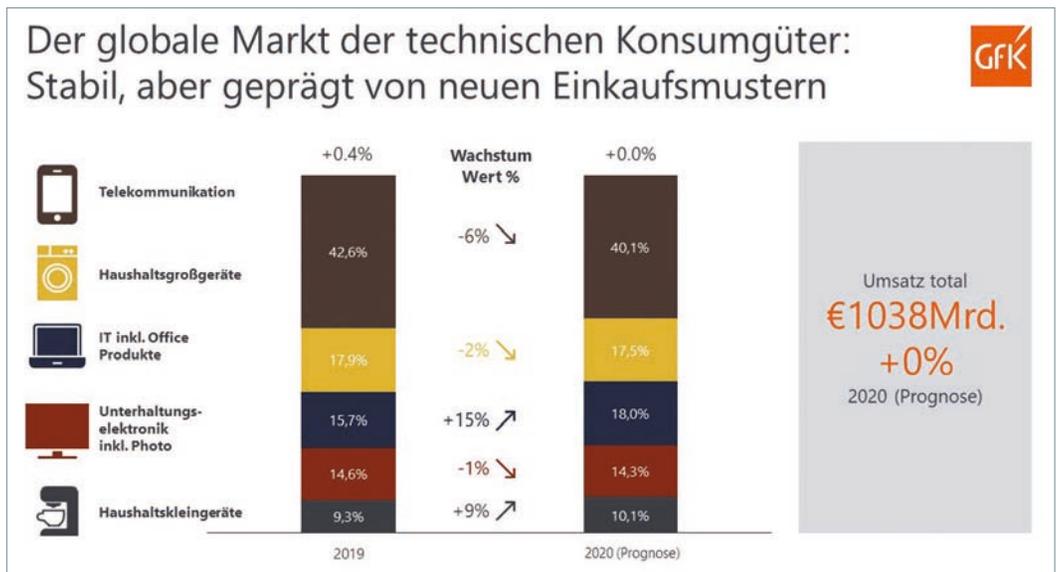
Global stärker nachgefragt wurden Produkte, die unsere tägliche Routine ver-

einfachen sowie Produkte der Themenwelten Gesundheit und Wohlbefinden. In Zeiten von Covid-19 sind solche Produktversprechen besonders relevant für die Verbraucher, da sie ihre Zeit zu Hause so angenehm, aber eben auch effizient wie möglich gestalten möchten.

Bei Hausgeräten ist zumindest mittelfristig von weiterem Wachstum auszugehen

So hat sich beispielweise das Umsatzvolumen bei Küchenmaschinen im Zeitraum Mai bis Juli 2020 gegenüber dem Vorjahreszeitraum verdoppelt. Geschirrspüler haben immerhin um 16 Prozent zugelegt. Zumindest mittelfristig ist von weiterem Wachstum auszugehen.

Der Fokus auf Gesundheit und Wohlbefinden hat auch den Verkauf von Luftreinigern bzw. befeuchtern beschleunigt (+20 Prozent Umsatzwachstum von Mai bis Juli 2020). Da Hygiene eine immer wichtigere Rolle in unserem täglichen Leben spielt, werden sich Waschmaschinen mit Dampffunktion zur Abtötung von Bakterien und Viren ebenfalls weiterhin stark verkaufen. Diese verzeichneten ein weiteres deutliches Wachstum von 32 Prozent von Mai bis Juli 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.



Cocooning beschleunigt den Absatz an Hausgeräten

Beko und Grundig legen im ersten Halbjahr 20 Prozent Wachstum hin

Als eines der wenigen Unternehmen präsentierte sich die seit Ende September umfirmierte **Beko Grundig Deutschland GmbH** im Retail-Bereich der Berliner IFA 2020 Special Edition

Herr Vogl, welche Entscheidung führte dazu, dass sich Beko und Grundig zu einer Teilnahme im Retail-Bereich der IFA 2020 entschlossen haben?

Uns war es wichtig, ein sichtbares Zeichen zu setzen und Präsenz zu zeigen. Deshalb haben wir unseren Handelspartnern die Möglichkeit für den Austausch gegeben. In diesem Rahmen haben wir auch unser Strategieprogramm Ambition 2020+ vorgestellt. Maßgeblicher Bestandteil dieses Programms ist es, die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern zu intensivieren. Deswegen haben wir uns für die IFA 2020 Special Edition entschieden.

Wie ist das erste Halbjahr im Hausgerätebereich gelaufen?

Da möchte ich die drei Phasen »vor dem Lockdown«, »im Lockdown« und »nach dem Lockdown« kurz aufzeigen.

Vor dem Lockdown

Für uns lief es vor der Krise sehr gut. Grundig gehört mit Beko seit Januar zu den am schnellsten wachsenden Marken. Als Arcelik-Gruppe konnten wir seit Januar laut GfK 0,5 Prozent Marktanteile hinzugewinnen und haben eine enorm positive Resonanz erfahren. Wir waren also gut unterwegs, bevor es durch Corona zum Lockdown kam.

Im Lockdown

Hier mussten auch wir Einbrüche vermelden, aber es war im Hausgeräte-Bereich bei weitem nicht so dramatisch, wie es erwartet war. Viele unserer Handelspartner haben trotz Lockdown Lösungen gefunden, die Weiße Ware an den Mann oder die Frau zu bringen. Deswegen sind wir auch in der tiefsten Krise optimistisch geblieben. Wir waren jedoch sehr überrascht, welche Dimension der Nachholeffekt erreichte – der kein reiner Nachholeffekt, sondern auch ein Cocooning-Effekt war. Plötzlich mussten alle zu Hause bleiben und haben sich auf ein schönes Zuhause konzentriert. Dadurch ist eine immense Nachfrage nach Hausgeräten entstanden.

Nach dem Lockdown

Um es kurz zu sagen: Wir haben ein Wachstum im Bereich der Weißen Ware von weit über 20 Prozent im ersten Halbjahr – und zwar mit beiden Marken Beko und Grundig. Und wir blicken auch auf den Rest des



Mario Vogl, CEO

Jahres positiv, denn wir sind zuversichtlich, dass das Wachstum andauern wird. Vielleicht nicht auf dem hohen Zuwachsniveau, auf dem wir momentan sind, aber wir gehen von einem sehr guten Jahr für die Branche in Summe aus, und für uns als Unternehmen noch einmal ein Stück mehr. Insofern sind wir sehr zufrieden.

Welche Produkte wurden in diesem Jahr besonders gut abverkauft?

Wir sind über alle Warengruppen extrem gut unterwegs, aber der Bereich Kühlen und Gefrieren lief besonders gut. Darüber hinaus konnten wir auch Schwerpunkte in der Wäschepflege und bei Geschirrspülern verzeichnen. Situationsbedingt hat auch unser Bereich Personal Care und Haarpflege zugelegt.

Grundig feiert 2020 sein 75. Jubiläum. Das Geburtstagsjahr hatten Sie sich sicherlich anders vorgestellt!

Ursprünglich war ein großer Aufschlag zur IFA geplant, aber dann kam alles anders als gedacht. Die 75 Jahre werden wir dennoch in handelspartnerschaftlicher Zusammenarbeit mit besonderen Produktangeboten feiern. Die Jubiläumsprodukte begleiten wir mit einer einzigartigen 5-Jahres-Garantie, bieten also auch hier besonderen Mehrwert für den Kunden.

Wie weit ist die Unternehmensverschmelzung Beko Deutschland mit Grundig Intermedia vorangeschritten?

Die Beko Deutschland GmbH wurde zum 30. September 2020 in die Grundig Intermedia GmbH aufgenommen, so dass wir zukünftig als eine Firma unter einem Dach am Unternehmenssitz in Neu-Isenburg handeln. Gleichzeitig wurde die Grundig Intermedia GmbH in Beko Grundig Deutschland GmbH umbenannt.

HARVESTfresh™

Macht Vitamine länger haltbar.* Nach dem Geheimrezept von Mutter Natur.



Vitamine sind wichtig für Gesundheit und Wachstum. Darum schützen wir sie besonders, indem wir sie mit der Kraft der Sonne verwöhnen. Unsere innovative 3-Farben-Technologie simuliert den Tag-Nacht-Zyklus im Gemüsefach – und macht die Vitamine in Obst und Gemüse dadurch länger haltbar.* Da kann man gar nicht anders, als zuzugreifen.

*Getestet von Intertek, basierend auf Vitamin C- und A-Messungen in Tomaten, grünem Pfeffer, Karotten, Spinat und Sellerie, die direkt der Lichttechnologie ausgesetzt waren. Verglichen mit den Bedingungen von Tag 0 an über einen Zeitraum von 5 Tagen.

beko

www.beko.com/de-de

Auszeichnung an Johann+Wittmer für herausragende Leistungen

Unser Gewinner ist ein Fels in der Corona-Brandung – ein aktiver und engagierter Unternehmer mit kreativem Ideenreichtum und viel Gespür für das hier und jetzt. Er lebt unsere Branche und ist für viele ein Vorbild. Dafür hat er sich diese Prämierung verdient

Die vergangenen Monate waren für den stationären Fachhandel nicht einfach, das wissen Sie, liebe Leser*innen am allerbesten. Der Lockdown wegen Corona hat viele Handelspartner an ihre Grenzen gebracht.

Mitte März mussten die Geschäfte für mehrere Wochen geschlossen werden und danach bestanden die Herausforderungen nicht nur in der Umsetzung von Hygiene- und Abstandskonzepten, um die gesetzlichen Vorgaben einzuhalten. Es mussten kontinuierlich Mittel und Wege gefunden werden, um den Kontakt zum Verbraucher nicht abreißen zu lassen. Am Ende des Tages leben alle von getätigten Abschlüssen.

Ende März hatte **CE-Markt electro** auf der Online-Plattform **ce-electro.de** eine Mutmacher-Kampagne gestartet und viele Fachhändler haben mit konstruktiven Ideen und positiven Anregungen anderen Kollegen Mut gemacht, dass es auch unter erschwerten Bedingungen weitergehen kann. Die Umsetzungen reichten von unmittelbaren Anzeigenschaltungen in der Tagespresse und Lieferungen direkt zum Kunden über Facebook-Videos und Kaufberatung via Videofunktion mit Whatsapp bis zu »Drive in« Möglichkeiten für die Abholung der Ware.

Am meisten hat uns der Ideenreichtum und die Kreativität eines Händlers beeindruckt. Deshalb möchten wir diesen Han-

delspartner mit dem Titel »Händler des Jahres 2020« küren.

and the winner is ...
Euronics XXL Johann+Wittmer, Ratingen



Im Vorfeld der IFA 2020 Special Edition stellte **Dirk Wittmer**, geschäftsführender Gesellschafter der Euronics XXL Johann+Wittmer GmbH in geballter Form seine Ideen und Umsetzungen unter »Corona Best Practice Marketing« vor und beeindruckte damit nicht nur die gesamte Branche, sondern auch unser Team, so dass wir uns spontan zu dieser Auszeichnung entschieden haben.

Herzlichen Glückwunsch an Dirk Wittmer und dem gesamten Team von Euronics XXL Johann+Wittmer.

Selbstständiges Unternehmertum

Erfolgreich mit Medimax

Immer mehr Medimax Fachmärkte gehen an regionale Franchisepartner über – so wie an **Udo Mähltitz**. Er hat sich entschieden, für seine unternehmerischen Zukunftspläne auf die Zusammenarbeit mit der Verbundgruppe Electronic Partner zu setzen

Ende Juli eröffnete er mit einem neuen Team den komplett renovierten Medimax in Schwentinental bei Kiel. Nach den ersten Monaten hat sich das Konzept von Udo Mähltitz und auch sein richtiger Riecher bei der Wahl des Kooperationspartners bestätigt.

Seit Beginn der Neuausrichtung von Medimax im Spätsommer 2019 konnten rund die Hälfte der eigenen Märkte an Franchisepartner übergeben werden. »Damit sind wir voll im Plan. Sollte es nicht zu erneuten massiven Einschränkungen in Form eines zweiten Lockdowns oder Ähnlichem kommen, werden wir die Umstrukturierung von Medimax bis Mitte 2021 abgeschlossen haben«, ist Electronic Partner Vorstand **Friedrich Sobol** sicher.

Was viele Unternehmer überzeugt hat, bringt Franchisepartner Udo Mähltitz auf den Punkt: »Das Backoffice wird einfach optimal abgedeckt. Das bedeutet für mich weniger Kosten und weniger Zeitverlust. Die Buchhaltung samt Debitoren und Kreditoren, den gesamten Bereich Personal



inklusive Recruiting und vieles mehr übernimmt die Medimax Zentrale – und zwar zuverlässig und engagiert. Das hat in dieser Form und Qualität keines der anderen Angebote beinhaltet, die ich mir im Vorfeld angeschaut habe.«

Aufmerksam geworden war Udo Mähltitz, als der Markt in Schwentinental geschlossen werden sollte. Er kennt Medimax seit vielen Jahren, hatte den Standort nahe Kiel sogar 2010 miteröffnet. »Ich weiß, welches Potenzial in diesem Markt steckt und habe dementsprechend ein völlig neues Konzept aufgestellt, das zu den Gegebenheiten vor Ort und den Kundenansprüchen passt«, erklärt er.

Dazu gehörte nicht nur der Umbau, sondern auch ein neuer Schwerpunkt auf Weißer Ware und höherwertigen Produkten. So sind heute 50 Prozent der Verkaufsfläche für Haushaltselektronik reserviert – mit vollständig eingerichteten Küchen und angeschlossenen Geräten für Events und Produktvorführungen.

»Ich merke vor Ort doch am ehesten, was der Kunde will und kann viel schneller agieren, als wenn alle Prozesse über einen zentralen Konzern laufen. Für uns zum Beispiel bedeutet das, verstärkt Premiummarken wie Miele und Metz anzubieten«, führt der Unternehmer weiter fort.

Dazu gehört für ihn auch die persönliche Vernetzung mit weiteren lokalen Anbietern, die die Einkaufslandschaft heute prägen. Deshalb möchte Udo Mähltitz zum Beispiel Kochevents mit Gastronomen aus Kiel veranstalten und hat für den Bau der Küchen im Markt ein örtliches Schreinerunternehmen beauftragt. »Der neue Ansatz von Medimax ist meiner Einschätzung nach zukunftsweisend. Individualität ist wichtiger denn je und dafür braucht es selbstständiges Unternehmertum.«

Umfragen zeigen ein verstärktes Interesse nach Hygiene-Funktionen

Hygiene ist in Zeiten von Corona für viele Menschen ein immens wichtiger Aspekt. Die Angst, sich Bakterien ins Haus zu holen, ist so groß wie nie. Die Industrie reagiert umgehend darauf mit Produkten und Funktionen, die die Gefahr mindern. Luftreiniger gehören genauso dazu wie Dampf- und Hygiene-Features

Das Unternehmen **Bauknecht** hat in der Corona-Krise eine Konsumentenstudie in Auftrag gegeben, deren Ergebnisse eine klare Verhaltensänderung beim Verbraucher zeigen. Dabei spielt der Faktor Hygiene eine immer größer werdende Rolle. So war eine Erkenntnis dieser Studie, das für 38 Prozent der Befragten das Thema Hygiene bei der Lebensmittellagerung aufgrund der Corona-Ereignisse neu priorisiert und als besonders wichtig erachtet wird.

»Bei Kühlgeräten ist es heute wichtig, Hygiene-Funktionen im Angebot zu haben, die Bakterien beseitigen und Keime entfernen«, betont **Jens-Christoph Bidlingmaier**, General Manager Northern Europe bei Bauknecht Deutschland GmbH. »Wir haben Hygiene-Filter in unseren aktuellen Kühlgeräten, die 99,3 Prozent aller Bakterien, die in den Kühlraum eintreten, herausfiltern.«

Einen klaren Trend zu mehr Hygiene sieht Bidlingmaier auch beim Waschen: »Immer mehr Konsumenten verwenden Zusatzmittel zur Desinfektion. Dafür sind unsere Active Care-Waschmaschine optimal, denn mit ihrer Dampffunktion beseitigen sie 99,9 Prozent aller Bakterien ohne chemische Zusätze.«

Geräte mit Dampffunktion sind ein klares Verkaufsargument für den Fachhändler, denn viele Verbraucher stehen chemischen Zusatzstoffen aufgrund fortschreitender Umweltverschmutzung oftmals skeptisch gegenüber.

Zu einem weiteren Megatrend hat sich die Luftbehandlung entwickelt, die ebenfalls durch Corona an Fahrt aufgenommen hat. Immer mehr Hersteller führen jetzt auch Luftreiniger/Luftwäscher in ihrem Sortiment, um Störenfriede wie Viren, Bakterien & Co. aus der Raumluft zu filtern.

So informiert **Philips**, dass der Luftreiniger 2000 als fleißiger »Luft-Butler« rund um die Uhr im Haus dafür sorgt, dass mehr als 99 Prozent der luftübertragenen Partikel mit einer Größe von $0,003 \mu\text{m}$ – kleiner als das kleinste bekannte Virus (getestet an H1N1 – Influenza) – automatisch entfernt werden.



Bild: Pixabay

Hoover geht sogar noch einen Schritt weiter und zeigte auf der IFA 2020 Special Edition sein komplettes Ökosystem »H-ABITAT«, das aus drei Geräten besteht: Luftscanner • Luftreiniger • Saugroboter. Die Zusammenarbeit dieser Geräte sorgt für ein sauberes und gesünderes Zuhause.

Es besteht eine wesentliche Relation zwischen sauberer Luft im Haus und Produkten dieser Art. Je öfter ein Staubsauger, egal welcher Couleur, zum Einsatz kommt, desto geringer ist die Staubentwicklung. Das gleiche gilt für Luftreiniger/Luftwäscher. Je öfter sie laufen, desto mehr befreien sie die Luft von Schwebstoffen – damit auch Viren und Bakterien. Allergiker können diesen Zusammenhang bestätigen, denn je reiner die Luft ist, desto weniger Atemprobleme zeigen sich.

Staubsauger-Hersteller **Thomas** plädiert seit vielen Jahren für seine hygienischen Frischesauger, bei denen der Schmutz im Wasser gebunden und Staub über die Abluft nicht mehr entweichen und an den Raum abgegeben werden kann. Thomas spricht von »der neuen Dimension der Sauberkeit«. Deshalb sind diese Geräte auch häufig bei Tierhaltern im Einsatz. Lesen Sie mehr zum Thema Hygiene auf den nächsten Seiten.



Verbraucherstudie von Bauknecht
Hygiene ist vielen Konsumenten momentan mehr denn je ein großes Bedürfnis

THOMAS

DIE TIERLIEBHABER-STAUBSAUGER

www.robert-thomas.de

MADE IN GERMANY

Bild: Medisana



Zertifizierter Atemschutz

FFP2-Masken von Medisana

Medisana liefert medizinisch zertifizierte Atemschutzmasken der Klasse FFP2, CE-zertifiziert (CE 2834) gemäß der Verordnung (EU) 2016/425 für persönliche Schutzausrüstung) und des anwendbaren Standards EN 149:2001/A1:2009. Die Gültigkeit dieses europäischen Zertifikats beträgt fünf Jahre.

Serien Bianca, Rapid0' und Smart Pro

Spezielle Waschprogramme für den Mundschutz

Candy reagiert in der Covid 19-Pandemie auf die Bedürfnisse der Verbraucher*innen mit zwei neuen Waschprogrammen »Mundschutz-Desinfektion« – 110 Minuten bei 60 Grad und »Mundschutz-Auffrischung« – 45 Minuten bei 40 Grad. Zum wirksamen Schutz gegen das Virus gehört neben dem Tragen von Schutzmasken auch deren regelmäßige Reinigung.



Bild: Candy



Bild: Rowenta

Pure Air Essential von Rowenta

Reine Luft – ideal nicht nur für Allergiker

Mit dem Modell Pure Air Essential bringt Rowenta eine neue Lösung auf den Markt, denn der Luftreiniger entfernt gefährliche Verunreinigungen, die man nicht immer sehen kann: Feinstaub, Pollen und Allergene aller Art. Das Gerät arbeitet leise und mit effizientem Dreifach-Filter.

Airfresh Clean 400 von Soehnle

Reduziert die Virenlast in geschlossenen Räumen

Bei der Bekämpfung von Viren in den eigenen vier Wänden unterstützt ein Luftreiniger. Der Soehnle Airfresh Clean 400 filtert durch einen HEPA-13-Filter Partikel der Größe von Viren aus der Luft und leistet insbesondere bei längerer Laufzeit einen Beitrag zur Reduktion der Virenlast im geschlossenen Raum.



Bild: Soehnle



Bild: Philips

Philips Luftreiniger 2000

Rund um die Uhr saubere Luft

Dieser Luftreiniger reinigt ununterbrochen bis zu 85 Quadratmeter große Räume und ist dabei fast schon geräuschlos. Es lässt sich via App steuern, die zudem Infos zur Luftqualität drinnen und draußen anzeigt. Wer eher der kommunikative Typ ist, kann dies via Amazon Alexa tun.

Zeitlose Eleganz zum Aufatmen

Aerostyle Luftwäscher von Venta

Bei idealer Luftfeuchtigkeit sinkt die Infektionsgefahr durch bestimmte Viren um bis zu 70 Prozent im Vergleich zu sehr trockener Raumluft. Es gibt also gute Gründe für Luftwäscher der Marke Venta. Der neue Aero Style ist in zwei Modellen und Farben erhältlich und fügt sich mit seinem zeitlos eleganten Design in jedes Wohnambiente ein.



Bild: Ulrich Schepp

Erste Hygiene Produktlinie von Beko, die effektiv im Kampf gegen Viren und Bakterien wirksam ist

Als Antwort auf die Corona-Pandemie und die gestiegenen Hygiene-Ansprüche von Verbrauchern präsentiert **Beko** neue Haushaltsgeräte für die einfache Desinfektion zu Hause

Eine von Beko in 31 Ländern durchgeführte Verbraucherstudie hat ergeben: 75 Prozent der Befragten putzen seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie häufiger, 64 Prozent waschen öfter ihre Wäsche und 68 Prozent achten mehr auf die Sauberkeit von Produktverpackungen.

An diesen Punkten setzt die Hygiene Shield-Produktlinie von Beko an, denn alle Geräte setzen von der Natur inspirierte Methoden wie UV-Licht, Dampf und Wärme ein, um Viren, Keime und Bakterien zu entfernen. Auf diese Weise helfen sie Verbrauchern, im eigenen Zuhause optimale Hygiene-Ergebnisse zu erzielen und sich zu schützen. **Die Produktlinie umfasst insgesamt sieben Geräte:** einen UV-Reiniger, einen Kombikühlschrank, eine Waschmaschine, zwei Wäschetrockner, einen Einbauofen und einen Geschirrspüler. In Deutschland werden ausgewählte Geräte der Produktreihe verfügbar sein.

Bis zu fünf Tage kann das Coronavirus auf glatten Oberflächen überleben. Aus diesem Grund hat Beko den UV-Reiniger entwickelt: Mithilfe einer UV-Lichttechnologie können Gegenstände im 20- bis 40-Minutentakt gereinigt werden, ohne dass sie dabei beschädigt werden. Das Gerät kann überall im Haus platziert werden

Die neuen Beko Geräte entfernen mithilfe von UV-Licht, Hitze oder Dampf bis zu 99 Prozent der Bakterien und Viren auf Kleidung, Geschirr oder sonstigen Gegenständen.

und ist dank seines Touchdisplays besonders einfach zu bedienen.

Speziell für Lebensmittel wurde der Kombikühlschrank mit einer Desinfektionsschublade entwickelt: In etwa 40 Minuten werden über 99 Prozent der Bakterien und Viren von versiegelten Verpackungen entfernt. Dafür müssen diese einfach in die separate Desinfektionsschublade gelegt werden, welche ebenfalls mit der innovativen UV-Lichttechnologie ausgestattet ist. Ein Abwischen der Verpackungen ist nicht nötig.

»Wir freuen uns darauf, die neuesten Innovationen von Beko und damit gleichzeitig die erste Hygiene-Produktlinie von Beko auf den Markt zu bringen«, informiert **Hakan Bulgurlu**, CEO des Beko-Mutterkonzerns Arçelik.



Hoover »H-ABITAT«

Dreiteiliges Ökosystem für ein sauberes Zuhause

Die **Umwelt** hat starken Einfluss auf das Wohlbefinden. Saubere Luft, draußen wie drinnen, ist beispielsweise eine Grundvoraussetzung für ein gesundes Leben. Aus diesem Grund hat Hoover »H-ABITAT« entwickelt – ein einzigartiges Ökosystem für eine saubere und gesündere Umgebung in den eigenen vier Wänden.

Es kombiniert drei intelligente Produktneuheiten, die ständig miteinander interagieren und interne sowie externe Luftdaten sammeln.

- **Luftscanner H-SCANNER**
- **Luftreiniger H-PURIFIER 700**
- **Saugroboter H-GO 700 EXTRA**

Auf diese Weise wird der Nutzer nicht nur über Luftschadstoffe im eigenen Haushalt informiert, sondern unter anderem auch über die aktuelle Pollenbelastung. Verwaltet und angepasst werden sie über die hOn App – die neue Plattform von Haier Europe. Doch damit nicht genug: Dank dieser innovativen Benutzerschnittstelle ist es möglich, mithilfe einer App alle von der Haier Gruppe entwickelten Haushaltsgeräte einfach zu steuern.



Beko UV-Reiniger entfernt Viren, Keime und Bakterien von Gegenständen wie Schlüssel, Geldbörsen usw.

Wäschetrockner

Mit UV-Lichttechnologie trocknet und desinfiziert das Beko-Gerät bis zu fünf Kilogramm Wäsche. Zudem entfernt das UV-Hygiene-Trocknungsprogramm Bakterien und Viren von trockener Kleidung



DIE TIERLIEBHABER-STAUBSAUGER

THOMAS

www.robert-thomas.de

MADE IN GERMANY





Mehr Küche • mehr Haushalt • mehr Wohnen

Haushaltsgeräte von LG Electronics sorgen mit mehr innovativer Technologie für einen saubereren Haushalt

In den vergangenen Monaten haben wir mehr Zeit als je zuvor in unseren eigenen vier Wänden verbracht. Unser Zuhause ist mehr geworden als nur Wohnen. Es ist zu unserem zentralen Lebensmittelpunkt geworden, in dem Leben und Arbeiten zunehmend miteinander verschmelzen. Um dennoch den Charme unseres Zuhauses als persönlichen Wohnfühls- und Rückzugsort zu erhalten, sind Ordnung, Sauberkeit und Hygiene unerlässlich. Doch wie schaffen wir das am einfachsten und effektivsten? Was wäre, wenn es hierfür die perfekten Begleiter gäbe, die ein sicheres und sauberes Gefühl daheim garantieren? **Mit LG Electronics ist genau das möglich.**

LG Electronics bietet mit Smartphones, Home Entertainment Geräten oder auch Bildschirmen eine große Vielfalt an Produkten für alle Lebensbereiche. Gemäß dem Markenversprechen »Life's Good« ist das Unternehmen stets auf der Suche nach neuen Technologien, um das Leben der Verbraucher leichter zu machen und weiter zu verbessern. Besonders hervorzuheben sind darüber hinaus die innovativen Haushaltsgeräte, mit denen sich das Unternehmen seit Jahren als einer der wichtigsten Global Player im Markt behaupten kann.

Als einer der weltweit führenden Anbieter von Haushaltsgeräten bietet LG Electronics Home Appliances intelligente und effiziente Lösungen für den gesamten Haushalt. Im Bereich Wäschepflege umfasst das Portfolio effiziente Waschmaschinen, Trockner und kombinierte Waschtrockner für saubere und samtig weiche Wäsche. Für den Extra-Frische-Kick für Zwischendurch gibt es den praktischen Styler: einfach die Wäsche hineinhängen und innerhalb von wenigen Minuten sorgt der Steamer dank seiner TrueSteam™ Dampftechnologie für fasertiefe Frische und glatte Kleidung.

Für den Küchenalltag hat LG Kühlschränke sowie Kühlgefrierkombis im Sortiment, die sich aufgrund ihres zeitlosen Designs in jeder Küche gut machen. So gibt es Kühlgefrierkombis oder die Side-by-Side und MultiDoor Kühlschränke, die in unterschiedlichen Ausführungen erhältlich sind. Beispielsweise können diese als

Feature einen Wasserspender integriert haben oder sie beinhalten die einzigartige InstaView™-Technologie, bei der das Innere des Kühlschranks nach zweimaligem Anklopfen an der vorderen getönten Glasscheibe beleuchtet wird und einen Blick auf die gekühlten Lebensmittel erlaubt – ohne die Tür zu öffnen und weniger Austreten von Kaltluft. Schnell und effizient geht es auch mit den Mikrowellen von LG, die echte Multitalente sind und sich einfach in die Küche integrieren lassen.

TurboWash™ und UVnano – zwei innovative Technologien von LG Electronics

Um den sich wandelnden Ansprüchen an mehr Sauberkeit und Sicherheit im Haushalt gerecht zu werden, entwickelt LG Electronics immer wieder neue Technologien. Eine dieser spannenden Innovationen auf dem Weg hin zu mehr Komfort und Sauberkeit ist die LG TurboWash™ 360°-Technologie, die in vielen neuen Waschmaschinen- sowie Waschtrocknermodellen enthalten ist.

Damit dauert ein Waschgang nur noch 39 Minuten und ist somit 20 Minuten schneller als das Vorgänger-Modell – ohne Beeinträchtigung der Waschleistung oder der Pflege des Stoffes. Das Besondere an der TurboWash™ 360°-Technologie ist die 360° Erfassung der gesamten Wäsche-

ladung durch vier Multi-Einsprühdüsen, dem sogenannten 3D Multi Spray, sowie den sechs Bewegungsformen der Trommel (Tumble, Swing, Filtration, Rolling, Scrub, Stepping). Durch die schnellere und komplexere Reinigung mithilfe der 3D Multi Sprühdüsen und einer Inverter Pumpe wird die Wäsche gründlich und mit einer erheblichen Zeitersparnis und Energieeinsparung gereinigt.

Eine weitere innovative Technologie nutzt LG für seine Kühlschränke mit einem integrierten Wasserspender. Oftmals können Wasserspender zum Keimherd werden und zu Verunreinigungen führen. LG hat eine Technologie entwickelt, die dem entgegenwirkt und die Kraft des Lichts mit UVnano nutzt. Die UVnano-Technologie befindet sich im Wasserspender der Kühlschränke und befreit das Wasser besonders effektiv von darin herumschwelenden Bakterien. Dafür werden die Wasserspenderausgänge der Kühlschränke einmal pro Stunde (oder jederzeit manuell) desinfiziert und somit bis zu 99,99 Prozent der Bakterien entfernt.¹ Dies sorgt für eine kontinuierliche, selbstständige Reinigung der Wasserausgänge, sodass diese stets sauber sind – ohne Kopfzerbrechen und für bedenkenlose und komfortable Nutzung.

Wie kaum ein anderer Anbieter ist es LG Electronics mit diesen Technologien möglich, den Verbrauchern hygienische und praktische Komplettlösungen anzubieten, die den Haushalt optimieren und den Konsumenten ein saubereres und sichereres Wohnen ermöglichen – für ein größtmögliches Wohlbefinden in den eigenen vier Wänden.

¹Basierend auf den Testergebnissen (20.05.) von KCL (Korean Conformity Laboratories) unter Verwendung der LG internen Testmethode zur Desinfektion. Die Anzahl lebender Bakterien im Ausgang der Wasserspender wurde 24 Stunden nach dem Start der UVnano-Funktion, die einmal pro Stunde erfolgt, gezählt. Anfänglich wurden die Wasseraustrittsmodule bei Zimmertemperatur mit 0,4 ml 10⁶ KBE/ml E. coli-Bakterien gefüllt. Die Ergebnisse können je nach Anwendungsbedingungen variieren.

TurboWash™

Saubere Wäsche in nur 39 Minuten dank vier Multi-Einsprühdüsen – 3 D Multi Spray – und sechs Bewegungsformen der Trommel – ohne Kompromisse beim Faserschutz.

InstaView™

Ohne die Kühlschranktür zu öffnen gewährleistet InstaView™ einen Blick auf die Lebensmittel, die sich im Gerät befinden. Dafür einfach zweimal an der vorderen getönten Glasscheibe anklopfen und schon wird das Innere des Kühlschranks beleuchtet und gibt die Sicht frei auf das Kühlgut.

UVnano

Wasserspender ohne Bakterien sichert die innovative UVnano-Technologie in den Side-by-Side-Geräten. Dadurch werden die Wasserspenderausgänge der Kühlschränke einmal pro Stunde desinfiziert und somit bis zu 99,99 Prozent der herumschwelenden Bakterien entfernt.¹



Wäschepflege mit LG Electronics
Konsumenten erwarten Geräte, die Zeit und Energie einsparen

Trend geht zum Indoor Gardening



Auch ohne eigenen Garten kann man für das tägliche Essen frische Kräuter, Salate oder Microgreens in den eigenen vier Wänden anbauen. **Bosch** hat dafür ein perfektes Tool entwickelt

Aktuelle Erhebungen prognostizieren, dass bis zum Jahr 2050 weltweit zwei Drittel der Menschen in Städten wohnen werden. Bereits jetzt ist es deutlich mehr als die Hälfte der globalen Bevölkerung. Parallel dazu gibt es den Trend nach gesunder Ernährung, regionalen Produkten und kurzen Transportwegen. Diese beiden Welten müssen kein Widerspruch sein, denn innovative Produkte sorgen dafür, das frische Lebensmittel zukünftig nicht nur in der heimischen Küche, sondern im gesamten Wohnbereich kultiviert und geerntet werden können.

Frische und Natur ins Haus holen

Selbstgezogenes schmeckt besonders gut und bietet eine frische Alternative zu Supermarkt-Produkten. Wer seine Zutaten für die gesunde Küche ganz unabhängig von der Jahreszeit selbst ernten möchte, hat mit dem neuen Smart Grow Life von Bosch vielseitige Möglichkeiten. Mit intensivem Geschmack, gesunden Inhaltsstoffen und ohne Belastung durch Pestizide oder genveränderten Lebensmitteln.

Für noch mehr gesundes Grün können gleich mehrere Geräte zu einem Wandgarten arrangiert werden. Ob übereinander oder nebeneinander – mit der versteckten Wandhalterung scheint der Smart Grow Life an der Wand

zu schweben. Um das Gerät individuell an die eigene Wohnung anzupassen, gibt es individuelle Hüllen sowie abnehmbare Design-Clips in verschiedenen Farben – so wird der neue Smart Grow Life zum geschmackvollen Einrichtungselement.

Der Anbau der schmackhaften Kräuter & Co. ist mit ihm besonders einfach und speziell geeignet für Menschen, die wenig Zeit haben. Denn der Allrounder erledigt vom Keimen bis zur Erntereife alles von allein, indem er mit seinem automatischen Beleuchtungs- und Bewässerungssystem stets perfekte Bedingungen für das Pflanzenwachstum schafft. Sogar unterschiedliche Lichtverhältnisse und Bewässerungseinstellungen werden auf die verschiedenen Wachstumsphasen angepasst. Und selbst im Urlaub muss sich der Nachbar nicht mehr um die Pflanzen kümmern.

Mit einer ständig wachsenden Auswahl an Saatkapseln bleibt kaum ein kulinarisches Highlight unerfüllt. Nährstoffreiche Microgreens können schon nach sieben

Tagen geerntet werden. Über 50 verschiedene Sorten gibt es bereits, darunter Kräuter wie Majoran und Basilikum, Früchte wie die Kirschtomate, Salate, essbare Blüten sowie Microgreens. Hat man Freunde zu Besuch, kann das selbst gezogene, aromatische Grün mit der herausnehmbaren Schale direkt am Tisch serviert werden

Für alle, die es außergewöhnlich mögen, gibt es auch ganz besondere Sorten, die in Supermärkten kaum zu finden sind: von Tatsoi über Thai Basilikum bis hin zu Shiso-Kresse. Die recycelbaren Kapseln mit komplett natürlichem Inhalt kommen zudem mit einer Keimungsgarantie: sollte es einmal nicht klappen, gibt es über den Kundendienst Ersatz.

Alle verwendeten Materialien des Smart Grow Life folgen dem Nachhaltigkeitsgedanken – von der Produktion bis zur Anwendung. Sie sind für eine Kreislaufwirtschaft konzipiert sowie modular aufgebaut, um den ökologischen Fußabdruck von Anfang bis Ende zu minimieren.

Zum Beispiel bestehen die weißen Kunststoffelemente zu 100 Prozent aus postindustriellem recyceltem Material. Die Verpackung ist aus recyceltem Papier gefertigt, ausgelegt für optimalen Schutz bei minimalem Materialeinsatz.

Mit der Smart Grow-App finden Nutzer kreative Ideen, Rezepte sowie Nährstoffinformationen bis hin zu Tipps und Tricks für eine reiche Ernte.

Bosch Smart Grow Life

Unterschiedliche Entwicklungsstufen der selbst angebaute Kräuter, Salate und Microgreens unter optimalen Wachstums-Bedingungen



Direkt aus dem Jura-Livestudio in Nürnberg

Seminarreihe »Fit for coffee« feiert Online-Comeback

Seit langem sind die »Fit for Coffee«-Seminare von **Jura** eine feste Institution in der Branche. Tausende Verkäufer wurden in fast zwanzig Jahren über Jura-Technologien, Produkte und Kaffeekultur geschult. Situationsbedingt kommt jetzt die Veranstaltungsreihe im neuen Format



Aufgrund der aktuellen Lage hat Jura das Fit for Coffee-Konzept modifiziert und an die Umstände angepasst. Seit Oktober können die Teilnehmer das interaktive Seminar am Bildschirm verfolgen und damit ihren Experten-Horizont erweitern.

Am Wesen der wöchentlich angebotenen Seminare ändert sich dadurch nichts: weiterhin stehen ausgesuchte Themen im Zentrum der einzelnen Module. Fünf von ihnen gibt es: »Produktneuheiten im Herbst 2020«, »Erlebnisswelt Kaffee« sowie jeweils die Jura-Schlüsseltechnologien Teil 1 bis 3. Wie bisher werden die Inhalte anschaulich von der Seminarleiterin präsentiert und man kann sich über eine Chatfunktion austauschen.



Jura E8 in Chrom

Jura macht die Händler Schritt für Schritt »Fit for Coffee«

Die entsprechenden Materialien werden den Teilnehmern im Vorfeld zugesandt und umfassen unter anderem eine Anleitung bzw. Darstellung technischer Voraussetzungen zur Teilnahme, sowie Produktunterlagen und Arbeitsmaterialien. Ein spezieller PDF-Online-Seminarflyer beantwortet alle Fragen, die sich vor und bei der Anmeldung stellen könnten.

Pro Seminar können in der Startphase des neuen Konzepts bis zu 15 Fachhändler teilnehmen. Die einzelnen Module nehmen etwa eine Stunde bis 80 Minuten in Anspruch – zuzüglich einer Viertelstunde für Rückfragen und Anregungen. Die Seminare werden jeweils Montag bis Mittwoch angeboten und beginnen wahlweise um 10 Uhr oder um 13 Uhr.

Mit den neuen Online-Seminaren stellt Jura die Kontinuität des ebenso populären wie wichtigen Angebots sicher und beweist einmal mehr, dass sich auch anspruchsvolle Situationen mit Erfahrung, Engagement und Kreativität meistern lassen.

In der neuen Seminarreihe lernen die Verkäufer die Jura Produktneuheiten für das wichtige Jahresendgeschäft kennen. Als absolute Herbstneuheit wird das Erfolgsmodell E8 in neuer Version gezeigt. Aber auch im Zubehör- und Pflegebereich gibt es einige Innovationen, die von der Jura Seminarleiterin online vorgestellt werden.

Interessenten können sich im Jura-Partnernetz anmelden, wo auch der Kursplan dargestellt wird. Eine Ampel zeigt an, ob und wo noch Plätze verfügbar sind.

Handbetriebene Allesschneider

- Die einzig Handbetriebenen „made in Germany“
- Langlebig und stabil dank Vollmetallausführung
- Verstellbarer Schneidgut-Führungsbügel für unterschiedlich großes Schneidgut



amano⁵



manus³



»Straight to the Soul of Coffee«

De'Longhi befeuert die Kauflust mit crossmedialer Kampagne

Zum wichtigen Jahresendgeschäft hat **De'Longhi** seine größte Mediakampagne des Jahres gestartet. Zudem gibt es eine attraktive Mehrwertaktion mit fünf Jahren Herstellergarantie



Mit der Primadonna Soul bringt De'Longhi die neue und einzigartige Bean Adapt Technology in den deutschen Markt und unterstützt die Einführung mit einer umfangreichen Media-Kampagne.

Im Fokus steht der neue Product Hero und getreu dem Motto »Straight to the Soul of Coffee« dreht sich bei der breit angelegten Kampagne alles um die Seele der Kaffeebohne.

Dabei setzt De'Longhi nicht nur auf Bewegtbildformate, auch Social-Media-Aktivitäten, Multiplikatoren, PR-Kampagnen und eine verkaufsfördernde Mehrwert-Aktion sind Teil der Marketingstrategie für das vierte Quartal.

In der verkaufsstarken Herbst- und Wintersaison macht De'Longhi Fernsehwerbung

Die großangelegte Media-Kampagne baut auf einem TV-Spot auf, der seit KW 40 über drei Monate lang auf reichweitenstarken Sendern ausgestrahlt wird. Darin dringen Zuschauer*innen ganz in die Seele der Kaffeebohne vor und verstehen, wie die Bean Adapt Technology durch Optimierung der Mahl- und Brühparameter nur die besten Aromen aus den Kaffeebohnen in die Tasse zaubert.

Flankiert wird der Spot von parallel ausgespielten digitalen Maßnahmen, darunter Onlinevideos, klassische Bannerwerbung, Social Media und Content Marketing. Darüber hinaus lanciert De'Longhi eine separate Coffee Lounge Plattform, auf der Interessierte ihr Kaffeefachwissen zu Bohnenvarietäten, Kaffeeanbau und -verarbeitung erweitern können.

Zusätzlich zu den Media-Aktivitäten startet De'Longhi eine viermonatige Mehrwert-Aktion und setzt dabei auf die Qualität seiner Produkte. Zwischen dem 15. September 2020 und dem 15. Januar 2021 erhalten Käufer mit der »5 Jahre Herstellergarantie« einen besonderen Kaufanreiz. Die Garantie-Aktion gilt für viele neuerworbenen Premium-Geräte der Marke De'Longhi.

CM6 Milk Perfection

Für den perfekten Milchschaum

Nicht nur die Qualität der Bohnen ist für den Kaffeegenuss wichtig, auch auf den Milchschaum kommt es an. Und hier setzt der CM6 Milk Perfection von **Miele** neue Maßstäbe



Dank zweifacher Dampfzugabe ist bei Miele nun ein doppeltes Aufschäumen möglich. »Das sogenannte Doppeltventuri-Verfahren erhöht nicht nur die Temperatur des Milchschaums, sondern sorgt zugleich für eine besonders feinporige Textur«, betont **Torsten Clausen**, Produktmanager Kaffeezubereitung der Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland.

So ist beim automatischen Spülen der Milchleitungen kein Umstecken mehr nötig, denn das Gerät ist mit einem doppelten Schlauch ausgestattet. Die erste Leitung führt vom Milchgefäß in den Kaffeevollautomaten, die zweite ist für das Spülwasser zuständig. Ein Milchgefäß aus

Glas ist modellabhängig bereits im Lieferumfang enthalten.

Die Getränkeauswahl des CM6 erweitert sich unter anderem durch Espresso Macchiato, Flat White und verschiedene Teesorten auf insgesamt 18 Variationen. Je nach Vorliebe lässt sich die Wasser- und auch die Milch- bzw. Milchschaummenge während des Bezugs spontan anpassen.

Ebenfalls neu ist, dass alle Modelle der CM6-Serie vernetzungsfähig sind. So lässt sich per **Miele-App** und Smartphone oder Tablet zum Beispiel der aktuelle Reinigungsstatus der Maschine anzeigen, der Getränkebezug aus der Ferne starten oder das Gerät per Sprachbefehl über Amazon Alexa steuern. Auch neuer Miele-Kaffee lässt sich per App ordern.

Speziell für Espresso-Fans bietet die Miele-App zudem einen Barista Assistent. Dieser führt den Nutzer Schritt für Schritt durch eine angeleitete Verkostung zum perfekten Ergebnis. Die entsprechenden Geräteeinstellungen lassen sich anschließend als individuelles Geschmacksprofil hinterlegen.



Wärme • Kälte • Luftfeuchtigkeit

Multifunktional, wenn es um ein optimales Raumklima geht

Für erfrischende Kühle im Sommer oder wohlige Wärme an kalten Winterabenden sorgt der Heiz/Ventilator Seasons von **Unold**

Zu heiß im Sommer, zu kalt im Winter? Und die trockene Luft nervt? Dann sollte der Heiz/Ventilator Seasons der Marke Unold ins Schlafzimmer, die Wohnräume oder ins Büro einziehen. Das schicke Designteil in purem Weiß sorgt mit drei Heißluft- und drei Ventilationsstufen wahlweise für wohlige Wärme oder erfrischende Kühlung. Die zuschaltbare Oszillation übernimmt dabei eine optimale Luftverteilung.

Die digitale Temperaturkontrolle reicht von circa fünf bis 35 Grad Celsius und schaltet sich bei erreichter Temperaturstufe automatisch ab. Der integrierte Luftbefeuchter kann separat ein- und ausgeschaltet werden, wobei sein Wassertankvolumen von circa 0,9 Litern ausreichend für eine kontinuierliche Luftbefeuchtung von bis zu sechs Stunden ist.

Alle Funktionen, das LED-Display mit Temperaturanzeige und der 24-Stunden-

Timer lassen sich per Knopfdruck oder praktischer Fernbedienung steuern. Durch Rollen im Standfuß ist leichtes Verschieben kein Problem. Zusätzlich gibt es auch einen handlichen Tragegriff am Gehäuse.

Der Kipp-Schutz/Auto off, der Überhitzungsschutz und die Kindersicherung sind ebenso wie die Schutzklasse II serienmäßig. Praktische Aufbewahrungsmöglichkeiten für das etwa 150 Zentimeter lange Kabel sowie die Fernbedienung hat das Multifunktions-Klimagerät ebenfalls zu bieten.



Entspannt bleiben - denn jetzt kocht „Mein Hans“!

Ob mit oder ohne Dampfdruck - die Elektronik steuert den Kochvorgang vollautomatisch und sicher. Mit seinen 14 Kochprogrammen vereint „Mein Hans“ 9 Küchengeräte. Das spart bis zu 70% Zeit und 50% Energie. Im Temperaturbereich von 40 - 170°C, mit zwei Dampfdruckstufen, automatischer Abschaltung und Warmhaltemodus erlebt man wahres Kochvergnügen.



Mein Hans

+ Kochbuch
88 Seiten voller leckerer Rezepte
Weitere tolle Rezepte in der
Online-Rezept-Datenbank auf
www.meinhans.de/rezepte



ROMMELSBACHER FREUDE AM KOCHEN

Mehr Informationen zu ROMMELSBACHER unter: www.rommelsbacher.de



HERBST-ZEIT

Fit und gesund mit Gastroback

Der Herbst steht vor der Tür, die Tage werden kürzer und es wird wieder kälter. Unser Immunsystem ist nun neben den Corona-Viren einer zusätzlichen Belastung durch Grippe- und Erkältungsviren ausgesetzt. Mit gesunder Ernährung und selbstgemachten Immun-Boostern aus frisch geerntetem Obst und Gemüse können wir unser Immunsystem stärken und unterstützen. Gastroback-Geräte helfen dabei.



Gerade im Herbst steht uns eine reiche Auswahl an Obst und Gemüse für frisch gemachte Säfte, Smoothies und Suppen zur Verfügung. Daraus lassen sich frische und leckere Säfte, Smoothies und Suppen machen. Diese können mit den Entsaftern und Mixern der Marke Gastroback für die ganze Familie schnell und einfach zubereitet werden.



Gastroback Zitruspresse liefert vitaminreiche Säfte in der kalten Jahreszeit

Mit dem Flyer »Herbst-Zeit« will Gastroback Händler und Verbraucher zur laufenden Erntezeit und zu gemütlichen Herbsttagen inspirieren. Händler können diese Information mit Rezeptideen, aktuellen Testlogos und passenden Produktvorstellungen dafür nutzen, um über die kommenden saisonalen Themen zu informieren: Herbstzeit, Erkältungszeit, Teekoche und gemütliche Stunden zu Hause.



Küchenminis Fritteuse und Kartoffelschneider

Das neue Dreamteam von WMF für hausgemachte Pommes Frites

Die Produktreihe der **WMF** Küchenminis bekommt Zuwachs. Ab November ist eine außergewöhnliche Kombination von Fritteuse und dazu passenden Kartoffelschneider im Handel erhältlich

Zunächst werden Kartoffeln, Süßkartoffeln, Karotten oder anderes Gemüse mit dem kompakten Kartoffelschneider in gleichmäßige Stücke geschnitten. Dann ist die Fritteuse an der Reihe, die klein in der Größe und stark in der Leistung ist.

Mit dieser durchdachten Kombination ergänzt WMF seine erfolgreiche Serie der Küchenminis und bietet damit nicht nur Singles oder kleineren Haushalten die Möglichkeit, in den Genuss frittierten Speisen zu kommen, denn das Frittiergerät ist ebenfalls ideal für Snacks, Fingerfood oder auch nur für kleinere Portionen.

Die Fritteuse mit kompakten Abmessungen hat eine Leistung von 1.000 Watt und verfügt über eine Vielzahl praktischer Funktionen. Die Temperatur ist zwischen 150 und 190 Grad Celsius individuell einstellbar.

Der Öltopf mit einem Fassungsvermögen von einem Liter ist herausnehmbar, wodurch sich das Öl sehr einfach austauschen lässt. Der Korb für das Frittiergut kann dank Hebemechanismus auch bei geschlossenem Deckel problemlos angehoben und abgesenkt werden. Ein großes Glasfenster gibt dabei einen geschützten Einblick in den Frittierprozess.

Während des Zubereitungsprozesses sorgt ein im Gerät integrierter Luftfilter für die Reduktion von störenden Gerüchen, was gerade beim Frittieren ein wichtiger Punkt ist. Zudem sorgt WMF Safety Touch

dafür, dass alle relevanten Griffflächen am stilvollen Cromargan-Gehäuse auch während des Betriebs berührbar bleiben.

So erfüllt die Küchenminis Fritteuse die hohen Sicherheitsanforderungen des Produktsicherheitsgesetzes, was durch die Zertifizierung mit dem GS-Siegel für »Geprüfte Sicherheit« bestätigt wurde.

Gerätefeatures auf einen Blick

- Kompaktes Gehäuse
- Herausnehmbarer Öltopf mit einem Fassungsvermögen von einem Liter
- 1.000 Watt Leistung
- Temperatureinstellung von 150 bis 190 Grad Celsius
- Hebemechanismus
- Glasfenster
- Luftfilter absorbiert lästige Gerüche
- Safety Touch für absolute Sicherheit
- Stilvolles Design

Kompakt und leistungsstark
Fritteuse aus der Serie der WMF Küchenminis



115 Jahre Ritterwerk

Nachhaltigkeit und Reparaturfähigkeit stehen hoch im Kurs

Ritterwerk ist bekannt für seine Produkte »Made in Germany«. Das bietet Möglichkeiten, die heute wieder mehr denn je gefragt sind. Dazu befragen wir Geschäftsführer **Michael Schüller**

Herr Schüller, wie steuern Sie Ihr Unternehmen derzeit durch die rauen Corona-Gewässer oder anders gefragt: Wie laufen bislang in 2020 die Geschäfte im Ritterwerk?

Zu Beginn der Pandemie mussten wir im Monat April ein zweistelliges Umsatzminus verzeichnen. In den Folgemonaten hat sich der Umsatz jedoch, wie generell in der gesamten Elektrobranche, wieder deutlich erholt. Aktuell können wir also sagen, dass der bisherige Geschäftsverlauf in diesem Jahr insgesamt gesehen zu einem zweistelligen Wachstum führt. Diese Steigerung lässt sich darauf zurückführen, dass die Leute viel mehr Zeit zu Hause verbringen und es sich dort natürlich gemütlich machen möchten. Die Ausgaben werden also auf Haus und Garten umgelagert, was unserer Branche durchaus zugutekommt.



Michael Schüller

Wie begegnen Sie der aktuellen Messesituation bzw. wie erreichen Sie die Handelspartner, um erfolgreiche Geschäfte zu tätigen?

Natürlich bedauern wir es sehr, dass die meisten und auch für uns wichtigsten Messen ausfallen. Nichtsdestotrotz ist es aufgrund der Corona-Situation unaus-

weichlich und eine absolut richtige Entscheidung, Messen abzusagen. Ritterwerk ist inzwischen 115 Jahre alt und wie Sie sich sicherlich vorstellen können, bestehen die Beziehungen zu unseren Kunden mittlerweile schon so lange, dass wir diese auch über einen längeren Zeitraum online oder per Telefon aufrechterhalten können.

Welche Ziele verfolgen Sie in der nahen Zukunft und welche Produkte stehen bei Ritterwerk im verkaufstarken Jahresendgeschäft im Fokus?

Wie bisher auch, bleiben wir unserer Unternehmensphilosophie treu und lassen unser Produktportfolio – natürlich »Made in Germany« wie alles von Ritter – kontinuierlich wachsen. Anfang des Jahres 2020, zum 115-jährigen Bestehen unseres Unternehmens, haben wir uns für die Einführung von ganz besonderen Produkten entschieden: die manuellen Allerschneider »amano 5« und »manus 3«. Im Fokus des Jahresendgeschäfts liegen unsere »selected design« Produkte – diese sind für jene Kunden, welche besonders viel Wert auf deutsche Qualität im Bauhausstil legen. Zu unserer Freude scheinen Themen wie Nachhaltigkeit sowie Reparaturfähigkeit immer präsenter zu werden und immer größeren Anklang zu finden – was konkret für uns bedeutet: Unsere Zielgruppe, also die Personen, die wir mit unseren Produkten erreichen wollen, wächst stetig.

SHOWTIME
FÜR DEIN
LIEBLINGSESSEN



GRAEF.



SLICED
KITCHEN.

www.graef.de

Weitere Information über den Allerschneider erhaltet ihr hier:





Enger Familienverbund v.l.n.r.
 Hermann Graef, Geschäftsführer
 Johanna Graef-Krengel, Head of Sales
 Franziska Graef, Head of Marketing
 Andreas Schmidt, Geschäftsführer



100 Jahre Graef – das bedeutet nicht nur 100 Prozent Ingenieurskunst, 100 Prozent Kompetenz und 100 Prozent Innovation, sondern es bedeutet vor allem auch 100 Prozent Familienunternehmen. Das ist für die dritte und vierte Generation, die das Unternehmen derzeit führt, Ansporn und Verpflichtung zugleich. Und die aktuellen Zahlen zeigen ganz klar, dass der eingeschlagene Weg der richtige ist.

- Gesamt-Wachstum plus 22 %
- Sliced Kitchen plus 28 %
- Coffee Kitchen plus 34 %
- Deli Kitchen plus 47 %

Typisch Graef, das heißt nicht nur Funktionalität, solide, hochwertige Verarbeitung und nutzerfreundliche Handhabung. Es heißt auch durchdachtes, ergonomisches Design. Daher ist es kein Wunder, dass die Alleschneider und andere Produkte aus Arnberg immer wieder mit den begehrtesten Designpreisen ausgezeichnet werden: vom reddot design award über den Plus X Award bis zum German Design Award. Zudem verleihen Test- und Branchenmagazine den Produkten von Graef regelmäßig Bestnoten.

Ganz besonders stolz sind die Graefs darauf, dass sie seit 2009 bereits mehrfach zur »Marke des Jahrhunderts« gewählt wurden und sich in prominenter Gesellschaft mit Marken wie Melitta, Braun und Mercedes befinden.

1920 - 2020

Ein Jahrhundert Nachhaltigkeit

Im Sauerland hat man allen Grund zum Feiern: Das Unternehmen **Graef** wurde 1920 gegründet und wird heuer 100 Jahre alt. Aber das ist noch lange nicht alles. Im Corona-Jahr kann der Familienbetrieb eine nationale Steigerung im konsumigen Bereich von 37 Prozent vermelden. Wenn das kein Grund zum Feiern ist

Die Welt der Firma Graef aus dem Sauerland ist in Ordnung. 1920 genauso wie 2020. Auch wenn das Unternehmen dazwischen herbe Rückschläge verkraften musste. In der Nacht zum 17. Mai 1943 wurde die Möhnetalsperre von den Engländern zerstört und eine Flut wälzte sich durch die Täler der Möhne und der Ruhr, an deren Mündung sich das Unternehmen Graef damals wie heute befindet. Durch die Flutwelle wurde das Unternehmen in jenen Tagen fast völlig zerstört.

Doch die Söhne des 1951 verstorbenen Firmengründers bauen das Familienunternehmen wieder auf und nutzen die Chancen, die ihnen die Zeit des Wirtschaftswunders bietet. Heute steht das Sauerland als produzierendes Gewerbe im nationalen Vergleich mit anderen Regionen ganz weit vorne. Armaturen von Grohe, Gläser von Ritzenhoff, Socken von Falke und eben auch Alleschneider von Graef kommen aus dieser Gegend und stehen für qualitativ hochwertige Produkte.

GEWINNEN SIE EINEN LIMITIERTEN ALLESSCHNEIDER VON GRAEF

GEWINNFRAGE:

Welchen Geburtstag feiert Graef dieses Jahr?

- 25 Jahre 50 Jahre 100 Jahre

PREIS: **Graef Alleschneider – Design by Marcus Dörr**

im Wert von 188,99 Euro UVP* – * Unverbindliche Preisempfehlung, die Festlegung des Verkaufspreises liegt im alleinigen Ermessen des Handels

Senden Sie Ihre Lösung bis spätestens 15. November 2020 per eMail an apc@ce-electro.de oder per Telefax an 0 91 06 – 92 55 62. Bitte Name, Anschrift und Telefonnummer nicht vergessen!

Unter mehreren richtigen Einsendungen ermitteln wir den Sieger im Losverfahren. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Mit der Teilnahme am Gewinnspiel erklärt sich der/die künftige Gewinner*in damit einverstanden, in der Ausgabe 12/2020 **CE-Markt electro** namentlich genannt zu werden.



Mobile Teilnahme



Bild: Beurer

Beurer Tens/EMS-Geräte

Schmerzlinderung ohne Medikamente

Elektrostimulation ist eine bewährte Selbsttherapie gegen Schmerzen, da sie ohne die Einnahme von Medikamenten auskommt. Das Wirkungsprinzip basiert auf der Nachbildung von körpereigenen Impulsen, die mittels Elektroden über die Haut an die Nerven- bzw. Muskelfasern weitergeleitet werden und somit zur Schmerzlinderung beitragen können. Mit dem EM 59 Heat (Bild) bringt Beurer ein neues Tens/EMS-Gerät mit Wärmefunktion auf den Markt, mit welchem sich Beschwerden erfolgreich behandeln lassen. Wer die Tens/EMS-Anwendung besonders praktisch angehen möchte, entscheidet sich für das neue EM 70 Wireless mit kabelloser Steuereinheit.

Wandelbar • Vielfältig • Feminin

Langanhaltende Wellen

Ob **glamouröse Wasserwellen**, Mermaid-Waves, Beach Waves oder natürlich-lässige Wellen im Undone-Style – mit dem neuen Pro Luxe 4 in 1 Welleneisen CI91AW von Remington lassen sich vier Looks mit nur einem Styling-Tool zaubern. Dank des Einstellrads kann die gewünschte Wellenform ganz einfach reguliert werden. Die Aufheizzeit des Welleneisens ist besonders kurz, denn in nur 30 Sekunden kann es losgehen. Und auch die Handhabung ist easy: Dank der rutschfesten Grip-Tech-Keramikbeschichtung bleiben die Strähnen genau dort, wo sie sein sollen. Ausgestattet mit der intelligenten Opti-Heat-Technologie liefert das Welleneisen dort Hitze, wo sie benötigt wird. Für langanhaltende Styles wie vom Friseur.



Bild: Remington

medisana
DEINE GESUNDHEIT IN GUTEN HÄNDEN

DAS MASSAGEERLEBNIS DER EXTRA-KLASSE

Der Lounge Chair RS 650 mit Massagefunktion.
Ein Design-Highlight für jedes Wohnzimmer.



6 verschiedene Massagearten // 3 Massagezonen und 3 Intensitätsstufen // Integrierter USB-Ladeanschluss

[medisana.de](https://www.medisana.de) [f medisana](https://www.facebook.com/medisana) [i medisana](https://www.instagram.com/medisana)

Megatrend Raumklima

Luftqualität ist Lebensqualität

In Zeiten von Bakterien und Schadstoffen rücken Luftreiniger immer weiter in den Fokus der Konsumenten. Aufgrund seiner Allergikerfreundlichkeit wurde der **AEG Luftreiniger AX9** bereits mit dem renommierten ECARF-Qualitätssiegel ausgezeichnet

AEG Luftreiniger AX9

Der AX91-604GY in der Farbe Grey und der AX91-604DG in der Farbe Dark Grey sorgen für optimale Luftqualität in Räumen bis zu 129 Quadratmeter. Der kleinere AX91-404DG in Dark Grey reinigt die Luft zuverlässig in Räumen bis zu 92 Quadratmeter.

Bild: AEG

Laut einer aktuellen Studie geben 81 Prozent der Befragten an, dass sie sich in einem sauberen Zuhause glücklicher fühlen, 85 Prozent fühlen sich sogar entspannter und 76 Prozent schlafen besser.

»Saubere, gesunde Luft frei von Feinstaub, Pollen oder unangenehmen Gerüchen ist ein entscheidender Faktor für unser Wohlbefinden«, erklärt **Berit Gerl**, Produktmanagerin für Kleingeräte bei AEG. »Deshalb rundet der Premium-Luftreiniger unser Wellbeing-Konzept perfekt ab. Der AX9 ist nicht nur für Allergiker und Asthmatiker geeignet, sondern trägt grundsätzlich dazu bei, die Lebensqualität zu verbessern.«

Gerade für Familien
in größeren Städten
ist der neue
AEG Luftreiniger
perfekt geeignet, um
ein gesundes Raumklima
zu gewährleisten.

Dank seiner ausgefeilten Technik filtert, neutralisiert und absorbiert das Premium-Gerät sämtliche Luftverunreinigungen, kleinste Partikel und Schadstoffe wie Pollen, Feinstaub, Milben oder Schimmelsporen. Neben einer fünfstufigen Filtration besticht der AX9 durch seine antibakterielle Wirkung. So lindert er Allergiesymptome, schafft ein gesünderes Raumklima und eliminiert unangenehme Gerüche.

Die Tiefenfiltrationstechnologie des AX9 macht Bakterienenzyme auf zellula-

rer Ebene unschädlich und beseitigt bis zu 99,9 Prozent der im Haushalt vorkommenden Bakterien und Viren.

Das zylindrische Filterdesign gewährleistet eine besonders hohe Luftreinigungseffizienz. Der Standardfilter Breeze 360 punktet durch eine erstklassige All-round-Leistung mit 360 Grad Filtrationstechnologie, antibakterieller Wirkung und effektiver Geruchsneutralisierung. So verbessert er die Luftqualität auf verschiedenen Ebenen erheblich.

Dieser Filter entfernt 99,5 Prozent aller ultrafeinen Partikel, Schimmelsporen, Schwebstoffe, Tierhaare, Hautschuppen, Staubmilben und Hausstaub bis 0,3 Mikrometer. Die Filteroberfläche von 2,7 Quadratmeter beim AX91-404DG und 4,1 Quadratmeter bei den beiden AX91-604-Modellen ist größer als bei herkömmlichen Modellen und damit auch langlebiger. Erst nach etwa zwölf Monaten muss der Filter gewechselt werden.

Die patentierte Air Surround-Technologie lässt die Raumluft spiralförmig zirkulieren. So werden Schadstoffe, Allergene und Bakterien in Räumen bis zu 129 Qua-

dratmeter effizient erfasst, während die gereinigte Luft gleichmäßig verteilt wird. Ausgestattet mit hochsensiblen Luftqualitätssensoren registriert der AX9 sogar ultrafeine Partikel und zeigt mit einem sechsstufigen Farbsignal – von grün bis braun – den aktuellen Luftverschmutzungsgrad in der App und am Gerät an. Im Auto-Modus ermittelt die Pure Sense-Technologie die Luftqualität in Echtzeit und stellt die Reinigungsleistung intelligent je nach Bedarf ein.

Die Bedienung erfolgt per intuitivem Touch-Interface direkt am Gerät oder ganz einfach von überall aus per AEG Wellbeing App. Darin können Anwender zusätzlich zur Raumluft auch Informationen zur Außenluft abrufen, Reinigungspläne erstellen, Informationen über den Filterzustand erhalten oder Funktionen wie die Kindersicherung oder den Ionisator aktivieren. Letzterer generiert Ionen, die Schmutzpartikel anziehen und so die Luftqualität noch weiter verbessern.

Die Luftführung des AX9 ist so optimiert, dass er selbst auf höchster Stufe mit nur 46 Dezibel leiser ist als ein normales Gespräch. Auf der niedrigsten Stufe beträgt das Betriebsgeräusch lediglich 17 Dezibel, sodass das Gerät selbst nachts nicht als störend wahrgenommen wird. Zudem besticht der AX9 durch sein attraktives Design, vor allem durch sein edles Lufteinlassgitter aus Metall und den eleganten Stoffbezug. Das schlichte Display leuchtet nur im Betrieb auf und ist somit besonders dezent.

Nutzer können den AX9 ganz nach ihren Wünschen oder variierend nach Saison mit entsprechenden Spezialfiltern ergänzen.



AEG Wellbeing App steuert den Luftreiniger AX9 und verfügt über Zusatz-Informationen

Wessel-Werk launcht neue Produkte

IFA-Neuheit: Innovative Elektrobürste für alle Staubsaugertypen

Als einer der wenigen Aussteller in Berlin nutzte **Wessel-Werk** das besondere IFA-Format, um seine Neuheiten zu präsentieren

Auf der IFA 2020 Special Edition stellte Wessel-Werk sein revolutionäres Akku-Konzept vor und präsentierte gleich zwei Produktinnovationen: Die Elektrobürste EBK 250 sowie ein akkubetriebenes

Staubsaugerrohr, das die Staubsaugerdüse für alle Gerätetypen nutzbar macht.

»Mit unserer Akku-Lösung befinden wir uns genau am Puls der Zeit. Das Konzept ist modern, leistungsstark und technisch auf höchstem Niveau. Ein bislang noch nie dagewesenes System, mit dem wir neue Maßstäbe für die Bodenreinigung setzen«, informiert **Wolfgang Geurden**, Leiter Marketing und Sales bei Wessel-Werk, ein deutscher Hersteller für Staubsaugerdüsen und -zubehör.

Die Elektrobürste EBK 250 eignet sich gleichermaßen für das stetig wachsende

Marktsegment der akkubetriebenen Stick-Cleaner, als auch für andere, netzbetriebene Staubsaugertypen. Möglich macht diese einmalige geräteübergreifende Nutzung das neue Staubsaugerrohr mit leistungsfähigem 3,5 Amperestunden Akkupack. **Der Clou:** Die Elektrobürste verfügt über eine auswechselbare Bürstwalze, die schnell und individuell an den zu reinigenden Untergrund angepasst werden kann.

Die schnellste Düse der Welt

Zusätzlich präsentierte Wessel-Werk auf der Berliner IFA erstmals den Speed Glider – einen Aufsatz für seine multifunktionale Staubsaugerdüse Click Brush. »Der Aufsatz ist speziell für die Teppichreinigung konzipiert und trägt den Beinamen ‚Die schnellste Düse der Welt‘«, teilt Geurden mit. **Das Besondere:** Speed Glider hat eine abgerundete Unterseite, die es ihm ermöglicht, mühelos über den Teppichboden zu gleiten. Das verleiht ihm einen hohen Komfort in der Anwendung und ermöglicht einen sehr schnellen und effizienten Reinigungsprozess.

Für die erfolgreiche Markenführung seiner Aftermarket-Produktlinie wurde Wessel-Werk vom Rat für Formgebung und der Stiftung German Brand Institute in der Kategorie ‚Excellent Brands – Consumer Electronics‘ mit dem German Brand Award bedacht.



Bild: Wessel-Werk

GUT, EINEN PROFI IM HAUS ZU HABEN!

Staubsauger für Ihr Zuhause vom Marktführer in der Gebäudereinigung. Made in Germany.

AIRBELT E3 SATIN



Airbelt Möbelschutz



Patentiertes Dreh-Kipp-Gelenk



4 Jahre Garantie
*nach Produktregistrierung



WORKS FOR ME



SEBO Deutschland



SEBO_Deutschland



www.SEBO.de

PROSPEKT



Akkusauger für maximale Hygiene und maximale Flexibilität

Die Marke **Rowenta** bringt neue Modelle seiner beliebten Akkusauger auf den Markt – X-Force Flex 8.60 und X-Force Flex 11.60



leistung dann noch einmal auf ein absolut maximales Saugvermögen steigern.

Dank der neuen »Stop & Go Funktion« bleiben Düse und Saugrohr freistehend, während Sofa, Kommode oder Tisch mit dem Handteil gereinigt werden. Mit nur einem Klick und ohne sich dafür bücken zu müssen, lässt sich das Saugrohr mit der Düse dann wieder an das Handteil anbringen, um mit der Bodenreinigung fortzufahren.

Alle neuen Modelle sind mit dem flexiblen Teleskopsaugrohr und den leistungsstarken Bürsten am Handteil ausgestattet. So müssen keine Bürsten gesucht und aufgesteckt werden, der benötigte Aufsatz steht sofort und unkompliziert zur Verfügung. Zudem verfügen sie über eine integrierte LED-Beleuchtung an der Düse, damit auch in den dunkelsten Ecken nichts übersehen wird.

Das größere Modell X-Force Flex 11.60 ist beson-

ders leistungsstark und bietet bis zu 45 Minuten optimales Saugvermögen pro mitgeliefertem Akku. Ein smartes Display informiert dabei über Laufzeit, Akkubestand und Saugleistung. Der X-Force Flex 11.60 verfügt über den größten Staubbehälter von Rowenta mit 0,9 Litern Fassungsvermögen und wiegt trotzdem nur handliche drei Kilogramm. Mit 81 Dezibel ist er zudem leiser als viele seiner Konkurrenten. Der X-Force Flex 11.60 wird in Rot als Animal-Version mit Tierhaarbürste und als blaue Aqua-Version, die mit Hilfe des für Rowenta patentierten Saug-Wisch-Aufsatzes in nur einem Arbeitsschritt Saugen und Wischen ermöglicht, verfügbar sein.

X-Force Flex 11.60 Animal in rot
Die Flexibilität des Akkusaugers ist unverkennbar und das smarte Display zeigt Informationen auf einen Blick

Rowenta X-Force Flex

Kabellose Akku-Staubsauger

- Bis zu 45 Minuten Saugleistung
- Austauschbare Akkus für 90 Minuten
- Knickbares und flexibles Teleskoprohr
- Boost Funktion bei starker Verschmutzung
- Stop & Go – Düse und Saugrohr parken freistehend, während mit dem Handteil gereinigt wird
- integrierte LED-Beleuchtung
- Smartes Display
- X-Force Flex 8.60 Animal, rot
- X-Force Flex 8.60 Allergy, lila
- X-Force Flex 11.60 Animal, rot
- X-Force Flex 11.60 Aqua, blau

Absolut einzigartig: Egal in welche Richtung man die Bodendüse führt, der Boden wird immer zuerst gesaugt und dann gewischt. Das ist maximale Hygiene.

Der X-Force Flex 8.60 ist mit leichten 2,7 Kilogramm das schlankere Modell der beiden neuen Flex-Sauger. Es werden zwei Versionen verfügbar sein – Allergy und Animal. Der X-Force Flex 8.60 Allergy strahlt in modernem Lila und ist besonders für Allergiker geeignet, da selbst kleinste Partikel zuverlässig entfernt und gefiltert werden. Der hocheffiziente Partikelfilter garantiert eine besonders hygienische Reinigung, da die Luft, die aus dem Gerät kommt, sauberer als die eingesaugte ist.

Der X-Force Flex 8.60 Animal in Rot ist mit der praktischen Tierhaarbürste besonders für Haustierbesitzer und all jene geeignet, die Haare und Fusseln von Polstermöbeln entfernen möchten.

Die beiden kabellosen Staubsauger verfügen – wie auch schon das Vorgängermodell – über das bewährte knickbare und flexible Teleskoprohr, um bequem unter Bett, Schrank und Sofa zu saugen. Für die neuen Modelle der X-Force Flex gibt es austauschbare Akkus für eine Laufzeit von bis zu 90 Minuten, sie bieten noch mehr Leistung und Flexibilität bei der Boden- und Oberflächenreinigung und sind leicht wie nie in der Bedienung und Handhabung.

Saugen wird mit Rowenta zum wahren Vergnügen

Komplett aufgeladen bieten die beiden neuen X-Force Flex Modelle eine optimale Saugleistungsdauer von bis zu 45 Minuten. Austauschbare Akkus können diese Zeit sogar verdoppeln. Und dank der schnellen Ladezeit sind die Sauger innerhalb kürzester Zeit einsatzbereit. Bei besonders starker Verschmutzung bietet die »Boost Funktion« Abhilfe. Indem der Zeigefinger den Boost-Trigger aktiviert, lässt sich die normale bzw. höchste Saug-



So wird heute gereinigt

Innovatives Reinigungsgerät sorgt einfach für saubere Böden

Cashman hilft Händlern, Kasse zu machen, also »cash«. Dafür testet **CE-Markt electro** innovative Produkte und zeigt auf, wie Händler ihre Kunden überzeugen. Diesmal hat Cashman den Hartbodenreiniger FC 7 Cordless der Marke **Kärcher** im Visier



Wie funktioniert ein Hartbodenreiniger?

Der neue Hartbodenreiniger von Kärcher arbeitet mit vier gegenläufig rotierenden Reinigungswalzen, die permanent mit Frischwasser und Reinigungsmittel befeuchtet werden. Die Walzen nehmen jeglichen Haushaltsschmutz zuverlässig auf und wischen den Boden sowohl in der Vorwärts- als auch in der Rückwärtsbewegung. Dank eines 2-Tankssystems wird das Schmutzwasser in einem separaten Behälter aufgenommen und nicht auf dem Boden verteilt. Ist der Frischwassertank leer, gibt Ihnen das Gerät ein visuelles und akustisches Signal, während es sich bei vollem Schmutzwassertank selbstständig abschaltet.

raten Behälter aufgenommen und nicht auf dem Boden verteilt. Ist der Frischwassertank leer, gibt Ihnen das Gerät ein visuelles und akustisches Signal, während es sich bei vollem Schmutzwassertank selbstständig abschaltet.

Muss ich den Boden vorher staubsaugen?

Nein, vorheriges Staubsaugen ist nicht nötig, denn auch größerer Schmutz wie Brösel, Haare oder eine herunter-

gefallene Nudel stellen für das Kärcher-Gerät keine Herausforderung dar. Das ist der große Vorteil beim neuen kabellosen Hartbodenreiniger FC 7, denn er entfernt alle Arten von trockenem und feuchtem Alltagsschmutz in einem Arbeitsgang. Gegenüber manuellen Methoden spart das akkubetriebene Gerät nicht nur Zeit, sondern erzielt auch ein deutlich besseres Reinigungsergebnis.

Können damit sämtliche Hartbodenbeläge behandelt werden?

Ja, das können Sie, egal ob Laminat, PVC oder Fliesen. Und da das Gerät mit sehr wenig Wasser arbeitet, eignet es sich auch ideal für empfindliche Oberflächen wie geöltes Parkett. Wassermenge und Walzendrehzahl lassen sich übrigens über zwei Stufen bequem vom Handgriff aus anpassen.

Was macht man bei besonders hartnäckigem Schmutz?

Dafür steht die Boost-Funktion zur Verfügung, bei der Drehzahl und Wassermenge kurzfristig erhöht werden. Durch die mittige Position des Antriebs reinigt das Modell zuverlässig bis an den Rand und das flexible Gelenk ermöglicht ein weites Unterfahren von niedrigen Möbeln. In der Premium-Version verfügt der FC 7 Cordless über LED Lichter im Bodenkopf, mit denen Schmutz auch in dunklen Ecken und Räumen ohne Tageslicht gut sichtbar wird.

Wie lange reicht der Akku aus?

Die Akkulaufzeit von etwa 45 Minuten reicht für eine Fläche bis zu 135 Quadratmeter. Nach getaner Arbeit lässt sich der freistehende FC 7 Cordless in seiner Station reinigen und abstellen.

Wie funktioniert das mit der Gerätereinigung?

Dank des Selbstreinigungsmodus spült das Gerät den Schmutz von den Walzen automatisch ab. Dafür liefert Kärcher eine Reinigungsschale mit, in der die Walzen gesäubert werden. Anschließend kann der FC 7 Cordless gemeinsam mit dem Zubehör in der Parkstation gelagert und getrocknet werden.

Dürfen die Walzen auch direkt in die Waschmaschine?

Ja, alle Walzen sind bei 60 Grad Celsius maschinenwaschbar.

Gibt es noch Zubehör für das Gerät?

Neben den Universalwalzen sind auch Steinwalzen erhältlich, wobei sich diese bei der Premiumversion bereits im Lieferumfang befinden. Dank ihrer zusätzlichen Borsten reinigen sie auch zuverlässig hartnäckige Verschmutzungen und Fugen. Insgesamt sind vier eigens entwickelte Reinigungsmittel erhältlich. Neben dem Universalreiniger gibt es ein Mittel für Steinböden, sowie jeweils ein Reinigungs- und Pflegemittel für versiegelte bzw. geölte und gewachste Holzböden.

X-PLORER **SERIE 95**

DIE BESTE ROWENTA SAUGLEISTUNG



Das Beste aus zwei Welten: der Bedienkomfort eines Saugroboters und die Reinigungsleistung eines Bodenstaubsaugers

Der kraftvolle Digital-Motor mit BLCD-Technologie und einer Saugleistung von bis zu 8.000 Pa, zwei Seiten- und drei austauschbare Zentralbürsten, sowie das elektronisch gesteuerte Aqua-Power-Wischsystem sorgen für eine außergewöhnlich gründliche Reinigung.



4-in-1-Reinigungswirkung*



Elektrische Wischkontrolle



High-Tech-Navigation

*Seitenbürsten, Zentralbürste, 8.000 Pa Saugleistung, elektronisch gesteuertes Aqua-Power-System



www.rowenta.de

ROWENTA
ENJOY TECHNOLOGY