

## Top-Themen

Expertenrunde zum Thema  
Online-Handel | Seite 10+11

Gorenje treibt Kanalstrategie  
weiter voran | Seite 12+13

Frischer Komfort im Sommer mit  
De'Longhi Klimageräten | Seite 16



## Neu von Oral-B GENIUS 10000

Seite 9





Küchenmesse Eurocucina

## Fazit: Gigantischer Andrang und hohes Wachstum in allen Bereichen

Im zweijährigen Turnus findet die **Eurocucina** im Rahmen der Möbelmesse Salon del Mobile im italienischen Mailand statt. Dieses Jahr war der Bereich Küche mit 165 Ausstellern vertreten

Die Messeveranstalter vermelden extrem positive Resultate von der 57ten Auflage der Mailänder Möbelmesse sowie der 22. Eurocucina mit angeschlossener Technikabteilung FTK, die seit 1974 parallel auf dem Mailänder Messegelände stattfindet. Vom 17. bis 22. April 2018 registrierte die Messe 434.509 Besucher aus 188 verschiedenen Ländern.

Mit dem spektakulärsten und größten Küchen-Messeauftritt ihrer Geschichte präsentierte sich nach eigenen Worten die deutsche Premiummarke Miele. Durch ein revolutionär neues Garverfahren erreicht der Miele Dialoggarer beste Ergebnisse in sensationell kurzer Zeit und gehörte damit zu einem der »Hauptdarsteller« auf der Küchenmesse. Lieferbar wird das neue Kochgerät im zweiten Quartal 2018 sein und es ist durch ein neues Feature jetzt noch smarter: Alle Zubereitungsparameter für Automatikprogramme gelangen direkt aus der App auf das Gerät, sodass der Anwender nur die Zutaten vorbereiten und das Startkommando geben muss.



Asko Die Premiummarke von Gorenje in Mailand

Weitere Vernetzungsanwendungen machen die Handhabung von Miele-Hausgeräten so einfach und komfortabel wie nie zuvor. So hat das Unternehmen die Gerätesteuerung mittels Sprachassistent weiter ausgebaut, mit der Folge, dass Amazons Alexa seit der Markteinführung vor fünf Monaten viel über das Kochen und Waschen hinzugelernt hat.

Die Marke Grundig stellte in diesem Jahr auch wieder auf der Eurocucina aus



Mehr als nur Küche In ganz besonderem Ambiente präsentierte Gaggenau seine preisgekrönten Geräte

und zeigte seine neuen Produkte und Technologien zu den Themen Nachhaltigkeit, Wertschätzung von Lebensmitteln und Zero Waste. Als offiziellen Botschafter konnte Grundig für seine Marketingkampagne »Respect Food« den Sternekoch **Massimo Bottura** gewinnen.

Die Schwestermarke Beko warb auf der Eurocucina 2018 ebenfalls für eine gesunde und ausgewogene Ernährung, und zwar speziell für Kinder. Ihre Kampagne »Eat Like A Pro« mit Unterstützung des FC Barcelona, der britischen Schauspielerin und Celebrity-Köchin **Lisa Faulkner** sowie des italienischen Spitzenkochs **Alessandro Borghese** hat das Ziel, Familien die Ernährungstricks der Top-Fußballer des spanischen Clubs näherzubringen und auf der »Eat Like A Pro«-Website zur Verfügung zu stellen. Auf dieser Internet-Plattform finden Eltern und Kinder ein vielfältiges Angebot an Unterhaltung, Tipps und Rezepten für eine gesunde Ernährung, mit denen Beko Familien ermutigen möchte, mehr Wert auf einen ausgewogenen Lebensstil zu legen.

Liebherr präsentierte in Mailand seine Lifestyle-Produkte mit innovativen Ideen. »Als Spezialist für Kühl- und Gefriergeräte bieten wir unseren Kunden nicht nur die Möglichkeit, den Kühlschrank von überall zu steuern, sondern mit modular integrierbaren Kameras den Inhalt jederzeit und ortsunabhängig zu sehen«, informiert **Steffen Nagel**, Geschäftsführer Vertrieb der Liebherr-Hausgeräte GmbH.

Als einer der Hauptakteure trat die Candy Gruppe mit dem Einbausortiment ihrer Marken Candy, Hoover und Rosieres auf der Eurocucina an und stellte Innovationen von der Warmhaltetechnik bis zu voll vernetzten Backöfen vor. Mit einem 1.200 Quadratmeter großen Stand im exklusiven Pavillon FTK – Technology for the Kitchen mit der Sonderausstellung für Einbaugeräte und deren Weiterentwicklung beeindruckte die Unternehmensgruppe. Schließlich ist das Ziel der Candy Group die Marktführerschaft in der Küchenwelt und dafür wurden in den letzten Jahren wichtige Investitionen in Technik und Design getätigt, die auf der Eurocucina präsentiert wurden.

Planungsfreiheit, frische Luft und freie Sicht durch Innovation und Design zeigte Bora mit seinen innovativen Kochfeldabzügen in Halle 11. Auch Asko, die Premiummarke der Gorenje Gruppe, stellte seine Produktneuheiten auf der Eurocucina 2018 in den Fokus. Dazu gehören Geschirrspüler mit der weltweit größten Kapazität, ein Wok-Brenner, der Temperaturen über 200 Grad Celsius erreicht sowie eine neue Linie an Einbaukühlgeräten.

Gaggenau, die Luxusmarke für professionell inspirierte Hausgeräte, exponierte in diesem Jahr bereits zum fünften Mal auf der Eurocucina. Mit der Enthüllung der preisgekrönten Vario Kälte-Serie 400 präsentierte Gaggenau seine Geräte in Mailand in einem Umfeld, das weit über die Küche hinausgeht.

# Der Gesundheit zuliebe: Verkaufen Sie doch öfter mal saubere Luft!

Die große Bedeutung, die das WM-Jahr für das TV-Geschäft in der Braunen Ware hat, ist in gewisser Weise vergleichbar mit der Bedeutung, die der jährliche Pollenflug für das Luftreiniger-Geschäft in der Weißen Ware hat. Der Vergleich ist vielleicht etwas gewagt, aber sicher ist: In beiden Fällen bieten sich dem Handel erhöhte Verkaufs-Chancen – wobei zur Fußball-WM noch der Spaß hinzukommt.



Lutz Rossmeiß

das Risiko eines Etagenwechsels droht, der sich zum Beispiel in chronischem Asthma bronchiale zeigt.

**Deshalb steht seit Kurzem bei mir zuhause der neue Philips Luftreiniger** – ein tolles Gerät, das die Raumluft nicht nur selbständig überwacht und säubert, sondern sich auch über eine App via Smartphone steuern lässt. Den ausführlichen Anwenderbericht können Sie auf Seite 17 dieser Ausgabe lesen. Seit Juni können die vernetzten Geräte sogar mit Alexa kommunizieren. Kein Wunder, dass Philips-Geräte oft die erste Wahl sind, wenn es um saubere Luft geht. Die Luftreiniger des Gesundheitskonzerns landeten bereits mehrfach unter den Top-3-Empfehlungen von Verbrauchern – in einem Fall sogar an der Spitze des Rankings.

fürlichen Anwenderbericht können Sie auf Seite 17 dieser Ausgabe lesen. Seit Juni können die vernetzten Geräte sogar mit Alexa kommunizieren. Kein Wunder, dass Philips-Geräte oft die erste Wahl sind, wenn es um saubere Luft geht. Die Luftreiniger des Gesundheitskonzerns landeten bereits mehrfach unter den Top-3-Empfehlungen von Verbrauchern – in einem Fall sogar an der Spitze des Rankings.

**Ein Pollenflug-Jahr** ist dagegen für Millionen Menschen kein Spaß, sondern eine Plage. Allein in Deutschland leiden rund 16 Prozent der Bevölkerung unter einer Pollen-Allergie. Es ist übrigens ein weitverbreiteter Irrtum, dass es im Winter keine Pollen-Allergie gibt. Weil sich der Pollenflug im Laufe der letzten Jahre aufgrund des milden Klimas dahingehend verändert hat, dass je nach Witterung die Pollenflugzeit länger dauert und früher wieder anfängt, ist es möglich, dass im November die letzten Gräser- und Brennnesselpollen und im Dezember schon die ersten Haselnusspollen fliegen.

**INTELLIGENT & SCHNELL**  
**NICR 1030 –**  
**perfekt fürs Büro**

**NIVONA**

www.nivona.com

**Zum Glück** entwickeln die Hersteller von Luftreinigern immer intelligentere und effizientere Produkte, mit denen Allergien deutlich gemildert werden können. Auch für Asthmatiker verbessert sich die Lebensqualität mit einem Luftreiniger, weil die kleinen Partikel der Raumluft entzogen werden und so keine Asthmaanfälle mehr auslösen können. Zusätzlich ist die die App »Air Matters« sehr hilfreich. Sie zeigt nämlich in Echtzeit die Luftqualität sowie den Pollenflug der unterschiedlichen Gräser an.

**Aus persönlicher Erfahrung** im engsten Familienkreis weiß ich, wie quälend die Beschwerden für Allergiker und Asthmatiker sind. Und natürlich weiß ich auch, dass Allergien grundsätzlich nicht unbehandelt bleiben dürfen, weil sonst – wie auch der Europäische Naturheilbund warnt –

**Es ist übrigens kein Zufall**, dass angesichts seiner Bedeutung der komplette Produktbereich Luftreiniger, Luftbefeuchter und Luftentfeuchter auch bei der jüngsten HEPT-Expertenrunde zur Sprache kam (siehe Seite 10+11). Laut **Sebastian Wolter**, Leiter Elektrokleingeräte Deutschland GfK Retail und Technology, erzielte dieser Bereich ein stattliches Plus von 27 Prozent.

**Die von electro** mit initiierte Gesprächsrunde, zu der sich bereits zum fünften Mal Firmenaussteller der High Event Product Tour (HEPT) getroffen hatten, war in diesem Jahr ganz besonders erfolgreich. Die Teilnehmer äußerten sich ausnahmslos positiv über den Verlauf und das Ergebnis der Expertenrunde, in der brandaktuelle Themen der Branche diskutiert und konkrete Problemlösungen angeboten wurden. Zum Erfolg der Veranstaltung trug ganz wesentlich auch die GfK bei, die mit aktuellen Branchendaten und interessanten Marktanalysen einen wichtigen Beitrag zu der hochkarätig besetzten Expertenrunde lieferte.

**Ich wünsche Ihnen viel Erfolg** und weiterhin gute Geschäfte mit allen Produkten, die zu Gesundheit und Wohlbefinden Ihrer Kunden beitragen.

Herzlichst, Ihr

**electro** Herausgeber  
 Lutz Rossmeiß

## INHALT

<b>Eurocucina:</b> Aktuelles aus Mailand	2
<b>Editorial &amp; Inhalt</b>	3
<b>News:</b> Meldungen aus der Branche	4
<b>Aktionen:</b> Bosch • Kenwood • Philips	5
<b>Küche plus:</b> WMF • Fissler	6
<b>Schneider</b> steigt in Einbaugerätemarkt ein	7
<b>Graef:</b> Allesschneider und Messerschärfer	8
<b>Oral-B:</b> Die smarte Genius 10000	9
<b>Expertenrunde auf der HEPT</b>	10+11
<b>Gorenje:</b> Testerfolg und Kanalstrategie	12+13
<b>WMF:</b> Alles rund ums Grillen • AMK	14
<b>BBQ:</b> Elektrogrills von Unold und Steba	15
<b>De'Longhi:</b> Klimageräte richtig verkaufen	16
<b>Anwendertests:</b> Philips und Ecovacs	17
<b>Soehle:</b> Health Care Produkte • Wahl	18
<b>Kommentar &amp; Impressum – Last News</b>	19

### Erneute Auszeichnung

## Siemens Hausgeräte räumt bei den Red Dot Awards 2018 ab

➔ **Für ihr stilvolles**, innovatives und nutzerfreundliches Design gewann jedes der 14 von der Marke eingereichten Produkte eine Auszeichnung. Unter den Preisträgern sind unter anderem Geräte der iQ500 Reihe, der iQ700 Studio Line und der iQ500 Studio Line. Ausschlaggebend war dabei das einzigartige Zusammenspiel von technologischer Innovation, herausragendem Design und Premium-Materialien. Ein Beispiel dafür ist die iQ700 Studio Line Wärmegeräte-Reihe. Denn bei dieser Reihe ist es

**Siemens iQ700**  
 Prämiertes Produkt



den Designern gelungen, gebürstetes Black Steel mit Grauglas zu einem Designklassiker zu vereinen. Dank des perfect built-in Konzepts sind Einbaukombinationen jeder Art möglich. »Bei Siemens Hausgeräte wollen wir nicht nur Produkte schaffen, die in ästhetischer und technischer Hinsicht beeindruckend sind. Unsere Geräte sollen gleichzeitig das Leben unserer Kunden bereichern, indem sie es einfacher und stilvoller gestalten«, informiert Designchef **Gerhard Nüssler**. »Wir sind sehr stolz, dass jedes der eingereichten Produkte einen Red Dot gewonnen hat. Es ist eine großartige Bestätigung für unsere Designer, ihr hohes Gestaltungsniveau und die Innovationsfreudigkeit unserer Marke.«



**Hamidi Loukili**  
Key Account Manager  
Haier Deutschland  
GmbH

## Haier

Seit dem 1. Mai 2018 unterstützt **Hamidi Loukili** als Key Account Manager das Sales-Team der Haier Deutschland GmbH. Seine Aufgaben umfassen die Betreuung der Einkaufsabteilungen internationaler Kunden und Warenhäuser sowie der großen Fachhandelsorganisationen und Verbundgruppen. Der 40-jährige Loukili ist ein ausgewiesener Verkaufsprofi, der zuvor über zehn Jahre im Vertrieb für Bauknecht Hausgeräte und den Elektrogerätehersteller Severin tätig war. »Mit Hamidi Loukili ergänzen wir unser Sales-Team um einen nachweislich erfolgreichen Verkaufsspezialisten, der den Markt und die Marktteilnehmer bestens kennt und versteht. Dank seiner Erfahrung, seiner guten Kontakte und nicht zuletzt seiner gewinnenden Art werden wir auch im Key-Account-Bereich unsere ambitionierten Wachstumsziele erreichen«, so **Peter Stenzel**, Head of Sales.

## Braun

Braun, die weltweite Epilierer-Marke Nummer 1 betritt zum ersten Mal die aufregende Welt von Germany's Next Topmodel. Bereits seit zehn Jahren ist Gillette Venus als einer der ersten Kooperationspartner der TV-Show mit von der Partie. Das Casting der weltweiten Nassrasur-Marke Nummer 1 ist inzwischen fester Bestandteil der Sendung und gehört gleichzeitig zu einem der beliebtesten Model-Jobs jeder Staffel. Auf der Suche nach einer gemeinsamen Markenbotschafterin hat Teilnehmerin Christina beim Casting mit ihrem natürlichen und eleganten Auftreten sowie ihren wunderschönen und makellosen Beinen schnell überzeugt. Sie repräsentiert beide Marken perfekt und ist das neue Braun und Gillette Venus Model 2018.



**Christina** Das neue Model für Braun und Gillette



**Gordon Groth**  
Gebietsverkaufsleiter  
Ost Elektrohandel  
Amica International  
GmbH

## Amica

Am 1. Mai startete **Gordon Groth** als neuer Gebietsverkaufsleiter Ost für den Elektrofachhandel in der Region Berlin bei Amica International GmbH. Der 29-jährige folgt auf **Axel Schröder**, der kommissarisch bis zu diesem Zeitpunkt die Betreuung der Kunden übernahm und sich jetzt ganz auf seine neue Funktion als Key Account Manager für den Elektrofachhandel bundesweit konzentrieren kann. »Ich bedanke mich zunächst ganz herzlich bei Herrn Schröder für sein zusätzliches Engagement, das er für Amica geleistet hat und freue mich sehr, dass wir mit Gordon Groth einen noch sehr jungen aber bereits branchenerfahrenen Mann gewinnen konnten. Er war zuletzt bereits mehrere Jahre in Einkaufs- und Marketingfunktion in leitender Position im Hause Saturn Alexanderplatz aktiv. Er zeichnete dort verantwortlich für den Einkauf Weißer Ware und die Planung der Marketingaktionen«, erläutert **Zbigniew Platek**, Geschäftsführer Amica International GmbH. Gordon Groth berichtet an **Andreas Weidt**, Regional Verkaufsleiter Nord-West bei Amica International GmbH.

**ZUVERLÄSSIG  
& FLEISSIG**

**NICR 1030 –  
perfekt fürs Büro**

**www.nivona.com**



## Pfaff

Mit der Einführung des neuen Topmodells Creative Icon setzt die Marke Pfaff völlig neue Maßstäbe. Das Gerät wurde jetzt mit einem Designpreis belohnt, denn es wurde mit dem renommierten Red Dot Award »Best of the Best« ausgezeichnet. Das Design dieser innovativen Näh- und Stickmaschine – schon immer vom Bauhaus Stil inspiriert – besticht mit ganz neuen Akzenten. Elegantes nachtblau kombiniert sie geschickt mit chromfarbenen Elementen, silberfarbenen grafischen Akzenten im Nähmaschinendeckel sowie beleuchteten Funktionstasten. Die ergonomische Nähfläche vollendet den stylischen Look dieser kreativen Maschine.



**Michael Maschke**  
Gebietsverkaufsleiter  
Berlin/Brandenburg  
Rommelsbacher Elektro  
Hausgeräte GmbH

## Rommelsbacher

Seit Jahresanfang verstärkt **Michael Maschke** als Gebietsverkaufsleiter in der Region Berlin und Brandenburg den Außendienst bei Rommelsbacher. Der 62-jährige Vertriebsprofi kennt das Unternehmen und sein Produktsortiment bereits sehr gut. Seit 1990 war Maschke bei der Handelsvertretung Schwitzky in Berlin schon für Rommelsbacher tätig. Er blickt auf ein halbes Jahrhundert Erfahrung im Bereich Elektro Kleingeräte für Küche und Haushalt zurück. Es ist ihm eine große Freude, nun seine Erfahrungen als Gebietsverkaufsleiter im Unternehmen einbringen zu können: »Ich habe den Anspruch, die Einzigartigkeit der Traditionsfirma Rommelsbacher mit ihrem hohen Qualitätsanspruch und Innovationsgeist bei unseren Handelspartnern zu schärfen. Deshalb freue ich mich, nun direkt im Team Rommelsbacher mitzuwirken.« Als Gebietsverkaufsleiter ist Maschke, wie bei Schwitzky zuvor, zuständig für das Gebiet Berlin und Brandenburg. Seine Aufgabe ist es, die Zusammenarbeit mit bestehenden Kunden und Partnern auszuweiten sowie neue zu gewinnen.

## Bosch

Über fünf iF Design Awards darf sich Bosch 2018 freuen: Bei den großen Hausgeräten sicherten sich das Induktionskochfeld mit TFT-Touchdisplay in 60 Zentimetern Breite sowie der Kühlschrank Bosch Vario Style mit farbiger, austauschbarer Türfront das begehrte Label. Die Experten-Jury zeichnete zudem drei kleine Bosch Hausgeräte aus: den Stabmixer Ergo Mixx Style, die Serie 8 Dampfstation Vario Comfort sowie den Staubsaugerroboter Roxxter. »Wir sind sehr stolz auf die Auszeichnungen mit dem weltweit anerkannten Label aus Hannover«, so **Robert Sachon**, Chefdesigner von Bosch. »Immerhin hatten die Juroren unter 6.400 Einreichungen aus 54 Ländern das begehrte Gütesiegel zu vergeben.« Gefragt, was die Preisträger aus seiner Sicht besonders mache, sagt Sachon: »Mit der zunehmenden Verschmelzung von Küche und Wohnraum geht auch ein Trend zu mehr Integration und gestalterischer Reduktion der Hausgeräte einher. Zugleich wünschen sich die Verbraucher möglichst viel Individualität und eine Form der Unterstützung, die zu ihrem persönlichen Lifestyle passt. Beide Ansprüche erfüllen die ausgezeichneten Geräte – jedes auf seine Weise.«

Holen Sie sich das Steakhaus-Erlebnis nach Hause!



## Konsumentenaktion von Bosch und Block House

➔ Für eine starke Endverbraucher-Kampagne kooperiert Bosch mit Block House. Beim Kauf eines der Bosch Exklusiv Aktionsgeräte im Zeitraum von 1. Mai bis 30. Juni 2018 erhalten Konsumenten zusätzlich Block House Genuss-Gutscheine in Höhe von bis zu 250 Euro gratis. Eingelöst werden können diese im Online-Shop des Kooperationspartners. Zur Auswahl stehen der Bosch Serie 8 Dampfback-

ofen HSG636E51, der Backofen HBG378T50 sowie das Induktionskochfeld PXX645FC1M aus der Serie 6. Weitere Aktionsgeräte sind die Herd-Kochfeld-Kombination mit Klapptür HND676MS60 + HND672MS60 bzw. die Kombi HND676MS65 und HND672MS65 mit Backwagen. Die innovative Technologie der Kochfelder, Herde und Backöfen ermöglicht jederzeit schnelles und einfaches Grillen oder Braten. Besondere Komfort-Funktionen wie das Perfect Roast Bratenthermometer, der Perfect Fry Bratsensor, die Assistenzfunktion Bosch Assist oder die Automatikprogramme Auto Pilot 30 machen schon die Zubereitung der Speisen zum ungetrübten Genuss.

## Mehrwertkampagne für Eis- und Pastafans

➔ 34 Millionen Deutsche versuchen sich beim Kochen immer wieder gerne an neuen Gerichten. Dank der Kenwood Küchenmaschinen mit ihren mehr als 25 optionalen Zubehörteilen können diese kreativen Ideen im Handumdrehen wahr werden. Eines der praktischen Zubehöre gibt es seit Mai im Rahmen von gleich zwei der beliebten »MyChef«-Mehrwertaktionen zum Küchenhelfer dazu. So erhalten Käufer eines Aktionsmodells im Zeitraum vom 1. Mai bis 30.



Bild: Kenwood

Juni 2018 ein Zubehör ihrer Wahl gratis: entweder die neue Lasagnevalze, das kürzlich eingeführte Spiralschneide-Zubehör oder die Kräuter- und Gewürzmühle.

## Philips feiert 30 Jahre Café-Gourmet



➔ Eine Kaffeemaschine feiert Jubiläum: Vor 30 Jahren hat Philips die erste Café Gourmet auf den Markt gebracht und damit einen Klassiker gelauncht. Denn dank technischer Innovationen wie dem Aroma-Twister und dem Direkt-Brüh-Prinzip

schmeckt jede Tasse Kaffee so aromatisch, als wäre sie von Hand gebrüht, was die Café Gourmet bis heute zu

einer der beliebtesten Filterkaffeemaschinen macht. Allein im vergangenen Jahr wurden in Deutschland rund 66.000 Stück verkauft. Mit einer POS-Kampagne würdigt Philips jetzt das Jubiläum der legendären Maschine. Sticker auf der Verpackung der Café Gourmet weisen auf den runden Geburtstag und die Tatsache hin, dass Philips damit seit 30 Jahren für täglich frisch gebrühten Filterkaffee sorgt. Kooperationspartner ist wie schon in den Anfangsjahren Jacobs Kaffee. Beim Kauf einer neuen Café Gourmet gibt es bis Juni eine 500-Gramm-Packung »Jacobs Krönung« gratis dazu.

# UNOLD®

## Fan + Heat

### TISCHVENTILATOR 3D



## TISCHVENTILATOR 3D

Raumklima in Bestform – Durch die innovative Zirkulationstechnik sorgt der bedienerfreundliche TISCHVENTILATOR 3D für das optimale Raumklima – im Sommer mit sanfter Brise, im Winter mit perfekter Wärmeverteilung! Die Luft wird kontinuierlich umgewälzt, so können Strom- und Heizkosten gespart werden, denn die Wirkung von Klimaanlage und Heizung wird mit der durchdachten 3D-Technologie effektiver.

Stufenlos lassen sich 8 Geschwindigkeiten mit der praktischen Fernbedienung einstellen, Oszillation und Neigung gewährleisten die perfekte Luftzirkulation.

Der TISCHVENTILATOR 3D bietet zwei Lüftungsmodi: Natürlich oder temperaturgesteuerte Geschwindigkeitsregelung. Bestell-Nr. 86840



www.unold.de





Bild: Fissler

»Made in Germany« als Verkaufsargument

## Pfannen der Marke Fissler überzeugen erneut durch Qualität

➔ **Nicht nur in Deutschland**, sondern auch international, ist Qualität »Made in Germany« immer wieder ein Erfolgsfaktor. So hat die belgische Verbraucherorganisation »Test Aankoop« die Protect Alux Premium Pfanne von Fissler als »Beste van de test« ausgezeichnet. Nachdem die Fissler-Pfanne bereits 2015 durch die »Stiftung Waren-test« als Testsieger prämiert wurde, überzeugte sie nun auch die belgische Verbraucherorganisation von ihrer Qualität, die sie zum Testsieger krönte.

**Dabei wurde** insbesondere die hervorragende Wärmeleitung positiv bewertet, die sich auf den bewährten Cookstar Allherdboden zurückführen lässt. Ebenso überzeugte der einzigartige Sicherheitsgriff, der die Finger vor Hitze und Abrutschen schützt, die belgischen Tester. Die Fissler-Pfanne ist für alle Herdarten – inklusive Induktion – bestens geeignet und dank der Protectal-Plus Versiegelung besonders langlebig, abriebfest und leicht zu reinigen. Sie liegt plan und stabil auf und die gute Wärmeverteilung garantiert ein gleichmäßiges Bratergebnis. Neben der Protect Alux Premium wurde auch die Senso Red Pfanne getestet, die mit nur vier Punkten weniger ebenfalls ein fantastisches Testergebnis erzielte. Mit dieser Auszeichnung wird erneut die Premium-Qualität der Pfannen aus dem Hause Fissler unterstrichen. Mit fast 90 Pfannen bietet Fissler die größte Sortimentsvielfalt im Markt und hat für alles und jeden die passende Pfanne.

Lust auf Eis?

Eismaschinen entdecken auf [steba.com](http://steba.com)



Bild: WMF

**Ambiente am Tisch** WMF gelingt es immer wieder, mit neuen Ideen beim Verbraucher zu punkten

### Besteckbehälter Iconic

## WMF setzt sein Besteck in einer Designbox ganz groß in Szene

In Zusammenarbeit mit dem Designstudio **Michael Michalsky** hat das Unternehmen **WMF** das Besteckmodell Iconic in der exklusiven Designbox entwickelt und auf den Markt gebracht

**Diese** edle Box mit Edelstahlmantelung ermöglicht eine völlig neue Art, Besteck aufzubewahren und gleichzeitig zu präsentieren – im Esszimmer, auf einem Sideboard oder auch auf der Küchenzeile. Dass Iconic höchsten Design-Vorgaben genügt, zeigt bereits die aktuelle Auszeichnung mit dem Red Dot Award: Product Design 2018. Hier wurde der Besteckbehälter als »Winner« prämiert.

Das Design von Iconic ist inspiriert von moderner Architektur und zeichnet sich durch geometrische und markante Linien sowie durch matte Oberflächen aus. Dieses markante Design vereint Iconic mit einer besonders angenehmen Haptik zu einem Besteck, das gleichzeitig außergewöhnlich und alltagstauglich ist.

Nicht nur mit seiner reinen Ästhetik weiß die neue Besteckbox zu überzeugen, sondern auch mit ihrer Qualität in Perfektion. Iconic ist aus dem hochwertigen Material Cromargan protect gefertigt, welches sich durch seine große Widerstandsfähigkeit gegen Kratz- und Gebrauchsspuren auszeichnet. So behält der Besteckbehälter auch nach häufigem Einsatz und starker Beanspruchung lange sein schönes Aussehen. Zudem ist das Material natürlich spülmaschinenfest.



Bild: WMF

### WMF Ambient Kräuter@home

Frische Kräuter sind in einer guten Küche nicht wegzudenken und es ist lästig und wenig nachhaltig, sie immer wieder neu zu kaufen. Ausdruck findet dieser Trend im wachsenden Segment des Indoor Gardening, aber auch des Urban Gardening. Den Menschen macht es viel Freude, auch auf kleinsten Flächen etwas für die Küche selbst anzubauen. Und das bekommt auch dem Klima gut, innen wie außen. Dafür bietet WMF den Kräutergarten, in dem sich Küchenkräuter jetzt selbst züchten und pflegen lassen, denn im beleuchteten und gut bewässerten Indoor-Pflanzentopf sind die Kräuter immer frisch zur Hand.



Kompetenz aufbauen

## Die Marke Schneider steigt jetzt in den Einbaugerätemarkt ein

Mit einem Portfolio an freistehenden Hausgeräten hat sich **Schneider** in kurzer Zeit bereits einen guten Namen gemacht. Jetzt greift das Unternehmen den Markt der Einbaugeräte an

**Dafür** hat Schneider ein spezielles Portfolio aufgelegt, das eigens für den Handel mit Einbaugeräten konzipiert wurde. Mit zwei Kompaktöfen, einer Wärmeschublade, einem Geschirrspüler sowie einer No Frost Kühl-Gefrier-Kombination startet die Marke in dieses Segment

und will seine Kompetenz nach und nach ausbauen.

Die beiden Kompakt-Backöfen mit 34 bzw. 44 Liter Garraumvolumen sind mit einer Mikrowellenfunktion ausgestattet, und das Topmodell EDOM-34 kann Speisen zusätzlich zu den üblichen Heizarten

auch unter Dampf garen. Ganz besonders stolz ist das Unternehmen auf die Wärmeschublade WHS-22 mit einer Gehäusefront aus Edelstahl – passend zu den kompakten Einbaubacköfen. Hier können beispielsweise zwölf 26 Zentimeter große Essteller oder bis zu 80 Espressotassen vorgewärmt auf ihren Einsatz warten. In fünf Temperaturstufen können Geschirr oder auch Speisen von 40 bis 80 Grad Celsius warm gehalten werden.

### Ein absolutes Muss für ein perfektes Dinner sind Wärmeschubladen

Die Schneider Kühl-Gefrierkombination KG257.4A+NF EB für die 178er Nische bietet im Kühlteil 183 Liter und im Vier-Sterne-Gefrierfach 57 Liter Nutzinhalt. Das No Frost-Gerät ist in die Energieeffizienzklasse A+ mit einem jährlichen Stromverbrauch von 269 Kilowattstunden eingestuft und verfügt im Kühlteil über Flaschenregal und Gemüsebox.

Abgerundet wird das neue Einbauprogramm mit dem vollintegrierten Geschirrspülermodell DW14-7FI A++ im Standard-Einbaumaß. Ausgelegt für 14 Gedecke liegt seine Energieeffizienz bei A++ und im Bereich Trocknen bei A. Der silberfarbene Spüler ist mit einer Besteckschublade ausgestattet und seine Körbe verfügen über praktische Griffe, mit denen sie leicht aus dem Gerät gezogen werden können.

**Miele**

## Startet, wenn Sie starten. Der neue Saugroboter Scout RX2.

Genießen Sie Ihre Freiheit. Der neue Saugroboter Miele Scout RX2 mit Quattro Cleaning Power und MobileControl kümmert sich um Ihr Zuhause, wenn Sie unterwegs sind. Egal, wo Sie sind – Ihre Böden werden zuverlässig gereinigt. Für das, was wir besonders lieben.

Miele. Immer Besser.



Entdecken Sie die Welt der Miele Hausgeräte bei Ihrem Fachhändler oder im Miele Online-Shop unter [miele.de](http://miele.de).



Ein Allerschneider sorgt für eine kulinarische Zeitreise zurück an den Urlaubsort

Graef empfiehlt Schinkenspezialitäten

## Hauchdünn geschnitten erinnern Schinken noch lange an den Urlaub

Der Sommer naht und damit auch der Sommerurlaub. Dafür haben sich die Entwickler bei **Graef** schon einmal überlegt, wie ein Allerschneider beim Schwelgen in Urlaubserinnerungen hilft

**Der** Urlaub – Land, Leute und Leckeres entdecken – ist leider immer zu kurz. Mit einem kulinarischen Mitbringsel, wie zum Beispiel Schinken, geht die Ferienreise allerdings schnell mal in die Verlängerung. Wenn man ihn am Stück kauft und erst zuhause mit dem Allerschneider in hauchdünne Scheiben schneidet, dauert die Nachspielzeit auch mal länger. In dieser Zeit wird, dank des frisch aufgeschnittenen Serrano, die heimische Küche wie eine spanische Finca duften. So sticht das kulinarische Mitbringsel jede Postkarte oder Porzellanfigur dann auch im Nu aus.

Das wird möglich, weil roher Schinken durch Wasserentzug und lange Reif- und Rauchzeiten auf natürliche Art konserviert wird. Daher hält sich das Fleisch auch ohne Kühlung, idealerweise am Stück bei kühler, luftiger und trockener Zimmertemperatur. Nur außerhalb des Kühlschranks kann sich das Aroma des Rohprodukts voll entfalten. Dazu sollte der Schinken allerdings nicht in eine Folie, sondern in Naturfaser gewickelt werden. Vakuumverpackte Produkte können bis zum Entfernen der Verpackung in den Kühlschrank gelegt werden und bleiben dort lange frisch. Wer nun Lust bekommen hat auf eine Scheibe Schinkengenuss, dem seien nun einige besonders leckere Sorten aus verschiedenen europäischen Regionen ans Herz gelegt.

**Belgien:** Der mit Salz eingeriebene und gepökelte Ardener Schinken wird über Buchenholz geräuchert. Anschließend reift und trocknet er in dem typischen Klima der belgischen Ardennen. Am besten genießt man den kupferfarbenen Schinken pur und in dünne Scheiben aufgeschnitten.

**Frankreich:** Die Schinkenspezialität Jambon de Lacaune wird während des zweiwöchigen Pökels mehrmals mit Meersalz eingerieben. Nachdem das Salz abgewaschen wurde, trocknet er für wenige Tage an der Luft, wobei seine bernsteinfarbene Hülle entsteht. Das Aroma und sein mild salziger Geschmack entwickeln sich in den folgenden zehn Monaten, welche er zum Reifen benötigt.

**Italien:** Der italienische Parmaschinken trägt die fünfzackige Krone des Herzogtums Parma, in welcher er ausschließlich hergestellt wird. Zu Beginn wird der Schinken mit etwas Meersalz eingerieben, wodurch ein mildes Aroma entsteht. Seine Würze erhält er während des Trocknens. Dazu wird die Luft genutzt, welche aus der Toskana durch Oliven- und Pinienhaine sowie Kastanienwälder nach Parma weht. Insgesamt reift der Prosciutto di Parma mindestens 12 Monate.

**Österreich:** Für die Herstellung von Gailtaler Speck wird dieser zunächst mit Kräutern, Salz, Pfeffer, Knoblauch und

weiteren Gewürzen eingerieben. Anschließend wird er bis zu vier Wochen trocken gebeizt und dann zum Trocknen aufgehängt, bis er vollständig abgetrocknet ist. Nachdem die österreichische Spezialität über Buchenholz und Wacholderzweigen kalt geräuchert wurde, reift er weitere vier bis zwölf Wochen in einer Kammer. So entsteht sein würziger Räuchergeschmack.

**Portugal:** Der Presunto, die portugiesische Schinkenspezialität, lässt sich mit dem spanischen Jamón und dem italienischen Prosciutto vergleichen. Es gibt ihn in verschiedenen Sorten, je nach Landes- teil, in dem er hergestellt wird. Für den Presunto de Barrancos werden ausschließlich Schweine verwendet, die mit Eicheln gefüttert wurden. Dies gibt dem Schinken sein besonderes Aroma, nachdem er an die zwei Jahre luftgetrocknet wird.

**Spanien:** Da die regionale Herkunft des Serranos nicht geschützt ist, wird dieser nicht ausschließlich in Spanien hergestellt. Zuerst wird der Schinken mit mehreren Schichten Meeressalz bedeckt und wieder abgewaschen. Anschließend wird er in einem Klima luftgetrocknet, welches den spanischen Bergen gleichkommt. Zum Schluss wird er an die zehn Monate in Bodegas abgelegt, um dort zu reifen. Traditionell wird der Serrano hauchdünn zu Tapas serviert.

### Messerschärfer für Perfektion und Präzision

Um diese Köstlichkeiten immer wieder frisch aufzuschneiden, ist ein Allerschneider sehr hilfreich. Marktführer Graef bietet im Haushaltsbereich ein breites Geräteportfolio in unterschiedlichen Preisklassen. Wer seinen Schinken mit dem Messer schneiden möchte, kommt nicht umhin, dieses ab und an zu schleifen. Dafür hat Graef die Messerschärfer



Für scharfe Messer sorgt der Messerschärfer CC 115

der Serien CC 80 bis CC 250 sowie das Modell Pronto entwickelt, denn damit halten auch Hobby- und Gelegenheitsköche ihre Messer stets scharf und sorgen dafür, dass sie ihren Wert behalten und lange leben. Das Modell CC 115 besticht nicht nur durch seine hochwertige Verarbeitung, sondern auch einfache Handhabbarkeit. Zum Schärfen wird die Klinge durch die verschiedenen Schleifstufen gezogen, und schon ist sie wieder scharf. Für ein genussvolles Schwelgen in Urlaubserinnerungen.

### Smartes Zähneputzen

Wie alle anderen Genius-Modelle kann auch die Genius 10000 mit der Oral-B App verbunden werden, um die smarten Möglichkeiten bei der täglichen Zahnpflege zu nutzen



Bild: Oral-B

### Oral-B Genius 10000

## Gesunde Mundhygiene beginnt bereits beim Zahnfleisch

Baugleich mit dem Testsieger aus 11/2017 Stiftung Warentest legt die neue Oral-B Genius 10000 noch einen Zahn zu, denn der Zahnfleischschutz-Assistent sorgt für überlegene Mundpflege

Um auf die Auswirkungen von Zahnfleischproblemen aufmerksam zu machen und um sie gezielt zu bekämpfen, hat die Marke Oral-B einen neuen Zahnfleischschutz-Assistenten für ihr intelligentes Zahnputzsystem Oral-B Genius entwickelt.

Rund 80 Prozent der europäischen Bevölkerung leiden unter Zahnfleischproblemen, aber nur selten werden sie als Ursache für ernsthafte körperliche Erkrankungen erkannt und behandelt. Denn beim Thema Mundgesundheit denken die meisten ausschließlich an schöne und gesunde Zähne – das Zahnfleisch kommt dabei oft zu kurz.

Nicht umsonst sprechen Zahnmediziner schon lange von der weißen (Zähne) und roten (Zahnfleisch) Zahnästhetik. Und doch steht das Zahnfleisch bei vielen Patienten meist nicht im Fokus – ein fataler Trugschluss: Rund 52 Prozent der Erwachsenen zwischen 35 und 44 Jahren sowie jeder Fünfte der 65- bis 74-Jährigen ist von

Zahnfleischentzündungen oder Zahnfleischbluten betroffen. Oftmals sind sich die Patienten aber weder über den Zustand ihres Zahnfleischs, noch über die Auswirkungen auf die Allgemeingesundheit bewusst.

### Stiftung Warentest bestätigt: Keine putzt besser als Oral-B Genius

»Viele Menschen wissen nicht, dass Zahnfleischprobleme die Mundgesundheit stark beeinträchtigen und Auslöser für empfindliche Zähne, Mundgeruch und sogar Zahnverlust sein können«, erklärt **Prof. Dr. Ralf Rössler**, Dekan der University for Digital Technologies in Medicine and Dentistry in Luxemburg und ergänzt: »Regelmäßiges Zahnfleischbluten nach dem Zähneputzen wird oft als normal empfunden, das darf es aber auf keinen Fall sein. Die beste Vorsorge ist eine einwandfreie

### Zahnfleischschutz mit Oral-B

● **Intelligent Brushing Assessment** macht Zahnfleischprobleme sichtbar: Putzgewohnheiten werden ausgewertet, um in Echtzeit aufzuzeigen, wo mit zu viel Druck geputzt wird. Die Auswertungen werden regelmäßig wiederholt, sodass Putzresultate über die Zeit verglichen werden können.

● **Pressure Map und Positionserkennung** vermeidet zu starken Druck: Die kombinierte Technologie visualisiert die »Problemzonen« am Zahnfleisch, damit Nutzer ihre Putzgewohnheiten anpassen und im gesamten Mundraum den richtigen Druck ausüben können.

● **Gum Bleeding Self-Assessment Map** geht Zahnfleischproblemen präzise auf die Spur:

Eine genaue Nachverfolgung der täglichen Putzroutine hilft dabei, den Rückgang des Zahnfleischblutens zu überprüfen. Zusätzlich schlägt das Self-Assessment-System einen Besuch beim Zahnarzt vor, sollten die Probleme dennoch bestehen bleiben.

Zahnpflegeroutine, die sowohl Zähne als auch Zahnfleisch individuell pflegt – und natürlich der regelmäßige Besuch beim Zahnarzt.«

Wird eine Zahnfleischentzündung nicht behandelt, kann sie im schlimmsten Fall in einen chronischen Zustand übergehen, der als Parodontitis bekannt ist. Diese kann zu einem Abbau des Knochens sowie zur Lockerung und letztlich zum Verlust der Zähne führen. Auch Diabetes und Herz-Kreislauf-Erkrankungen können mit Zahnfleischproblemen in Verbindung stehen.

Die neue Oral-B Genius 10000 in der trendigen Farbvariante Orchid Purple ist ab August 2018 im Handel zu einer unverbindlichen Verkaufspreisempfehlung von 329,99 Euro erhältlich. Oral-B begleitet die Produkteinführung mit TV- und Online-Werbung sowie mit PR- und Internetaktivitäten. Hochwertige Werbematerialien erhöhen die Aufmerksamkeit am Point of Sale.



**\* Teilnehmer der Gesprächsrunde**

Diese fand am 25. April in den Seminarräumen der Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH statt

**Expertenrunde zur HEPT 2018**

# Verbundgruppen müssen global denken und handeln, damit der Fachhandel wettbewerbsfähig bleiben kann

Bereits zum fünften Mal in Folge traf sich **electro** mit Firmenvertretern der HEPT-Aussteller im Vorfeld der Roadshow, um über aktuelle Themen der Branche zu diskutieren. Die Headline der Gesprächsrunde lautete dieses Mal »Der stationäre Handel und seine Probleme mit den Onlineshops«

**Zu** Beginn der Gesprächsrunde prognostizierte **Sebastian Wolter** von der GfK den Elektrokleingeräten spannende Zeiten, denn diese Produktkategorie ist in Deutschland nicht nur deutlich gewachsen, sondern die Durchschnittspreise ziehen in diesem Segment ebenfalls an.

Hochpreisige Wachstumstreiber sind in den Bereichen Home Comfort/Home Cleaning in Form der neuen Staubsaugergeräte zu finden. Dazu gehören nicht nur die Saugroboter, bei denen seit Jahren ein stetiges Wachstum festgestellt werden kann, sondern vor allem auch die kabellosen Akkusauger, die immer mehr Anhänger finden. Die Gerätekategorie »Wet & Dry« verzeichnet ebenso ein Plus von 28 Prozent im jährlichen Vergleich. Diese Steigerung wird in erster Linie durch das immense Wachstum der 2-in-1-Hartbodenreiniger mit Wischwalzen generiert.

Aus Asien kommt aktuell der Trend zur Luftbehandlung zu uns. Dazu zählen neben den mobilen Klimageräten auch Luftbefeuchter, Luftentfeuchter, Luftreiniger und Ventilatoren. Dieser Bereich

»Produkte in den Wachstumskategorien machen das Leben der Verbraucher angenehmer, einfacher und komfortabler«

Sebastian Wolter

erzielte ein Plus von 27 Prozent. Größter Wachstumstreiber sind nach wie vor die Kaffeezubereitungsgeräte, die sich zwischenzeitlich zur größten Gruppe innerhalb der Small Domestic Appliances entwickelten und den Staubsaugern den Rang abgelaufen haben. Weitere Wachstumsprodukte sind Heißluftfritteusen mit einer Steigerung von 55 Prozent sowie Kontaktgrills, die auch mehr als 50 Prozent zulegen konnten. Im Bereich Personal Care erzielten Groomer ein Plus von mehr als 100 Prozent.

Welche Faktoren verbinden diese Wachstumsprodukte? Sie machen das Leben der Verbraucher angenehmer, ein-

facher und komfortabler. Denn natürlich könnte man auch mit einem klassischen Bodenstaubsauger saugen oder den Kaffee per Hand filtern. Konsumenten könnten nach wie vor ihre Pommes Frites in der Ölfritteuse knusprig backen oder die Glattböden mit dem Wischmop behandeln. Und früher ging es auch ohne Luftreiniger oder klimatisierte Räume. Diese Entwicklung zeigt also klar und deutlich, dass die Menschen heute mehr Wert auf Komfort, Gesundheit, Ernährung und Wohlbefinden legen.

Sebastian Wolter informiert, dass der Online-Handel bereits heute einen Marktanteil von 36 Prozent insgesamt erreicht hat und es sich auch schon lange nicht mehr nur um Bedarfskäufe handelt. Geschickte Online-Auftritte wecken bei den Kunden Begehrlichkeiten. Dies zeige sich ganz klar bei Aktivitäten – beispielsweise rund um den Black Friday oder auch zu Weihnachten.

Der Umsatzanteil der Fachhandels-Online-Shops liegt bislang erst bei etwa 14 Prozent – laut GfK ist der Fachhandel im

**\* Teilnehmer der Expertenrunde zur HEPT 2018 (Bild von links nach rechts)**

- Gerhard Künzel, Geschäftsführer Tevi Markt Handels GmbH
- Lutz Rossmeisl, Herausgeber *CE-Markt electro*
- Markus Bisping, Vertriebsleiter Beurer GmbH
- Frank Jüttner, Leiter Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland
- Frank Göring, Geschäftsführer Jura Gastro Vertriebs-GmbH

- Jacqueline Posner, Inhaberin EP: Fischer
- Thomas Klüsener, General Manager Appliances DACH Remington/Russell Hobbs
- Rolf Diehl, Geschäftsführer Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH
- Georg Fröhlich, Geschäftsführer Donat Hutter GmbH
- Sebastian Wolter, Leiter Elektrokleingeräte

- Deutschland GfK Retail und Technology GmbH
- Tobias Hoffmann, Customer Relationship Manager Small Appliances Electrolux Hausgeräte GmbH
- Klaus Hirschle, Vertriebsleiter Großfläche und Elektrofachhandel Alfred Kärcher Vertriebs-GmbH
- Horst Nikolaus, designierter Geschäftsführer Jura Elektrogeräte-Vertriebs GmbH

Online-Bereich jedoch im Zeitraum eines Jahres um 20 Prozent im Wert bzw. 17 Prozent bei den Stückzahlen gewachsen. Dies erklärt den höheren Durchschnittspreis als bei reinen Internet-Playern.

Ist der Facheinzelhandel wirklich fit für die Probleme und Herausforderungen, die der wachsende Onlinehandel mit sich bringt? **Horst Nikolaus** ist der Meinung, dass sich der Fachhandel – verglichen mit der anstehenden Fußballweltmeisterschaft – erst im Trainingslager befindet. »Der Fachhandel hat Angst vor der eigenen Courage und will ein perfektes System auf die Straße bringen, während die Big Player schneller handeln und auch einmal etwas probieren.«

## »Die großen deutschen Verbundgruppen müssen zusammenarbeiten, um eine Plattform zu gründen, die in der Lage ist, den globalen Big Playern Paroli zu bieten«

Gerhard Künzel

»Dabei sehe ich für den Fachhandel große Chancen«, so der zukünftige Jura-Geschäftsführer. »Die Kooperationszentralen arbeiten massiv daran, ihren Mitgliedern einen professionellen und attraktiven E-Commerce Auftritt zu ermöglichen. Viele Fachhändler machen dies bereits sehr erfolgreich und gehen mit gutem Beispiel voran.«

EP-Händlerin **Jacqueline Posner** ist sicher, dass der Handel zwischenzeitlich Vertrauen zum Internet aufgebaut und auch verstanden hat, dass es ohne diese Plattform zukünftig nicht mehr funktionieren wird. Leider reagieren die Verbundgruppen zu langsam auf diese Veränderungen. »Das Kundenverhalten hat sich total geändert und wir müssen uns anpassen«, schildert Frau Posner. »Wir brauchen die Digitalisierung und müssen Geschwindigkeit aufnehmen, um mit den Big Playern im Markt Schritt zu halten.«

Für **Frank Jüttner** ist der Online-Auftritt eines Handelspartners das Schaufenster des 21. Jahrhunderts und wer das nicht erkennt, begeht einen großen Kardinalfehler. »Wir haben jedoch sehr gute Kunden, die das heute schon professionell betreiben«, berichtet der Miele-Vertriebschef. **Markus Bisping** empfiehlt den Fachhändlern, die jeweiligen Multi-Channel-Konzepte der Kooperationen proaktiv umzusetzen.

Einzelhändler **Georg Fröhlich** ist überzeugt, dass es nie 100 Prozent online geben wird, aber niemand kann sich einem nennenswerten Verkaufskanal verschließen. Sein Geschäft verfügt natürlich über einen Online-Auftritt, aber aus diversen – auch technisch bedingten Gründen seitens seiner Verbundgruppe – führt er bis-

lang keinen eigenen Online-Shop. Er gibt zu bedenken, dass sich die Händler rund um die Uhr um einen Online-Shop kümmern müssen. Einfach nur eine Plattform aufsetzen und warten, bis die Aufträge hereinkommen, ist keine dauerhaft erfolgreiche Lösung. **Thomas Klüsener** weiß aus eigener Erfahrung, dass die Art des Einkaufens auch eine Generationensache ist. Seine 14-jährige Tochter geht fast ausschließlich online shoppen.

Für **Gerhard Künzel** haben sich in den vergangenen Jahren im Verkauf folgende drei Punkte verändert: Erstens ist der Konsument viel besser vorinformiert als früher. Zweitens verzeichnet sein Geschäft einen Zuwachs an »click & collect« – also online bestellen und im Laden abholen. Drittens steigt der Online Umsatz auch bei ihm, ist aber sehr preisorientiert und wirft deshalb weniger Marge ab. Er rät anderen Handelspartnern, zunächst lieber weniger Waren online anzubieten, diese dann aber vernünftig abzuwickeln.

Die Jura Gastro arbeitet seit Jahren daran, ihre Online-Präsenz zu optimieren und die Interessenten mit den regionalen Handelspartnern zu verknüpfen. Geschäftsführer **Frank Göring** bemängelt, dass viele Webseiten über längere Zeiträume nicht richtig gepflegt werden und es geht gar nicht, wenn beispielsweise noch alte Geräte aufgeführt werden. Das liegt natürlich daran, dass eine Datenpflege Geld kostet und speziell die kleinen Händler diesen Aufwand scheuen. Das wird sich aber ändern müssen, meint Frank Göring und solchen Händlern sollte auch bewusst sein, dass sich ein schlechter Internet-Auftritt negativ auf das Ladengeschäft insgesamt auswirkt.

Frau Posner sieht das größte Problem für den Fachhandel darin, von Kunden im Internet gefunden zu werden. »Wir werden gar nicht wahrgenommen. Google und Amazon beherrschen hier den Markt«. Ihrer Meinung nach muss diese Initiative von den Verbundgruppen ausgehen, da diese Struktur kein einzelner Händler stemmen kann. »Wir benötigen eine gute Verlinkung und schnelle Auffindbarkeit. Da der Kunde derzeit noch nicht weiß, was er bei uns findet, ist auch die Verfügbarkeitsanzeige ganz elementar, denn er will keinen Weg umsonst gehen«, weiß die EP-Händlerin.

Viele Berufstätige sind tagsüber nicht zuhause, um die Pakete der im Internet bestellten Ware entgegen zu nehmen. Wer also nicht ständig seine Nachbarn belästigen möchte, sucht nach Alternativen. Für Markus Bisping ist der Ansatz »see and feel before buy« die große Stärke für den Fachhandel. Der Kunde kann im Internet suchen, wer das Produkt vorrätig hat und es dann im Ladengeschäft ansehen, bevor er sich zum endgültigen Kauf entscheidet. **Die Anzeige der Warenverfügbarkeit ist demnach existenziell für den Handel.**

Gerhard Künzel fordert eine deutliche Antwort zu Amazon, Google & Co. »Die großen deutschen Verbundgrup-

pen müssen zusammenarbeiten, um eine Plattform Web 3.0 zu gründen, die in der Lage ist, den globalen Big Playern Paroli zu bieten.« Seines Erachtens nach ist es nicht mehr zeitgemäß, wenn jeder sein eigenes System implementieren will. Dazu sind die Aufgabenstellungen heute zu komplex und die Umsetzung zu schwierig und langwierig. »Viele Kunden shoppen heute über das Smartphone und wir müssen uns hier anpassen«, stellt er fest. Eine gemeinsame Plattform würde vieles erleichtern und schneller zum Ergebnis führen.

Frau Posner hat das Bonussystem angesprochen und den Vorschlag gemacht, dieses komplett zu überarbeiten, um für alle eine Win-Win-Situation zu erreichen. »Werte müssen wieder honoriert werden, sonst können kleine stationäre Händler nicht überleben.« Sie regt Boni an für Beratung, Werbung, Schaufenster, Schulung, Seminare, um nur einige Punkte zu nennen. Ihrer Meinung nach sollten die EK-Preise erhöht werden »und den Rest muss sich der Händler erarbeiten«. Ein individuelles System dieser Art hat die AEG mit dem Preference Partner Programm bereits implementiert, informiert **Tobias Hoffmann**. Hier bekommen die Händler unter anderem eine Vergütung auf die Ausstellungsfläche sowie Bonus für Sortimente, Schulungen und Unterstützung bei On- und Offline-Werbung. Weitere Industriepartner arbeiten derzeit an ähnlichen Konzepten.

## »Wir benötigen eine gute Verlinkung und schnelle Auffindbarkeit im Internet. Zudem ist künftig die Anzeige der Warenverfügbarkeit für den Fachhandel elementar«

Jacqueline Posner

Für **Klaus Hirsche** ist die Macht der Daten ein unglaublich interessantes Instrument und die Frage »Wie werden Konsumenten in Zukunft shoppen?« ausschlaggebend, denn darauf müssen sich die Industrieunternehmen einstellen, um ihr eigenes Überleben zu sichern. Eine der zentralen Aufgaben von Industrie, Fachhandel und Einkaufsgesellschaften wird es deshalb künftig sein, dem interessierten Konsumenten die Verfügbarkeit und Bestellmöglichkeit der Waren im Internet so komfortabel und bequem wie möglich zu machen, damit der Kunde nicht auf andere Plattformen abwandert.

**Fazit:** Die Gesprächspartner sind sich darüber einig, dass man als Einzelkämpfer dem Internet wenig entgegensetzen kann. Deshalb ist es dringend notwendig, dass alle an einem Strang ziehen, sowohl die Hersteller als auch die Handelspartner und die Verbundgruppen, um gemeinsame Lösungen zu finden.

### Cooler Look mit Gorenje

Retro-Kühler verleihen dem angesagten Vintage-Stil Eleganz und Lifestyle



Bild: Gorenje

Bild: Gorenje

Test 3/2018

## Stiftung Warentest gibt Vintage-Kühlern von Gorenje die Note 1,9

Seit die März-Ausgabe des Magazins »test« erschienen ist, hat es der Markt Schwarz auf Weiß: Wer seine Küche mit dem Modell ONRK193BK aus der **Gorenje** Retro-Collection ausstattet, holt sich damit einen der aktuell besten Vintage-Kühlschränke ins Haus

In ihrer Untersuchung zogen die unabhängigen Tester der Stiftung Warentest das Fazit »Lieber frei als eingebaut« und bewerteten den freistehenden Retro-Kühlschrank ONRK193BK von Gorenje mit der hervorragenden Note 1,9.

Die Stiftung Warentest führt jährlich mehr als 200 vergleichende Warentests durch und hat sich über Jahrzehnte das Renommee größtmöglicher Unabhängigkeit von Wirtschaft und Politik aufgebaut. Anfang 2018 nahmen sich die Mitarbeiter den Bereich der Kühl- und Gefrier-Kombinationen vor und veröffentlichten die Ergebnisse in der März-Ausgabe des eigenen Magazins »test«.

Die Retro-Geräte der Marke Gorenje wurden durch die Testergebnisse maximal bestätigt, denn mit einer hervorragenden guten Note von 1,9 zählt die coole Mischung aus angesagtem Vintage-Look und modernster Technik zu den Top-Retro-Kühlgeräten, die derzeit auf dem Markt verfügbar sind.

In Heft 3/2018 mussten sich 30 verschiedene Kühl-Gefrier-Kombinationen unterschiedlicher Hersteller



Bild: Marcus Schief

**Julian Lietzau**  
Leiter Marketing & PR  
Gorenje  
Vertriebs-GmbH

**Fazit der Stiftung Warentest im aktuellen Test von Kühl- und Gefrierkombinationen: »Lieber frei als eingebaut«**

einem Test unterziehen. Alle Geräte traten in den Disziplinen Kühlen, Einfrieren, Temperaturstabilität beim Lagern, Stromverbrauch, Handhabung, Verhalten bei Störungen sowie Geräusche und Vibrationen an. In jeder einzelnen Disziplin erhielten die Geräte eine Bewertung, die

jeweils unterschiedlich stark gewichtet ist. Diese Wertungskombination führte zum Gesamtergebnis. Das Modell ONRK193BK aus der Gorenje-Retro-Collection schnitt in zentralen Disziplinen wie Stromverbrauch und Stabilität mit einem »sehr gut« ab und wurde im Ergebnis mit der Gesamtnote 1,9 bewertet.

Mit seinen Retro-Kühlschränken hat Gorenje Modelle im Portfolio, die perfekt zum ungebrochenen Vintage-Trend passen. Die Nostalgie-Reihe spielt charmant mit den Erinnerungen an vergangene Zeiten, ist aber gleichzeitig up-to-date, wenn es um Geräteausstattung, Qualität und die inneren Werte geht. Eine Palette zahlreicher Farben und die extravagante Optik macht die Gorenje Kühler zu ganz besonderen Highlights in jedem Wohnraum.

Die Kühler überzeugen durch moderne und umweltfreundliche Technologien. So erleichtern die Pull Out-Glasablagen selbst bei prall gefülltem Kühlschrank den Zugriff auf den gesamten Inhalt, und dank Adapt Tech bleibt die Temperatur immer konstant, unabhängig davon, wie oft die Tür geöffnet wird. Die Fast Freeze-Funktion friert Lebensmittel besonders schnell ein und natürlich arbeiten alle Kühl-Gefrier-Kombinationen hoch energieeffizient. Letzteres wurde im Stiya-Test mit einem »sehr gut« honoriert.

»Für uns ist das Test-Ergebnis eine ausgezeichnete Bestätigung«, freut sich **Julian Lietzau**, Leiter Marketing & PR bei Gorenje. »Klar: Ein cooler Look ist uns und unseren Kunden wichtig – aber das Siegel der Stiftung Warentest zeigt, dass bei unseren Produkten Design und Funktion Hand in Hand gehen und wir unseren Kunden Top-Qualität bieten.«

# Gorenje treibt 2018 seine neue Kanalstrategie weiter voran

**Gorenje** richtete 2017 seine Vertriebsstruktur neu aus und stärkte die direkten Kontakte zu den wesentlichen Abnehmergruppen durch frisches Personal und einer konzentrierteren Bearbeitung der Verkaufskanäle. Jetzt treibt das Unternehmen den Prozess weiter voran und zündet die zweite Stufe seiner Kanalstrategie

Bei der Neustrukturierung des Key Account Managements war es ein zentrales Anliegen, die Vertriebsstruktur den unterschiedlichen Kanälen anzupassen, um mit einem gestrafften Produktportfolio individualisierte Angebote realisieren zu können. »Im Rückblick können wir sagen, dass diese Strategie sich schon jetzt auszahlt«, berichtet **Peter Herzberger**, Vertriebsdirektor von Gorenje Deutschland. »In diesem Jahr werden wir den Prozess fortsetzen. Der nächste folgerichtige Schritt ist es, das Key

nächsten Schritt sind wir die Themen Küche, Möbel und Küchenmöbelindustrie angegangen.« **Eike Hartmann** unterstützt seit 1. Mai 2018 als Verkaufsleiter Küche, Möbel und Küchenmöbelindustrie das Unternehmen bei der weiteren Umsetzung der neuen Kanalstrategie in seinem Bereich. »Wir haben bereits das Portfolio auf diesen Kanal angepasst und eine Reihe von Marketingaktivitäten gestartet«, informiert Herzberger. »Mit der neuen Position für Eike Hartmann unterstreichen wir einmal mehr, für wie zentral wir diesen Bereich halten.«

Die Logistik-Prozesse erweitern sich bei Gorenje ebenfalls und werden an die wachsende Personalstruktur angepasst. Noch zielgerichteter und schneller können die Kunden und Kanäle mit einem neuen und auf Weiße Ware spezialisierten Logistikzentrum in Nürnberg sowie bundesweiten Weißwaren-Spediteuren bedient werden.

Seit Anfang 2018 profitiert der gesamte Vertriebsbereich von einer weiteren Neuerung. Im Zuge der Restrukturierung wurde beschlossen, dass Marketing und Vertrieb stärker zusammenwachsen sollen. Damit diese sinnvolle Verbindung reibungslos gelingt, wurde eine neue Position an der Schnittstelle geschaffen: Seit 1. Januar 2018 verstärkt **Tobias Menkens** das Team von Gorenje mit dem Fokus Training und Marketing. Neben dem Trademarketing ist er damit beschäftigt, ein neues Schulungskonzept zu installieren.

»Mit diesem Programm werden unsere Vertriebsmitarbeiter und Handelspartner gezielt hinsichtlich der Produkte und der Marke qualifiziert«, erläutert Peter Herzberger und zieht eine Zwischenbilanz zur neuen Gorenje-Struktur: »Das anvisierte Wachstum erreichen wir nur, wenn wir das Gesamtpaket implementieren: Organisation, Betreuung, Schulung, Prozessmanagement und natürlich marktgerechte Produktlösungen. In all diesen Bereichen haben wir seit Beginn der Neustrukturierung große Fortschritte erzielt.«

Die Kanalstrategie wird auch zukünftig bei Gorenje weiter im Fokus stehen: 2019 wird die Außendienst-Organisation unterstützend ausgebaut und drei zusätzliche Regionalmanager werden dann für eine noch dezidiertere Betreuung der Kunden bundesweit sorgen.

## gorenje

»Das anvisierte Wachstum erreichen wir nur, wenn wir das Gesamtpaket implementieren: Organisation, Betreuung, Schulung, Prozessmanagement und natürlich marktgerechte Produktlösungen«

Account Management zu verstärken, um die Kundenzuordnung zu optimieren. Das haben wir jetzt getan.«

**Markus Schilling** übernahm bereits zum dem 1. Januar 2018 die Verantwortung für den Online-Handel. In dieser Position betreut er die sogenannten »Pure Player«, also Unternehmen, die ausschließlich das Internet als Vertriebskanal nutzen. Den Kontakt zu den Buying Groups pflegt seit dem 1. April 2018 mit **Helge Mücke** ein alter Bekannter. Mücke ist zu Gorenje zurück gekehrt und wird sein hervorragendes Netzwerk und seine Erfahrung in diesem Kanal mit einbringen. Er übernimmt diesen Bereich von **Bettina Soder**, die nun für den Versandhandel verantwortlich sein wird.

»Damit haben wir die Schlüsselkanäle mit erfahrenem Personal besetzt«, so der Gorenje Vertriebsdirektor Herzberger. »Im



**Peter Herzberger**  
Vertriebsdirektor  
Gorenje Deutschland



**Eike Hartmann**  
Gorenje Verkaufsleiter  
Küche, Möbel und  
Küchenmöbelindustrie



**Markus Schilling**  
Gorenje Deutschland  
Key Account Manager  
Online-Handel



**Helge Mücke**  
Gorenje Deutschland  
Key Account Manager  
Buying Groups



**Bettina Soder**  
Gorenje Deutschland  
Key Account Manager  
Versandhandel



**Tobias Menkens**  
Gorenje Deutschland  
Trainer Produkt und  
Marketing

## Bundesweiter Aktionstag

### »Tag der Küche« am Samstag, den 29. September 2018

➔ **Bereits** zum neunzehnten Mal findet der von der Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e.V. (AMK) ins Leben gerufene »Tag der Küche« bundesweit statt. In diesem Jahr am Samstag, den 29. September. Küchenfachhandel, Küchenstudios und Küchenabteilungen machen von Nord bis Süd und West bis Ost bei dem Großevent mit. Sie zeigen die vielfältigen, innovativen und individuellen Möglichkeiten einer modernen Küche und machen Lust auf Neues. Vielerorts ist mit besonderen Kochaktionen auch für das leibliche Wohl gesorgt.

**Es geht** beim »Tag der Küche« auch um Fakten und Informationen, denn es hat viele neue Entwicklungen im Küchengeräte- und Küchenmöbelangebot gegeben. »Durch die offen gestalteten Grundrisse im Neubau kommt der Küche heute ein ganz besonderer Stellenwert zu«, erläutert **Volker Irle**, Geschäftsführer der AMK, und ergänzt: »Sie ist Dreh- und Angelpunkt der Wohnung, hier wird gekocht und kommuniziert. Moderne Elektrogeräte sind daher



super leise und die Möbel sind in ihrer Funktionalität besonders ansehnlich und schön. Außerdem gibt es Aufklärung zu all den smarten Ideen für moderne Elektrogeräte, die man mobil ansteuern und kontrollieren kann«. Wer bis zum Aktionstag und darüber hinaus informiert bleiben will, kann in den sozialen Netzwerken stets aktuelle Hinweise finden. Unter »Tag der Küche« bei Facebook, auf »blog.tagder-kueche.de« oder unter »twitter.com/tagderkueche« finden sich tagesaktuelle Mitteilungen.



**Lono Tischgrill** sowie Pfannen, Messer und weitere Utensilien von WMF sorgen für Grillvergnügen



### Grillen während der Fußball-WM

## WMF führt alles, was man zu einem guten Barbecue benötigt

Zur Grill-Saison 2018 dreht sich bei der **WMF Group** alles um den perfekten Fleischgenuss. Dazu gehören nicht nur hochwertige Pfannen und gut schneidende Messer. WMF bietet noch viel mehr

**Am** 14. Juni 2018 startet die Fußball-Weltmeisterschaft in Russland. Viele verfolgen gemeinsam mit Familie und Freunden an den heimischen Flatscreens die Spiele und danach wird auf dem Balkon oder der Terrasse gegrillt, um so manchen Sieg zu feiern. Dafür hat WMF seine erfolgreichen Lono Tischgrills mit drei neuen Modellen aufgelegt, die ruckzuck einsatzbereit sind – auch drinnen – wenn das Wetter nicht so mitspielt. Die beiden Lono Tischgrills mit gerippter beziehungsweise mit flacher und gerippter Grillplatte sowie den großen Lono Master-Grill. Für alle drei Modelle ist zudem ein neuer Standfuß verfügbar.

Wer schnell ein paar Steaks in der Pfanne zubereiten möchte, liegt mit der WMF Pfanne Profi Resist aus Cromargan mit Antihaftversiegelung und spezieller Wabenstruktur komplett richtig. Für ein perfektes Rindersteak steht außerdem das BBQ-Thermometer zur Verfügung, das fünf Garstufen für sieben Fleischsorten anzeigt und Temperaturen von minus 20 bis 250 Grad Celsius locker standhält.

In Kooperation mit dem Food- und Lifestyle-Magazin »BEEF!« startete die WMF Group bereits Ende April eine Promotion mit eindrucksvollen kulinarischen Highlights. Hier empfehlen die Experten in Sachen Fleisch die Grillpfanne Perma Dur Premium, bei der nichts anbrennt oder anklebt sowie die Silit Universalpfanne Energy Red, die sich perfekt für verschiedenste Gerichte eignet, denn die Pfanne aus Silargan überzeugt mit besten Wärmeleit-Eigenschaften.

Selbstverständlich gehören zu dieser Promotion auch die bekannt guten WMF-Messer sowie weitere Utensilien, die beim Grillen und Braten unentbehrlich sind. Wie eine Salz-/Pfeffermühle, die trotz geringem Kraftaufwand ein deutlich höheres Mahlergebnis liefert oder das vierteilige BBQ-Spieße-Set, bei dem jeder der 35 Zentimeter langen Spieße ordentlich Fassungsvermögen aufweist. Die BBQ-Grillschalen der Schwestermarke Kaiser sorgen für ein fettreduziertes, krosses Grillergebnis, denn sie vertragen Temperaturen bis 450 Grad Celsius.

## Edles Design und Qualität – Made in Germany

Bei vollem Geschmack gesund & sicher grillen!



SCHOTT  
CERAN®



CERAN® GRILL – CG 2308/TC  
Made in Germany

- ✔ Grillen direkt auf Ceran® Glas bei bis zu 380°C
- ✔ präzise Bedienung mit Touch Control Sensoren
- ✔ permanente Messung und Anzeige der Grilltemperatur



DESIGN TISCHGRILL – BBQ 2012/E  
Made in Germany

- ✔ zwei getrennt steuerbare Grillbereiche mit je 10 Stufen
- ✔ optimale Temperaturverteilung für beste Grillergebnisse
- ✔ hochwertige, leicht zu reinigende Antihaftbeschichtung

**ROMMELSBACHER** FREUDE AM KOCHEN

Mehr Informationen zu ROMMELSBACHER unter:  
[www.rommelsbacher.de](http://www.rommelsbacher.de)





# SEVERIN

TECHNIK ZUM GENIESSEN



Bild: Unold  
**Unold Elektrogrill**  
für gemütliche  
Grillstunden mit  
Familie und  
Freunde

BBQ-Geräte von Unold

## Köstlicher Grillspaß – ohne Kohle und Rauch

Der neue Powergrill von **Unold** bietet mit seiner großen Grillfläche Platz für jede Menge Grillgut, um Familie und Gäste kulinarisch zu verwöhnen

Der Barbecue Elektrogrill ist ein echtes Powerpaket und bis zu 2.000 Watt erhitzbar. Dank stufenlos einstellbarer Temperatur steht damit jederzeit die passende Hitze zur Verfügung, egal ob schonende Hitze für empfindliche Fischfilets oder volle Power für marinierte Steaks.

Die Grillplatte bietet die perfekte Kombination aus glatter und geriffelter Oberfläche. Für die typische Grilloptik auf Steaks und Würstchen verwendet man die geriffelte Seite, und die glatte Fläche eignet sich ausgezeichnet für Scampis oder Gemüsestücke. Im übrigen ist die Grillplatte

antihafbeschichtet und für die bequeme sowie leichte Reinigung entnehmbar.

Für den Grillgenuss auf Balkon oder Terrasse ist für dieses Unold Modell ein Tischgestell aus hochwertigem Kunststoff verfügbar. Damit kommt der Grill nicht nur auf eine ergonomische Arbeitshöhe, sondern die praktische Ablagefläche im Gestell ist auch der ideale Parkplatz für Gewürze, Marinaden, Grillzange oder Teller. Weil der Tischgrill für das platzsparende Verstauen komplett zerlegbar ist, kann das Grillelement auch prima als Tischgrill für gemütliche Grillrunden im kleinen Kreis eingesetzt werden.

# Mix & Match

Eine Kombination mit  
unendlich vielen Möglichkeiten.

Kaffee und Milch sind in der Zubereitung so **vielseitig** wie die **Kombinationsmöglichkeiten** der einzelnen SEVERIN Geräte untereinander. Als **Marktführer** für Milchaufschäumer stehen wir für perfekten Milchschaum, Hochwertigkeit, Know-how und Zuverlässigkeit. Ergänzend zu den klassischen Kaffee-/Milch-Kombinationen lassen sich angesagte Getränke wie Matcha Latte, Chai Latte oder kreative Cocktails ganz einfach zubereiten.



Mehr zum Kombinieren: [severin.de](http://severin.de)



### Innovatives Grillcenter VG 500 Plus

→ Das praktische Grillcenter von Steba ist mit einem beweglichen Grillmobil ausgestattet, mit dem man es an beliebige Position rollen kann. Das Grillcenter im Edelstahlgehäuse verfügt über zwei individuell regelbare Heizsysteme: den Powerbereich bis 300 Grad sowie den Grillbereich bis 250 Grad Celsius. Damit gelingt garantiert alles, was auf dem Grill landet. Von Hähnchenspießchen auf eher niedriger Temperatur bis zu scharf angebratenen Rip Eye Steaks,

die vorher mariniert und im Sous-Vide-Verfahren bereits gegart wurden. Auf dem Grill bekommen sie dann noch eine schöne Farbe und eine krosse Oberfläche, während sie innen zart und rosa sind. Das Grillmobil GM 4 ist übrigens auch einzeln erhältlich und kann mit anderen Steba-BBQ-Tischgrills bestückt werden.



**Auch im Sommer einen kühlen Kopf bewahren** mit den mobilen Klimageräten Pinguino der Marke De'Longhi

### Klimatalente von De'Longhi

- **Mobile Klimageräte** ermöglichen eine einfache Inbetriebnahme ohne Baumaßnahmen und können in verschiedenen Räumen einfach aufgestellt und betrieben werden
- **De'Longhi Pinguino** sind für Raumgrößen bis 80 oder 110 Kubikmeter ausgelegt
- **Energieeffizienzklasse A+**  
Das Modell PAC EX 100 ist das einzige Gerät auf dem deutschen Markt in der Energieklasse A++
- **Verwendung** des ungiftigen und natürlichen Kältemittels R 290

Für die heißen Tage des Jahres

## Worauf ist beim Verkauf von Klimageräten generell zu achten?

Spätestens wenn kraftvolle Sonnenstrahlen das Thermometer nach oben treiben, ist klar: Der Sommer steht vor der Tür – und mit ihm auch die Hitze in den eigenen vier Wänden

**Laut** Umweltbundesamt sollte die Temperatur im Wohnbereich zwischen 20 und 23 Grad Celsius betragen, was bei sommerlichen Außentemperaturen von mitunter 40 Grad nur schwer machbar ist. Eine Lösung stellen hier mobile Klimageräte dar – auch Monoblock-Klimageräte genannt. Sie lassen den Luxus wohltemperierter Räume auch im Sommer nicht vermissen, müssen aber nicht fest installiert werden. Zudem können sie nicht nur für ein angenehmes Raumklima sorgen, sondern auch die Luftfeuchtigkeit ins Gleichgewicht bringen.

**Doch was muss ein gutes Gerät können und wie viel Budget muss dafür kalkuliert werden?** De'Longhi ist seit 30 Jahren Experte im Klimaanlagensegment und Marktführer im Bereich mobiler Klimageräte. Das Portfolio umfasst sowohl klassische Einsteigermodelle mit Verkaufspreisen ab 549 Euro für Raumgrößen bis 80 Kubikmeter als auch komfortable Hochleistungsgeräte für bis zu 1.249 Euro und 110 Kubikmeter große Räume.

»Monoblock-Klimageräte sind vor allem wegen der Flexibilität und der einfachen Handhabung beliebt«, erklärt **Markus Heinig**, Brand Manager von De'Longhi. »Anstatt eine stationäre Anlage zu installieren – was schnell kostenintensiv werden kann –, ist die gesamte Technik platzsparend in einem Gerät verbaut, das bei Bedarf mit wenigen Handgriffen in Betrieb genommen und bei Nichtnutzung beispielsweise



**Markus Heinig**  
Brand Manager  
De'Longhi Deutschland  
GmbH

»Zentrale Kriterien beim Kauf mobiler Klimaanlage sind die Energieeffizienz, das verwendete Kältemittel, ein möglichst niedriger Geräuschpegel sowie die Leistung der Geräte«

im Abstellraum verstaut werden kann.« Die Luft-Luft-Klimageräte von De'Longhi sind sehr energieeffizient und weisen mindestens die Energieeffizienzklasse A+ auf, der PAC EX 100 als einziges Gerät auf dem deutschen Markt sogar A++.

Ein echtes Kraftpaket ist zudem das 3.200 Watt starke Hochleistungsklimagerät Pinguino PAC WE128 Eco Silent mit Wasser-Luft-Technologie. Das patentierte Kühlungssystem arbeitet mit einem se-

paraten Wassertank im Gerätegehäuse und kann damit bis zu 30 Prozent höhere Leistungswerte erreichen – und das bei geringem Stromverbrauch und reduziertem Geräuschpegel. Erst wenn sich kein Wasser mehr im Gehäuse befindet, schaltet das Klimagerät um auf Luft-Luft-Technologie. Der Wassertank kann während des Betriebs nachgefüllt werden. Die Klimageräte arbeiten zudem mit dem natürlichen Kältemittel R290. Das ungiftige Gas schadet weder der Ozonschicht, noch fördert es den Treibhauseffekt, sodass die sanfte Kühle unbeschwert genossen werden kann.

»Die gefühlte Temperatur eines Raumes kann schnell von der tatsächlichen Temperatur abweichen«, so Heinig weiter. »Der Grund liegt in der Luftfeuchtigkeit, weswegen unsere Klimageräte diesen Faktor mit berücksichtigen.« So atmet ein Erwachsener über 17.000-mal am Tag ein und aus. Das entspricht etwa 13.000 Litern Luft, die die Lunge verarbeitet und dabei Feuchtigkeit an die Atmosphäre abgibt. Zudem schwitzt der Mensch pro Tag jede Menge Wasser aus – mindestens 0,5 Liter, bei Hitze oder Anstrengung sogar bis zu sechs Liter – und trägt so zu einer erhöhten Luftfeuchtigkeit im Wohnraum bei.

Die De'Longhi Luft-Luft-Klimageräte Pinguino PAC EX 100 und PAC AN112 Silent verfügen über die Real-Feel-Technologie, die Temperatur und Feuchtigkeit automatisch reguliert und ins Gleichgewicht bringt – so kann ein optimales Wohlfühlklima noch schneller erreicht werden. Erzielt wird dies unter anderem mithilfe des Kondenswasser-Recycling-Systems, dank dem die Geräte keinen zusätzlichen Tank benötigen, da sich nur wenig Flüssigkeit im Gerät ansammelt. Dies macht die De'Longhi Klimaanlage bei der Entfeuchtung des Raumes besonders wirksam. Für einen angenehmen Abend kann mithilfe der Sleep-Funktion bzw. mit dem Silent-System zudem die Arbeitslautstärke der Geräte reduziert werden, sodass das eigene Zuhause auch in der Nacht wohltemperiert ist.



### Mobil steuerbar

Wenn die Raumluft schlecht ist, kann der Philips Luftreiniger bereits von unterwegs aus aktiviert werden

#### Anwendertest Philips Luftreiniger

## Verbesserte Innenraumluft

Wer selbst Allergiker ist, oder jemanden in der Familie hat, der auf viele Stoffe in der Umgebungsluft allergisch reagiert, der weiß aus eigener Erfahrung, wie wichtig es ist, das gesamte Jahr über für ein gesundes Raumklima zu sorgen. Philips Produkte helfen dabei

**Bereits** beim Auspacken des Luftreinigers merkt man, dass es Philips ernst meint mit den Themen Gesundheit, Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Kein Styropor oder sonstiger überflüssiger Kunststoff, der nach dem

Kauf des Produktes entsorgt werden müsste. Danach fällt sofort das geringe Gewicht des Gerätes mit nicht einmal neun Kilogramm auf, so dass man es leicht von Raum zu Raum bewegen kann. Außerdem ist die Bedienung des Luftreinigers

#### Anwendertest Deebot Ozmo 930

## Saugen und Wischen in einem

Während die meisten Saugroboter »nur« staubsaugen, kann das Modell Deebot Ozmo 930 der Marke Ecovacs beides: nämlich saugen und wischen in einem Vorgang. **electro**-Herausgeber **Lutz Rossmeisl** hat das Gerät persönlich getestet

**Der** Deebot Ozmo 930 von Ecovacs verdient den Begriff »smarte Lösung«, denn der Hersteller hat hier wirklich an alles gedacht. Elegant navigiert der Roboter durch den Wohnraum und erstellt beim ersten Scansvorgang einen detaillierten Grundriss, der in der App gespeichert wird. Danach weiß er genau, wo er saugen und wischen darf – den Bereich der Teppiche und Läufer spart er beim Wischen aus. Dafür saugt er diese dann sogar mit doppelter Leistung.

Der Wassertank des Saug- und Wischroboters fasst 300 Milliliter und ist damit ausreichend, um eine gesamte Wohnebene zu reinigen. Das waschbare



**Deebot Ozmo 930** Saug- und Wischroboter

Mikrofasertuch wird gleichmäßig während des gesamten Reinigungsprozesses vom System befeuchtet und passt sich unterschiedlichen Bodenkonturen an. Bei

quasi selbsterklärend, so dass man die Bedienungsanleitung vor dem ersten Betrieb gar nicht benötigt. Dennoch hat unser Herausgeber **Lutz Rossmeisl** einen Blick hinein geworfen und sie für gut und übersichtlich befunden.

Am meisten hat ihn dann aber doch die Power des kubusförmigen Gerätes beeindruckt, das leistungsstark die Luft einsaugt, reinigt und dann wieder an den Raum abgibt. Ein dreistufiges Filtersystem sorgt dafür, dass zunächst Grobschmutz aus der Luft gefiltert wird. Danach folgt ein Feinschmutzfilter und zum Schluß passiert die Luft den Aktivkohlefilter, der selbst kleinste Staubpartikel und sogar Gerüche entfernt.

Für Lutz Rossmeisl war es ganz wichtig, dass das Gerät zuverlässig Pollen und Allergene aus der Luft filtert, da sein elfjähriger Sohn seit langem allergisch auf diese Schwebstoffe reagiert. In der Praxis hat sich gezeigt, dass es ausreicht, das Gerät vor dem Zubettgehen eine gute Stunde im Kinderschlafzimmer für eine angenehme Nachruhe laufen zu lassen.

Besonders praktisch ist die farbliche Anzeige des Luftreinigers, die bereits von weitem signalisiert, in welchem Zustand sich die Luftqualität befindet. Von rot für schlechte Luft bis blau für eine gute Raumluft. Zusätzlich kann das Gerät mit der App »Air Matters« auch von unterwegs gesteuert werden. Diese App informiert Allergiker zuverlässig über die aktuelle Pollensituation und Luftqualität. **Fazit:** Regelmäßig angewendet verbessern Luftreiniger von Philips nachweislich die Raumluft, so dass auch Allergiker wieder befreit aufatmen können.

hohem Verschmutzungsgrad kann mit der App die Menge des abzugebenden Wassers sogar erhöht werden.

Der Deebot Ozmo verfügt über eine klare und verständliche Bedienung und kann selbstverständlich auch direkt über die App von unterwegs aus gesteuert oder durch die Wohnung manövriert werden. Das stylische Gerät kommt in einer durchdachten Verpackung aus ökologischen Materialien und spricht damit auch die Zielgruppe an, die viel Wert auf Umwelt und nachhaltiges Agieren legt. Technikbegeisterte können über die App übrigens Reinigungspläne und -zeiten definieren, so dass der Staubsaug- und Wischroboter zu vorgegebenen Zeiten seine Aufgaben erledigt.

**Fazit:** Der Deebot Ozmo 930 bietet viel Technik für sein Geld und eine saubere Wohnung, die nicht nur gesaugt, sondern auch feucht gewischt ist. Er ist also eine echte Alternative für Leute, die wenig Zeit zum Putzen haben, aber dennoch ein sauberes Zuhause wünschen. Zusätzlich arbeitet er sehr leise, so dass man ihn auch laufen lassen kann, wenn gerade ein Familienmitglied krank im Bett liegt.



### Soehnle Health Care

In Hamburg präsentierte die Traditionsmarke zusammen mit Rebecca Mir (3.v.l.) das aktuelle Sortiment an Gesundheitsprodukten

»Fit in 10 Minuten«

## Soehnle stellt Fitnessprogramm zusammen mit Rebecca Mir vor

Am 15. Mai präsentierte **Soehnle** zum 150-jährigen Marken-Jubiläum sein neues umfangreiches Health Care Portfolio

**Dieses** beinhaltet nicht nur Analysewaagen, sondern auch andere Produkte für ein bewusst gesünderes Leben, wie Fitness-Tracker und Blutdruckmessgeräte. Dazu hat die Traditionsmarke das Fitnessprogramm für

Einsteiger »Fit in 10 Minuten« entwickelt, welches von der Moderatorin Rebecca Mir während der Veranstaltung vorgestellt wurde. »Mit einem täglichen Training von 10 Minuten, das ohne Geräte zu Hause durchgeführt werden kann, erreichen

Sport-Einsteiger in etwa zehn Wochen eine solide Grundfitness«, informiert Rebecca Mir. Dabei handelt es sich um ein Intervalltraining, das Kraft, Beweglichkeit und Ausdauer verbessert. Das Programm besteht aus einem Aufwärm- sowie einem Entspannungsteil. Im Mittelpunkt steht das ganzheitliche Trainingsprogramm mit zehn Übungen. Sie haben prägnante Namen wie »Bergsteiger im Halbkreis« für das Oberkörper- und Bauchmuskeltraining, »Seitensprung« für das Training von Beine, Po und Rumpf oder »Halo Slam« für das Konditionstraining.

Jeder bestimmt das Trainingspensum selbst. »Anfänger starten mit 20 Sekunden Training und 40 Sekunden Ruhepause. Am Ende steigert sich das bei jeder Übung auf 60 Sekunden Training und die Ruhepause entfällt dann«, so das sportliche Model, die gesteht: »Bei dem Programm kommt man schon Mal aus der Puste, ohne dass es den Trainierenden überfordert – aber vor allem hatte ich viel Spaß dabei, denn die Übungen sind sehr vielfältig.«

Soehnle unterstützt das Trainingsprogramm mit Messprodukten wie den Fitness-Trackern und den Körper-Analysewaagen. Im Zentrum der neuen Produktwelt steht die Soehnle Connect-App. Über diese sind die neuesten Geräte wie Blutdruckmessgerät, Luftreiniger, Fitness-Tracker oder Körper-Analysewaagen direkt verbunden. So werden Informationen über das Gewicht, den Body-Mass-Index (BMI), die Kalorien- und Schlafwerte sowie die Puls- und Blutdruckwerte auf dem Smartphone gespeichert. Denn wer trainiert, möchte auch seine Erfolge sehen. Das schafft zusätzliche Motivation.

### Luftreiniger geben Garantie für ein pollenfreies Zuhause

➔ **Allergiker** brauchen keinen Pollenflugkalender, um zu erfahren, wann die schädlichen Pollen durch die Luft fliegen. Die lästigen Symptome wie Schnupfen,

Pflanzen. Draußen können sich Allergiker kaum davor schützen – umso wichtiger ist es, das eigene Haus oder die Wohnung vor den Plagegeistern zu schützen. Eine effiziente Hilfe bieten moderne Luftreiniger wie beispielsweise das Premium-Gerät Airfresh Clean Connect 500 von Soehnle, das die Luft filtert und so 99,5 Prozent der Partikel beseitigt. Dabei schützen Luftreiniger nicht nur zuverlässig vor Pollen, sondern filtern auch Viren, Bakterien, Hausstaub und Gerüche. Sie sorgen somit generell für ein besseres Raumklima.

Der aktuelle Soehnle Premium-Luftreiniger saugt über einen Ventilator die Luft ein, die dann über ein mehrschichtiges Filtersystem gereinigt wird. Die gefilterte Luft wird dann in den Raum abgegeben und durch diesen Prozess wird die Atemluft nach und nach frei von Feinstaub. Der Luftreiniger arbeitet stromsparend und leise, was vor allem im Schlafzimmer wichtig ist. Die besten Ergebnisse erzielen Luftreiniger übrigens, wenn sie zentral im Raum stehen. Der Airfresh Clean Connect 500 ist ein besonders leistungsstarker Luftreiniger und lässt sich mühelos via Bluetooth über die Soehnle Connect-App oder direkt am Gerät steuern.



### Wahl verlegt seinen deutschen Standort in den Nachbarort

➔ **Voraussichtlich** Ende 2019/Anfang 2020 wird das Unternehmen Wahl seine komplette Produktion von Unterkirnach in das nur zehn Kilometer entfernte St. Georgen verlegen. Dort hat der Spezialist für Haarschneidemaschinen von der Firma Grässlin ein Areal gekauft. Die Entscheidung war rein wirtschaftlich, da aufgrund des dauerhaften Wachstums der Marke der Standort in Unterkirnach nicht mehr ausreicht, um den steigenden Anforderungen gerecht zu werden. Das Unternehmen wird allen 240 Angestellten die Weiterbeschäftigung anbieten und da der neue Standort in der Nähe liegt, ist es für jeden Mitarbeiter möglich, weiterhin im Unternehmen tätig zu sein. Der Invest der Marke in den neuen Firmenstandort wird mit 16 Millionen Euro beziffert.



**Blauer Anzeiger** Hier sind die Luftwerte gut

Asthma oder sogar Migräne zeigen es ihnen ganz genau. Zwischen März bis Juni ist es besonders schlimm, denn dann beginnt die Hauptblüte von Erle, Pappel, Buche, Spitzwegerich und vielen anderen

# Neigt sich eine Ära dem Ende zu?

**Bereits** im Jahr 1971 ging der Ur-Thermomix unter dem Namen Heizmischer VM 2000 an den Start. In Deutschland wurde der erste Thermomix im Jahr 1984 von Vorwerk eingeführt und es begann ein Siegeszug, der seinesgleichen sucht. Bis 2013 verkaufte der Hersteller nach eigenen Angaben vier Millionen Geräte. 2014 wurde das Premiummodell TM5 eingeführt und im Jahr danach steigerte Vorwerk seinen Thermomix-Umsatz auf stolze 1,375 Mrd. Euro.



A. Pfänder-Coleman

**Was bedeutet** diese Nachricht für den Elektro Einzelhandel, an dem solche Milliardenumsätze seit Jahren vorbei gehen, da Vorwerk seine Produkte ausschließlich im Direktvertrieb vermarktet? In beiden Bereichen – sowohl bei multifunktionalen Küchenmaschinen als auch im Produktsegment der Staubsauger gibt es zu Thermomix und Kobold attraktive Alternativen, die sich durchaus nicht verstecken müssen.

**Schlaue Händler** führen bereits heute eine gute Auswahl an Multifunktions-Küchenmaschinen, mit denen sie die Kunden im Verkaufsgespräch überzeugen. Und im Staubsaugerbereich hat der Elektrohandel sowieso die Nase vorn, denn kabellose Akkusauger und wendige Saugroboter laufen den großen, schweren Staubsaugern momentan den Rang ab. Die Verbraucher legen heute mehr Wert auf Komfort bei gleichzeitig guter Saugleistung. Und das bieten die aktuellen Produkt-Highlights in doppelter Hinsicht. Die Saugroboter arbeiten völlig alleine und die Akkusauger sind stets zur Hand, wenn sie benötigt werden.

In diesem Sinne – Have a smart day!  
Ihre

Annette Pfänder-Coleman  
Chefredakteurin **electro**

**Aktuellen Meldungen** zufolge ist der Thermomix-Umsatz in 2017 um 12,9 Prozent weltweit zurückgegangen. Im wichtigsten Markt Deutschland sogar um 22,1 Prozent. Auch im Bereich der Kobold-Staubsauger verzeichnet die Vorwerk-Gruppe ein Minus von 5,3 Prozent. Mit einem neuen Produkt und einer noch größeren Verkäuferschar will das Unternehmen diesen negativen Trend stoppen.

**MOTIVIERT & LOYAL**  
NICR 1030 –  
perfekt fürs Büro  
**NIVONA**  
a passion for coffee.

## Kärcher

### Neuer Staubsaugroboter

➔ **Weltweit** wenden Menschen im Schnitt über drei Stunden in der Woche zum Putzen auf. Eine zeitraubende Aufgabe dabei ist das Staubsaugen. Mit dem neuen Saugroboter RC 3 sorgt Kärcher nun für mehr Freizeit: Der kleine runde Haushaltshelfer kümmert sich im Allein-



gang um Staub und Krümel auf dem Boden, denn er verfügt über ein Lasernavigationssystem, mit dem er jeden Raum zunächst vermisst und dann in logischer Abfolge reinigt, ohne eine schmutzige Stelle auszulassen. Ein Seitenbesen sorgt

auch an den Rändern für Sauberkeit. Soll der clevere Sauger nur einen bestimmten Bereich putzen, lässt sich per App eine punktuelle Reinigung starten. Ebenso ist es möglich, im heimischen WLAN einen Reinigungszeitplan festzulegen, den Fortschritt und aktuellen Reinigungsstatus am Smartphone zu beobachten oder den Sauger zurück in seine Station zu schicken, wenn er gerade nicht arbeiten soll.

Die Kalenderfunktion macht es möglich, genau festzulegen, wann der Roboter in der Wohnung unterwegs sein soll. Sind vormittags alle aus dem Haus, ist das der ideale Zeitpunkt für den RC 3, den Boden ungestört von Staub zu befreien. So sorgt er dafür, dass man die Wohnung nach einem langen Arbeitstag bereits fertig gesaugt vorfindet, selbst wenn morgens beim hektischen Aufbruch noch Brötchenkrümel auf dem Küchenboden gelandet sind. Auch am Wochenende wird der Putzaufwand verringert. Nach dem ausgiebigen Sonntagsfrühstück muss nun niemand mehr den Staubsauger hervorholen, um die Brösel aufzusaugen.

# electro

**DAS BUSINESS-MAGAZIN FÜR DEN ELEKTRO-HAUSGERÄTE-MARKT**

Eigenständiges Heft-im-Heft in **CE-Markt**, dem Handelsblatt der gesamten CE-Branche

#### VERLAG

B&B Publishing GmbH  
Schmiedberg 2 a, D-86415 Mering  
Postfach 1265, D-86407 Mering  
Telefon 08233/4117, Fax 08233/30206  
E-Mail Verlag@ce-markt.de

#### GESCHÄFTSFÜHRER

Rainer Simon

#### HERAUSGEBER

Wolfram Bangert & Lutz Rossmeisl

#### REDAKTION

Annette Pfänder-Coleman (Chefredakteurin)  
Lutz Rossmeisl, Jan Uebe, Sebastian Schmidt  
Wolfram Bangert  
Gisela Hörner (Redaktionsassistentin)

#### VERLAGSBÜRO FÜRTH

Lutz Rossmeisl, Fliederweg 10  
D-90766 Fürth, Telefon 0911/9709030  
Fax 9709031, Mobil 0160/4403754  
E-Mail Rossmeisl@ce-markt.de

#### VERLAGSBÜRO MARKT ERLBACH

Annette Pfänder-Coleman  
Wasserstall 9 b, D-91459 Markt Erlbach  
Telefon 09106/727, Fax 09106/ 925562  
E-Mail apc@ce-markt.de

#### AUFLAGE

IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **electro**-Trägermediums **CE-Markt**:  
Druckauflage 28.501,  
tatsächlich verbreitet 28.280,  
verkauft 7.649 Exemplare  
(IVW-Auflagenmeldung 1. Quartal 2018)

## ETM Testsieg

### Braun Care Style 7 Pro

➔ **Die neue Braun** Dampfbügelstation Care Style 7 Pro IS 7155 überzeugt im aktuellen Vergleichstest des ETM Testmagazins, Ausgabe 05/2018, gleich mehrfach und holt sich mit 94,4 Prozent (Note »sehr gut«) den Testsieg. Im Test wird besonders das einfache Vorwärts- sowie Rückwärtsgleiten der Eloxal 3D Plus Back Glide Bügelsole hervorgehoben. Das Gerät punktet außerdem mit einer zügigen Aufheizzeit von lediglich 1,36 Minuten sowie einem kraftvollen Dampfstoß, wahlweise großflächig oder – dank der Precision Shot-Taste – ganz präzise nur an der Bügel-eisen Spitze.



# BRAUN

Multi Quick 9

## Eiskalt mitfiebern

Mehrwert-Aktion für  
MultiQuick 9 Stabmixer

Verwandeln Sie gefrorene Früchte blitzschnell und mühelos zu köstlichem Deutschland-Eis – ein Muss für jede WM-Party. Denn dank der ACTIVEBlade Technologie des MultiQuick 9 Stabmixers wird selbst beim Pürieren härtester Zutaten 40% weniger Kraftaufwand\* benötigt.

Beim Kauf eines MultiQuick 9037X oder MultiQuick 9045X im Aktionszeitraum erhält der Endkunde eine hochwertige Eisform inkl. passendem Rezept gratis.

Informieren Sie sich bei Ihrem Braun Außendienst oder auf [www.braunhousehold.de](http://www.braunhousehold.de)

Gratis Eisform mit  
Deutschland-Rezept



Aktionszeitraum: 01.06.2018 - 31.08.2018

\* Im Vergleich zu Braun Stabmixern ohne ACTIVEBlade Technologie.