

Top-Themen

Wir suchen wieder die
»Händler des Jahres« | Seite 8

Auftaktveranstaltung
zur IFA100 | Seite 10+11

Shark Beauty: Warmluftbürste
für Profi-Stylings | Seite 15

Tefal Heißluftfritteusen Zwei Trends in einem: Doppelkammer und XXL-Format | Seite 9



CEMarkt electro

Aktuelle Brancheninformationen

auf **ce-markt.de**

Das multimediale Informationsportal für Industrie und Handel von Consumer Electronics und Home Appliances



Tägliche News



ePaper



Newsletter



Podcast



Bildergalerien



Monatliche Umfrage





Annette Pfänder-Coleman
apc@ce-markt.de
091 06 - 727

Editorial

Health Produkte gehören aktuell zu den Wachstumstreibern

Die Marktzahlen der Technologie- und Gebrauchsgüterindustrie zeigen, wie wichtig Gesundheit, Hygiene und Wohlbefinden auch nach der Pandemie im täglichen Leben der Menschen sind. Diese drei Bereiche haben sich als wesentliche Wachstumsmotoren erwiesen, da die Umsätze mit Produkten aus genannten Kategorien den Gesamtmarkt für technische Konsumgüter übertroffen haben.

Diese Segmente erreichen laut GfK Marketing Intelligence im Jahr 2023 einen

Wert von etwa 51,8 Milliarden US-Dollar, was einem Anstieg von vier Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Im Gegensatz dazu verzeichnete der Gesamtmarkt für technische Konsumgüter im selben Jahr einen Gesamtrückgang von 2,7 Prozent. Man sieht also: Das Aufkommen intelligenter Geräte, persönlicher Diagnoseinstrumente und tragbarer Gesundheitstechnologien unterstreicht den Trend hin zu Produkten, die Komfort mit umfassendem Gesundheitsmanagement verbinden.

Bereiche wie persönliche Diagnosegeräte, Pflegeprodukte und Wearables entwickeln sich weiterhin positiv. Obwohl der Umsatz im Bereich der persönlichen Diagnostik um drei Prozent zurückgegangen ist, bleibt dieses technologische Segment ein wichtiger Bestandteil des persönlichen Gesundheitsmanagements für Verbraucher. Wearables wie Fitness-Tracker und Smartwatches verzeichneten ein Wachstum von fünf Prozent. Dies zeigt die starke Nachfrage nach einfacher Gesundheitsüberwachung. Bis 2023 erzielten außerdem Unterstützungsgeräte für einen gesünderen Lebensstil wie Heißluftfritteusen und Luftreiniger ein Wachstum von insgesamt drei Prozent.

Hersteller können die steigenden Erwartungen von gesundheitsbewussten Verbrauchern erfüllen, indem sie das Nutzererlebnis optimieren und ihr Produktangebot um Bereiche wie Babygesundheit, Schlafüberwachung und Frauengesundheit erweitern. Dieser Trend erfordert auch von den Händlern eine kontinuierliche Sortimentserweiterung, um die sich bietenden Wachstumsmöglichkeiten zu nutzen. Am besten gelingt dies durch eine »erlebbar« Präsentation am Point of Sale im Ladengeschäft.

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

100 Jahre IFA. Besuchen Sie die größte Tech Show der Welt.

6.–10. September 2024
Messe Berlin

IFA Innovation
For All

TICKETS



ifa-berlin.com



Tefal Heißluftfritteusen

Zwei Trends in einem:

Doppelkammer und
XXL-Format | Seite 9



INHALT Ausgabe 8 | 2024

Editorial Wachstumstreiber Health Produkte	3
Inhaltsverzeichnis • Impressum • News	4
Expert Hartmann mit neuen Öffnungszeiten	5
News Aktuelles aus der Branche	6
EK LIVE • Megakampagne von EK und Liebherr	7
Händler des Jahres Bewerben Sie sich jetzt	8
Tefal Innovationstreiber kennt die Kundenwünsche	9
IFA Kick-Off Gut besuchte Auftaktveranstaltung	10+11
Bonial Was wollen Konsumenten heute?	12
KRIXACADEMY Lösung bei Fachkräftemangel	12
Ember Interview Torsten Poeszus zu Baby Bottle	13
Liebherr beweist Pioniergeist • Bauknecht • Amica	14
Shark Beauty Warmluftbürste SmoothStyle	15
Russell Hobbs • Sodastream • Wilfa	16
Shark Never Change • Midea • Severin	17
Kärcher auf der IFA • Ergonomiesiegel für Hoogo	18

Standortwechsel

KOOP findet 2026 in Hannover statt

Ab dem Jahr 2026 wird die Kooperationsmesse KOOP der beiden führenden deutschen Verbundgruppen im Elektrofachhandel Euronics und Expert in Hannover ausgerichtet. Die Partner beabsichtigen, das bereits erfolgreich etablierte Messeformat auf dem Messegelände in Hannover fortzusetzen und zu erweitern. Das Konzept der KOOP ist erfolgreich und die erhofften Synergien haben sich eingestellt, denn die Messe wirkt sich positiv auf alle Ebenen und Beteiligten aus. In Hannover – dem zukünftigen Veranstaltungsort – sollen diese Effizienzsteigerungen weiter ausgebaut werden. **Dr. Stefan Müller**, Vorstandsvorsitzender Expert SE, sowie **Benedict Kober**, Sprecher des Vorstands Euronics Deutschland eG, sind sich einig: »Die Messe Hannover passt genau auf den Bedarf beider Kooperationen. Ob Hallenkonzept, Anbindung an den Nah- und Fernverkehr oder Wirtschaftlichkeit – alle Voraussetzungen sind erfüllt, um das Format auszubauen und in die Zukunft zu führen, sodass sich das für uns aktuell optimale Gesamtpaket ergibt.« Die nächste Ausgabe der KOOP wird 2025 noch in Berlin – dem derzeitigen Veranstaltungsort – stattfinden. Der im Jahr 2019 zwischen den beiden Fachhandelskooperationen und der Messe Berlin geschlossene Vertrag endet anschließend planmäßig. Euronics und Expert haben eine gemeinsame Ausschreibung für den zukünftigen Standort der KOOP durchgeführt und die Messe Hannover hat den Zuschlag bekommen.



Dr. Stefan Müller



Benedict Kober

Nachfolger Enrico Hoffmann

Harald Friedrich verlässt BSH

Harald Friedrich verlässt die BSH Hausgeräte GmbH nach langer engagierter und erfolgreicher Zusammenarbeit am 31. Juli 2024, um neue Schwerpunkte in seinem Leben zu setzen. Zum 1. September 2024 übernimmt **Enrico Hoffmann** die Leitung des Vertriebsbereichs Deutschland und übernimmt gleichzeitig die Verantwortung für die Märkte Österreich, Schweiz und Ungarn. Er wechselt von seiner bisherigen Position als Head of Sales & Marketing bei BSH Elettrodomestici Italia. »Es war eine erfüllende und spannende Zeit bei der BSH. Ich bin stolz auf das, was wir gemeinsam erreicht haben, und blicke mit Dankbarkeit auf die vergangenen 34 Jahre zurück«, sagt **Harald Friedrich**.



Harald Friedrich



Enrico Hoffmann

Impressum



DAS BUSINESSMAGAZIN DER
ELEKTROHAUSGERÄTEBRANCHE

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

VERLAG: B&B Publishing GmbH
Schmiedberg 2 a, D-86415 Mering
Telefon 0 82 33 - 41 17
E-Mail verlag@ce-markt.de

GESCHÄFTSFÜHRER: Christian Zaiser
VERLAGSLEITUNG: Bettina Landwehr

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

ABONNEMENT-SERVICE/ADRESSÄNDERUNG:
B&B Publishing GmbH/CE-Markt
Abo- und Leserservice, 65341 Eltville
Telefon 06123-9238-291
Fax 06123-9238-244
E-Mail cemarkt@vuser-service.de

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

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

DISPOSITION ANZEIGEN: Jessica Kunz
Telefon 0 62 21 - 489 - 425
E-Mail: jessica.kunz@huethig.de

AUFLAGE: IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle
des **CE-Markt electro**-Trägermediums **CE-Markt**.
Druckauflage 10.450 tatsächlich verbreitet 10.213
(IVW-Auflagenmeldung 2. Quartal 2024)

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



Besuchen Sie **CE-Markt electro**
auch in den sozialen Netzwerken.



Die Mitarbeiter sind das höchste Gut Hartmann verbessert die Arbeitsbedingungen

Elektronikmarkt mit neuen Öffnungszeiten

Pilotprojekt bei Expert Hartmann

Die Gewinnung von Fachkräften wird zunehmend schwieriger, ebenso wie das Halten des bestehenden Personals. Als Reaktion darauf wird die Firma **Hartmann** ab dem 1. August 2024 neue Öffnungszeiten einführen und die beiden Elektromärkte künftig an Samstagen geschlossen halten. Nach einer Testphase von vier Monaten wird evaluiert, wie die Kunden darauf reagieren.

Seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie im Jahr 2019 hat sich unsere Welt in vielerlei Hinsicht grundlegend verändert. Gewohnte Gepflogenheiten gelten nicht mehr. Eine Krise jagt die nächste, die Kosten laufen an vielen Stellen aus dem Ruder und die Fachkräfte werden immer rarer.

Seit 30 Jahren ist die Firma Hartmann – übrigens unser »Händler des Jahres 2021« – der Local Hero in der Region Neustadt an der Aisch und Bad Windsheim und hat in all den Jahren immer wieder bewiesen, dass das Unternehmen stets am Puls der Zeit agiert und rasch auf Marktsituationen reagiert.

»Als äußerst serviceorientiertes Unternehmen sind unsere Mitarbeiter das höchste Gut«, vermeldet die Geschäftsleitung und aus diesem Grund streut Expert Hartmann aktuell über seine Werbeplattformen eine Nachricht an die Kunden, die viele überraschen wird. Denn ab dem 1. August 2024 werden die beiden Fachmärkte einschließlich Grilldorado und Küchen & Wohngalerien an Samstagen geschlossen bleiben. Dabei handelt es sich um eine viermonatige Testphase.

Diese Entscheidung ist der Geschäftsleitung nicht leichtgefallen, aber in den letzten Monaten wurden veränderte Einkaufsgewohnheiten der Kunden festgestellt, die diese Vorgehensweise erklären. Eine wachsende Zahl informiert sich zunächst online, nutzt das digitale Schaufenster und entscheidet sich dann, das Produkt entweder gezielt abzuholen oder es sich bequem von den Serviceprofis von Hartmann nach Hause liefern zu lassen.



Hartmann-Management

Geschäftsführer Gerd Müller, Gerd Hartmann, Geschäftsführer Armin Siemandel und Filialleiter Bastian Laubinger (v.l.n.r.)

Dieser Trend hat dazu geführt, dass Sponsorkäufe rückläufig sind, die Kunden mehr Wert auf feste Beratungstermine legen und daher die Ressourcen effizienter eingesetzt werden sollen. Die durch die geänderten Öffnungszeiten entstehenden freien Kapazitäten wird Expert Hartmann dafür nutzen, um den Service stetig zu verbessern und das Personal fortlaufend zu schulen.

»Wir möchten unseren Mitarbeitern bessere Arbeitsbedingungen ermöglichen«, informiert Hartmann seine Kundschaft. Durch die modifizierten Öffnungszeiten haben sie mehr Zeit für ihre Familie und Freizeitaktivitäten, was sich positiv auf ihre Motivation und Leistung auswirkt, denn die Geschäftsleitung ist der festen Überzeugung, dass nur ein rundum zufriedener Mitarbeiter Bestleistung erbringen kann.

SEVERIN



Der weltweit erste Filterkaffee-Vollautomat.*

Die neue Generation der FILKA



reddot winner 2022

FILKA

severin.com/filka

* mit 5-in-1 "Cup Control"



Bild: Versuni

E. Van den Enden

Versuni

Versuni – früher Philips Domestic Appliances – hat die Ernennung von **Erik Van den Enden** zum Chief Financial Officer bekanntgegeben. Er wird direkt an **Véronique Pauwels**, Präsidentin und CEO von Versuni, berichten und seine neue Position am 1. September 2024 antreten. Erik Van den Enden tritt die Nachfolge von **Kurt Decat** an, der das Unternehmen verlässt, um sich mehr seiner Familie zu widmen und persönliche Interessen sowie nicht-exekutive Rollen zu verfolgen. Erik Van den Enden verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in kundenorientierten und datengetriebenen Sektoren in Europa und aufstrebenden Märkten, einschließlich der Telekommunikations- und FMCG-Branche. Er kommt von der Telenet Group Holding, wo er zuletzt als Konzern-CFO sowie Leiter der Strategie und M&A wirkte. Zuvor bekleidete er führende Positionen im Finanzwesen und M&A bei AB InBev und war für die erfolgreiche globale Integration und Transformation der Finanzabteilung von SAB Miller verantwortlich. Bei Versuni wird sein Fokus auf der finanziellen und unternehmerischen Strategie liegen, um langfristiges, nachhaltiges Wachstum und Wertsteigerung zu fördern.



Bild: Verand/Iconotec

Donald Schieren

DER KREIS

Im **DER KREIS** Systemverbund wurde eine Geschäftsführungsposition intern neu besetzt: **Donald Schieren**, der seit Anfang 2023 als Leiter des internationalen Einkaufs tätig ist, hat mit Wirkung zum 1. Juli 2024 die Position des kaufmännischen Geschäftsführers von **Frank Platzer** übernommen. Platzer hat das Unternehmen am 30. Juni im gegenseitigen Einvernehmen verlassen, um sich neuen Herausforderungen zu widmen. Donald Schieren bringt umfangreiche Erfahrungen aus dem Küchen- und Möbelhandel sowie aus dem Bereich der Verbundgruppen in seine neue, verantwortungsvolle Rolle ein. In dieser Funktion wird der gebürtige Mönchengladbacher weiterhin als Impulsgeber für den strategischen Einkauf fungieren und das Europageschäft der international orientierten Leonberger Verbundgruppe im kaufmännischen Bereich ausbauen.

Samsung

Samsung Hausgeräte kooperiert aktuell mit Disney und Pixar-Film. In einer Videokampagne demonstriert Samsung anhand der Charaktere aus »Alles steht Kopf 2«, wie der neue Bespoke AI Waschtrockner die Nutzer spielend bei der Wäschepflege unterstützt und den Frust nimmt. Der Filmstart in deutschen Kinos war bereits am 12. Juni 2024. »Mit der Zusammenarbeit zu ‚Alles steht Kopf 2‘ von Disney und Pixar konnten wir uns an erfrischenden, neuen Storytelling-Ansätzen ausprobieren, um den Nutzen von AI im Alltag zu verdeutlichen«, sagt **Mike Henkelmann**, Director Marketing Consumer Electronics bei Samsung, und ergänzt: »Samsung hat es sich zur Aufgabe gemacht, mit AI-Funktionen das Leben unserer Kundinnen und Kunden zu entlasten, indem sie aktiv Arbeit abnehmen und so Stress und sogenannten Invisible Load reduzieren.«



Bild: Samsung

Mike Henkelmann



Bild: Midea

Midea

Die Midea Europe GmbH hat als erster und bisher einziger Hersteller für seine MF200 Lunar Waschmaschinen und den zertifizierten Midea Geschirrspüler das Siegel »CERTIFIED HYGIENE QUALITY – BACTERIA + VIRUS HYGIENE« vom renommierten Institut für Integrative Hygiene und Virologie **InFluenc_H** erhalten. Diese Auszeichnung unterstreicht die herausragende Wirksamkeit ausgewählter Wasch-/Spülprogramme, die Viren reduzieren und Bakterien bekämpfen. Die Prüfung nach unabhängigen wissenschaftlichen Kriterien bestätigt: Mit den Programmen AllergyCare 90°C, Mix 60°C und Mix 40°C können diese Waschmaschinen und Waschtrockner Bakterien und Hefepilze reduzieren. Viren werden vor allem durch die Programme AllergyCare 90°C und Mix 60°C entfernt. Auch die freistehenden sowie eingebauten Geschirrspüler von Midea sorgen für mehr Hygiene. Das Institut InFluenc_H honoriert besonders die Programme ECO, 90min, IntensiveCare+ und HygieneCare+, mit denen mühelos Bakterien von Level 1 bis 3, Bakterien und Schimmelpilze beseitigt werden.

Wertgarantie

Eine repräsentative Studie des Spezialversicherers Wertgarantie zeigt ganz deutlich: 87 Prozent der Verbraucher würden sich bei der Wahl eines neuen Elektronikgeräts von einem Reparatur-Label beeinflussen lassen, wodurch die Reparaturquote signifikant erhöht werden könnte. Dies zählt insbesondere auf das vom EU-Parlament beschlossene »Recht auf Reparatur« ein. Verbraucher haben damit künftig einen Anspruch auf die Reparatur defekter Elektrogeräte, was die Nutzungsdauer verlängern und das Aufkommen von Elektronikschrott deutlich reduzieren könnte.

Fega & Schmitt

Der Elektrogroßhändler Fega & Schmitt hat eine neue Niederlassung in Bamberg eröffnet. Kunden aus der Region Oberfranken können nun in der Geisfelder Straße 40 ihre bestellte Ware direkt abholen und Beratungsgespräche mit ihren Ansprechpartnern führen. Die neue Niederlassung des Würth Elektrogroßhandels (W.EG.) ist die 61. des Unternehmens und erstreckt sich über eine Fläche von etwa 400 Quadratmetern. Zur feierlichen Eröffnung am 5. Juli 2024 waren rund 120 geladene Gäste anwesend, die die moderne Einrichtung besichtigen konnten. Fega & Schmitt strebt mit der Eröffnung einer neuen Filiale neue Standards im Kundenservice an. Eine Auswahl von etwa 500 Artikeln für den alltäglichen Elektrobedarf ist am Standort verfügbar. Der Elektrogroßhändler kann aufgrund der guten Verkehrsanbindung und des starken Logistiknetzes kurzfristig Kundenwünsche und Baustellenanforderungen in der Region erfüllen.



Bild: Fega & Schmitt

Fega & Schmitt
Geschäftsführer Frank Leyser (Bild links) und Bernd Eberlein

»Unsere neue Niederlassung in Bamberg bietet unsere Bestellabholungen und unterstützenden Dienstleistungen nun auch engmaschig in Oberfranken an«, sagen **Bernd Eberlein** und **Frank Leyser**, Geschäftsführer des Fega & Schmitt Elektrogroßhandels. »Wir sind stolz darauf, unsere Präsenz weiter auszubauen und unseren Kunden noch mehr Komfort und Service zu bieten.«

Megakampagne gegen »Food Waste«

EK Retail und der Premium-Markenhersteller **Liebherr** lancieren eine umfangreiche Kampagne gegen Lebensmittelverschwendung. Unter dem Motto »Lang lebe die Frische!« werden vom 21. Juni bis zum 18. August 2024 bei allen **Electroplus Küchenplus**-Händlern **Liebherr** Kühlgeräte mit Bio Fresh- und No Frost-Technologie beworben.

Für die Vermarktung hat das Team von Electroplus Küchenplus ein umfassendes 360-Grad-Marketingpaket entwickelt, welches die Aktion und jeden beteiligten Händler auf allen Kanälen präsentiert.

Um Konsumenten den Wechsel zu einem neuen Liebherr-Kühlgerät mit Bio Fresh und No Frost zu erleichtern, bietet Electroplus Küchenplus einen sofortigen Rabatt von 100 Euro auf den Neukauf an.

Neben Werbemitteln für den POS kommen dabei Online- und Printprospekte, Webseiten-Content, Social Media Posts, Google-Anzeigen sowie



Bild: Liebherr

Newsletter zum Einsatz, über die der User auf die zentrale Gewinnspiel-Website geführt wird.

»Mit diesem Kampagnenformat unterstützen wir unsere Handelspartner gezielt im Abverkauf und sorgen gleichzeitig für eine große Sichtbarkeit für die Händler und Liebherr«, informiert **Martin Ludwig** (Bild), Head of Business Area Deutschland der Liebherr-Hausgeräte Vertriebs- und Service GmbH. Vor allem die lokale Auspielung bei den teilnehmenden Händlern sowie deren Beratungskompetenz sei hier erfolgversprechend, so Ludwig weiter.



Bild: EK

Erstmalige Gamification-Aktion

Kunden können in einem Online-Spiel ihren Sofortrabatt gewinnen und haben die Chance, einen von zehn Liebherr-Gerätezuschüssen im Wert von je 1.000 Euro zu erhalten. Dies fördert gleichzeitig die spielerische Beschäftigung mit dem Produkt und der Marke.

EK LIVE im September

EK-Herbstmesse vor Ort und digital

Sich vom Wettbewerb abzuheben, war stets ein erfolgversprechender Ansatz, um in einem wettbewerbsintensiven Markt zu überleben. Die hybride EK LIVE Herbstmesse vom 18. bis 20. September demonstriert, wie man mit einzigartigen Marken, die Kunden gezielt suchen, mit Sortimenten, die nicht alltäglich sind, und mit Dienstleistungen, die den Handel vorantreiben, auch in schwierigen Zeiten Erfolg haben kann.

Das Geschäftsfeld EK Home des Mehrbranchenverbands präsentiert im Herbst unter dem Motto »Wer Umsatz will, muss anders sein!« in seinem Bielefelder Messezentrum sowie online auf www.ek-messen.de trendige Sortimente und Neuheiten aus allen Geschäftsfeldern. Dazu praxiserprobte Konzepte und maßgeschneiderte Services, die



Bild: EK

das Handeln einfacher und erfolgreicher machen. Attraktive Sonderkonditionen und Valuten sind weitere gute Gründe, an der Messe teilzunehmen.

Die EK LIVE ist aus Sicht der Aussteller bereits seit Wochen ausgebucht. Mehr als 250 Industriepartner haben ihre Teilnahme angekündigt, einschließlich Top-Lieferanten, die ausschließlich in Bielefeld präsentieren, sowie über 30 innovative Neuaussteller, deren Sortimente nicht überall zu finden sind und die in lokalen

Geschäften für frische Kaufanreize sorgen werden.

Besucher des EK Messezentrums können sich auf kürzere Wege, eine schnellere Orientierung und ein verbessertes Messeerlebnis in vielen Bereichen freuen. Das EK Marketingkonzept »Starker Fachhandel« und andere EK Konzepte wurden neu und einladender gestaltet. Der Musterstore »electroplus küchenplus« wurde komplett umgebaut und befindet sich jetzt an einem neuen, dienstleistungsnahen Standort.



A
MOMENT
OF
ME-TIME



Russell Hobbs

A BRITISH ICON SINCE 1952

Calm Wasserkocher

Mit sanften Farblichtern und optionalen beruhigenden Klängen sorgt der neue Calm Wasserkocher für einen Moment der Entspannung.

We get life.

DAS WAREN DIE GEWINNER 2023



Fachhändler Electropus Rütter

Große Freude bei Oliver Dassinger und seinem Team Tanja Thieben und Dominik Fröhlich



Fachhändler EP: Walla

Das Ehepaar Anke und Jens Walla nahm in München die Urkunde und Skulptur entgegen



Expert Hanse Verbund

Peter und Philipp Meinecke freuten sich sehr über die Auszeichnung in der Kategorie Fachmarkt

Bewerbungsauf Ruf »Händler des Jahres 2024/25

Die Besten der Branche werden gesucht

Auch in diesem Jahr sind wir wieder auf der Suche nach Fachhändlern und Fachmärkten, die mit ihren Aktivitäten aus der Masse hervorstechen und sich in diesen herausfordernden Zeiten fit für die Zukunft aufstellen. Wenn Sie gute Ideen haben oder besondere Aktionen umsetzen, oder sich bereits eine schlagkräftige Social Media Fangemeinde aufgebaut haben, dann bewerben Sie sich bei uns und werden unser nächster »Händler des Jahres«.



Ihre Bewerbung als »Händler des Jahres«



Bewerbungsformular

Erfolgreiche Handelsunternehmerinnen und -unternehmer unserer Branche können sich jetzt als »Händler des Jahres 2024/25« bewerben.

Unter www.ce-markt.de/hdj stehen die Bewerbungsunterlagen zum Download bereit.

Bewerbungsschluss ist der 30. September 2024



Um die Vielfalt im Handel abzubilden, gibt es zwei Kategorien:

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

Die Händler des Jahres 2024/25 werden präsentiert von:



AMBILIGHT tv

Bauknecht

hama

jura.

medisana

NIVONA

TechniSat



Aktuelle Modelle
an Heißluftfritteusen
vom Erfinder Tefal

Vorreiter seit 2006

Innovationstreiber Tefal kennt die Kundenwünsche

Als Pionier im Segment der Heißluftfritteusen bietet **Tefal** ein umfangreiches Gerätesortiment und kennt die Bedürfnisse der Konsumenten. Derzeit angesagt sind Modelle mit großen Garkammern.

Als die Marke Tefal vor fast 20 Jahren mit der ActiFry die erste Heißluftfritteuse dem deutschen Markt präsentierte war noch nicht vorhersehbar, welchen Boom dieses Gerät auslösen würde. Die revolutionäre Tefal ActiFry heimste damals diverse Auszeichnungen ein und konnte die Konsumenten mit ihrem komplett neuartigen Konzept der nahezu fettfreien Speisenzubereitung überzeugen. Über die Jahre hinweg hat Tefal zunehmend Konkurrenz bekommen, und mittlerweile gibt es unzählige Modelle an unterschiedlichsten Heißluftfritteusen.

»Als Erfinder der Heißluftfritteuse wissen wir bereits seit 2006 um die Bedürfnisse unserer Konsumenten«, informiert **Stefan Oberndörfer**, Marketing Manager Kitchen Electrics & Beverage bei der Gruppe SEB WMF Consumer GmbH. »Der Heißluftfritteusen-Markt wächst seit mehr als zwei Jahren enorm. Mit unserem erweiterten Dual Easy Fry- und Easy Fry-Line-up kommen wir den aktuellen Ansprüchen des Marktes und unserer Verbraucher nach erweiterten Zubereitungsmöglichkeiten und neuen Produkt-Features entgegen.«



Stefan Oberndörfer

Lag das Hauptaugenmerk anfangs noch auf der Zubereitung der allseits beliebten Pommes frites, haben sich die Anforderungen an diese Gerätekategorie im Laufe der Jahre stark gewandelt. Moderne Heißluftfritteusen können mittlerweile den traditionellen Backofen ersetzen, da sie nicht nur frittieren, sondern auch grillen und sogar dampfgaren können. Das Spektrum reicht von fettarmen Pommes bis hin zu perfekt gegrillten Steaks und schonend gedämpftem Gemüse oder Fisch. Manche Modelle ermöglichen sogar das Backen von Kuchen.

Aktuell erweitert Tefal das Portfolio um zwei neue Modelle mit besonders großem Fassungsvermögen. Diese Geräte bieten ausreichend Platz, um schnell und mühelos köstliche Speisen für die ganze Familie und Freunde zuzubereiten. Ein Highlight sind die speziellen Programme, die das Frittieren, Braten und Backen besonders schnell und einfach machen.

Erfolgsreihe Dual Easy Fry

Die beliebten Geräte Dual Easy Fry werden um eine Version mit extra großer Kapazität erweitert. Die neue Dual Easy Fry XXL bietet insgesamt elf Liter Volumen,

aufgeteilt auf zwei asymmetrische Garkammern. Die größere Kammer mit 6,5 Litern eignet sich perfekt für Hauptgerichte wie Brathähnchen oder Sonntagsbraten, während in der kleineren 4,5-Liter-Schublade Beilagen wie Gemüse oder Wedges gleichzeitig zubereitet werden können. Der Synchronisationsmodus sorgt dafür, dass beide Gerichte gleichzeitig fertig sind. Jede Garkammer kann unabhängig voneinander betrieben und individuell eingestellt werden, und über das digitale Touchpad können sieben automatische Programme ausgewählt werden.

Easy Fry Geräte

Als Innovationsmarke und Experte berücksichtigt Tefal die Wünsche der Verbraucher und verbessert seine Produkte kontinuierlich. Die Easy Fry Mega ist mit ihrem 7,5-Liter-Volumen die bisher größte Heißluftfritteuse von Tefal mit einer Einzelkammer. Das Modell Easy Fry Silence ist besonders leise, während die Tefal Easy Fry XL Surface Pizzen dank doppelter Heizspirale bis zu einem Durchmesser von 27 Zentimetern backen kann.

Das neue Modell Easy Fry Silence verfügt über ein Sichtfenster und ist mit weniger als 50 Dezibel besonders leise



Das Flaggschiff Dual Easy Fry XXL von Tefal versorgt die ganze Familie mit Essen



IFA-Chef Leif Lindner und gfu-Geschäftsführerin Dr. Sara Warneke eröffneten das IFA Kick-Off 2024 und gaben erste Einblicke in die Jubiläumsmesse IFA100

IFA Kick-Off im Bikinihaus Berlin

IFA100-Jubiläum sorgt für gut besuchte Auftaktveranstaltung

Etwa 240 Gäste besuchten das **IFA Kick-Off** und genossen ein buntes Programm mit spannenden Keynotes, einer vergnüglichen Medianacht und der offiziellen Eröffnung der Jubiläumsausstellung »IFA 100 Years«. Diese ist bis Mitte August kostenfrei für alle Berliner und Berlinerinnen im Bikinihaus zugänglich.

Die IFA präsentiert sich in diesem Jahr mit vielen Neuerungen. Anlässlich des 100. Jubiläums lautet das neue Motto »Innovation For All« anstelle der traditionellen Bezeichnung »Internationale Funkausstellung«. Mit frischem Design und lebendigen Farben kehrt die IFA ins Zentrum der Stadt zurück. Das waren Themen des neu gestalteten IFA Kick-Offs im Juli.

In seiner Begrüßungsrede betonte **Leif Lindner**, Geschäftsführer der IFA Management GmbH, welche neuen Maß-

stäbe die IFA 2024 für die Branche und die Messebesuchenden setzen wird: »Die IFA ist bereits jetzt wahrnehmbar in ganz Berlin mit spannenden Aktionen und Events im Rahmen der 100Moments Kampagne. Aber gerade auch durch den Kick-Off und die Ausstellung wird die IFA bereits im Juli zu einem Place-to-be.«

Dr. Sara Warneke, Geschäftsführerin der gfu Consumer & Home Electronics GmbH, fügte hinzu: »Wir freuen uns, dass die Ausstellung und der Kick-Off auf so

großes Interesse stoßen. Für die Medienschaffenden gab es wirklich eine Menge toller Neuigkeiten und Informationen zu Produkt-Launches und auch die Diskussionsformate kamen sehr gut an.«

Teil des Kick-Offs waren wie immer die Media Night sowie die Veranstaltung gfu Insights & Trends. Hier stand am zweiten Tag das Thema Künstliche Intelligenz im Fokus. Zum 100-jährigen Jubiläum wurde am Samstag, den 29. Juni 2024, die Ausstellung IFA 100 The Exhibition im Bikini Berlin eröffnet, bei der unter anderem auch historische Exponate gezeigt werden.

125 Jahre Miele trifft auf IFA100

Dr. Reinhard Zinkann, Geschäftsführer der Gesellschafter der Miele Gruppe, begrüßte auf dem IFA Kick-Off in Berlin die Besucher mit diesen Worten: »Ich freue mich über die Chance, in diesem symbolträchtigen Jahr zu Ihnen sprechen zu dürfen«. Anlass sind die Jubiläen beider Institutionen – Miele begeht den 125. Geburtstag und die IFA feiert in diesem Jahr ihr einhundertjähriges Bestehen.

Dr. Zinkann gab einen ersten Einblick in die Messe-Neuheiten des Gütersloher Premiumherstellers sowie weitere Schwerpunktthemen. Besonders hervorzuheben sind die neuen Waschmaschinen und Trockner der Baureihe »Nova Edition«, die eine maximale Schonung der Textilien versprechen. Der diesjährige IFA-Auftritt steht unter dem Motto: »Einmal Miele. Immer Miele. 125 Jahre Qualität.«

Größter Küchenlaunch der Premiummarke AEG

Vor dem Start der IFA 100 präsentierte Deutschland-Geschäftsführer **Michael Geisler** einen Ausblick auf die AEG Produkt-Highlights und Innovationen. Im Fokus stand der bedeutendste Produktlaunch im Bereich Küchengeräte in der Geschichte von AEG sowie die Vorstellung eines neuen Markenimages, bei der die historisch verankerte Farbe Rot besonders markant hervorgehoben wird.



Dr. Reinhard Zinkann, Geschäftsführender Gesellschafter der Miele Gruppe, stellte die Jubiläen 125 Miele und IFA100 in den Fokus



Michael Geisler, Electrolux-Geschäftsführer, präsentierte den größten Produktlaunch in der Firmengeschichte der Marke AEG



Viola Linke, Head of Global Communication & Brand Management bei Liebherr-Hausgeräte, erläuterte die Effizienz der BluRox-Geräte



Horst Nikolaus, Geschäftsführer der Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH, referierte über die Innovationskraft der Marke Jura

Viola Linke, Head of Global Communication & Brand Management bei Liebherr-Hausgeräte, erläuterte die Effizienz der innovativen BluRox-Geräte, die mit dem kreislauffähigen Material Perlit produziert werden. Mehr dazu können Sie auf Seite 14 dieser Ausgabe lesen.

Nur Jura bietet Getränkeauswahl in verschiedenen Temperaturen

Die Kaffeefullautomaten von Jura liefern nicht nur Klassiker wie puristischen Espresso oder cremigen Latte Macchiato in exzellenter Qualität, sondern sind auch stets am Puls der Zeit, wie sie jetzt auf dem IFA Kick-Off in Berlin wieder eindrucksvoll zur Schau stellten: Mit neuen Trendgetränken wie dem hippen Sweet Latte, dem erfrischenden Cold Brew oder dem fruchtigen Light Brew.

«Bei Jura steht kompromisslose Qualität, höchste Vielseitigkeit und der ungebrochene Drang nach Innovation gleichermaßen an oberster Stelle. Ob für Freunde raffinierter Spezialitäten mit Milch, den minimalistischen Espresso-Genießer oder Liebhaber aktueller Innovationen wie Cold Brew: Das Jura-Sortiment kann in seiner Breite und Tiefe die unterschiedlichsten Bedürfnisse und Vorlieben bedienen«, informiert **Horst Nikolaus**, Geschäftsführer



Stefanie Lipps, Managing Director Home Connect, gab den anwesenden Gästen einen Blick in die Zukunft der BSH



Wibke Reineke, Leiterin Verkaufsförderung und PR bei Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH, zeigte mit der ENA 5 das neueste Jura-Highlight

der Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH. Und **Wibke Reineke**, Leiterin Verkaufsförderung und PR bei Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH, demonstrierte die neue innovative Light Brew-Technologie der ENA 5. Dabei wird der Kaffee bei etwa 60 Grad Celsius gebrüht und mit weniger Kaffeepulver zubereitet, was ein leichtes und angenehm mildes Geschmacksprofil ergibt. Zudem hat der Kaffee nach der Extraktion bereits die richtige Trinktemperatur für den sofortigen Genuss.

Zukunftsvisionen der Marken Bosch und Siemens

Die Hausgeräteindustrie wird künftig verstärkt durch vernetzte Lösungen und künstliche Intelligenz geformt. Das demonstrierte die BSH auf dem IFA Kick-Off, in dem sie weiterhin auf Forschung und Entwicklung setzt, um Produkte zu entwickeln, die den Alltag der Verbraucher vereinfachen und zugleich umweltschonend gestalten. Deshalb ist die IFA für BSH nicht nur eine Plattform, um Handel, Medien und Öffentlichkeit mit Innovationen zu begeistern, sondern auch eine Chance, aktiv die Zukunft der Hausgerätebranche zu formen.

»Mit unseren Geräten und Lösungen füllen wir bereits zum dritten Mal die gesamte Messehalle 1.1« informiert **Harald Friedrich**, Leiter Vertrieb Zentral- und Osteuropa der BSH Hausgeräte GmbH. Bei Bosch wird sich in diesem Jahr alles um das ‚Leben Zuhause‘ drehen. Und auf dem Siemens-Messestand wird das Publikum erleben, was es heißt, wenn Küchen-KI erlebbar wird.

Impressionen vom IFA Kick-Off

Bildmaterial zur Auftaktveranstaltung der Jubiläumsmesse IFA100 finden Sie unter diesem QR-Code.



Finale in Berlin: Auf der IFA werden die besten Köche gekürt

Bosch, Nobilia und die Food-Bloggerin **Sally Özcan** inspirieren Menschen zur Freude am Kochen. Gemeinsam fördern sie diese Leidenschaft seit 2023 mit dem bundesweiten Kochwettbewerb »DEUTSCHLAND KOCHT«. Nach monatelanger Spannung gipfelt der Wettbewerb im großen Finale auf der IFA, wo der beste Hobbykoch Deutschlands gekrönt wird. Das Event ist Teil der IFA-Jubiläums-Kampagne »100Moments« anlässlich des 100. Geburtstages der Messe.



Carsten Dorhs, der bekannte Fernsehkoch, gehört auf der IFA zur Expertenjury

Es waren spannende Monate: Nach den lokalen Ausscheidungen und den Gruppenphasen in den Küchenfachgeschäften der verschiedenen deutschen Regionen werden seit dem 20. Juni in vier Halbfinals die Finalisten bestimmt. In diesen treten jeweils vier Hobbyköche an, um ihr eigenes regionales Gericht innerhalb von 90 Minuten zuzubereiten.

Eine Expertenjury bewertet die Gerichte. Sie besteht aus den »DEUTSCHLAND KOCHT«-Kochberatern **Carsten Dorhs** und **Peter Bruns** – einem Finalisten des letzten Jahres – sowie einem wechselnden Gastjuror. Die Kriterien für die teilnehmenden Hobbyköche sind streng: Es wird die Verwendung regionaler Produkte, die Organisation der Zubereitung, die geschmackliche und optische Qualität des Endergebnisses sowie die Präsentation des Gerichts vor der Jury bewertet.

Mit Bosch als Gastgeber findet das große Finale von »DEUTSCHLAND KOCHT« am 7. und 8. September auf der IFA in Halle 1.1 statt, bei dem die glücklichen Sieger der Halbfinals antreten. An beiden Tagen kochen jeweils zwei Hobbyköche in einer von Nobilia ausgestatteten Küche auf dem Bosch-Messestand gegeneinander.

Was wollen Konsumenten heute?

Seit 15 Jahren stellt **Bonial** in der digitalen Handelskommunikation maßgeschneiderte Marketinglösungen für den Einzelhandel bereit. Eine aktuelle Umfrage zeigt interessante Ergebnisse.

Als führender Anbieter digitaler Angebotskommunikation offeriert das Unternehmen Bonial maßgeschneiderte Marketinglösungen für 1.500 renommierte Einzelhändler und erreicht derzeit monatlich 13,8 Millionen Nutzer auf seinen Plattformen »kaufDA« und »MeinProspekt«, die zu den größten lokalen Shopping-Apps in Deutschland gehören.

Im Zuge der kontinuierlichen Marktbeobachtung und Analyse führt Bonial regelmäßig Umfragen durch. Diese dienen dazu, wertvolle Erkenntnisse über das Konsumverhalten und die Vorlieben der Konsumenten zu erlangen. Die gewonnenen Daten sind auch für unsere Branchenvertreter von hohem Interesse. Lesen Sie in nebenstehendem Kasten die Resultate zu aktuellen Fragen, die wir über Bonial an Endkunden gestellt haben.

»Die Umfrageergebnisse zeigen eindeutig, dass Verbraucher*innen beim Kauf von Haushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik besonderen Wert auf



Sebastian Kerkhoff

Langlebigkeit, guten Kundenservice und niedrigen Stromverbrauch legen«, analysiert **Sebastian Kerkhoff**, Senior Vice President bei Bonial die Resultate. »58 Prozent der Befragten bevorzugen den stationären Einkauf, weshalb eine gezielte digitale Angebotskommunikation entscheidend ist, um Konsument*innen frühzeitig mit relevanten Informationen und attraktiven Angeboten anzusprechen.«

Kompakte Umfrageergebnisse

Bonial hat über seine Plattformen Fragen zu aktuellen Themen in unserer Branche gestellt. An der Untersuchung nahmen 1.148 Personen teil.

- Für die Kunden sind die wichtigsten Kriterien beim Kauf von Haushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik eine lange Haltbarkeit (75%), guter Kundenservice (69%) und geringer Stromverbrauch (67%).
- 58 Prozent der Befragten kaufen Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik bevorzugt im stationären Ladengeschäft.
- Als neue Kaffeemaschine würden vor allem Kaffeevollautomat (39%) und klassische Filtermaschine (30%) gewählt werden.
- Als potentieller neuer Staubsauger liegen der Bodenstaubsauger mit Beutel (25%) sowie der Akkustaubsauger (25%) vorne.
- 40 Prozent sind automatischen Kochmaschinen gegenüber positiv gestimmt. 60 Prozent haben keinen Bedarf oder keine Meinung dazu.

KRIXACADEMY

Mangel an Kundendiensttechnikern: Quereinsteiger richtig schulen

Der Fachkräftemangel stellt für viele Hausgeräte-Fachhändler und Reparaturdienste eine erhebliche Herausforderung dar. Aufträge können nicht zeitnah oder gar nicht abgewickelt werden, weil das Personal fehlt. Eine Lösung bietet **KRIXACADEMY** mit einer siebenwöchigen Fortbildung für Quereinsteiger.

Bereits seit 2018 ist **Thorsten Krix** als herstellerunabhängiger Trainer für Haushaltsgroßgeräte im deutschsprachigen Raum tätig und gibt sein Wissen zur Hausgeräte-Reparatur in Präsenzschulungen weiter. Seit 2020 werden auch interaktive Live-Online-Schulungen aus dem eigenen Filmstudio mit vier Kameraperspektiven angeboten und erfreuen sich einer großen Beliebtheit.

»Immer wieder hatte ich Teilnehmende ohne elektrotechnische Ausbildung und gleichzeitig die Resonanz von vielen Unternehmern, dass sie keine Elektrofachkräfte für den Einsatz als Kundendiensttechniker finden. Da bin ich auf das

Konzept der Elektrofachkraft für festgelegte Tätigkeiten (EFKffT) gestoßen und habe daraus ein Fortbildungskonzept erarbeitet, welches dieses Problem löst«, berichtet Thorsten Krix (Bild).

In den ersten 80 Unterrichtseinheiten erlernen die Teilnehmenden die Grundlagen der Elektrotechnik. Angefangen von Messübungen, dem ohmschen Gesetz bis zum Auslöseverhalten eines FI. Diese Ausbildung entspricht den Ausbildungskriterien nach DGUV Grundsatz 303-001 für die EFKffT und wird mit einer Prüfung in Theorie und Praxis abgeschlossen. In wei-



Bild: Krix

teren 80 Unterrichtseinheiten wird Wissen und Praxis zu den Haushaltsgeräten vermittelt.

Das besondere ist die Dokumentation. Die Teilnehmenden bzw. der Unternehmer erhält eine vorbereitete Gefährdungsbeurteilung und über 100 Arbeitsanweisungen, in denen die Überprüfung und der Austausch von jedem einzelnen Bauteil kleinschrittig und mit über 160 Videos erläutert wird. Die Teilnehmenden werden entsprechend den Arbeitsanweisungen unterwiesen. Das ist die Voraussetzung um eine EFKffT einzusetzen.

Zudem ist die Weiterbildung, die als Hybridmodell mit Präsenzunterricht in Paderborn und 20 Tagen Online-Unterricht am Vormittag stattfindet, durch die Agentur für Arbeit gemäß dem Qualifizierungschancengesetz auch für bereits beschäftigte Mitarbeiter mit dem Bildungsgutschein förderfähig. Die Förderung der Agentur für Arbeit beträgt in der Regel über 4.000 Euro. Einzige Voraussetzung ist, dass die Teilnehmenden eine handwerkliche oder technische Ausbildung oder eine vergleichbare berufliche Tätigkeit ausgeübt haben.

Damit bietet die KRIXACADEMY eine Lösung für den Fachkräftemangel im Bereich des Kundendienstes für weiße Ware.

Ember bietet Lösungen,
die mehr Zeit für Momente
ermöglichen, die wirklich zählen

Bildmaterial: Ember

Unsere 360 Grad Marketingausrichtung wendet sich in erster Linie nicht nur an die Absatzkanäle, sondern vielmehr auch an die Zielgruppe der werdenden Mütter. Im Zuge der digitalen Werbung können wir so sehr schnell eine breite Zielgruppe erreichen. Was bedeutet das für den Elektrohändler? In seiner modernen Ausrichtung kann dieser ebenso zusätzliche Umsätze generieren.

Wie und vor allem bei welchen anderen Produkten soll die Baby Bottle im Elektrohändler platziert werden? ?

Wir sind dabei, für den Fachhandel POS-Displays zu entwickeln. Platzsparend, sehr effektiv und aufmerksamkeitsstark, das ist die Grundidee. Das Baby Bottle System gehört für den CE-Bereich im ersten Schritt mit in die Präsentationswelt der Produktfamilien Travel-Mug, Tumbler, Mug & Cup.

Interview zum Baby Bottle System

Mit Ember kann der Elektrohändler zusätzliche Umsätze generieren

Das neue Ember Babyflaschensystem nutzt die bereits von den Ember Mugs bekannte sowie patentierte und intelligente Temperaturkontrolltechnologie, um das Kleinkind bei jedem Stillen mit gleichmäßig perfekt temperierter Milch zu versorgen. Wie dieses revolutionäre Gerät in Deutschland vermarktet wird, erzählt uns **Torsten Poeszus**, Sales Director DACH bei Ember in Deutschland.

Herr Poeszus, wie kam Ember auf diese Produktidee und was ist das Besondere an Baby Bottle?

Das Baby Bottle System ist eine konsequente Weiterentwicklung unseres Produktportfolios. Wir bieten Produkt-Lösungen für den Alltag an. Das verbessert die Lebensqualität, unser Lebensgefühl und bewahrt uns – wie im Fall des Baby Bottle System – vor zu viel Stress. Ganz gemäß dem Motto, mehr Zeit für die Momente, die wirklich zählen.

Baby Bottle ist auch die ultimative Lösung für mobile Eltern. Warum ist das so?

Das Baby Bottle System verschafft eindeutig mehr Unabhängigkeit. Das heißt, ob ich mich im Restaurant befinde, auf der Reise im Zug, am Flughafen, oder einfach nur im Einkaufszentrum – ich bin immer vorbereitet, wenn unser Nachwuchs seine Nahrung verlangt. Dies gilt nicht nur für mobile Eltern. Wenn das Baby für die Nacht vorbereitet wird, dann befindet sich das Baby Bottle System in Reichweite und ist immer einsatzbereit. Bedingt einer kurzen Unterbrechung in der Schlafphase gewinnen auch die Eltern eine Verbesserung ihrer Lebensqualität. Wer kennt das nicht, ausgeschlafen starte ich besser in den neuen Tag.



Torsten Poeszus

Glauben Sie, das Baby Bottle in den nächsten Jahren das klassische Babyfläschchen ablösen wird?

Unser neues Baby Bottle System ist eine Ergänzung. Eine Vervollständigung für all diejenigen, welche den Komfort zu schätzen wissen. Natürlich ist die Mentalität und Begeisterung im Hinblick technischer Produkte von Land zu Land unterschiedlich – das wissen wir. Es braucht seine Zeit, aber am Ende des Tages lassen wir uns doch gern von praktischen Neuheiten begeistern.

Babyflaschen werden traditionell nicht im Elektrohändler gekauft. Wie machen Sie die Konsumenten auf Ihre Produkte aufmerksam?



Für die Nacht oder auch für unterwegs

können Fläschchen vorbereitet werden und sind dann bis zum Gebrauch gekühlt und geschützt

Welchen Tipp haben Sie für Handelspartner, wenn sie Ember-Produkte führen?

Der Bereich Kaffee, aber auch Tee umschließt einen gigantischen Markt. Für diesen Genuss – denn es ist ihr persönlicher Genuss – sind die Konsumenten bereit, entsprechend zu investieren. Wir sehen das sehr schön am Markt der Kaffeefullautomaten. In der Verlängerung dieser Ausstellungsfläche wird der Kauf einer neuen Kaffeemaschine mit einem weiteren Erlebniskauf verknüpft – dem Kauf eines Produktes aus dem Hause Ember.



Präzisionsensoren

Patentierte dreistufige Sicherheitstechnologie von Ember schützt vor Überhitzung

Stiftung Warentest

Bauknecht ist Preis-Leistungssieger

Die Stiftung Warentest hat insgesamt 16 Kühl-/Gefrierkombinationen für die Einbauküche von verschiedenen nationalen und internationalen Herstellern getestet. Dabei wurde die Total No Frost Einbau-Kühl-/Gefrierkombination KGITN 18F4 M der Marke Bauknecht als »Preis-Leistungs-Sieger« ausgezeichnet. Mit der Gesamtnote »gut« (2,3) gehört diese Kombination in der aktuellen Ausgabe 07/2024 zu den Top 5 der besten Qualitätsprodukte.

»Die Qualitätsurteile von Stiftung Warentest bieten den Verbraucher*innen seit jeher wichtige Orientierungshilfen«, informiert **Christoph Lichtenborg**, (Bild) Marketing Director DACH, bei der Bauknecht Hausgeräte GmbH.



Bild: Bauknecht

»Das Ergebnis freut und bestätigt uns mit Blick auf die gesunde und effiziente Art der Aufbewahrung frischer Lebensmittel. Wer auf der Suche nach einem qualitativ hochwertigen Kombigerät ist, das im Anschaffungspreis wie im täglichen Verbrauch überzeugt, findet in unserer Total No Frost Einbau-Kühl-/Gefrierkombination dank integrierter Ultra Fresh Zone+, reduziertem Energieverbrauch und vielen weiteren herausragenden Features eine 1a-Lösung«, führt der Marketingchef weiter aus.

KGCN 389 150 E

Produktneuheit von Amica

Die neue Kühl-Gefrier-Kombination der Marke Amica hat eine Höhe von insgesamt 192 Zentimeter. Ihr Kühlvolumen beträgt 197 Liter und die Gefrierkapazität von 85 Litern verteilt sich auf zwei große, von oben befüllbare Schubladen. Mit der Energieeffizienzklasse D ist das Gerät besonders stromsparend. Die No Frost-Technologie im Kühl- und Gefrierbereich macht manuelles Abtauen und Enteisen unnötig.

Vor dem Einlagern größerer Mengen an frischen Lebensmitteln sollte die Superkühl- und Supergefrierfunktion aktiviert werden. Sie kühlt das Gerät tiefer herunter als üblich, so dass die Temperatur im Gerät nicht zu sehr ansteigt. Gerade bei empfindlichen Lebensmitteln wie beispielsweise Fleisch oder Fisch, aber auch Beeren und anderen Früchten eine unverzichtbare Funktion, um Vitamine und andere Inhaltsstoffe weitestgehend zu erhalten.



75 Jahre Liebherr treffen auf 100 Jahre IFA

Liebherr beweist mit zahlreichen Neuheiten Pioniergeist

Das erwartet IFA-Besucher in diesem Jahr bei **Liebherr** in der Premiumhalle 2.1: nachhaltige BluRoX-Technologie, Energieeffizienz in den höchsten Klassen sowie raffinierte Design-Highlights.

Die Marke Liebherr hat sich als Familienunternehmen von einem kleinen oberschwäbischen Betrieb zu einer weltweit erfolgreichen Firmengruppe entwickelt. Diese beeindruckende Erfolgsgeschichte dient als Inspiration für das heutige und zukünftige Handeln und wird auf der IFA thematisiert.

»Vieles, was die Liebherr-Kultur seit 75 Jahren prägt, steht auch hinter unserem IFA-Auftritt: Pioniergeist und Innovationskraft, langfristige Orientierung und verantwortungsvolles Handeln«, informiert **Steffen Nagel**, Managing Director Sales & Marketing, Liebherr-Hausgeräte GmbH. »Sichtbar wird das an der großen Zahl beeindruckender sowie wegweisender Produktneuheiten auf unserem Liebherr-Stand – und erlebbar für unsere Kundinnen und Kunden in der wertschätzenden Partnerschaft und im intensiven Austausch, für den die IFA eine hervorragende Plattform bietet.«

Kreislauffähige BluRoX-Geräte

Die BluRoX-Technologie von Liebherr ist tatsächlich zukunftsweisend. Sie nutzt anstelle des herkömmlichen Polyurethanschaums eine Kombination aus Vakuum und fein gemahlenem Lavagestein, genannt Perlit, zur Isolierung. Diese Methode bietet eine hervorragende Energieeffizienz und ermöglicht dünnere Wände, was zu einem größeren Innenvolumen führt.

Der FNxA 522i ist der erste Gefrierschrank, der diese Technologie vollständig integriert und ein kreislauffähiges Produktkonzept verfolgt. Das Gehäuse besteht aus einem stabilen 3D-Vakuum-



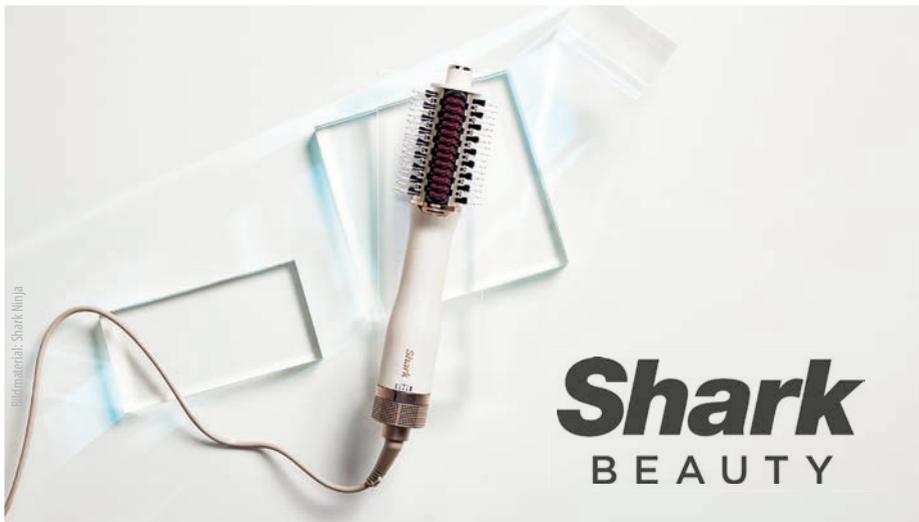
Steffen Nagel

körper, der durch Perlit verstärkt wird. Dies stellt einen bedeutenden Fortschritt auf dem Weg zur Kreislaufwirtschaft im Bereich Kühlen und Gefrieren dar.

Liebherr erweitert sein Portfolio an Einbaugeräten mit einer neuen Produktfamilie, die für 194 Zentimeter hohe Nischen konzipiert ist. Diese Geräte nutzen die verfügbare Raumhöhe optimal aus und bieten bis zu 12,5 Prozent mehr Platz für frische Lebensmittel im Vergleich zu herkömmlichen Einbau-Kühlgeräten.

Die fünf Modellvarianten reichen vom Einstiegsmodell mit Easy Fresh-Technologie in der Pure-Serie über die Plus-Serie mit Bio Fresh bis hin zum Premium-Modell der Prime-Serie, das zusätzlich Design-Highlights wie die Smart Steel-Rückwand und das Light Tower bietet. Diese Bio-Fresh-Modelle sind die einzigen Einbaugeräte für die 194 Zentimeter Nische, die zwei Null-Grad-Schubladen besitzen. Zudem erreichen sie erstmals in diesem Segment die Energieeffizienzklasse C.

Weitere Details zu den Neuheiten und hochwertigen Lösungen finden IFA-Besucher auf dem Liebherr-Stand in Halle 2.1.



SmoothStyle mit beheiztem Kamm

Warmluftbürste von Shark Beauty sorgt für professionelle Stylings

Die Warmluftbürste SmoothStyle von **Shark Beauty** verleiht feuchtem Haar während des Trocknens Geschmeidigkeit und Volumen. Mit einer Bürste und zwei Modi können Konsumentinnen und Konsumenten entscheiden, ob sie ihre Haare gleich nach dem Waschen oder erst am nächsten Tag stylen möchten, denn SmoothStyle sorgt für einzigartig geschmeidige Looks mit Volumen und Glanz – wie frisch vom Friseur.

Viele wünschen sich, dass ihre Haare auch nach dem Friseurbesuch noch lange perfekt gestylt aussehen. Oftmals liegen die Haare jedoch nicht so, wie man es gerne hätte. Mit der Warmluftbürste SmoothStyle von Shark Beauty ändert sich das. Sie ermöglicht es zu Hause, direkt nach dem Waschen und auch an den folgenden Tagen, ganz einfach einen perfekten Look zu erzielen.

Brush up your life –
zwei Modi, eine Bürste

Die Warmluftbürste bietet zwei Modi: den Nasshaar-Modus und den Trockenhaar-Modus. Sie trocknet und stylt handtuch-trockenes Haar im Nasshaar-Modus und kreiert voluminöse Blowouts. Am nächsten Tag stylt SmoothStyle mit dem Trockenhaar-Modus trockene, geknickte und fliegende Haare geschickt und verleiht ihnen Geschmeidigkeit und Glanz.

SmoothStyle wird mit einer hitzeresistenten Tasche ausgeliefert, die für die sichere Aufbewahrung und den Transport sorgt. Diese Tasche lässt sich teilweise auch entfalten und kann somit während des Stylings als Hitzeschutzmatte verwendet werden.

»Der Markt für Haarstylinggeräte zeigt vor allem in Deutschland ein starkes



Till von der Osten

Wachstumspotenzial und hohen Bedarf, nicht zuletzt getrieben durch Soziale Medien wie Tik-Tok und Instagram«, informiert **Till von der Osten**, Sales Director DACH bei SharkNinja und ergänzt: »Immer mehr Verbraucher wünschen sich hochwertige, leistungsstarke Produkte und Innovationen, die auch zu Hause im Handumdrehen Ergebnisse wie vom Friseur liefern und das zu einem fairen Preis. Mit unserer Kategorie Shark Beauty setzen wir auf innovative Technologien, um diesen Bedürfnissen gerecht zu werden – und das zu einem außergewöhnlichen Preis-Leistungs-Verhältnis.«

Die Warmluftbürste SmoothStyle HT212EU von Shark Beauty ist lieferbar und kostet UVP 119,99 Euro.



SmoothStyle Die Warmluftbürste sorgt für geschmeidige Looks mit Volumen und Glanz



SmoothStyle verfügt über zwei Modi – den Nasshaarmodus und den Trockenhaarmodus



SmoothStyle ermöglicht ein Styling in den eigenen vier Wänden wie frisch vom Friseur



SmoothStyle wird mit einer hitzeresistenten Aufbewahrungstasche ausgeliefert

Frühstücksset in unverwechselbarem Design

Russell Hobbs präsentiert Distinctions

Das zeitlose **Retro-Design** der neuen Distinctions Frühstücksserie aus gebürstetem Edelstahl mit polierten Farbakzenten ist in jeder Küche der perfekte Blickfang. Das hochwertige Elektroset von Russell Hobbs, bestehend aus Espressomaschine, Wasserkocher und Toaster, überzeugt nicht nur durch ein attraktives Design, sondern punktet mit ihren vielfältigen Funktionen. So kocht der Wasserkocher dank seiner Schnellkochfunktion in Sekundenschnelle ein, zwei oder drei Tassen Wasser und spart dennoch bis zu 64 Prozent Energie. Ebenso wie Espressomaschine und Toaster ist der Wasserkocher sowohl in klassischem Schwarz als auch in den Farben Ocean Blue und Titanium erhältlich.



Konsequente Stärkung der Handelspartner

Werbekampagne von Sodastream im Sommer

Zum Start in die Sommersaison intensiviert Sodastream die Aktivitäten, um Nachfrage zu steigern, neue Zielgruppen zu gewinnen und den Handel zu stärken. Das Unternehmen investiert stark in Werbung und Verkaufsförderung, kommuniziert die Hauptverkaufsgründe und setzt konsequent auf Sirups als zusätzliche Säule, um potenzielle Zielgruppen für sein Eco-System zu begeistern. Neben den klassischen Sprudelwasser-Konsumenten zielt Sodastream mit seinem Sirup-Portfolio stark auf Soft- bzw. Fertiggetränke-User als weiteres wichtiges Standbein. Dafür wurde unter dem Dach der erfolgreichen »Push it real good«-Kampagne eine eigene digitale Full-Funnel-Kampagne für Sirups mit dem Leitmotiv »Mix it real good« inklusive Display Ads, Social Media und Influencer kreiert, die im Zeitraum Juni bis Dezember weit über 200 Millionen Werbekontakte bzw. Ad Impressions erreichen wird. Mit den beiden neuen Sorten – Maracuja und Holunderblüte – erweitert Sodastream sein Classic-Fruit-Portfolio rechtzeitig zum Sommer um zwei weitere, stark nachgefragte Geschmacksrichtungen.



Ab sofort stehen die 440 Milliliter-Flaschen aus rPET im neuen Design in den Regalen. Das betrifft sowohl die Sodastream Sirups als auch die Flavor der PepsiCo Range.

Küchenmaschine Probaker Timer

Bei Wilfa trifft Präzision auf Kraft

Damit luftiges Brot, knusprige Pizza oder fluffige Hefezöpfe gelingen, spielen neben dem Rezept und den ausgewählten Zutaten auch die Knettechnik und die Knetzeit eine wichtige Rolle. Aus diesem Grund ist es essentiell, während des Knetens den Teig zu kontrollieren, um die gewünschte Konsistenz zu gewährleisten. Die neue Küchenmaschine Probaker Timer der norwegischen Marke Wilfa hilft, die richtige Knetzeit für einen Teig zu finden. Das ausgereifte Doppelknetesystem des Geräts tut sein Übriges, indem sich Schüssel und Knethaken im Uhrzeigersinn, aber unterschiedlich schnell bewegen. Auf vielfachen Wunsch deutscher Kunden setzt Wilfa bei der Probaker Timer auf einen massiven Edelstahlhaken. Bei einem Vorabtest des ETM-Testmagazins erzielte das Gerät in der Mai-Ausgabe 2024 ein beeindruckendes Testergebnis von 96,7 Prozent.





Shark Never Change ist in zwei Größen erhältlich, um allen Wohnumgebungen gerecht zu werden

Filter-Lebensdauer von bis zu fünf Jahren

Shark Luftreiniger »NeverChange«

Bei diesem Luftreiniger ist der Name Programm, denn die **Shark** Neuheit ist mit dem extrem langlebigen Hepa-Filter ausgestattet, der nur alle fünf Jahre gewechselt werden muss. In diesem Zeitraum können Konsumenten bis zu 200 Euro Filterkosten sparen.

Obwohl die Luftqualität in ganz Europa immer besser wird, zeigen aktuelle Studien, dass die Luftverschmutzung nach EU-Standards immer noch zu hoch ist. In Europa bleibt die Luftverschmutzung eine erhebliche Gesundheitsgefahr für die Menschen. Shark bietet mit dem Shark Never Change und dem Hepa-Filter eine revolutionäre Lösung, da dieser Luftreiniger nicht nur effektiv reinigt, sondern auch Verbrauchern langfristig Geld spart.

Der Shark Never Change Luftreiniger bietet eine beeindruckende Leistung bei der Entfernung von Staub, Gerüchen, Allergenen, Tierhaaren und anderen Schadstoffen. Zu den innovativen Funktionen gehört ein mehrschichtiger Hepa-Filter, der 99,97 Prozent der Partikel und Gerü-

che aus der Luft filtert, um die Luftqualität zu verbessern. Das vierlagige Filtersystem umfasst einen Debris Defence-Vorfilter, der Staub und Haare einfängt, eine Barriere gegen Partikel von Haustieren, einen Aktivkohlefilter und die Nano Seal-Hepa-Filterung.

Der Luftreiniger ist mit intelligenten Sensoren ausgestattet, die die Luftqualität im Raum kontinuierlich in Echtzeit messen. Ein LED-Display informiert den Nutzer über die Raumluftqualität. Die Anti-Geruchstechnologie ermöglicht es dem Shark Never Change, einen frischen Duft zu verbreiten und alltägliche Gerüche zu neutralisieren, wodurch er Gerüche doppelt so effektiv entfernt wie eine reine Filterung.



Midea

Aktuelle Auszeichnungen

Im Juni hat das ETM Magazin die Midea »PortaSplit« (Bild) mit dem Testurteil »sehr gut« (97,2 %) ausgezeichnet, womit sie zum besten mobilen Klimagerät avanciert, das bisher vom Magazin bewertet wurde. Die Porta Split vereint die Vorzüge von Monoblock- und Split-Systemen, ist einfach zu installieren und zeichnet sich

durch eine starke Kühlleistung aus. Mit verschiedenen Modi sowie einer nutzerfreundlichen App-Steuerung lässt sie sich an individuelle Bedürfnisse anpassen. Das Modell besticht durch niedrigen Stromverbrauch und einen ruhigen Betrieb. Schon im Mai wurde diese mobile Split-Klimaanlage mit dem German Innovation Award ausgezeichnet.

Die Verleihung der BILD-Auszeichnung »Von Kunde zu Kunde« unterstreicht das Engagement der Midea Europe GmbH für herausragende Produktqualität und Kundenservice. Diese Anerkennung gründet sich auf umfangreiche Verbraucherbefragungen und reflektiert die hohe Kundenzufriedenheit bei Midea.

Zudem wurden die smarten Waschmaschinen und Wäschetrockner der MF200 Lunar Serie von Midea aktuell mit dem Plus X Award in den Bereichen High Quality, Design, Bedienkomfort und Funktionalität prämiert.

Severin Kontaktgrills: Klappe auf • Grillgut rein • Klappe zu

Für alle, die es schnell, einfach und knusprig mögen, sind die neuen Kontaktgrills von Severin ideal. Sie bieten eine gleichmäßige Hitzeverteilung und die Grillplatten sorgen gleichzeitig für Hitze von oben und unten, was perfekt für die Zubereitung von Fleisch, Gemüse oder Paninis ist. Damit werden die Mahlzeiten optimal zubereitet, von beiden Seiten knusprig und lecker gebräunt, ohne dass zusätzliches Öl oder Fett verwendet wird. Außerdem läuft zu viel Fett in eine entnehmbare Auffangschale. So kann das Grillen mit Severin fettarm und gesund sein.

Mit den neuen Modellreihen »PRO, COMFORT und LITE« bietet die Sevini-Serie Grilleistung für verschiedene Nutzeransprüche. Die Geräte eignen sich gleichermaßen zum Grillen, Braten, Toasten und Gratinieren, sowohl in der All-in-One-Variante mit Automatikprogrammen und Perfect Steak Sensor inklusive Garstufen-Erkennung als auch in der puristischen Grill-Only-Variante.



Flaggschiff Sevini Pro KG 2395

Alle Sevini-Modelle können auch ausgeklappt als praktischer Tischgrill verwendet werden und bieten damit eine große Grillfläche für gemütliche Barbecue-Stunden

Die Reinigung nach dem Grillen ist dank der abnehmbaren Grillplatten einfach. Die hohe Kratzfestigkeit durch die spezielle »SWISS-ILAG«-Beschichtung garantiert eine lange Lebensdauer, selbst bei intensiver Nutzung.

Die neue Sevini-Serie ist ab sofort im Handel erhältlich. Der Sevini Pro kostet 159,90 Euro, Sevini Comfort 119,90 Euro und das Modell Sevini Lite 79,99 Euro. Bei allen genannten Preisen handelt es sich um die unverbindliche Preisempfehlung.



Der Fußboden ist ihre Bühne, denn die Hartbodenreiniger von Kärcher bringen jeden Boden zum Strahlen – und das rund 20 Prozent gründlicher und viel kräfteschonender als mit jedem Wischmopp. Die Bürsten werden dabei konstant mit sauberem Wasser befeuchtet und anstatt den Schmutz hin und her zu wischen, nehmen ihn die automatisch angetriebenen Walzen mit Selbstreinigungsfunktion ganz einfach auf und befördern das Schmutzwasser in einen separaten Tank. Dabei entsteht so wenig Restfeuchte, dass der Boden schon nach zwei Minuten wieder trocken und begehbar ist.

Das neueste Modell aus dem Hause Kärcher ist der akkubetriebene Hartbodenreiniger FC 8 Smart Signature Line, der über eine App gesteuert wird. Mit dieser intelligenten App-Anbindung und dem benutzerfreundlichen LCD-Displays können die Reinigungsparameter für jeden Raum und Bodenbelag individuell angepasst werden.

In nur einem Arbeitsgang entfernt der FC 8 mühelos trockenen und feuchten Alltagsschmutz und wischt gleichzeitig den Boden gründlich. Dank des geringfügigen Wasserverbrauchs beim Reinigen eignet er sich sowohl für starke Hartböden wie Fliesen oder PVC als auch für empfindliche Böden wie Laminat und Parkett.

IFA-Auftritt 2024 in Halle 4.1

Bei Kärcher werden smarte Reinigungslösungen erlebbar

Mithilfe von intelligenten, umweltfreundlichen und vielseitigen Geräten können die Reinigungsaufgaben des täglichen Lebens mühelos und ressourcenschonend erledigt werden. Das wird **Kärcher** dieses Jahr auf der IFA dem Publikum vorführen.

Ausgezeichnete ergonomische Produkteigenschaften

Ergonomiesiegel für Hoogo

Aktuelle **Hoogo**-Produkte wurden vom Institut für Gesundheit und Ergonomie mit dem Gütesiegel »Ergonomisches Produkt« ausgezeichnet. Die zertifizierten Produkte – der Hoogo B3+ sowie die innovative Flipflop-Düse – kombinieren exzellente Ergonomie, Benutzerfreundlichkeit und fortschrittliche Technologie.

Das Institut für Gesundheit und Ergonomie – kurz IGR – engagiert sich in der Prüfung und Zertifizierung ergonomischer Produkte gemäß strengen Kriterien, die sowohl die Gesundheitsförderung als auch hohe Funktionalität und Benutzerfreundlichkeit sicherstellen sollen.

Produkte, die das IGR-Qualitätssiegel erhalten, sind aus erstklassigen Materialien gefertigt und fördern eine gesunde Körperhaltung. Die Zertifizierung erfolgt auf der Grundlage umfassender Produkt- und Praxistests sowie der Einhaltung der Normen DIN EN ISO 26800 / EN ISO 15537.

IGR bewertet nicht nur die Materialqualität und ergonomische Gestaltung der Produkte, sondern auch die Anpassbarkeit an die individuellen physischen Eigenschaften der Nutzer. Die Best Buddies von Hoogo haben die IGR-Tests erfolgreich absolviert. Diese Zertifizierung bestätigt die hohe Qualität und ausgezeichneten ergonomischen Eigenschaften der Produkte.

Die Bodensauger der jungen Home-Cleaning-Marke zeichnen sich durch ihre ergonomische Gestaltung aus. Mit dem 90 Zentimeter langen Easy Touch-Teleskoprohr aus Stahl können auch große Personen eine gesunde Haltung während der Reinigung beibehalten und schwer zugängliche Bereiche leicht reinigen. Außerdem sorgt das elf Meter lange Kabel für einen großen Bewegungsradius.

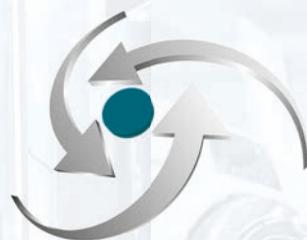
Die Kombination mit der preisgekrönten, flexiblen Flipflop Düse erleichtert das Absaugen enger Zwischenräume ohne das Verschieben von Möbeln. Als erste voll bewegliche Düse der Welt mit einer extra großen Spannweite von 35 Zentimetern ermöglicht sie eine effiziente Reinigung großer Flächen. Zusammengeklappt misst die Düse nur 11,7 Zentimeter in der Breite und eignet sich somit auch für schmale Zwischenräume. Dies spart nicht nur Zeit, sondern gewährleistet auch eine gründliche und ergonomische Reinigung.



Hoogo B3+ Ein elf Meter langes Kabel ermöglicht einen großen Aktionsradius und der Anwender muss nicht ständig die Steckdose wechseln



Flipflop-Düse Bei dieser Innovation klappen die äußeren Flügel zusammen, wenn der Sauger durch enge Zwischenräume geführt wird



**Händler
des Jahres
2024/25**

CEMarkt electro



Bild: Nomad_Soul - stock.adobe.com

Die Besten der Branche werden wieder gesucht

Wollen auch Sie einmal im Rampenlicht der Branche stehen? Dann machen Sie mit bei unserer Ausschreibung und bewerben Sie sich als »Händler des Jahres«. Zeigen Sie, wie Sie ihr Ladengeschäft in die Zukunft führen. Mit welchen Maßnahmen Sie der Local Hero in Ihrer Region sind und wie das Thema Nachhaltigkeit bei Ihnen umgesetzt wird. Dazu gehören auch aktuelle Themen wie Reparatur und E-Mobilität.

Der »Händler des Jahres 2024/25« wird in zwei Kategorien ausgeschrieben:

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

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

Bewerbungsschluss ist der 30. September 2024

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung

CEMarkt electro

Mit freundlicher Unterstützung von:



Das waren die Gewinner des Jahres 2023



AMBILIGHT tv



Bauknecht



hama



jura

medisana



TechniSat



Ihr Weg
zum Händler
des Jahres 2024/25:



Die Stimme der Branche



Einfach in
Ihrer Playlist
abspeichern



Hören Sie aktuell in unserem Podcast
Interviews mit IFA-Chef Leif Lindner sowie
Peter Zyprian und Jan Kronenberger



- aktuell
- kompakt
- kostenlos

Wer im Alltag nicht dazu kommt, sich über die aktuellen News unserer Branche zu informieren, kann jetzt die wichtigsten Nachrichten wöchentlich hören – im Auto, im Zug oder beim Joggen. Unsere Audio-News finden Sie auf unserer Webseite sowie bei Google, Apple, Spotify und Co. Hören Sie einfach mal bei uns rein.



Direkt zum Podcast
auf ce-markt.de



Unsere Podcasts werden gesprochen von den Chefredakteuren
Jan Uebe und Annette Pfänder-Coleman