

Top-Themen

Ambiente 2019: Mehrwerte finden leicht gemacht | Seite 9

Jura: ENA 8 in Aluminium ist der Product Hero | Seite 21

AEG: Exklusiv-Interview mit Michael Geisler | Seite 25

Ion Flow Evolution

Die neuen Luftreiniger der schwedischen Marke LightAir eliminieren sogar Grippeviren

Seite 10+11



LightAir



Danke

Die Markenprofis sagen für Ihre Fachbesuche auf den diesjährigen Messen und Kooperationsveranstaltungen. Wir wünschen Ihnen ein erfolgreiches Jahresendgeschäft und freuen uns schon heute auf ein Wiedersehen in 2019!



Gemeinsam erfolgreich.

probusiness-aktuell.de

Schadet der Black Friday dem klassischen Weihnachtsgeschäft?

Wie in jedem Jahr setzt der Handel auch 2018 wieder große Hoffnungen in das Weihnachtsgeschäft. Ob die Hoffnungen in Erfüllung gehen, wird sich zeigen. In den vergangenen Jahren hatte die traditionell umsatzstärkste Zeit im Handel eher unbefriedigende Ergebnisse. Das hängt auch mit dem Black Friday zusammen.



Lutz Rossmeiß

»Die pure Angst, im Weihnachtsgeschäft zu kurz zu kommen oder Umsätze an Online-Konkurrenten zu verlieren, scheint für die Händler der Hauptbeweggrund zu sein, sich an der Rabatt-Aktion zu beteiligen«, schrieb das Institut für Internationales Handels- und Distributionsmanagement vor fünf Jahren, als der Black Friday in Deutschland startete.

Die aus den USA importierte Rabattschlacht ist seit 2013 für viele Händler in Deutschland ein beliebter Einstieg ins Weihnachtsgeschäft. Kritiker vergleichen die Preisdumping-Aktion im November dagegen eher mit einer Geldvernichtungsmaschine. Häufig gehe das Geschäft am Black Friday und am darauf folgenden Cyber Monday auf Kosten des Weihnachtsgeschäfts, meint das Handelsblatt. Dies wird auch durch Marktzahlen des Handelsverbands Deutschland bestätigt: So betrug das Umsatzplus im Weihnachtsgeschäft 2017 im Vergleich zum Vorjahr nur magere drei Prozent.

»Dass die Preisschraube im Weihnachtsgeschäft gedreht wird, ist normales Geschäftsgebaren. Doch die Aktionen um Black Friday und Cyber Monday haben eine neue Qualität«, warnte das Institut. Der Handel werde sich entscheiden müssen, ob er in Zukunft Tiefpreise gewissermaßen als Tischeinsatz für ein »erfolgreiches« Weihnachtsgeschäft forciert, bzw. toleriert – oder nicht.

Ein Ausweg aus der prekären Situation wäre meiner Meinung nach ein Black Friday im Sommer. Der Vorteil: Das Weihnachtsgeschäft würde von der unseligen Schnäppchenjagd abgekoppelt und damit für den Fachhandel wieder attraktiver. Außerdem könnte das Geschäft in den umsatzschwachen Sommermonaten einen kräftigen Konsumschub gut vertragen. Man müsste dann nur aus dem Geld vernichtenden Black Friday einen weniger ruinösen »Green Friday« machen. Sie lachen? Auch Mediemarkt hat die Farbe gewechselt und wirbt jetzt für »Red Friday«.

Zum Schluss noch eine gute Nachricht: Laut Deloitte Christmas Survey 2018 wollen mehr als zwei Drittel der Verbraucher im stationären Handel auf Präsente-Jagd gehen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Erfolg und alles Gute für die Feiertage!

Herzlichst, Ihr

electro Herausgeber
Lutz Rossmeiß

INHALT

Editorial & Inhalt	3
News Meldungen aus der Branche	4
Liebherr Restrukturierung im Vertrieb	5
IFR Exklusiv-Studie Wäschetrockner	6
Samsung Deutschlandtest • Rommelsbacher	7
Stiftung Warentest Waschmaschinen	8
Ambiente Mehrwerte finden leicht gemacht	9
LightAir Luftreiniger mit Ion Flow	10+11
Luftbehandlung Gesundes Wohnen	12+13
Grundig bringt den Sommelier nach Hause	14
Panasonic Inverter-Mikrowelle • Krups	15
Graef Verkaufshilfe Allesschneider • Expert	16
Sharp Signifikante Nachfrage im Handel	17
Kenwood Weihnachtsbäckerei • Braun	18
Knoll Deutscher Vertrieb der Trisa Produkte	19
Jura Exklusiv-Interview Horst Nikolaus	20
Product Hero Jura ENA 8 Aluminium	21
WMF Kaffeemarkt • mySodapop • Sage	22
Severin Topseller • Unold IFA-Neuheiten	23
Cashman Staubsauger von Severin	24
AEG Exklusiv-Interview Michael Geisler	25
Medisana • Remington • Oral-B	26
Kommentar & Impressum – Last News	27

Living Kitchen 2019

Internationales Küchenevent

→ Vom 14. bis 20. Januar 2019 öffnet

die Living Kitchen erneut ihre Tore. Sie vereint die wichtigsten nationalen und internationalen Unternehmen der Küchenbranche an einem Ort und wird somit zum internationalsten Küchenevent Deutschlands und der Welt. Nirgendwo bekommen die Besucher einen Branchenüberblick in dieser Qualität an einem Ort. In drei Hallen werden alleine wieder rund 200 Aussteller aus mehr als 20 Ländern erwartet – davon rund 60 Neukunden. Mit den Ausstellern Nobilia, Schüller, Nolte und Leicht wird die Küchenmöbelindustrie fast komplett anwesend sein.

Living Kitchen

Gleich zum kostenlosen CE-electro Newsletter anmelden

Das Neueste von CE-electro direkt in Ihrem Posteingang!



Kostenlos aktuelle News direkt in Ihrem Postfach

→ Im letzten Heft haben wir bereits ausführlich auf unseren Newsletter hingewiesen und heute möchten wir Sie noch einmal darauf aufmerksam machen, dass unsere Leserinnen und Leser auf der Webseite <https://ce-electro.de> unseren kostenlosen Newsletter ganz einfach und leicht bestellen können. Sie erhalten dann einmal im Monat das Neueste von CE-electro direkt in Ihrem Posteingang!



LightAir

Frische Luft wie in den Bergen mit den neuen Luftreinigern der Marke LightAir

Mehr dazu lesen Sie auf Seite 10+11



Dirt Devil Rebel 26 erreicht Platz 1 bei Haus & Garten Test

➔ **Beim Test** der neuesten Generation der beutellosen Bodenstaubsauger erreichte Dirt Devil mit der Endnote 1,2 die beste Note. In den Sparten Funktion, Handhabung, Ökologie und Sicherheit verwies er die Wettbewerber zum Teil deutlich auf die Plätze.

In der **August-Ausgabe** berichtet das Verbrauchermagazin Haus & Garten Test über den Test von insgesamt sieben beutellosen Saugern in der Preisspanne von 55 bis 260 Euro (UVP). Die Tester zeigten sich mit Dirt Devil rundum sehr zufrieden: Der Zyklonstaubsauger punktet bei Leistungsstärke und Bedienfreundlichkeit ebenso wie bei geringem Stromverbrauch. Zu den Trümpfen gehört die sehr gute Saugleistung durch die Singlecyclone-Technologie auf Hartböden und Teppichen bei stets geringer Geräuschentwicklung. Auch die unkomplizierte Reinigung inklusive Filterwechsel fiel angenehm auf: Sempel und schnell lautete hier das Testurteil.



Markus Monjau

Auch in der **Handhabung** punkten die wendigen Haushaltshelfer: Bedienfreundliches Entleeren des Staubbehälters wird durch die Direct Access Technology garantiert. Mit der innovativen Doppelklappe ist das Leeren und Reinigen des Staubbehälters so einfach wie nie zuvor. Die zusätzliche Parkettbürste sorgt für besonders schonende Reinigung von Hartböden. Zudem punkten die Sauger durch einen erweiterten Aktionsradius von 10,5 Metern. Der Schmutzauffangbehälter hat ein Fassungsvermögen von 1,6 Litern. Das leichte und kompakte Design der beiden Dirt Devil-Modelle ermöglicht zudem eine besonders einfache Handhabung.

Die Modelle Rebel 26 Reach und Total stehen für die energiesparende und umweltfreundliche Reinigung (A+). In der neuesten Baureihe der Marke Dirt Devil wurde der Luftstrom durch die Direct Airpath Technology noch einmal verbessert. Das erhöht die Saugleistung spürbar.

Auch in der **Handhabung** punkten die wendigen Haushaltshelfer: Bedienfreundliches Entleeren des Staubbehälters wird durch die Direct Access Technology garantiert. Mit der innovativen Doppelklappe ist das Leeren und Reinigen des Staubbehälters so einfach wie nie zuvor. Die zusätzliche Parkettbürste sorgt für besonders schonende Reinigung von Hartböden. Zudem punkten die Sauger durch einen erweiterten Aktionsradius von 10,5 Metern. Der Schmutzauffangbehälter hat ein Fassungsvermögen von 1,6 Litern. Das leichte und kompakte Design der beiden Dirt Devil-Modelle ermöglicht zudem eine besonders einfache Handhabung.

Markus Monjau, Geschäftsführer Sales & Marketing der Royal Appliance International, der auch die Markenführung für Dirt Devil verantwortet, ist nicht überrascht und sieht sich bestätigt: »Es ist höchst erfreulich, dass wir auch mit der neuesten Generation unserer Zyklonstaubsauger so erfolgreich abschneiden.«



Bernd Laudahn
ab 1. Januar 2019
Business Group Leader
Domestic Appliance bei
Royal Philips

Philips

Bernd Laudahn, aktuell Mitglied der Geschäftsführung der Philips GmbH sowie Market Leader Personal Health Philips DACH, wird die Rolle des Business Group Leader Domestic Appliance bei Royal Philips übernehmen. Laudahn startet in seiner neuen Funktion am 1. Januar 2019. Laudahn folgt auf **Roy Jakobs**, der seit dem 1. Oktober 2018 als Chief Business Leader Personal Health verantwortlich zeichnet. Laudahn hat bereits begonnen, sich auf die neue Rolle vorzubereiten. Jakobs wird die Business Group Domestic Appliance noch bis zum Ende dieses Jahres leiten. Laudahn arbeitet seit 1990 in unterschiedlichen Funktionen in Sales, Marketing und Key Account Management bei Philips. Dabei verantwortete er Aktivitäten in DACH, EMEA und Global. Vor seiner Funktion als Market Leader PH DACH hat Laudahn das globale Garment Care Business geleitet und beeindruckende Erfolge bei der Einführung und Marktführerschaft von Perfect Care erzielt. Zuletzt hat er bei Philips das Personal Health Geschäft für Deutschland, Österreich und die Schweiz geleitet und die Profitabilität maßgeblich gesteigert. Er ist zudem verantwortlich für die digitale Transformation des Personal Health Business und hat Online Sales sowie das digitale Marketing erfolgreich vorangetrieben.

WMF

Alipay ist die beliebteste Bezahlmethode in China – nun bietet die WMF Group diese Zahlungsmöglichkeit via App auch an den Kassenterminals ihrer eigenen Filialen an. Mit diesem Schritt wird noch stärker auf die Bedürfnisse chinesischer Kunden eingegangen, da das Bezahlfahren für sie so deutlich einfacher wird. Der sukzessive Roll-out erfolgt in den kommenden Wochen in den zwanzig WMF Filialen mit dem stärksten Touristenaufkommen wie in Frankfurt, Hamburg oder München.

BARISTA-QUALITÄT
Mit NIVONA auf Knopfdruck genießen
www.nivona.com
a passion for coffee.



Stefan Hies
Gebietsverkaufsleiter
Süd bei Amica
International GmbH

Amica

Am 15. Oktober 2018 startete **Stefan Hies** als neuer Gebietsverkaufsleiter Süd bei Amica International GmbH. Er folgt auf **Alex Rebl**, der das Unternehmen im September auf eigenen Wunsch verlassen hat, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. »Ich bedanke mich zunächst bei Herrn Rebl für sein Engagement, das er für Amica geleistet hat und freue mich sehr, dass wir mit Stefan Hies einen branchenerfahrenen Mann gewinnen konnten«, teilt **Zbigniew Platek**, Geschäftsführer bei Amica International, mit. Der 40-jährige Stefan Hies war zuletzt als Küchenfachberater in der bayerischen Region tätig und war davor als stellvertretender Verkaufsleiter und Abteilungsleiter bei Expert aktiv. Damit verfügt er über langjährige Erfahrungen sowohl in der Küchen- und Möbelbranche als auch im Bereich der großen Elektro-Hausgeräte. Stefan Hies berichtet zukünftig direkt an Amica Geschäftsführer Zbigniew Platek.



Steve Evers
scheidet zum 31.
Dezember 2018 aus
dem Vorstand der EK
Servicegroup aus

EK Servicegroup

Steve Evers scheidet zum Ende des Jahres auf eigenen Wunsch aus dem Vorstand der EK Servicegroup aus, um künftig die Position des CEO von Intersport International Corporation (IIC) zu übernehmen. Seit 2010 war Steve Evers als Vertriebsvorstand der niederländischen Euretco tätig und wurde 2017 im Zuge der Übernahme in den Vorstand der EK Servicegroup berufen. In der Bielefelder Mehrbranchenverbundgruppe zeichnet der 52-jährige für die strategischen Geschäftsfelder in den Niederlanden verantwortlich. **Franz-Josef Hasebrink**, Vorstandsvorsitzender der EK Servicegroup: »Wir bedauern diese Entscheidung, haben aber Verständnis dafür, dass er diese große Herausforderung annimmt. Wir danken Steve Evers für sein außerordentliches persönliches und fachliches Engagement in den vergangenen Jahren und wünschen ihm das Beste für seine Zukunft.«

Liebherr-Hausgeräte macht sich »Fit für die Zukunft«

Restrukturierung der Vertriebsorganisation

Um dem schnellen Marktwandel und den sich verändernden Kundenanforderungen auch in Zukunft gerecht zu werden, hat **Liebherr** eine Vertriebs- und Servicegesellschaft gegründet

Mit qualitativ hochwertigen Produkten sowie Servicedienstleistungen hat sich Liebherr als Premiumhersteller und Marktführer für Kühl- und Gefriergeräte stetig weiterentwickelt. Seit Jahrzehnten leisten sechs Werksvertretungen einen wichtigen Beitrag zum Erfolg von Liebherr-Hausgeräten in Deutschland. Um diese Erfolgsgeschichte auch in Zukunft fortzuführen, werden zur Zeit gezielte Veränderungen in der Aufbauorganisation umgesetzt.

Zum 1. Januar 2019 wird die als hundertprozentige Tochter der Liebherr-Hausgeräte GmbH gegründete Liebherr Vertriebs- und Servicegesellschaft in Neu-Ulm ihre operative Tätigkeit aufnehmen und in die bestehenden Geschäftsbeziehungen der Werksvertretungen und der Liebherr-Hausgeräte Ochsenaushausen GmbH eintreten.

»Mit der Weiterentwicklung des bereits angekündigten selektiven Vertriebskonzepts wurde die Basis geschaffen, um den deutschen Markt und unsere Kunden nachhaltig zu betreuen. Die Neuausrichtung setzt die entscheidenden Impulse für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung der Marke Liebherr im deutschen Markt. Die operative Leitung der ausschließlich in Deutschland tätigen Tochtergesellschaft werden unsere neuen Mitglieder der Geschäftsleitung, **Michael Brandt** (Vertrieb Nord-Ost), **Michael Haiminger** (Vertrieb West), **Tobias Grote** (Vertrieb Süd) und **Anton Kramer** (Finanzen und Administration) übernehmen. Die Nähe zu unseren Kunden wird durch bewährte Ansprechpartner im

Außen- und Innendienst sicher gestellt«, informiert **Steffen Nagel**, Geschäftsführer Ressort Vertrieb Global.

Die Inhaber der Liebherr-Werksvertretungen – **Peter Bachmann**, **Emmeram Eitel**, **Detlev Kleimann** und **Norbert Leins** – begleiten den Übergang aktiv und werden schrittweise aus der Organisation ausscheiden. **Roman Schäfer**, als Geschäftsführer der Liebherr-Hausgeräte Ochsenaushausen GmbH bisher zuständig für den Vertrieb in Deutschland, wird im Laufe des Jahres 2019 eine leitende Funktion im internationalen Vertrieb der Sparte Hausgeräte übernehmen.

German Design Award

Für die Side-by-Side Blu Performance SBSes 8486 und den Einbau-Weinschrank EWTgb 3583 erhielt Liebherr das Prädikat »Winner« des German Design Awards 2019. »Die Auszeichnung durch den renommierten Rat der Formgebung freut uns sehr. Wir sehen sie als Bestätigung unseres Strebens, innovative Kühl- und Gefriergeräte herzustellen, die nicht nur durch Funktionalität und Komfort überzeugen, sondern auch höchsten Designansprüchen gerecht werden und so Maßstäbe setzen«, freut sich **Günther Sproll**, Marketingleiter bei der

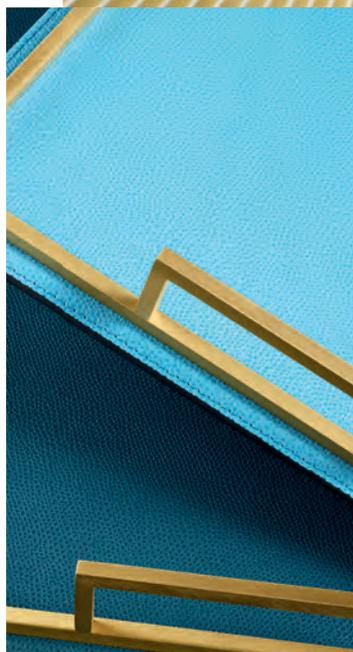
Liebherr-Hausgeräte Ochsenaushausen GmbH. In der Begründung der Jury heißt es: »Die SBSes 8486 ist nicht einfach nur ein Kühlschrank, sondern ein funktionaler Alleskönner in einem hochwertigen, modernen Design. Ein sauber gestaltetes Produkt, das Räumen eine elegante Note verleiht.«



GERMAN
DESIGN
AWARD
WINNER
2019

ambiente

the
show



sensational
exceptional
original 8. – 12. 2. 2019

Die herausragende Vielfalt des internationalen Konsumgütermarkts. Der Blick auf Dining mit aufsehenerregenden Innovationen und Designs rund um Tisch, Küche und Haushalt. Die Messe, die Ihre Branche in die Zukunft führt.

Infos und Tickets: ambiente.messefrankfurt.com



 messe frankfurt

Der Fachhandel wirbt für Wäschetrockner stärker als die Großfläche

(kn) Trockner sind die praktischen Helfer bei der Wäschepflege. Die Ausstattung privater Haushalte in Deutschland mit Wäschetrocknern beträgt aktuell 42,3 Prozent, das entspricht 17,3 Millionen Geräten. Für Fachhändler gibt es also noch ein beträchtliches Verkaufspotenzial, das sie mit gezielter Werbung erfolgreich ausschöpfen können. Im Auftrag von **electro** hat die GfK untersucht, wie Fachhandel und Großfläche für die Geräte werben

In der Exklusiv-Studie für **electro** haben die Marktforscher der GfK die Entwicklung der Handelswerbung für Wäschetrockner in den letzten 13 Monaten unter die Lupe genommen. Die Untersuchung ergab unter anderem, dass der Fachhandel hinsichtlich der Werbeaktivität im Durchschnitt einen größeren Aufwand betreibt als die Großfläche.

Das ändert sich erst in den Monaten September/Oktober 2018, als in der Großfläche das Werbeaufkommen deutlich ansteigt. Dies könnte mit dem beginnenden Vorweihnachtsgeschäft zusammenhängen. Grundsätzlich stellt die Studie fest, dass in beiden Vertriebskanälen in den Sommermonaten tendenziell weniger Werbeaktivitäten für Wäschetrockner stattfinden.

mehr. Moderne Geräte erfüllen die Vorgaben der Energieeffizienzklassen A++ und Wärmepumpentrockner sogar auch die Vorgaben der Klasse A+++ . Deshalb ist ein Kondensationstrockner mit Wärmepumpe die effizienteste Art, Wäsche elektrisch zu trocknen. Während des Trocknens führt der Kondensationstrockner mit Wärmepumpentechnik einen Großteil der eingesetzten Energie wieder zurück. Sie geht also nicht verloren. Das spart etwa die Hälfte Strom gegenüber den herkömmlichen Kondensationstrocknern, die in der Regel zur Energieeffizienzklasse B oder C gehören.

Fachhändler haben im Kundengespräch ein gutes Verkaufsargument für Wäschetrockner zur Hand, wenn sie auf die Tatsache hinweisen, dass sich immer

ckenverfahren auch Gastrockner mit geringem Energieverbrauch.

Die meisten Trockner sind Trommelgeräte. Ähnlich wie bei einer Waschmaschine sind sie mit einer rotierenden Trommel ausgestattet. Durch die Rotationsbewegungen ist die Wäsche ständig in Bewegung, sodass die warme Luft die Wäsche von allen Seiten durchströmen kann.

Ein Kaufkriterium kann auch das Fassungsvermögen eines Wäschetrockners in Kilogramm sein. Dieses Kriterium nahmen die Marktforscher von GfK in der Exklusiv-Studie für **electro** besonders unter die Lupe. Betrachtet man die Handelswerbung nach Ladekapazität, so ist auffällig, dass vor allem die Gerätetypen mit sechs bis sieben Kilogramm sowie mit sieben bis acht Kilogramm im Fokus der Werbeaktivitäten stehen.

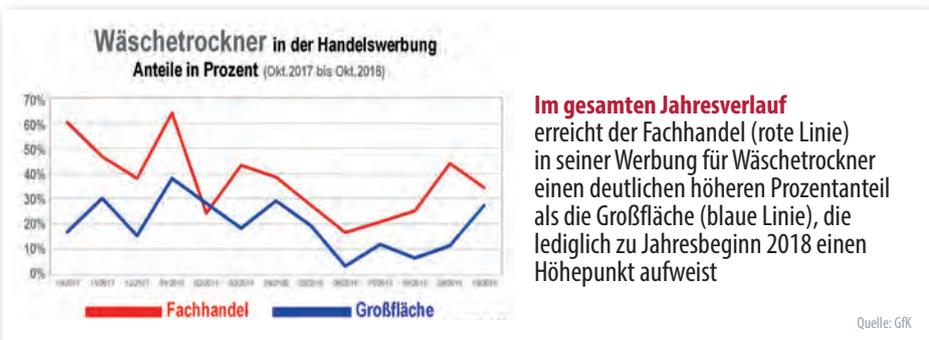
»Der Fachhandel setzt hierbei im Jahresverlauf unterschiedliche Schwerpunkte«, erklärt **Dr. Charlotte König**, GfK Director Insights & Integration Marketing Science/Central Europe. »Zu Jahresbeginn wurden eher Geräte mit einem größeren Fassungsvermögen von sieben bis acht Kilogramm beworben. Die Aktivitäten hierfür wurden jedoch danach zurückgefahren. Im Frühjahr erfolgte verstärkt die Handelswerbung für die kleineren, sechs bis sieben Kilogramm fassenden Geräte. Auch im Herbst lag der Fokus auf Modellen mit diesem kleineren Fassungsvermögen. Besondere Aktivitäten für Acht-Kilogramm-Geräte sind nicht zu vermerken.«

Bei der Großfläche wurden dagegen vor allem Produkte mit größerer Ladekapazität (sieben bis acht Kilogramm) beworben. Auch dies geschah – wie im Fachhandel – zu Jahresbeginn in verstärktem Maße. Dies steigerte sich noch in den Sommermonaten, wo die Großfläche nahezu ausschließlich Geräte mit großer Ladekapazität beworben hat. Dr. König: »Allerdings gilt es hierbei zu beachten, dass das absolute Niveau des Werbeaufkommens im Sommer sehr viel niedriger ist.«

Bei Betrachtung der Handelswerbung nach Energieeffizienz-Klassen werden im Fachhandel Geräte mit A+++ und A++ am häufigsten beworben. Dies spiegelt ein starkes Umweltbewusstsein wider. Durchschnittlich entfallen in den letzten 13 Monaten 52 Prozent des Werbeaufkommens im Fachhandel auf A++ und 40 Prozent auf A+++ . Durchschnittlich sechs Prozent des Werbeaufkommens entfallen auf A+.

In der Werbung der Großfläche ist dies noch etwas stärker ausgeprägt. Hier entfallen im 13-Monats-Durchschnitt 57 Prozent der Werbeaktivitäten auf die Effizienzklasse A+++ und 35 Prozent auf A++ . Auf A+-Geräte entfällt die geringste Werbeaktivität (durchschnittlich acht Prozent).

Fazit der Studie: Der Fachhandel betreibt in seiner Werbung für Wäschetrockner im Durchschnitt einen größeren Aufwand als die Großfläche. Die Großfläche hingegen wirbt stärker für die umweltfreundliche, stromsparende Energieeffizienz-Klasse A+++ .



Im gesamten Jahresverlauf erreicht der Fachhandel (rote Linie) in seiner Werbung für Wäschetrockner einen deutlichen höheren Prozentanteil als die Großfläche (blaue Linie), die lediglich zu Jahresbeginn 2018 einen Höhepunkt aufweist

Übrigens sind Wäschetrockner nicht zu verwechseln mit den Waschtrocknern. Während ein Wäschetrockner als Zweitgerät neben der Waschmaschine Verwendung findet, handelt es sich bei einem Waschtrockner um eine Kombination aus Waschmaschine und Trockner.

Wie andere Haushaltsgeräte tragen auch Wäschetrockner ein Energieeffizienz-Label. Das Label auf dem Gerät zeigt unter anderem an, wie hoch sein Stromverbrauch ist. Verglichen mit anderen Haushaltsgeräten sind die Unterschiede im Energieverbrauch bei Wäschetrocknern durchaus beachtlich und können bei durchschnittlicher Nutzung bis zu 500 kWh im Jahr betragen.

Dennoch sind elektrische Trockner längst keine reinen Energieverschwender

mehr Geräte durch eine höhere Energieeffizienz und eine komfortablere Bedienung auszeichnen. So macht es sich zum Beispiel für einen Kunden durchaus bezahlt, wenn er einen etwas höheren Anschaffungspreis in einen Trockner mit Wärmepumpe investiert, denn im Vergleich zu herkömmlichen Kondensationstrocknern verbraucht ein Wärmepumpentrockner je nach Modell bis zu 50 Prozent weniger Energie.

Industrie und Handel bieten auch dem anspruchsvollsten Kunden eine breite Palette innovativer Wäschetrockner an, aus der jeder Käufer exakt das Gerät auswählen kann, das seinen persönlichen Anforderungen und Wünschen entspricht. So gibt es zum Beispiel neben den elektrischen Modellen mit verschiedenen Tro-

1. Platz für Samsung Hausgeräte

Samsung schafft es in diesem Jahr an die Spitze der Hausgerätehersteller im Bereich Kundenvertrauen – ausgezeichnet durch das Siegel »Höchste Weiterempfehlung« im Deutschlandtest



Family Hub
Eines der innovativen Prestige-Produkte aus dem Hausgeräteportfolio der Marke Samsung

Bild: Samsung

Die Auszeichnung bestätigt die Kundenzufriedenheit bei Waschmaschinen, Kühlschränken und Co. Gleichermaßen spiegelt dieser Branchensieg das Vertrauen in die Marke wider und unterstreicht den aktuellen Erfolgskurs von Samsung Hausgeräten.

Das Kölner Beratungs- und Analyseinstitut Service Value hat in Zusammenarbeit mit der Focus Money Redaktions-GmbH eine Studie mit insgesamt 1408 teilnehmenden Unternehmen durchgeführt. Mit dem Spitzenplatz hat sich Samsung im Bereich »Haushaltsgeräte« gegen sechs andere Hausgerätehersteller durchgesetzt.

Die Auszeichnung zur Marke mit der höchsten Weiterempfehlung der Branche zeigt großes Kundenvertrauen und Verlässlichkeit der Produkte. Mit dem Anspruch, den Alltag der Nutzer zu erleichtern, möchte Samsung ein Impulsgeber im Bereich Hausgeräte sein und strebt an, stets den entscheidenden Schritt weiterzugehen.

Ganz konkret zeigt das die aktuelle Produktpalette an durchdachten Hausgeräten. Dazu gehört der Backofen Dual Cook Flex Wifi mit geteiltem Garraum und geteilter Ofentür oder auch der vernetzte Family Hub Kühlschrank mit Touchdisplay als Kommunikationszentrale in der Küche. So sichert sich Samsung in der Kategorie Haushaltsgeräte-Hersteller die höchste Weiterempfehlungsquote mit dem ersten Platz und unterstreicht damit seine Vorrangstellung.

Immer frisch gepresste Säfte

→ **Ein täglicher** Vitaminkick aus frisch gepressten Zitrusfrüchten stärkt die Abwehrkräfte und hilft, Erkältungen zu trotzen. Mit der elektrischen Edelstahl Zitruspresse ZP 60/E des Familienunternehmens Rommelsbacher gelingt dies mit wenigen Handgriffen. Das edle wie leistungsstarke Gerät passt in jede Küche und macht täglich Lust auf einen gesunden Saft aus Zitrusfrüchten. So kommt die Familie gut gestärkt in und durch die kalte Jahreszeit.

Idealerweise steht die Saftpresse immer startbereit in der Küche, am besten neben einem frisch gefüllten Obstkorb. So ist es ein Leichtes, flink am Morgen einen frischen, vitaminreichen



Bild: Rommelsbacher

Rommelsbacher Zitruspresse ZP 60/E

Saft zuzubereiten. Diese Zitruspresse presst die Früchte schnell und effektiv aus, bis zum letzten Tropfen. Dafür sorgt ihr leistungsstarker Motor.

Weil Orange, Grapefruit oder Zitronen unterschiedliche Größen haben, werden bei der Rommelsbacher ZP 60/E zwei verschiedene Presskegel mitgeliefert. Für den schnellen und direkten Genuss läuft der gepresste Saft direkt über die klappbare Auslauffülle ins bereit gestellte Glas.



HIER BLEIBEN

TRAUBEN FRISCH

UND FÜHLEN SICH

WEINE WOHL.



GRUNDIG

DIE GWN 21210 X KÜHL-/GEFRIERKOMBINATION

Hier ist der frischeste Ort für Ihre Lebensmittel. Unsere FullFresh+ Technologie sorgt mit hoher Luftfeuchtigkeit und konstanter Temperatur dafür, dass Ihr Obst und Gemüse bis zu dreimal länger frisch bleibt. Und für Ihren Wein gibt es eine eigene Wohlfühlzone, in der 28 Weinflaschen bei Idealtemperatur ihren optimalen Platz finden.



Bild: Miele

Miele erreicht mit dem effizienten Waschverfahren Power Wash 2.0 die Bestnote 1,6

Stiftung Warentest prüft Waschmaschinen

Im aktuellen Test gehören den A-Marken die vordersten Ränge

Die Geräte von Bosch, Miele, Siemens und AEG sind die besten. Danach folgen Maschinen von Beko, Samsung, Haier, LG und Gorenje. Abgeschnitten haben alle mit einer guten Beurteilung



Bild: Bosch

Bosch Bestes Preis-Leistungs-Verhältnis

Auf dem Siegertreppchen stehen mit einer Bewertung von jeweils »gut« 1,6 die Acht-Kilo-Maschinen von Bosch, Miele und Siemens. Das Bosch-Modell WAG28491 kostet im mittleren Online-Preis ohne Versandkosten 690 Euro, bietet damit das beste Preis-Leistungsverhältnis und führt das Spitzentrio an. Gleich dahinter die Miele WKF 311 WPS Speed Care mit einem Preis von 1.040 Euro. Die Bronze-Medaille geht an die Waschmaschine WM14G491 von Siemens, die baugleich mit dem Bosch-Testsieger auf einen Durchschnittspreis von 695 Euro kommt.

Untersucht wurden insgesamt 15 Geräte mit einer Beladungskapazität zwischen sechs und neun Kilogramm. Nachzu-



Bild: Siemens Hausgeräte

Siemens liefert überzeugende Wasch-Werte

lesen sind die Ergebnisse in der Ausgabe 11/2018 der Zeitschrift »test«.

Nicht nur das gute Ergebnis in der Kategorie »Waschen« mit der Teilnote 1,8 trug zum Erfolg der Bosch-Maschine bei. Auch in puncto Langlebigkeit überzeugte es: Das Gerät erhielt in der Dauerprüfung die Top-Note 1,0 – also das beste Ergebnis für alle – die sich auf ihre Waschmaschine rundum verlassen wollen. Auch beim Schutz vor Wasserschäden ist die WAG28491 dank ihres Aqua Stop-Systems Spitze. Zudem ergaben sich in der Kategorie »Geräusch im Hauptwaschgang/beim Schleudern« hervorragende Ergebnisse. Dafür verantwortlich sind der laufruhige Eco Silence Drive Motor, auf den die Robert Bosch Hausgeräte GmbH zehn Jahre Garantie gewährt, sowie der Vibrationschutz Anti Vibration Design.

Besser als alle anderen getesteten Geräte hat die Miele-Waschmaschine in den Prüfpunkten Handhabung und Umwelteigenschaften abgeschnitten. Auch in der Auswertung der Programmdauer punktet Miele fast durchweg mit den kürzesten Laufzeiten unter den bestplatzierten Geräten. Ein weiteres Untersuchungskriterium, das Miele vorbildlich absolviert hat, ist das tatsächliche Erreichen der angegebenen Waschttemperaturen. Von den am besten benoteten Geräten erreichte hier allein die Miele-Maschine sowohl im 60 Grad Sparprogramm als auch im 60 Grad Normalprogramm die Note »sehr gut«.

Dafür verantwortlich ist das patentier-

te Verfahren Power Wash 2.0. Hier wird das Einsprühen des Wassers durch kurzes Zwischenschleudern begleitet, was ein schnelles Durchfeuchten bei niedrigem Wasserstand ermöglicht.

Wie schon in den Vorjahren punktet bei der Marke Siemens das siegreiche Gerät vor allem in der Hauptkategorie »Waschen«. Keine andere Waschmaschine im Test kann die dabei erreichte Note »gut« 1,8 übertreffen. Außergewöhnliche Sauberkeit ist und bleibt damit das Aushängeschild der Marke.

Daneben wird das Gerät seiner Spitzenstellung in vielen anderen Disziplinen gerecht. So erzielt die WM14G491 sehr gute Bewertungen bei der Dauerprüfung, die eine Nutzung über zehn Jahre hinweg simuliert. Ebenso überzeugend ist die Restlaufanzeige, die über ein großzügiges, übersichtliches LED-Display ablesbar ist. Es informiert außerdem über den Programmablauf, die Temperaturwahl sowie die maximale Schleuderdrehzahl und berät den Anwender zur Beladung.

Im jüngsten Waschmaschinentest der Stiftung Warentest wurde auch der Waschvollautomat HW80-BP14636 von Haier mit der Note »gut« (2,1) bewertet. In Teildisziplinen wie »Dauerprüfung« und »Schutz vor Wasserschäden« erzielte dieses Modell die Spitzennoten 1,0 beziehungsweise 1,4. Darüber hinaus überzeugte es durch die niedrigsten Betriebskosten aller mit »gut« getesteten Geräte.

»Dieser unabhängige Test der Stiftung Warentest zeigt: Die Marke Haier steht objektiv für Premium-Qualität«, betont **Daniel Wild**, Director Marketing & Communications Haier DACH. Und ergänzt: »Das hervorragende Ergebnis unterstreicht auch, dass es Haier problemlos mit den etablierten Marken aufnehmen kann und somit eine exzellente Alternative für den Handel ist. Wir sind sicher, dass dieser Test für viele neue Kaufimpulse sorgen wird.«



Bild: Haier

Haier Ergebnis ist eine echte Kaufempfehlung

Mehrwerte finden leicht gemacht

Vom 8. bis 12. Februar 2019 findet auf dem Messegelände in Frankfurt die nächste **Ambiente** statt. Rund 4.500 Aussteller werden wieder ihre aktuellen Neuheiten präsentieren. Welche Themen im Fokus stehen, erfahren wir im direkten Austausch von **Thomas Kastl**, Objektleiter Ambiente Dining

electro: Herr Kastl, welche Highlights bietet die Ambiente 2019 und welchen Stellenwert nimmt der Produktbereich der Elektrokleingeräte ein?

Thomas Kastl: Die Ambiente ist Trendbarometer, Order- sowie Designplattform zugleich und das Messehighlight am Jahresanfang. Auf der internationalsten Konsumgütermesse Deutschlands trafen zuletzt rund 134.600 Fachbesucher aus 168 Ländern auf das Angebot der globalen Konsumgüterindustrie – repräsentiert durch mehr als 4.400 Aussteller aus 88 Ländern. Als klassische Mehrbranchenmesse ist die Ambiente aufgeteilt in die drei Angebotsbereiche Dining, Giving und Living. Dadurch können die Einkäufer neben ihren Kernsortimenten auch Trendimpulse aus verwandten Sortimenten aufnehmen. Die Elektrokleingeräte werden dabei jeweils thematisch eingebunden in den passenden Umfeldern von Küche und Hausrat präsentiert.

electro: Wie sieht das für die Messebesucher konkret aus?

Kastl: Eines der vielen Highlights der Ambiente ist die Sonderpräsentation »Point of Experience«, die im Foyer der Halle 4.1 Offline mit Online verknüpft und die Customer Journey der Zukunft erlebnisorientiert darstellt. Hier erfahren Händler, wie sie in Zeiten der zunehmenden Digitalisierung neue Technologien erfolgsversprechend in die Warenpräsentation und -distribution integrieren und dadurch wettbewerbsfähig bleiben können. Außerdem werden im Rahmen der Ambiente Academy an allen fünf Messetagen Einblicke in aktuelle Marktentwicklungen geboten. Experten zeigen auf der Vortragsbühne in der Halle 9.1, wie attraktive Sortimente zusammengestellt werden und präsentieren optimale Produktplatzierungen sowie die besten E-Commerce-Strategien.

electro: Mit der neuen Halle 12 steht eine hochmoderne und multifunktionale 33.600 Quadratmeter große Veranstaltungsfläche auf zwei Ebenen zur Verfügung. Wie wird die Fläche zur Ambiente genutzt und wie wirkt sich die Neugestaltung auf die anderen Messehallen aus?

Kastl: Die Halle 12 ist die Antwort der Messe Frankfurt auf die Herausforderungen der Zukunft. Mit dieser modernen, architektonisch eindrucksvollen und variabel einsetzbaren Halle investieren wir aktiv weiterhin in die Qualität des Frankfurter Messegeländes und bieten Ausstellern



Thomas Kastl
Objektleiter
Ambiente Dining

und Besuchern ein außergewöhnliches Messeerlebnis. Die Ambiente 2019 nimmt die Eröffnung der Halle 12 zum Anlass für eine grundsätzliche strukturelle Neuerung. Wichtig für die Leser des CE-Marktes ist hierbei, dass der Produktbereich Houseware & Storage, der bislang in den Hallenebenen 5.0, 5.1, 6.0 und 6.1 zu finden war, in die neue Halle einziehen wird.

ambiente

»Wichtig für den Elektrohändler sind potenzielle Zusatzsortimente, die er auf der Ambiente in der gleichen Messehalle findet«

Der Produktbereich Kitchen, in welchem sich auch die Elektrokleingeräte finden, bleibt weiterhin unverändert in den Hallenebenen 3.0 und 3.1. Durch den neuen Kitchen-Houseware-Express gelangen die Messebesucher der Halle 3 direkt und ohne Zwischenstopp zur Halle 12 und umgekehrt. Mit diesem Service verbinden wir beide Bereiche auf komfortable Weise miteinander.

electro: Welche Hallen sind auf der Ambiente 2019 speziell für die Elektrohändler wichtig und besonders interessant?

Kastl: Die Ambiente bildet den Gesamtkontext aller Küchen- und Haushaltstrends ab. Unbedingt besuchen sollten Elektrohändler die Hallenebenen 3.0 und 3.1, denn dort stellen sämtliche Aussteller im Bereich Kitchen aus. Von Milchaufschäumern über Entsafter bis hin zu Handrührgeräten ist für jeden das Passende dabei.

Wichtig – und deshalb in der gleichen Halle platziert – sind potenzielle Zusatzsortimente wie Messer, Bratgeschirr und Backutensilien. Aus dem gleichen Grund sind sicher auch die Hallen 1.1 und 1.2 für Elektrohändler interessant. Dort sind Kitchen Trends wie Tisch- und Küchentextilien sowie Bargeräte zu finden.

electro: Wie unterstützen Sie die Fachbesucher der Ambiente bei der großen Anzahl an Messeausstellern beim Aufspüren von Trends, Ausstellern und Produkten?

Kastl: Um sich als Fachbesucher einen Überblick über aktuelle Trends und Produktneuheiten zu verschaffen, empfehle ich zum einen den Besuch unserer Sonderschauen. »Solutions« im Foyer der Halle 4.0 zeigt innovative Lösungen für Küche und Haushalt, während auf der Nachwuchs-Plattform »Talents« junge Designer aus den Bereichen Tischkultur und Interieur-Design clevere Produktideen präsentieren – um nur zwei ausgewählte Sonderschauen zu nennen. Zum anderen bieten wir mit Contract Business / Horeca und Ethical Style zwei Special-Interest-Guides. Die Verzeichnisse – digital wie auch als Booklet verfügbar – vereinfachen die Navigation durch die Hallen und unterstützen Händler auf der Suche nach für sie relevanten Herstellern.

electro: Welche Trends gibt es bei Elektrogeräten für die Küche?

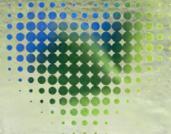
Kastl: Elektrokleingeräte zählen weiterhin zu den beliebtesten und vielseitigsten Lifestyle-Produkten in der Küche. Küchenmaschinen mit Kochfunktion, Standmixer & Co. erleichtern den Alltag der Verbraucher und eignen sich hervorragend, um sich zu Hause aktuellen Trends im Bereich Ernährung, Gesundheit und Digitalisierung zu widmen. Ich denke dabei zum Beispiel an die eigene Zubereitung von vitaminreichen Smoothies oder Brot aus dem Backautomaten sowie an die Vernetzung von elektrischen Küchenhelfern mit mobilen Endgeräten, welche zunehmend an Bedeutung gewinnt. Auf der Ambiente wird eine Vielzahl dieser Trends einem internationalen Publikum präsentiert und ein erster Blick darauf gewährt, was die Küchenhelfer von morgen alles drauf haben.

electro: Herr Kastl, welche Empfehlung haben Sie für Elektrohändler, die Ambiente 2019 zu besuchen?

Kastl: Wer bestens vorbereitet zur Messe kommen möchte, kann sich vorab in der Online-Ausstellersuche mit den Ausstellern und ausgewählten Produktneuheiten vertraut machen. Für das Smartphone und Tablet bieten wir auch zur Ambiente 2019 wieder die kostenlose App »Ambiente Navigator« an, die im App Store und im Google Play Store zum Download zur Verfügung steht und mit vielen praktischen Features ausgestattet ist. Dazu zählen unter anderem der Hallen- und Geländepan sowie aktuelle News und Tweets zur Ambiente, die unsere Besucher stets auf dem Laufenden halten.

Ein neuer Stern am Produkthimmel

Die Luftreiniger von LightAir eliminieren sogar Grippeviren



LightAir

Der globale Bedarf für Luftbehandlungsgeräte wird bis 2021 um jährlich 15 bis 20 Prozent wachsen. Alleine in Europa liegt der Wert in 2018 bei nahezu fünf Milliarden US Dollar und wird in den nächsten drei Jahren auf fast 7,5 Milliarden US Dollar steigen. Grund genug für den Fachhandel, sich für einen erfolgreichen Abverkauf intensiv mit dem Thema Luftreiniger zu beschäftigen

Gerade die Innenraumluft in unseren Häusern ist nachweislich bis zu fünfmal stärker verschmutzt als die Außenluft. Diese Schadstoffe kommen zum Teil von draußen, denn die Umgebungsluft von den viel befahrenen Straßen dringt durch Ritzen in Fenstern, Türen, Mauern sowie dem Dach ins Innere.

Darüber hinaus entstehen auch im Haus schädliche Moleküle, deren Liste sehr lang ist. Es handelt sich unter ande-

lichen Feinstaub, der sich in den Atemwegen festsetzt und zu Allergien oder schlimmeren Erkrankungen führen kann. Dazu gehören auch Schimmelpilze und Sporen, die mit den neuen Luftreinigern Ion Flow nach drei Stunden um 88 Prozent reduziert werden.

Neue Forschungen, verbesserte Produkte und ein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein sorgen bei immer mehr Konsumenten dafür, dass die Nachfrage nach Luftreinigern im Handel weiter steigt, denn wir verbringen 70 bis 90 Prozent unserer Zeit in Innenräumen.

Die neuen Luftreiniger der schwedischen Marke LightAir arbeiten mit innovativer Ion Flow Technologie. Gemäß einer unabhängigen, siebenjährigen Studie des schwedischen Karolinska Instituts eliminiert diese Luftreinigungstechnologie 97 Prozent der Influenza-Viren aus der Luft in Innenräumen und isoliert somit die Infektionsfähigkeiten von Viren in der Luft.

Zudem hat sich in einem Test gezeigt, dass mehr als 99 Prozent aller Partikel mit der Größe 0,02 bis 5,0 µm in weniger als fünf Stunden ausgesondert werden. Obwohl Ozon seit jeher ein Nebeneffekt der Ionisierung ist, produziert Ion Flow kein schädliches Ozon. LightAir ist also das einzige Unternehmen, das in der Lage ist, dieses Problem zu lösen und einen extrem hohen Anteil an negativen Ionen ohne Ozon zu erzeugen.

Die Luftreiniger Ion Flow verursachen jährliche Stromkosten in Höhe von sechs

Wer ist LightAir?

→ **LightAir** ist ein schwedisches Unternehmen, das Luftreiniger auf Basis einer patentierten Ion Flow Technologie entwickelt und vertreibt. LightAir ist das einzige Unternehmen, das in der Lage ist, einen Ionenstrom zu erzeugen, der dabei kein schädliches Ozon produziert.

Schön, kraftvoll und leise So präsentieren sich zukünftig die Luftreiniger der schwedischen Marke LightAir auf dem deutschen Markt



Ramesh Paul
verantwortet den Vertrieb
der Marke LightAir in
Deutschland

E-Mail paul@cardinahl.net
Mobil 01 71-671 43 00
Telefon 0 40 - 80 60 26 50
Internet www.cardinahl.net

rem um Ausdünstungen von Möbeln, Fußbodenbelägen, Farben und Lacke. Aber auch elektrische Geräte sowie Putzmittel und Duftstoffe in Form von Sprays setzen Schadstoffe frei. Dazu kommt die Belastung durch Staub von Teppichen, Polstermöbeln oder der Kleidung.

Kochgerüche durch Braten und Frittieren belastet die Raumluft ebenfalls. Russ und Rauch durch Zigaretten, Kaminöfen und Kerzen produzieren zusätzlich schäd-

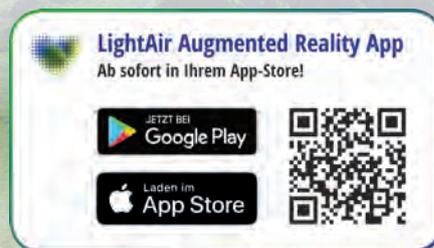
Verkaufsargumente Ion Flow

- Luftreiniger, der nicht nur Schadstoffe aus der Luft filtert, sondern bereits bis zu 97 Prozent der Grippeviren eliminiert.
- Innovative Ion Flow-Technologie
- Konzipiert für Raumgrößen von 50 bis 60 Quadratmeter.
- Lautstärke lediglich 5 Dezibel
- Einfache Bedienung
- Jährliche Stromkosten 6 Euro
- Ohne Filter – deshalb Einsparung gegenüber HEPA-Geräten bis zu 200 Euro im Jahr

Euro. Da sie ohne Filter arbeiten, entstehen keine weiteren Kosten, so dass man im Vergleich zu einem Gerät mit HEPA-Filter bis zu 200 Euro im Jahr einspart. Während normale Hintergrundgeräusche eine Lautstärke von 21 Dezibel erreichen, sind die Ion Flow Luftreiniger von LightAir lediglich fünf dB laut – also kaum hörbar und somit auch für Schlafräume optimal geeignet.

Wie funktioniert die Ion Flow Technologie von LightAir?

- Im ersten Schritt werden Millionen negative Ionen pro Sekunde erzeugt.
- Diese verbinden sich mit den Partikeln (Pollen, Viren, Schimmelpilze, Rauch etc.) in der Luft.
- Im letzten Schritt zieht der positiv geladene Kollektor diese Partikel wie ein Magnet an.



Luftreiniger von LightAir bestechen durch ihr futuristisches und zugleich puristisches Design und ziehen in Wohnräumen die Aufmerksamkeit automatisch auf sich. Ion Flow ist in klassischem Silbergrau, in der Variante Evolution in Anthrazit und Gold sowie als Premium-Linie Signature in angesagtem Kupfer erhältlich.

»Wir bieten die besten
Produkte für eine hervorragende
Raumluftqualität, um die
Gesundheit und das Wohlbefinden
der Menschen zu verbessern«

LightAir

LightAir bietet fünf verschiedene Luftreiniger-Modelle mit unverbindlichen Preisempfehlungen von 399 bis 549 Euro an. Die Abwicklung, Distribution und Logistik für den deutschen Markt liegt bei der Hamburger CBC Cardinalh GmbH



Philips 2-in-1 Kombigerät
Luftreiniger und Luftbefeuchter in einem Gerät

Bild: Philips

Trend: Gesundes Wohnen

Luftqualität rückt immer mehr ins Kundeninteresse

Während der Heizperiode im Winter ist die Raumluft eher zu trocken, im Sommer meist zu feucht. Und die Feinstaubbelastung kann das ganze Jahr über zu hoch sein. Abhilfe schaffen hier Produkte zur Luftbehandlung. **electro** hat die wesentlichen Informationen dazu für Sie zusammengestellt

25 Millionen Menschen in Deutschland leiden unter Allergien. Allerdings besitzen derzeit nur drei Prozent der Haushalte einen Luftreiniger, der ihnen das Leben leichter machen könnte. Denn allergieauslösende Stoffe dringen durch jede Ritze und werden sogar über die Kleidung ins Haus getragen.

Zusätzlich ist die globale Verschlechterung der Luftqualität ein unterschätztes Problem – und das nicht erst seit dem Dieselskandal. Einer aktuellen Studie zufolge ist Luftverschmutzung in vielen Fällen die Ursache für Asthma, Bronchitis und andere Atemwegserkrankungen und kann insbesondere bei Kindern schwerwiegende Spätfolgen nach sich ziehen. Menschen,

die bereits unter Asthma oder anderen Allergien leiden wissen, dass reinere Luft das Wohlbefinden steigert.

Im Schlafzimmer, in dem wir ungefähr ein Drittel unseres Lebens verbringen, kann es ebenfalls Luftverschmutzung geben. Mögliche Quellen sind Feinstaub aus dem alltäglichen Schmutz in Städten, flüchtige organische Verbindungen (VOCs) aus Haarspray und Parfüm, Formaldehyd aus Schaumstoffmöbeln, Staub und Allergene aus Teppichen und Benzol aus Duftkerzen.

In der Küche und im Wohnzimmer produzieren Gasherde und andere Kochprozesse Feinstaub, Dämpfe und Gerüche, setzen Reinigungsprodukte flüchtige organische Verbindungen frei und auch Hautschuppen von Mensch und Haustier belasten die Luft. Da moderne Häuser besser abgedichtet sind, um die Energieeffizienzanforderungen zu erfüllen, können Schadstoffe im Inneren eingeschlossen werden und die Luftzirkulation kann beeinträchtigt sein.

Ein angenehmes Raumklima muss keine Frage der Jahres- oder Tageszeit sein. Gerade im Winter, wenn geheizt wird, gibt es zwei ständige Begleiter: Trockene Luft und schädliche Partikel, die herumschwir-

ren. Deshalb rückt der Einsatz von Geräten zur Luftbehandlung immer mehr in den Fokus der Konsumenten. Luftbefeuchter sorgen in der Heizsaison dafür, dass die Luftfeuchtigkeit nicht unter 45 Prozent sinkt. Im Gegenzug können Luftentfeuchter gerade im Sommer und auch im Keller eingesetzt werden, damit die Luftfeuchte einen Wert von 65 Prozent auf dem Hygrometer nicht übersteigt und ein ausgeglichenes Raumklima entsteht.

Beurer Formschönes Gerät LB 37 im schicken Farbton Toffee



Bild: Beurer

Wenn es um Produkte wie Luftreiniger/-wäscher und -befeuchter geht, ist **Beurer** schon lange ein kompetenter Ansprechpartner und bietet ein umfangreiches Geräteportfolio. Das Luftbefeuchter-Modell LB 37 ist nicht nur einfach zu bedienen, sondern das elegante Design in Toffee ist auch noch ein echter Hingucker. Dieser Luftbefeuchter sorgt dank Ultraschall-Befeuchtungstechnologie für ideale Raumluft.

Das neue 2-in-1-Kombigerät der Serie 2000i von **Philips** ist gleichzeitig Luftreiniger und Luftbefeuchter. Es reinigt nicht nur die Luft, sondern reguliert auch die



Soehnle Steuerung am Gerät oder per App

Bild: Soehnle



Sharp KC-G Serie für frische und saubere Luft

Luftfeuchtigkeit und ist damit doppelt effektiv. Angenehmes Durchatmen in den eigenen vier Wänden ist damit stets garantiert.

Der Luftreiniger Intense Pure Air Connect XL von **Rowenta** filtert bis zu 100 Prozent der freischwebenden Partikel aus der Raumluft heraus. Neben der am Markt einzigartigen Nano Capture-Technologie zur Filterung von Formaldehyd verfügt der Luftreiniger über drei weitere Filterebenen: einen auswaschbaren Vorfilter, einen Aktivkohlefilter und einen hocheffizienten Partikel-Filter. Ganz neu ist außerdem die smarte Steuerungsmöglichkeit per App. Dadurch ist es jetzt so einfach wie nie, die Luftqualität der eigenen vier Wände zu überwachen.

Der Luftentfeuchter DNS65 von **De'Longhi** kontrolliert die Luftfeuchtigkeit und passt durch seine stilvolle Farbkombination in Creme und Braun auch in jedes Wohnambiente. Durch die fortschrittliche Entfeuchtungstechnologie kommt der mit 6,5 Kilogramm besonders leichte Luftentfeuchter ohne Kompressor aus und erzeugt einen Geräuschpegel von lediglich 34 Dezibel. Zum Vergleich: Das Ticken einer Armbanduhr liegt bei circa



Blue Air Junges Design sorgt für frische Luft

30 dB. So steht einer ruhigen Nacht trotz laufender Raumentfeuchtung nichts im Wege.

»Zu hohe Luftfeuchtigkeit in Herbst und Winter kann spätestens bei Schimmelbildung im Raum ein Gesundheitsrisiko darstellen und sollte daher mit einem Luftentfeuchter in Balance gebracht werden«, betont **Markus Schwichtenberg**, Brand Manager De'Longhi Deutschland GmbH. »Bei der Geräthewahl sollten Kunden darauf achten, dass das Gerät der Luft genügend Feuchtigkeit entziehen kann – unser DEX 16 zum Beispiel ist mit einer Entfeuchtungsleistung von 16 Litern pro Tag für ein Luftvolumen von rund 80 Kubikmeter geeignet und damit für einen Raum bis zu 35 Quadratmeter ausgelegt. Dank unseres doppelten Wasser-Drainage-Systems wird das Kondenswasser entweder im Wassertank gesammelt oder über den mitgelieferten Schlauch direkt in den Abfluss geleitet.«



Besonders praktisch: Die Wäschefunktion vieler De'Longhi Entfeuchter, mit der die Wäsche in der Wohnung noch schneller trocken wird. Sobald die Funktion aktiviert ist, arbeitet das Ge-

Dyson Pure Hot+Cool kühlt und heizt die Räume

rät kontinuierlich, ohne dass die gewünschte Luftfeuchte extra eingestellt werden muss.

Soll der Entfeuchter im Schlafzimmer eingesetzt werden, ist zudem die Lautstärke ein wichtiges Kriterium. Läuft die Heizung auf Hochtouren, ist die Luft schnell zu trocken, was wiederum zu Reizungen der Schleimhäute führen kann. Hier schafft der Luftbefeuchter Abhilfe. Ein kleines Extra bei De'Longhi: Bei Belieben kann gleichzeitig mit Aromaeextrakten ein angenehmer Duft im Raum verteilt werden.

Ein Luftreiniger saugt über einen Ventilator die Luft ein und reinigt sie, wie zum Beispiel bei dem Airfresh Clean Connect 500 von **Soehnle**, über ein mehrschichtiges Filtersystem. Die gereinigte Luft wird dann in den Raum abgegeben. So säubert sich nach und nach die Atemluft. Die besten Ergebnisse erzielen Luftreiniger übrigens, wenn sie zentral im Raum stehen.

Der **Dyson** Pure Hot+Cool Luftreiniger mit Wärmefunktion bietet nicht nur einen leistungsstarken kühlenden Luftstrom im Sommer, sondern auch eine schnelle und gleichmäßige Raumerwärmung im Winter. Darüber hinaus sorgt er zu jeder Jahreszeit für effiziente Luftreinigung. Das Gerät erkennt automatisch Partikel und Gase in der Luft und zeigt die Werte in Echtzeit auf dem neuen LCD-Bildschirm



Intense Pure Air Connect XL Das Rowenta-Modell filtert bis zu 100 Prozent der Partikel aus der Luft

und in der Dyson Link App an und reagiert entsprechend.

Mit der Serie Blue erreicht die schwedische Marke **Blue Air** den gesundheitsbewussten Kunden, der auf gutes Design nicht verzichten möchte. Die neuen Geräte der Blue-Serie eignen sich perfekt für Zuhause und sorgen durch besonders hohe Effizienz von 99,97 Prozent für eine einwandfreie Innenraumreinigung, so dass Fein- und Hausstaub, Pollen, Bakterien, Schimmelsporen, aber auch unangenehme Gerüche und andere gasförmige Schadstoffe nicht in die Atemwege gelangen können.

De'Longhi Luftentfeuchter DNS 65 mit praktischem Transportgriff



Die Marke **Sharp** stellt sich verstärkt im Bereich der Small Domestic Appliances – also der Elektrokleingeräte – auf. Dazu gehört auch der Bereich der Luftreinigersysteme, der im Handel immer wichtiger wird, speziell auch in der momentanen Heizsaison. Mit dem neuen Luftreinigersortiment zeigt Sharp auf, wie der Handel mit dem Thema Gesundheit und gute Luftqualität neue Umsatzquellen erschließen kann. Das Thema Luftqualität ist ja gerade zum aktuellen Thema der Diesellaftaire ein Bereich im Bewusstsein der Bevölkerung. Sharp führt ein umfangreiches Portfolio an Luftreinigern, die dank Ionisierung und moderner Dreifach-Hepa-Filter die Raumluft zu 99 Prozent säubern.



Grundig Side-by-Side-Gerät mit Kühl- und Gefrierteil, Wasserspender sowie Weinlagerung hinter schicker Glastür

Bild: Grundig Intermedia

Modell GWN 21210 X

Die Marke Grundig bringt den Sommelier direkt in die Küche

Pünktlich zu Weihnachten liefert **Grundig** seinen Side-by-Side Kühlschranks in den Handel, der sowohl mit integriertem Wasserspender als auch mit einem Weinkühler hinter Glas überzeugt

Mit dem Modell GWN 21210 X von Grundig werden nicht nur die Zutaten für das Weihnachtessen perfekt gekühlt. Das integrierte Weinkühlfach setzt auf seinen vier Holzablagen ebenfalls bis zu 28 Weinflaschen stilvoll in Szene, kühlt sie auf Idealtemperatur und macht aus dem Besitzer im Handumdrehen den perfekten Gastgeber.

Für das gute Essen zum Wein sorgt der formschöne Side-by-Side mit einem geräumigen Kühl- und Gefrierteil von insgesamt 625 Liter Bruttoinhalt. Zudem lässt sich das Gerät über das integrierte Display mit Sensortasten benutzerfreundlich bedienen. Ein smartes Highlight im Inneren des GWN 21210 X ist die Full Fresh+ Technologie, die Lebensmittel besonders lange frisch hält. Die Schubladen mit Vitamin Care Zone sorgen zusätzlich für perfekte Lagerbedingungen und dafür, dass der Vitamingehalt von Früchten und Gemüse bis zu dreimal länger erhalten bleibt.

Im Sinne des »Respect Food« Mottos von Grundig und eines nachhaltigen Umgangs mit Ressourcen bleiben Lebensmittel in diesem Kühler auf natürliche Weise länger verzehrbar. Um auch die Energie-

Das Modell bietet ausreichend Platz im Kühl- und Gefrierteil für den Großeinkauf an Feier- und Urlaubstagen

Ressourcen im Haushalt zu schonen, ist der GWN 21210 X mit der Energieeffizienzklasse A+ ausgestattet und informiert Nutzer über einen automatischen Alarm-Ton, wenn die Tür offensteht.

Für Abkühlung im Glas sowie für raffinierte Cocktails ist das Side-by-Side-Gerät mit einem innenliegenden Wasserspender, Festwasseranschluss sowie einer

Das Wichtigste auf einen Blick

- 416 Liter Nutzinhalt im Kühlteil
- 73 Liter Nutzinhalt im Gefrierteil
- Platz für 28 Weinflaschen auf vier Holzablagen
- Integrierter Wasserspender
- Automatische Eiswürfelherstellung
- Festwasseranschluss
- Duo-Cooling No Frost Technologie
- Gemüseschublade mit Full Fresh+ und Vitamin Care
- Ion Fresh Technologie
- LED-Innenbeleuchtung
- Display mit Sensortasten
- Alarmton bei offener Tür
- Geruchsfilter
- Antibakterielle Türdichtungen
- Energieeffizienzklasse: A+
- Energieverbrauch: 399 kWh / Jahr
- Geräuschpegel: 43 dBA

automatischen Eiswürfelherstellung ausgestattet. Die Eiswürfel werden dabei im Gefrierteil produziert und können im Anschluss aus der Gefrierschublade entnommen und mit dem gewünschten Getränk serviert werden.

Der Side-by-Side GWN 21210 X von Grundig in Edelstahl Fingerprint Free ist zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 2.999 Euro im Handel erhältlich. Grundig gewährt insgesamt drei Jahre Herstellergarantie auf das Modell.



Bild: Panasonic

Panasonic Inverter-Kombi-Mikrowellen

Zu Weihnachten backen, auftauen, grillen und garen für die Lieben

Für jedes Wunschgericht bieten die Inverter-Mikrowellen von **Panasonic** die passende Garmethode. Kunden zaubern damit an den Feiertagen ein gesundes und leckeres Weihnachtsmenü

Wer seinen Lieben im Weihnachtstrubel schnell und einfach ein Gericht zubereiten will, findet in den beiden Panasonic-Mikrowellen NN-CT56 und NN-CT57 die passenden Helfer. So lassen sich viele Köstlichkeiten mit den Geräten zaubern. Anders als konventionelle Mikrowellen-Geräte geben Panasonic Inverter-Mikrowellen ihre Energie auf jeder Leistungsstufe kontinuierlich ab. Lebensmittel können dadurch schneller und schonender aufgetaut, erwärmt und gegart werden. So bleiben der Geschmack, wichtige Nährstoffe und Vitamine besser erhalten. Eingefrorenes taut dank Inverter-Technik rund 30 Prozent schneller und sehr gleichmäßig auf, sodass am Ende weder eine verbrannte Kruste noch ein eisiger Kern zu befürchten sind. Die Panasonic Geräte überzeugen mit innovativem Zubehör wie einem neugestalteten Emaille-Blech. Es steht etwas erhöht auf dem Drehteller, sodass die heiße Luft darunter zirkulieren kann. Kuchen oder Muffins werden so von allen Seiten gleichmäßig gebräunt.

Auch für das Zubereiten von Tiefkühlprodukten sind die neuen Mikrowellen wärmstens zu empfehlen. Schon ein Gang durch den Supermarkt zeigt: TK-Produkte sind hierzulande heißbegehrt. Denn Gerichte wie Gemüsepfannen, Kartoffelvariationen oder Fisch sind mit funktionsstarken Geräten wie der NN-CT56 oder der NN-CT57 schnell und einfach zubereitet. Sie stehen für ein gleichmäßig gegartes und appetitliches Endergebnis. So wird etwa eine Tiefkühlpizza auf dem Grillrost von allen Seiten gebräunt und der Pizzaboden schön knusprig. Einfach das entsprechende TK-Programm wählen sowie das Gewicht der Lebensmittel eingeben und schon kann der Garvorgang starten. Besonders komfortabel geht das mit der Funktion »Schnellstart« mit einer Garzeit von 30-Sekunden.

»Mit diesen Argumenten überzeugen Sie Ihre Kunden«

- Mikrowellen von Panasonic schonen mit der Inverter-Technologie empfindliche Nährstoffe in den Lebensmitteln und damit wichtige Bausteine der Ernährung.
- Die Speisen werden bis zu 30 Prozent schneller und damit schonender erwärmt. Das spart Zeit und auch bis zu 30 Prozent Energie. Gut für die Umwelt und die Haushaltskasse.
- Beim kombinierten Kochen können die Speisen sogar um die 40 Prozent schneller zubereitet werden, indem mehrere Funktionen gleichzeitig geschaltet werden.
- 20 Prozent weniger Stellfläche bei größerem Garraum - die Geräte der neuen Slim-Line Serie überzeugen mit einem intelligenten, platzsparenden Innendesign. Für mehr Platz auf der Arbeitsfläche.

Die NN-CT56 und NN-CT57 können in fünf unterschiedlichen Weisen genutzt werden: als 1.000 Watt Mikrowelle, 1.300 Watt Grill, Ofen (40°, 100° – 220 °C) und im schnellen Kombinationsbetrieb von Grill und Mikrowelle bzw. Heißluft und Mikrowelle. Dank des extragroßen Displays mit weißer Laufschrift behält der Benutzer stets den Überblick; die Touch-Funktion macht die Bedienung der Mikrowellen kinderleicht. Eine Kindersicherung sorgt für mehr Sicherheit in der Küche. Zudem sind die Geräte innen wie außen äußerst leicht und hygienisch zu reinigen.

Die unverbindliche Preisempfehlung für die Panasonic Kombi-Mikrowellen NN-CT56 und NN-CT57 betragen 329 Euro.

Krups sorgt mit Vakuumbestandmischer für ordentlich Frische

➔ **Vielseitig** einsetzbar, einfach zu reinigen ist der Freshboost Vakuumbestandmischer. Er bietet vier Funktionen, die sich je nach Bedarf individuell einstellen lassen: Mixen, Mixen im Vakuum, Ice Crush – und sogar nur Vakuum. Diese Funktion ist besonders praktisch, denn bleibt vom Smoothie einmal etwas übrig, kann der Vitamin-Drink durch die Vakuum-Funktion vor Oxidation geschützt werden. So bleibt der Smoothie länger frisch und man kann das Getränk später mit voller Vitaminsubstanz genießen.

Und so einfach wird das Vakuum für vollen Vitamingenuss beim Krups Freshboost erzeugt: Eine spezielle Vakuumblocke wird beim Mixen über dem Mixbecher platziert. Mit einem Clip auf der Vakuumblocke wird die Einstellung »Air Out« gewählt und schon wird der Zubereitung Luft entzogen. Das ist bei der Verarbeitung von Obst und Gemüse besonders hilfreich. Denn dort sind zahlreiche Antioxidantien enthalten, Vitamine und sekundäre Pflanzenstoffe, die als Radikalfänger fungieren. Sie schützen unter anderem unsere Haut vor frühzeitiger Alterung und stärken das Immunsystem. Bei



Bild: www.cherrysonic.fr

Gesundes mixen im Krups Vakuumbestandmischer

der herkömmlichen Zubereitung von Smoothies geht deshalb ein großer Teil dieser Antioxidantien durch den Mix-Prozess verloren.

Der Krups Freshboost Vakuumbestandmischer zu go trägt einen weiteren Vorteil bereits im Namen: Er wird mit zwei praktischen Mix-Bechern aus stabilem Kunststoff und Trinkaufsatz geliefert, die perfekt zum Mitnehmen des Smoothies geeignet sind – für den Energieschub und die Vitaminversorgung auf dem Weg zur Arbeit, zum Fitness-Training oder auf der Laufstrecke. Die Becher fassen jeweils 600 Milliliter.

Auch in der Handhabung überzeugt der Standmischer. Die vier Edelstahlmesser werden von einem hochleistungsfähigen 800-Watt-Motor angetrieben. Sie lassen sich aus dem Gerät herausnehmen und daher schnell und einfach reinigen, sogar in der Spülmaschine.



Bilder: Graef

Verkaufshilfe Allesschneider

So unterstützt Graef Fachhändler beim Verkauf von Allesschneidern

Allesschneider sind die Allroundtalente in der Küche. **Graef** hilft Fachhändlern mit umfassendem Marketing dabei, sie in Szene zu setzen, damit beim Abverkauf nichts mehr schief laufen kann

Der Allesschneider ist ein Gerät, das Kunden erklärt werden muss. Fachhändler mit Kompetenz und der Fähigkeit zu Begeistern sind beim Verkauf gefragt. Graef macht das bei seinen Geräten einfach, denn das Traditionsunternehmen unterstützt seine Partner im Einzelhandel mit einer breiten Palette an Maßnahmen zur Sliced Kitchen.

Denn von der Sliced Kitchen erzählt das Unternehmen nun seit fast zwei Jahren mit Leidenschaft und innovativen

am Stück wesentlich länger, weil sie bis zur letzten Scheibe frisch aufgeschnitten werden. Außerdem können Kunden so ihren Plastikmüll deutlich reduzieren.

Für Aufsehen in der Präsentation sorgt der von Graef entwickelte Mini-Slice-Aufsatz, weil sich mit ihm sogar kleines Gemüse gefahrlos in feine Scheiben schneiden lässt. Für Händler ergeben sich durch dieses Zusatzprodukt neue Umsatzmöglichkeiten. So werden auch kleine Schneidgüter wie Pilze, Cocktailtomaten, Radieschen, Beten und Beeren sicher in hauchdünne Scheiben geschnitten. Das schöne dabei: Die Mini-Slice-Aufsätze sind für alle Graef Allesschneider nutzbar.

Jung und frisch wird die Traditions-
marke auch durch zahlreiche Marketingmaßnahmen im Rahmen der Jubiläumskampagne 50 Jahre Classic. Dafür brachte Graef 2018 das Jubiläumsmodell Classic C15 mit Mini-Slice-Aufsatz und Edelstahltablett zu einem Preisvorteil von 50 Euro und 50 Monaten Herstellergarantie auf den Markt. Für die direkte Kundenansprache steht

die integrierte Kampagne »Wir schneiden alle an einem Brot«. Die Marke Graef wurde dabei in unterschiedlichen Formaten in den Burda Medien auf allen Kanälen mit insgesamt 315 Millionen Kontakten präsentiert und zog die Anzeigen mit der Jubiläumsmaschine in die Magazine Freundin und Bunte. Das dort verwendete Anzeigenmotiv findet sich seitdem auch am POS durch ein Display wieder und wird bei der Promotion mit Einladungskarten und frechen Headlines, die zur eigenen Brotzeit einladen noch weiter verstärkt. Darauf stehen Sprüche wie »Party auf meinem



Ein Hingucker Der Allesschneider C17 in gold

Ideen. Sei es im Gespräch oder bei Führungen im Laden. Die Kreationen in feinen Scheiben aus Schinken, Käse, Obst und Gemüse, die immer wieder zu frischen Gerichten neu komponiert werden können, sind Augenschmaus und Verkaufsargument zugleich. Das ist wichtig in Zeiten von Foodbloggern auf Instagram, Youtube und Co. Auch der bewusste und nachhaltige Umgang mit Ressourcen wird immer wichtiger. Hierfür bietet ein Allesschneider überzeugende Argumente, denn Wurst, Käse und Schinken halten

Kurz nachgefragt

➔ **Peter Zyprian** ist Gesamtvertriebsleiter bei Expert



Bild: Robert Bergmann
Peter Zyprian

electro: Herr Zyprian, der Allesschneider erlebt derzeit eine Renaissance. Wie erklären Sie sich diese neue Beliebtheit?

Zyprian: Allesschneider sind echte Allrounder. Wie der Name schon sagt, lassen sich damit nicht nur Brot, sondern auch Wurst und Gemüse problemlos schneiden. Die neuen Geräte arbeiten darüber hinaus so präzise, dass selbst Obst in hauchdünne Scheiben geschnitten und weiterverarbeitet werden kann. Hinzu kommt, dass ein Allesschneider dabei hilft, unnötigen Verpackungsmüll zu vermeiden. Gerade für umweltbewusste Kunden ist das ein schlagendes Argument. Außerdem bleibt Stückware länger frisch – auch das hilft, Müll zu vermeiden und der Verschwendung von Lebensmitteln entgegenzuwirken.

electro: Welche Tipps geben Sie Ihren Händlern, um dem Trend Allesschneider Rechnung zu tragen? Wie werden die Allesschneider zum bevorstehenden Weihnachtsgeschäft am POS in Szene gesetzt?

Zyprian: Wir empfehlen unseren Händlern, die Allesschneider jetzt noch präsenter zu zeigen, da sich diese Geräte aufgrund ihrer handlichen Größe sehr gut zum Verschenken eignen. Auch sollte man darauf achten, die große Vielfalt der erhältlichen Modelle abzubilden – vom Einsteigergerät bis zum Profischneider für den Hobbykoch ist inzwischen für jeden Bedarf und jeden Qualitätsanspruch etwas dabei. Graef hat beispielsweise auch Allesschneider für junge Leute im Portfolio, die mit ihrem speziellen Design und bunten Farben die klassische Brotzeit wieder »hip« machen. Um dieses Potenzial optimal zu nutzen, empfehlen wir eine ansprechende Präsentation am POS, vorzugsweise auf Glasplatten. Das sieht besonders edel und appetitlich aus.

Hausbrot« oder »Halt doch mal die Kresse« als Stopper. Außerdem stellt Graef zum Jubiläum 100 goldene Maschinen C17 für den Handel bereit. Ergänzt werden die Maßnahmen von medienwirksamem Einsatz für soziale Zwecke und Leitfäden für Fachhändler. Expert macht sogar mit Fernsehwerbung auf das Thema aufmerksam.

Tipp am Schluss: Wer sich von den Graef Allesschneider selbst überzeugen will, der sollte den Weg zum hauseigenen Restaurant »Mundwerk« auf sich nehmen, das erst in diesem Jahr eröffnete.



Sharp R860S Zuverlässige Mikrowelle in silber-schwarzem Finish

Allen Bedürfnissen gerecht werden

Sharp spürt signifikante Nachfrage im Handel

Nach dem positiven IFA-Fazit ist die Marke **Sharp** weiter auf Erfolgskurs und präsentiert den Handelspartnern interessante Produkte

Auf der diesjährigen IFA in Berlin stellte Sharp Home Appliances sein erweitertes Produktportfolio an Elektro-Hausgeräten vor, das speziell dafür konzipiert wurde, sämtliche Kundenwünsche zu erfüllen.

»Nach dem großartigen Erfolg auf der IFA 2018 und der Präsentation unserer neu-

ders zwei Modelle aus dem stark wachsenden Segment der Acht-Kilo-Maschinen: unser sparsamer Vollwaschautomat Modell ES-HFB8143W3-DE und ein Wärmepumpentrockner, ausgestattet mit einer Edelstahltrommel sowie Innenbeleuchtung. Beide Geräte verfügen über interessante Kurz-Programme und sind dank doppeltisolierter Tür besonders leise im Betrieb.«

Für mehr Farbe in der Küche sorgen die Total-No-Frost Kühl - Gefrierkombinationen der Linie SJ-BA05IMX 2-EU, die in Sharp-rot, creme, schwarz und silber verfügbar sind. Die Geräte in der Bemaßung 180 mal 54 Zentimeter sind in der sparsamen Energieklasse A++

klassifiziert und verfügen über silberne Türöffnungseinsätze – ein »Must have« nicht nur für junge Familien.

»All-in-One« Topgerät

Für die schnelle Zubereitung von Speisen empfehlen die Sharp-Manager das kombinierte 3-in-1 Mikrowellengerät R860S mit Inverter-Flatbed-Technologie, Heißluft-Beheizung sowie 25 Liter Fassungsvermögen.



Bild: Studio Nordblick - Thomas Zarges

Jan Hellmig



Bild: Sharp

Marek Dietze

SHARP

en Sharp-Modelle, spüren wir einen signifikanten Anstieg der Nachfrage im Handel und freuen uns auf das bevorstehende Weihnachtsgeschäft«, informiert **Jan Hellmig**, Sales und Marketing Director DACH für Sharp Home Appliances.

»Eine sehr starke Nachfrage verzeichnen wir derzeit nach einigen Modellen aus dem Bereich Waschen und Trocknen«, ergänzt **Marek Dietze**, Sales und Marketing Director für die Marke. »Hierzu zählen beson-

UNOLD®

SLOW JUICER 3 in 1



SLOW JUICER 3 in 1

Ganz schonend, ganz langsam, ganz lecker: Mit dem SLOW JUICER 3 in 1 von Unold® zaubern gesundheitsbewusste Menschen feinen oder stückigen Saft, einen gesunden Smoothie, aber auch die Basis für fruchtige Sorbets. Obst und Gemüse wird bewusst langsam und schonend ausgepresst – denn so bleiben Vitamine und Vitalstoffe erhalten. Klasse ist die große Einfüllöffnung, denn so können bspw. ganze Äpfel mit einem Durchmesser bis ca. 75 mm verarbeitet werden. Bestell-Nr. 78265



www.unold.de



Mit Kenwood backen

Die Plätzchentrends in diesem Jahr

In keiner Zeit des Jahres duftet es in der Küche so verlockend wie in der Vorweihnachtszeit. Und in diesem Jahr wird es besonders exotisch, denn orientalische Aromen – die Vorboten des Levante-Foodtrends 2019 – halten bei den Rezepten schon mal Einzug



Kenwood Chef Sense Colour in Drizzled Pink

Dabei verschmischen sich bekannte Geschmacksnoten wie Vanille, Zimt & Co. mit exotischen, würzigen Düften und bringen den Zauber von Tausend-undeiner Nacht in die heimischen Plätzchenstuben.

Beim »Raw-Cookie«-Trend hingegen bleibt der Backofen aus und lustige Tiermotive machen den traditionellen Ausstechförmchen Stern, Tannenbaum und Herz Konkurrenz. So kommt in der Plätz-

chenschale und beim Backen keine Langeweile auf. Erst recht, wenn man dazu noch einen zuverlässigen und vielseitigen Küchenhelfer zur Seite hat, mit dem man spielend leicht die neuen Plätzchentrends umsetzen kann.

Die Marke Kenwood steht seit über 70 Jahren für höchste Qualität und bietet mit leistungsstarken Küchenmaschinen und einer enormen Bandbreite von über 25 Zubehörteilen die passende Unterstützung für jede noch so ausgefallene neue Rezeptidee.

Meet & Greet mit Sally

Nicht nur die eigenen, selbst gebackenen Kreationen versüßen die Adventszeit – beim großen Kenwood Rezeptwettbewerb können zwei Familien mit ihren kinderleichtesten weihnachtlichen Lieblingsrezepten ein Meet & Greet mit **Sally** gewinnen. Egal ob süße oder salzige Weihnachtsklassiker, ausgefallene Cupcakes, Mirror-Glaze-Kuchen oder ein klassisches Lebkuchenhaus – kreative, fantasievolle Rezepte sind gefragt.

Für die Teilnahme melden sich Interessierte unter www.kenwoodclub.de/aktionen an und laden in der Zeit vom 15. November bis zum 31. Dezember 2018 ihr Lieblingsrezept inklusive Foto hoch. Im Anschluss entscheidet das Los. Zusätzlich zum Hauptgewinn werden eine Kenwood Chef Sense Colour Collection Küchenmaschine in Drizzled Pink und zehn Backbücher von Sally verlost.



Rezept Mokka-Nuss-Kipferl

Zutaten

50 Gramm gemahlene Haselnüsse
100 Gramm kalte Butter
50 Gramm Puderzucker
1 Prise Salz
1 Eigelb
1 EL wasserlösliches Espressopulver
0,5 TL gemahlener Kardamom
125 Gramm Mehl
3 EL Kakao zum Bestäuben

Zubereitung

Gemahlene Haselnüsse in einer Pfanne unter regelmäßigem Wenden goldbraun rösten, anschließend auskühlen lassen.

Butter, Puderzucker, etwas Salz, Eigelb, Espressopulver, Kardamom, geröstete Haselnüsse und Mehl in die Rührschüssel der Kenwood Küchenmaschine geben und mit eingesetztem K-Haken bei Geschwindigkeitsstufe 3 rasch zu einem glatten Teig kneten. Diesen in Folie gewickelt eine Stunde kühl stellen.

Ofen auf 160 Grad Celsius vorheizen. Teig zuerst zu kirschgroßen Kugeln rollen. Diese zu Kipferl formen und auf ein mit Backpapier belegtes Blech setzen. Kipferl in den Ofen schieben und darin in etwa 15 Minuten goldbraun backen. Anschließend leicht mit Kakao bestäuben.

Durchdacht bis ins letzte Detail

Leichtes Bügeln mit Dampf- bügelseisen Braun Tex Style 3

➔ **Ein frisches Design**, eine verbesserte Bügelsohle und zahlreiche optimierte Funktionen – die neuen Braun Tex Style 3 Dampf-
bügelseisen überzeugen auf ganzer Linie. Erstmals sind die Modelle nun ebenfalls mit der patentierten Free Glide 3D Bügelsohle ausgestattet, die – inspiriert von der Form eines Snowboards – mit abgerundeten und abgeschrägten Kanten vorwärts wie rückwärts und mit 360 Grad Gleitfähigkeit mühelos über sämtliche Materialien gleitet. Selbst Reißverschlüsse, Knöpfe oder Nieten unterbrechen den Bügelfluss nicht mehr.

Die Super Ceramic-Beschichtung für wäscheschonendes Bügeln und eine noch stärkere Dampfleistung mit Turbo-Dampffunktion runden die bis zu 2.400 Watt starken Bügelseisen ab. Optisch punkten die neuen Modelle ebenfalls. Neben den klassischen Farben Schwarz und Weiß setzen die Braun-Bügler in Grau, Violett, Türkis, Blau und Pink farbliche Akzente.

Abgerundet werden die neuen Modelle durch nutzerfreundliche Eigenschaften. Über die vergrößerte Öffnung lässt sich der bis zu 270 Milliliter fassende Wassertank schneller und bequemer befüllen. Das bewährte Anti-Tropf-System verhindert – auch bei niedrigen Temperaturen



Braun Tex Style 3 Modelle Seit September im Handel erhältlich

– unschöne Wasserflecken während des Aufwärm- und Bügelvorgangs. Die bei den drei Topmodellen – SI 3053, SI 3054 und SI 3055 – integrierte Auto-off-Funktion schaltet das Dampf-
bügelseisen nach acht Minuten in vertikaler Position aus, in horizontaler Lage bereits nach 30 Sekunden.

Die Qualitätsmarke aus der Schweiz

Knoll Elektrogroßhandel vertreibt Trisa Produkte in Deutschland

(kn) Die Knoll Elektrogroßhandel GmbH in Bayreuth vermarktet seit kurzem die Elektrokleingeräte und Home-Security-Produkte der Schweizer Firma **Trisa Electronics AG** in Deutschland

Die Partnerschaft der Knoll Elektrogroßhandel GmbH mit der Trisa Electronics AG wurde Mitte 2018 vereinbart. Inhalt der Partnerschaft ist die Vermarktung der Schweizer Qualitätsprodukte von Trisa durch den Bayreuther Elektrogroßhändler Knoll in Deutschland. Knoll verfügt dazu auf dem deutschen Markt über einen Außendienst, der in allen Bundesländern erfolgreich tätig ist.

Zudem kann der registrierte Fachhändler auf einen modernen Online-Shop 24 Stunden am Tag und sieben Tage die Woche zugreifen und die Trisa-Produkte auch auf diesem Wege schnell und unkompliziert bestellen.

Trisa Electronics, ein junges dynamisches Unternehmen aus der Trisa Gruppe, das im vergangenen Jahr sein 30-jähriges Jubiläum feiern konnte, beschäftigt rund 40 Mitarbeiter und wächst kontinuierlich. Das vielseitige Kleingerätesortiment von



Jörg Petzoldt



Philipp Studer

Trisa umfasst Produkte aus den Bereichen Beauty & Wellness, Küche & Haushalt, Raclette & Grill, Reinigen und Bügeln, Klima & Luft sowie die Komponenten für das Home Security System Home 8. Weil bei dem Schweizer Unternehmen beste Qualität im Vordergrund steht, wird auf alle Geräte fünf Jahre Garantie gewährt.

Ein Beweis für die Innovationskraft von Trisa ist die Tatsache, dass 90 Prozent der

Produkte jünger als zwei Jahre sind. Damit ist garantiert, dass die Technik stets auf dem neuesten Stand der Entwicklung ist und das Design dem modernen Zeitgeist entspricht.

Ein Highlight im Trisa-Sortiment ist der Kühlschrank Frescolino 1 für unterwegs, verfügbar in den Farben Weiß und Rot.

Das Sortiment wird zudem mit Handmixern, Wasserkochern und Eierkochern im Retro-Design erweitert.

»Wir freuen uns, mit der Knoll Elektrogroßhandel einen leistungsfähigen Partner gefunden zu haben, mit dem wir unser attraktives Elektrokleingeräte-Sortiment nun auch in Deutschland erfolgreich vermarkten können«, sagt **Philipp Studer**, CEO von Trisa Electronics.

Jörg Petzoldt, Geschäftsführer der Knoll Elektrogroßhandels GmbH, ergänzt: »Die vielseitige und äußerst attraktive Produktpalette von Trisa Electronics stellt für unser Unternehmen eine hervorragende Ergänzung und Bereicherung unseres breitgefächerten Angebots dar. Sie bietet unseren Kunden die Möglichkeit, auf die innovativen Elektrokleingeräte und intelligenten Home-Security-Produkte eines der führenden Schweizer Unternehmen zugreifen zu können.«



Trisa
OF SWITZERLAND

Quick Clean Professional T8020 / T8081

Haare werden direkt eingesaugt und wickeln sich nicht um die Bürstenrolle.

Integrierter Filter für hygienische & staubfreie Luft, optimal für Allergiker!



2 IN 1



MULTI USE



EASY CLEAN



PATENTED HAIR
FREE TECHNOLOGY

Art. 9480 | 220 - 240 V | 380 W

Kaffeekompetenz und Genussmomente in den Alsterarkaden

Für Freunde gepflegter Kaffeekultur hat der JURA Store Mitte November in der Hansestadt Hamburg wieder geöffnet. Mehr dazu erfahren wir im direkten Dialog von **Horst Nikolaus**, Geschäftsführer der **Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH**

electro: Herr Nikolaus, welche Bedeutung hat die Wiedereröffnung des JURA Store in den Hamburger Alsterarkaden für JURA?

Horst Nikolaus: In Hamburg hat Kaffee eine lange Tradition – und dazu passt perfekt eine starke Präsenz von JURA. Die Menschen in der Hansestadt sind seit jeher neugierig auf das, was die Welt zu bieten hat – und das gilt auch für den Kaffeegenuss. Mit den Alsterarkaden hat der JURA Store einen optimal eingeführten Standort in einer der besten Lagen überhaupt in Hamburg. In unserem neuen Store können die Kunden die Marke JURA durch eine exzellente Präsentation und eine professionelle Beratung in einem modernen Ambiente erleben.

electro: Vorbild für den Store in Hamburg ist der seit Sommer 2017 wieder eröffnete JURA Store in Nürnberg, der auch über einen Seminarraum verfügt. Ist dies auch im wieder eröffneten JURA Store Hamburg der Fall? Und als Zusatzfrage: Ist in Hamburg auch ein Geräte-Verkauf an Endkunden möglich?

Nikolaus: Die Räumlichkeiten wurden sowohl für die Präsentation als auch für den Beratungsservice konzipiert. Seminare wie in Nürnberg wird es aber nicht geben, denn wir haben so hohe Ansprüche an unsere Fit for Coffee-Seminare, dass wir hier stets klare Grenzen ziehen wollen. Zum Thema Verkauf: Dieser steht im neuen Store nicht im Vordergrund. Es geht – wie erwähnt – um Beratung und Präsentation. Es geht darum, die Marke JURA umfassend erlebbar zu machen. Natürlich können interessierte Kunden aber auch Produkte kaufen. Wichtiger aber ist, dass die ortsansässigen Händler von unserer Präsenz, der kompetenten Beratung und der exzellenten Produkt-Präsentation profitieren – so wie es auch in Nürnberg der Fall ist.

electro: Wenn wir richtig gezählt haben, gibt es in Österreich ein halbes Dutzend JURA Stores, nämlich in Wien, Salzburg, Graz, Krumbach, Herzogenburg und Wiener Neudorf. Ist geplant, auch in Deutschland weitere JURA Stores zu eröffnen?

Nikolaus: Grundsätzlich sind wir überzeugt davon, dass die Marke JURA die Strahlkraft und das Potenzial besitzt, ein Geschäft wirklich erfolgreich zu betreiben. Das zeigen nicht nur unsere beiden eigenen Stores. Auch unser Shop-in-Shop-Konzept hat sich bestens bewährt



Horst Nikolaus
Geschäftsführer
Jura Elektrogeräte
Vertriebs-GmbH

– dabei stellen wir Händlern spezielle Einrichtungs- und Dekorationselemente für die Präsentation des JURA-Sortiments zur Verfügung. Zudem bieten wir unseren Partnern am POS zahlreiche weitere Materialien für ihr JURA-Angebotsportfolio. Bei uns gilt der Grundsatz: Wir sind gemeinsam mit Partnern aus dem Fachhandel erfolgreich, eine optimale Zusammenarbeit ist und bleibt unsere primäre Zielsetzung.

electro: Mit einer aufwändig gestalteten und außergewöhnlich attraktiven neuen Website für die ENA 8 wird der ultra-kompakte Eintassen-Vollautomat eindrucksvoll in Szene gesetzt. Gibt es schon ein Feedback von Händlern und Konsumenten auf diesen tollen Web-Auftritt?

Nikolaus: Die Microsite für die JURA ENA 8 hat sich schon kurz nach Freischaltung als großer Erfolg erwiesen. Es hat sich gezeigt, dass die Kombination von kompaktem Format und umfassendem Informationsangebot genau den Nerv der Menschen trifft – für den privaten Kaffeegenießer genauso wie für unsere Händler. Die Möglichkeit, die ENA 8 auf digitalem Weg »persönlich« kennenzulernen, wird gerne angenommen, und auch die zahlreichen Verlinkungen werden vielfach für eine Fortsetzung der »Customer Journey« genutzt. Die Idee war goldrichtig, die Umsetzung ist professionell: Genau das ist die Botschaft, die uns die Besucher der Seite vermitteln.

electro: Anlässlich des Geschäftsberichts der JURA Elektroapparate AG Ende Februar wurde in einem Ausblick auf das laufende Jahr erklärt, dass man auch auf die Weiterentwicklung der Kommunikationskampagne mit **Roger Federer** gespannt sein darf. Was gibt es hier Neues?

Nikolaus: Roger Federer ist und bleibt der ideale Markenbotschafter für JURA. Daher werden wir auch weiterhin Kampagnen mit der Tennislegende entwickeln und

umsetzen. Gerade jetzt startet unsere Kampagne für die Vorweihnachtsaison. Der entsprechende Spot läuft dann auf allen Kanälen: zur Prime Time auf den großen Sendern, in ausgesuchten Grand Cinemas quer durch Deutschland, aber auch in gedruckten Medien – und natürlich online in den sozialen Netzwerken sowie anderen digitalen Treffpunkten.

electro: Auch in der Weißen Ware geht der Trend zur Sprachsteuerung. Eine aktuelle Umfrage hat ergeben, dass sich 60 Prozent der Konsumenten für den Kauf von Elektrogeräten per Sprachsteuerung interessieren. Welchen Stellenwert hat die Sprachsteuerung bei JURA?

Nikolaus: JURA steht für Qualität, Nachhaltigkeit und Innovation. Sprachsteuerung ist eine solche Innovation, die sehr schnell weiter an Bedeutung gewinnen wird. Natürlich muss man als Hersteller abwägen, ob eine Integration einen konkreten Kundennutzen bringt – und ob sich das mit den entstehenden Zusatzkosten in Entwicklung und Produktion sinnvoll in Einklang bringen lässt.

electro: Die E8/E800 als erfolgreichste Produktlançierung in der Geschichte von JURA und der Testsieg der J6 bei der Stiftung Warentest schlugen sich im vergangenen Jahr in stark gesteigerten Absatzzahlen nieder. Gibt es in diesem Jahr ähnliche Auszeichnungen und Erfolge zu verzeichnen?

Vorweihnatskampagne und Genuss-Paket

Nikolaus: Tatsächlich sind in diesem Jahr vor allem die JURA ENA 8 und die JURA S8 die Stars auf dem Auszeichnungs-Treppchen. So konnte die S8 – die mit dem Premium-Mid-Segment eine ganz neue Klasse begründet hat – im Frühjahr gleich zwei sehr prestigereiche Preise erringen: den Red Dot Award: Produkt Design 2018 und den iF Design Award. Beide werden nur an wirkliche Spitzenprodukte vergeben. Der Red Dot Design Award wie auch der seit 60 Jahren verliehene internationale iF Design Award, stellen damit eine echte »Veredelung« unserer Kaffeespezialitäten-Vollautomaten dar und wirken sich entsprechend auf den Markterfolg aus.

electro: Laut »swiss.blackfriday.de« nimmt JURA an der Aktion Black Friday in der Schweiz teil. Ist eine Teilnahme an der Aktion auch in Deutschland geplant?

Nikolaus: In Deutschland sind keine besonderen JURA-Aktivitäten für den Black Friday geplant. Jedoch haben wir mit unserer Vorweihnatskampagne und dem Genuss-Paket auch hier einiges initiiert, um die Saison für die Verbraucher zum Genuss »à la JURA« zu machen. So können sich die Käufer eines JURA Vollautomaten in der Weihnachtszeit über ein exklusives Paket mit hochwertigen Latte Macchiato-Gläsern und edlen JURA Spitzenkaffees freuen. Zum Fest lässt sich JURA also einiges einfallen – auch abseits des Black Friday.



Jura Product Hero

Die Jura ENA 8 darf im Vorweihnachtsgeschäft bei keinem Fachhändler fehlen

Ein smarter Vollautomat bereitet Kaffeespezialitäten so zu, dass Kunden diese stillvoll genießen können. Überzeugend macht das der Jura ENA 8. Das sieht auch die Jury von **CE-electro** so

Die Jury der **CE-electro** kürt den Kaffeevollautomat Jura ENA 8 zum Product Hero, denn er bietet Fachhändlern eine Vielzahl an schlagkräftigen Verkaufsargumenten. Als trendigstes Technik-Produkt des Jahres 2018 wurde das Gerät zuvor schon vom Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) ausgezeichnet. Der Eintassen-Vollautomat ist außen klein und innen umso größer: Zehn Spezialitäten auf Knopfdruck, 2,8 Zoll-Farbdisplay und Premium-Technologien sprechen eine klare Sprache. Gleiches gilt für das Design: Hochwertige Materialien und klare Formen setzen ein ebenso unübersehbares wie stylisches Statement.

Die Jura ENA 8 hat, was Genießer wollen – technisch, optisch und konzeptionell. Mit ihren Maßen fügt sie sich selbst in beengte Platzverhältnisse ein, setzt Maßstäbe in puncto Ästhetik und bietet Technologien, wie sie sich zumeist in Vollautomaten höherer Segmente findet. So sorgen das Aroma G3-Mahlwerk sowie das Puls-Extraktionsverfahren P.E.P. mit seiner speziell auf kurze Spezialitäten abgestimmten Brüh-technik für beste Resultate in der Tasse, während das 2,8 Zoll-Farbdisplay und ergonomische Drucktasten den Bedienkomfort gewährleisten. Der Kombiauslauf mit vorn platzierter Milch- und hinten positionierter Kaffeeausgabe macht den Genuss mit der ENA 8 zu einem Erlebnis.

Zehn Kaffeespezialitäten bereitet und serviert die Jura ENA 8 auf Knopfdruck – und das so stilvoll wie kaum eine andere. Die klaren Linien des Vollautomaten werden von intelligenten Details abgerundet wie etwa dem zylindrischen Wassertank mit seiner charaktervollen Oberflächen-textur im Stil einer Karaffe.

Smarte Kaffeezubereitung

Auch bei Qualität und Hygiene ist die Jura ENA 8 ein echter Siegertyp: Das Intelligent Water System IWS sorgt mit automatischer Filtertyp-Erkennung für reines Wasser und arbeitet dafür mit einer speziell abgestimmten Claris Smart-Mini-Filtervariante. Das Schalensystem des Vollautomaten ist spülmaschinenfest.

Ein besonderes Ausstattungsmerkmal der Jura ENA 8 ist die Möglichkeit, den Vollautomaten mittels der hauseigenen Jura App J.O.E. und dem Sender Smart Connect per Smartphone zu steuern. So



CE-electro
Product Hero

kann der Genuss von jeder Stelle im Haus aus initiiert werden. »Klein, schön, einfach: Das ist die ENA 8. Mit zahlreichen Innovationen für perfekte Kaffeespezialitäten ausgestattet und speziell für enge Platzverhältnisse geschaffen überzeugt die ENA 8 von Jura nicht nur Kaffee- und Designliebhaber,« erklärt **Horst Nikolaus**, Geschäftsführer der Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH. »Wir freuen uns, dass die ENA 8 nun auch mit dem CE-electro Product Hero ausgezeichnet wird. Das zeigt, dieses Gerät ist ein Gewinn für Kunden und den Fachhändler.«

Die Jura ENA 8 ist wie alle Kaffee-Vollautomaten der Marke Jura über das flächendeckende Netz der autorisierten Fachhändler seit September 2018 erhältlich. Die UVP für die Ausführungen in Metropolitan Black, Sunset Red und Nordic White liegt bei 990 Euro. In der edlen Signature Line Massive Aluminium liegt der UVP bei 1.490 Euro.



Zusatzinformationen
Zur ENA 8 hat Jura eine extra Microsite programmiert

Sage »Alt gegen Neu«-Aktion

➔ **Kaffee und Espresso** liegen im Trend, verbunden mit einem neuen Bewusstsein für Kaffeegenuss – besonders auch zu Hause. Dafür soll die Zubereitung einfach und komfortabel sein. Sage vereint diese Wünsche in seiner Generation automatischer Espressomaschinen. Den Umstieg vom herkömmlichen Vollautomaten auf eine Siebträgermaschine erleichtert die Marke Sage mit einer »Alt gegen Neu«-Aktion zum Jahresendgeschäft.

Vom 1. November bis zum 31. Dezember 2018 haben Endkunden die Möglichkeit, eine beliebige alte Kaffee- oder Espressomaschine zu entsorgen und gegen eine der hochmodernen Siebträgermaschinen von Sage einzutauschen. Im Rahmen der »Alt gegen Neu«-Aktion kann sich der Verbraucher – abhängig von der ausgewählten Sage Maschine – über Prämien zwischen 50 und 300 Euro freuen.

Zwei mögliche Wege bringen den Verbraucher zum neuen Kaffee-Erlebnis: Grundvoraussetzung ist jeweils der Kauf eines Aktionsprodukts von Sage bei einem der teilnehmenden Händler.



Die erste Möglichkeit ist, dass sich der Endkunde auf der Aktionswebseite tradein.sage-appliances.de registriert. Anschließend sind unter anderem der Kaufbeleg des neuen Sage Produktes sowie ein Foto der alten Maschine hochzuladen. Nach Prüfung der Unterlagen wird dann die entsprechende Umtauschprämie an den Konsumenten innerhalb von 60 Tagen überwiesen.

Als zweite Möglichkeit wird ein Sofortabzug angeboten. Jedoch muss sich der Endkunde beim Händler erkundigen, ob die Prämie direkt an der Kasse, entweder gegen Nachweis oder durch Rückgabe des Altgeräts, abgezogen werden kann.

Mit dieser Aktion unterstützt Sage seine Handelspartner mit einer aufmerksamkeitsstarken Promotion. In der Ausstellung können neben den Siebträgermaschinen Regal-Wobbler angebracht werden, die die entsprechende Prämie direkt am Gerät zeigen. POS-Aufsteller wecken das Interesse für die Aktion an beliebiger Stelle im Laden. Flyer im praktischen A6-Format zum Mitnehmen bringen die Aktion zum Konsumenten nach Hause.



Kaffee mit WMF Praktischer Travel Mug in Vintage Kupfer sowie POS-Display für das Lumero-Gerät



Akzente in Licht, Farbe und Innovation by Design

WMF geht breit aufgestellt in die bevorstehende Weihnachtssaison

Auf der IFA stellte **WMF** insgesamt 25 Neuheiten vor. Auch das Sortiment der Filterkaffeemaschinen wurde deutlich ausgebaut

WMF hat insgesamt acht neue Filterkaffeemaschinen eingeführt, unter anderem die Top-Serie Lumero mit multifunktionalem Touch-Display und LED-Beleuchtung sowie die neue Lono Kaffeemaschine, die als Glas- oder Thermo-Version erhältlich ist. Besondere farbliche Akzente offeriert die Filterkaffeemaschine der Color Edition der WMF Küchenminis, die jetzt erstmals in den Trendfarben Kupfer und Graphit verfügbar sind.

Die Lono Kaffeemaschine ist elegant in Cromargan gestaltet und verfügt dank WMF Aroma Perfection über die Möglichkeit zur individuellen Anpassung der Aromastärke. Mit ihrem puristischen Design fügt sich das Modell Lumero perfekt in die moderne Küche ein. Auch sie wurde aus hochwertigem Cromargan matt gefertigt

und kreiert. Für ein besonderes Design-Erlebnis sorgt die ins Gerät integrierte, aus der Ambient-Serie bekannte, dekorative LED-Beleuchtung.

Marktstart für WMF Travel Mug

Die Edelstahl-Isolierbecher der WMF Serie Impulse sind die praktischen Eyecatcher für unterwegs. Zur IFA 2018 erweiterte die Marke WMF ihre erfolgreiche Impulse-Serie um den neuen Travel Mug, der in den drei Farbvarianten Matt Schwarz, Edelstahl und Vintage Kupfer jetzt lieferbar ist. Der Travel Mug ist die ideale Alternative für den Getränke-Genuss »to go«. Wie bereits seine Vorgänger der Impulse-Kollektion sorgt er für Nachhaltigkeit, verfügt über Top Funktionen und ist elegant-schick im Design.

Haus & Garten Test

mySodapop Wassersprudler erhält Testnote »sehr gut«

➔ **In der** Ausgabe 6/2018 des Testmagazins »Haus & Garten Test« schnitt der mySodapop Wassersprudler Sharon im Einzeltest mit der Note »sehr gut« (1,4) ab.

Im Fokus des Tests standen die Kriterien Funktion, Handhabung, Verarbeitung, Ökologie und Sicherheit – in allen Punkten konnte das Modell Sharon von mySodapop überzeugen.

Die Tester lobten besonders die leichte Handhabung: »Der Sprudelvorgang geht leicht von der Hand und auch das Auswechseln der CO₂-Zylinder gelingt einfach«. Neben der ansprechenden



Modell Sharon
Ausgezeichneter Wassersprudler von mySodapop



Edelstahl-Optik, dem in Deutschland entwickelten Design und der guten Verarbeitung konnte Sharon durch seine kompakten Abmessungen punkten.



Filterkaffeemaschinen der Marke Severin gehören seit vielen Jahren zu den Verkaufsschlagern im Handel

Bilder: Severin

Severin ist startklar für die wichtigste Saison des Jahres

Topseller unterm Weihnachtsbaum

Jetzt beginnt das Jahresendgeschäft. Hier sind traditionell Crêpes-Maker, Fondue-Sets und Raclette-Grills wichtige Treiber für die Handelspartner. **Severin** bietet sie alle und noch viel mehr

Mit dem neuen Fondue-Raclette Kombigerät bietet die Traditionsmarke ein attraktives Angebot, das durch die multifunktionale Nutzung einen echten Mehrwert für Endkunden schafft.

»Es punktet zudem mit praktischen und überraschenden Details, wie zum Bei-

spiel dem extralangen Kabel von zwei Meter. Aufgrund der bereits vorliegenden Aufträge bin ich mir sicher, dass dieses Produkt ein Topseller im diesjährigen Weihnachtsgeschäft wird«, betont **Christian Strebl**, Geschäftsführer der Severin Elektrogeräte GmbH.



Christian Strebl

»Nach der IFA sind wir nundenächstenwichtigen Schritt vorangekommen und haben viele unserer neuen Produkte erfolgreich im Handel platziert«, so Strebl weiter. »Besonders im Bereich Filterkaffeemaschinen und Mikrowellen sind wir auch sehr gut aufgestellt. Von unseren Handelspartnern haben wir durchweg positives Feedback erhalten – die neuen Geräte, das neue Packaging-Design und insgesamt die neue Sichtbarkeit der Marke Severin kommen sehr gut an. Mit der Markenneuaufrichtung sind wir also auf einem sehr guten Weg und ich freue mich auf die nächsten Etappen und Ziele.«



Kombigerät Fondue und Raclette in einem Produkt

Aktuelles von Unold

Punktlandung auf der Trendwelle

Stylish und multitalentiert – die Neuheiten von **Unold** haben nicht nur beim IFA-Fachpublikum ihre Fangemeinde gefunden. Einmal mehr punktet ein abwechslungsreiche Neuheiten-Paket



Bild: Unold

Multi 4-in-1 Fondue • Raclette • heißer Stein • Grill

Von kulinarischen Multitalenten bis zu formschönen Ventilatoren reicht das Neuheiten-Kaleidoskop, mit dem die Hockenheimer Unold AG seine Handelspartner dieses Jahr auf der IFA in Berlin begeisterte.

»Unser Neuheiten-Programm bot den gelungenen Mix aus schickem Design und angesagten Trends – wir freuen uns, dass wir in Berlin einmal mehr Produkte zu bieten hatten, die Aktualität und Gebrauchswert in stimmiger Kombination zeigten und deshalb genau den Wünschen unserer Handelspartner und der Endverbraucher entsprachen«, kommentiert **Yvonne Unold**, stellvertretende Vorstandsvorsitzende des Hockenheimer Unternehmens die Berliner Messe.

Für genussvolle, kulinarische Tafeleien am Tisch wurde das Raclette Multi 4-in-1 geordert, das Fondue, Raclette, heißer Stein und Grillplatte als starkes Team in einem multitalentierten Gerät vereint – so sind Gastgeber auf alle Genussfälle bestens vorbereitet.

Der neue Alleschneider von Unold mit integrierter Auffangschale im profes-

sionellen Look und schickem Metall-Output liefert auf Knopfdruck gleichmäßige Scheiben von Lebensmitteln wie Brot, Wurst, Gemüse, Käse oder Fleisch.

Im Bereich Wellness präsentierte Unold unter anderem den Turmventilator View, der nicht nur optisch ein Hochgenuss ist, sondern auch durch sein Können für perfekt temperierte Wohlfühl-Atmosphäre zuhause sorgt.

Der neue Esge-Zauberstab M 180 to Go mit seinem praktischen und dichtschießenden Thermo-Becher sorgt für den gesunden Smoothie zwischendurch und liefert dafür auch gleich das Transportgefäß mit. Mit Fleisch- und Multimesser ausgestattet, ist er die ideale Küchenhilfe.

Steba
GERMANY

Gemeinsam genießen

Raclettes entdecken auf steba.com

Wenn Fachhändler zu Severin beraten, ist für jeden etwas dabei

Der CE-Cashman will dem Handel helfen, Kasse zu machen, also »cash«. Dazu muss man nicht nur im Verkaufsgespräch richtig argumentieren, sondern auch über innovative Produkte und Technologien der Branche Bescheid wissen. Thema diesmal: Für jeden Kunden der passende Staubsauger von **Severin Floorcare**

Ich bin auf der Suche nach einem neuen Staubsauger. Welche Staubsaugermodelle gibt es aktuell?

Das Angebot an Staubsaugern hat sich in den vergangenen Jahren ganz schön vergrößert. Es gibt Bodenstaubsauger mit und ohne Beutel, Saugroboter und auch kabellose Akkusauger. Die Marke Severin Floorcare bietet ein umfangreiches Gerätesortiment, bei dem für jeden das passende Modell dabei ist. Und eines

viel Platz Sie für die Aufbewahrung des Staubsaugers haben. Wenn Sie einen klassischen Bodenstaubsauger bevorzugen, können Sie zwischen Geräten mit und ohne Staubsaugerbeutel wählen. Die beutellosen Geräte sind mit einer Staubbox ausgestattet, die bequem über dem Mülleimer ausgeleert werden kann. Der Vorteil ist, dass Sie bei diesen Modellen nie mehr Staubbeutel nachkaufen müssen. Wer den eingesaugten Schmutz nicht sehen möchte, greift auf Bodenstaubsauger mit Beutel zurück, die jederzeit eine hygienische Staubentsorgung gewährleisten. Bei Severin gilt übrigens das Motto »Best in Class« und steht für ein besonders gutes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Welche aktuellen Bodenstaubsauger bietet die Marke Severin?

Es gibt zwei Neuzugänge im Sortiment, die auch die Highlights auf der IFA 2018 waren und durch ihre elektronische Leistungsregulierung mit Sensor-Clean-LED-Reinigungsanzeige für optimale Saugkraft auf allen Oberflächen für Aufmerksamkeit sorgten. Die neuen Top-Modelle gibt es sowohl als Beutelsauger als auch als beutellose Variante. Der BC 7048 ist das richtige Modell, wenn Sie auf ein Gerät mit Staubbeutel mit einem Fassungsvermögen von vier Litern setzen wollen. Der CY 7087 dagegen steht für die neue Generation beutelloser »High Speed Cyclone« Staubsauger mit einem Staubbehältervolumen von 1,5 Litern. Hier wird der Staub in einer Staubbox gesammelt, die Sie einfach und bequem über dem Mülleimer ausleeren können.

Können diese Sauger auch mit rücken-schonender Ausstattung punkten?

Allerdings. Ergonomie war bei der Entwicklung dieser Geräte ein zentraler Punkt. Die beiden Modelle verfügen über den eigens für die neuen Geräte entwickelten Ergo-Comfort-Griff. Durch die gebogene Form des Griffs ergibt sich eine Hebelwirkung. Dieser Effekt sorgt dafür, dass Ihr Handgelenk entlastet wird und Sie die Bodendüse mühelos manövrieren können. Außerdem saugen Sie nun noch besser mit dem patentierten XL-Easytouch-Teleskop-

Pluspunkte für den Händler

➔ **Ralf Wietek** ist Geschäftsführer bei Severin Floorcare



»Wir sind Spezialisten fürs Saugen, dabei spielt es für uns keine Rolle, ob Bodenstaubsauger oder Akkustaubsauger, ob mit oder ohne Beutel. Für uns ist die Produktqualität entscheidend. Hier erfüllen wir unseren »Best in Class« Anspruch. Der sorgt dafür, dass Händler gute Margen und Kunden attraktive Preise und optimale Saugergebnisse bekommen. Keines unserer Geräte muss sich hinter dem Wettbewerb verstecken. Ich würde sogar sagen, dass wir derzeit ein Benchmark in den jeweiligen Preisklassen setzen.«

rohr. Das lässt sich mühelos und sicher per Klick-Anschluss verbinden. Besonders angenehm können Sie auch die Länge mit einem Handdruck stufenlos verändern.

Gehören auch Bodendüsen mit zum Paket der Bodenstaubsauger?

Selbstverständlich. Zur Ausstattung gehören eine Soft Sound-Bodendüse für Teppiche und Hartböden sowie eine XL-Parkettdüse für die schonende Reinigung empfindlicher Hartböden.

Wie empfehlenswert sind Akkusauger?

Die neuen leistungsstarken Akkusauger bieten eine nie gekannte Freiheit beim Saugen, weil es kein störendes Kabel mehr gibt. Zudem brauchen sie wenig Platz und können deshalb sogar in Küche oder Flur für den nächsten Einsatz geparkt werden. Severin hat dafür den HV7160 entwickelt. Der HV7165 ist der große Bruder, wenn Sie Wert auf noch mehr Leistung legen. Der neue Digitalmotor bietet mit seine 220 Watt genug Leistung, um mit grobem Schmutz fertig zu werden. Sie entfernen Haare, tiefsitzenden Schmutz, Feinstaub und Allergene von Hartböden, Teppichen, Polstern und Möbeln. Reicht die normale Saugkraft nicht aus, machen die zuschaltbaren 2-in-1-Motorbürsten weiter. Für Überblick an dunklen Stellen sorgt die integrierte LED-Beleuchtung in der Bürste.

Gibt es schon Erfahrungswerte zu dieser Gerätekategorie?

Ja, die Testergebnisse von **Haus & Garten Test** zeigen ganz deutlich – die beiden aktuellen Akku-Modelle von Severin sind zwei kabellose Siegertypen. Nicht umsonst haben die beiden Geräte ein »sehr gut mit Note 1,2« eingefahren. Die Leichtgewichte bewältigen sämtlichen Schmutz vom Boden und müssen eine Stelle kaum zweimal überfahren.



ist sicher: Mit Severin kaufen Sie ein qualitativ hochwertiges Produkt. Das zeigt sich auch daran, dass die Staubsauger so verarbeitet sind, dass wir kaum Reparaturfälle verzeichnen. Übrigens sind die Staubsauger der Marke Severin mit einer 30 Tage-Geld-Zurück-Garantie ausgestattet. Das heißt, bei Nicht-Gefallen können Sie das Gerät nach 30 Tagen zurückgeben und bekommen den vollen Kaufpreis zurück erstattet. Sie kaufen also ohne Risiko.

Und welcher Gerätetyp eignet sich für mich am besten?

Das kommt auf Ihre persönlichen Vorlieben an, auf Ihre Wohnsituation und wie

»Unser neuer Akkusauger FX9 vereint das Beste aus zwei Welten«

Der Markt der Staubsauger in Deutschland ist hart umkämpft. Deshalb sind innovative Produkte gefragt, die den Kunden auf Anhieb überzeugen. Welche Vorteile der neue Akkusauger FX9 der Marke **AEG** hat, erfahren wir aus erster Hand von **Michael Geisler**, General Manager Small Appliances Central Europe



Michael Geisler
General Manager
Small Appliances
Central Europe

electro: Herr Geisler, wie ist die IFA 2018 für die Kleingerätesparte der Marke AEG gelaufen?

Michael Geisler: Auch diese IFA war wieder ein voller Erfolg. Sowohl von den Besuchern als auch vom Handel gab es eine überaus positive Resonanz auf unsere neuen Premium-Produkte, die den Konsumenten ganz klar in den Mittelpunkt stellen. Gerade unsere Innovation im Bereich des kabellosen Reinigens zählt durch super smarte Reinigungsfunktionen auf die Lebensqualität ein. Davon konnte sich sogar **Michael Müller**, Berlins regierender Bürgermeister, bei einem Live-Test überzeugen und war begeistert.

electro: Sie haben den Akkusauger FX9 vorgestellt. Wie kam das neue Gerät beim Handel und vor allem beim Publikum an?

Geisler: Unser neuer Akkusauger FX9 vereint das Beste aus zwei Welten. Das heißt, er ist so stark und effizient wie ein klassischer Bodensauger und so flexibel und praktisch wie ein Akkusauger. Er kann also den Bodensauger komplett ersetzen. Und mit seinen neuartigen Funktionen wie einem integrierten Saugschlauch, einem Teleskoprohr sowie einem smarten System zur Verschiebung der Motoreinheit entlang des Teleskoprohrs setzt er in Sachen Flexibilität noch eins drauf. Das hat sowohl die Besucher als auch den Handel restlos überzeugt.

electro: Welches Material haben Sie für die Handelspartner vorbereitet, um den FX9 am POS entsprechend in Szene zu setzen?

Geisler: Hier unterstützen wir unsere Handelspartner mit einem stimmigen Premium-Paket, welches die Vorteile des FX9 perfekt aufzeigt. Angefangen bei Premium Möbeln für eine attraktive Darstellung am POS über integrierte Bildschirme und hochwertigen digitalen Content bis

hin zu extra Broschüren, Magnetfolien sowie Bannern machen wir den FX9 erlebbar und geben unseren Partnern wertvolle Unterstützung für den Verkauf. Der FX9 startet direkt als Testsieger im Markt, denn er konnte den Vergleich des ETM Testmagazins von zwei Bodenstaubsaugern und zwei Akku-Handstaubsaugern für sich entscheiden. Sticker zum ETM-Testsieg mit der Bewertung »sehr gut« stellt AEG ebenfalls zur Kommunikation am PoO zur Verfügung. Abgerundet wird das Paket durch Produkt-Schulungen für den FX9 durch unsere Markenbotschafter.

electro: Wie bringen Sie die Konsumenten zum Handel?

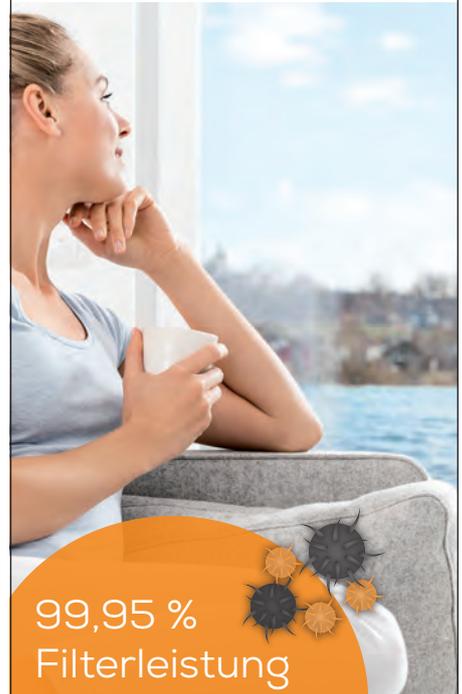
Geisler: Zum FX9 gab es aufgrund seiner starken Saugleistung als auch seines smarten Designs, welches eine noch höhere Flexibilität ermöglicht, bereits eine breite Medienberichterstattung. Diese hat Begehrlichkeiten geweckt. Die Konsumenten wollen mehr über den FX9 erfahren und ihn live im Handel erleben.

»Der neue Akkusauger FX9 von AEG kann den Bodensauger komplett ersetzen«

electro: Akkusauger und Saugroboter haben den Staubsaugermarkt in den vergangenen Jahren massiv verändert. Wo geht Ihrer Meinung nach in den nächsten Jahren die Reise in diesem Bereich hin?

Geisler: Gerade Akku-Handstaubsauger werden immer stärker nachgefragt. Diesen Trend haben wir bereits sehr frühzeitig antizipiert und bieten eine breite Range an Akku-Handstaubsaugern für alle Bedürfnisse – von 2-in-1 Modellen, über Modelle speziell für Allergiker und Tierbesitzer bis hin zum FX9, der den Bodensauger gänzlich ersetzen kann. Dieser Trend hin zu Akku-betriebenen Modellen wird sich ganz klar fortsetzen, denn hinsichtlich Flexibilität sind sie unschlagbar. Auch die Nachfrage nach Saugrobotern, also autonomen Saugern, wird zunehmen, aber nicht in dem Maße wie das Thema Akkusauger. Saugroboter stellen eine sehr gute Ergänzung dar, aber in den meisten Haushalten ersetzen sie nicht vollkommen den klassischen Staubsauger.

beurer



99,95 %
Filterleistung

Verbannen Sie allgegenwärtige Luftschadstoffe aus Ihren Räumen.

High-End-Luftreiniger LR 500 mit Feinstaubwertanzeige

- Komfortable Überwachung und Steuerung der Raumluft zu Hause und von unterwegs per „beurer FreshHome“ App
- Farbiger Raumluftqualitäts-Indikator
- Dreischichtiges Filtersystem entfernt bis zu 99,95 % der Allergene wie Hausstaubmilben, Pollen, usw.



www.beurer.com    



Kreppisen Modell Ceramic Crimp 220

Bild: Remington

Remington: Crimping is back!

➔ **Mit dem** Kreppisen Ceramic Crimp 220 S3580 bringt die Marke Remington ein Tool auf den Markt, das den wiederentdeckten Look mit definierten Zick-Zack Wellen und Volumen im Handumdrehen ermöglicht. Die hochwertige, antistatische Keramik-Turmalin-Beschichtung des Kreppisens garantiert einen vierfachen Schutz für das Haar während des Stylings.

Zusätzlich sorgen die 37 Millimeter breiten Platten für eine gleichmäßige Wärmeverteilung, eine geringe statische Aufladung sowie seidigen Glanz. Der Haarstyler ist bereits nach 30 Sekunden einsatzbereit und für den Sicherheitsaspekt mit einer automatischen Abschaltung nach 60 Minuten sowie einer Transportverriegelung ausgestattet. Die Temperatur kann bequem per Rädchen zwischen 150 bis 220 Grad Celsius gewählt werden und ermöglicht sowohl für feines als auch für dickes Haar die optimale Hitzezufuhr und Effektivität.

Selbstoptimierung der eigenen Gesundheit

Messeauftritt der Marke Medisana auf der Medica 2018 in Düsseldorf

Den weltweiten Trend zur Selbstoptimierung verbunden mit der Verbesserung der eigenen Gesundheit und des Wohlbefindens stellte Medisana auf dem Weltforum der Medizin in den Fokus

Was vor kurzem noch Vision war, ist heute fester Bestandteil unseres Alltags: Clevere, aufeinander abgestimmte Produkte, die es uns möglich machen, unsere Gesundheitsdaten überall dabei zu haben, einzusehen, auszuwerten und so unseren individuellen Gesundheitszustand stets aktuell zu kontrollieren und zu optimieren. Dazu präsentierte Medisana Mitte November auf der Medica die Geräte seiner neuen Connect-Serie und der maßgeschneiderten Gesundheits-App Vita Dock+.

Eines der größten und angesagtesten Trend-Themen weltweit ist Virtual Reality, das auch dem Gesundheitsmarkt neue Chancen und Möglichkeiten eröffnet. Dazu wurden auf dem Partnerstand »wearable technologies« innovative Virtual Reality Massagen von Homedics vorgestellt – eine VR-Technologie, die das Unternehmen eigenständig entwickelt hat.



Bild: Medisana

Medisana Pionier für mobile Gesundheit

Medisana vertreibt die Homedics VR Massage matte exklusiv und führt sie aktuell in der DACH-Region ein. Passend dazu gibt es die Hyperence App, die jetzt neu im App Store und im Google Play Store mit mehr als 100 virtuellen Experiences verfügbar ist.

Oral-B verlost eine Genius 10000 in Orchid Purple

Die Oral-B Genius 10000 erkennt individuelle Zahnfleischproblemzonen im Mundraum und hilft mit ihrem Assistenten, Zahnfleischbluten durch die Verbesserung der Putzroutine zu bekämpfen.

Kreuzen Sie bis 31. Dezember 2018 die richtige Antwort an und gewinnen Sie das Premiummodell Genius 10000 der Marke Oral-B in trendiger Farbstellung!

Welches Feature zeichnet die elektrische Zahnbürste Genius 10000 von Oral-B aus?

- Karies-Unterstützer *oder*
- Zahnfleischschutz-Assistent

Der Gewinner erhält eine Oral-B Genius 10100S Orchid Purple im Wert von 329,99 Euro*. Senden Sie Ihre Lösung bitte per E-Mail an apc@ce-electro.de oder per Telefax an 0 91 06 – 92 55 62.

* Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers. Verkaufspreise, Vermarktungen und Distributionsentscheidungen (Sortiment, Platzierung) liegen im alleinigen Ermessen des Handelspartners.

Unter mehreren richtigen Einsendungen ermitteln wir den Sieger im Losverfahren. Name, Anschrift und Telefonnummer zur Gewinnbenachrichtigung bitte nicht vergessen! Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Mit der Teilnahme am Gewinnspiel erklärt sich der künftige Gewinner damit einverstanden, dass er in der Ausgabe 1+2/2019 **electro** namentlich erwähnt wird.



Bild: Oral-B

Weihnachtszeit ist Weiße-Ware-Zeit

Es ist ein gutes Zeichen, dass die Deutschen in diesem Jahr wieder deutlich mehr Geld für Weihnachtsgeschenke ausgeben wollen als noch im Jahr zuvor. Dank einer florierenden Wirtschaft, niedriger Arbeitslosigkeit und steigender Löhne stehen die Zeichen weiter auf Wachstum. So sieht es auch der Handelsverband Deutschland: Grundlage für die aktuell ansteigende Anschaffungsneigung der Verbraucher vor Beginn des Weihnachtsgeschäfts sei die weiterhin gute gesamtwirtschaftliche Situation sowie die positive Lage am Arbeitsmarkt.

Insgesamt summieren sich die geplanten Geschenkausgaben der Deutschen in diesem Jahr laut Unternehmensberatung Ernst & Young auf 18,4 Milliarden Euro. Dabei müsse sich der stationäre Handel trotz der stark steigenden Online-Budgets der Verbraucher nicht kampflös den Online-Giganten geschlagen geben. Wie es in der EY-Studie heißt, hätten gut positionierte Einzelhändler mit einem attraktiven Umfeld, die den Kunden ein echtes Einkaufserlebnis bieten können, in diesem Jahr beste Chancen auf ein gutes Weihnachtsgeschäft.



A. Pfänder-Coleman

wärmer oder Wärmekissen. Ganz besonders trendig sind dieses Jahr die Fitness Tracker und spezielle Smartwatches, die dem körperlichen Wohlbefinden dienen und den Nutzer fit und leistungsfähiger machen. Auch Faszienrollen ziehen immer größere Kreise, daher verhält ein gut überlegtes Warensortiment so manchem unentschlossenen Kunden zu einem Spontankauf, der auch dem Beschenkten gefällt.

Produkte, die das Luftklima positiv beeinflussen, werden ebenfalls gerne gekauft, denn gerade in der kalten Jahreszeit kann trockene Heizungsluft zu Atemwegsschmerzen führen. In dieser Ausgabe können Sie deshalb auch ganz viel zum Thema Luftreinigung und Luftbehandlung im Allgemeinen lesen.

Küchengeräte sind immer gern gesehene Geschenke, vor allem wenn es sich um besonders gefragte Produkte handelt oder wenn man genau weiß, über welches Gerät sich der Beschenkte mit Bestimmtheit freuen würde. Das kann zum Beispiel ein Brotbackautomat, ein Dörrapparat oder ein Smoothie-Maker sein. Oder man überrascht einen passionierten Teetrinker mit einem Tee-Automaten.

Viele Familien machen sich zu Weihnachten auch gerne einmal selber ein schönes Geschenk und dann darf es durchaus etwas spezielles sein, dass ein paar Euro mehr kostet. Beispielsweise stehen Kaffeevollautomaten und Saugroboter nach wie vor ganz oben auf der Wunschliste vieler Haushalte.

Egal, für welches Gerät sich der Kunde auch entscheidet, bieten Sie ihm doch einen besonderen Service, indem Sie beispielsweise die gekauften Waren gleich hübsch als Geschenk verpacken, so dass sie der Kunde wirklich nur noch unter den Tannenbaum legen muss.

Wir wünschen allen **electro**-Lesern gute Geschäfte und ein besinnliches Weihnachtsfest. Darüber hinaus möchten wir uns bei Ihnen für das gute Miteinander bedanken und freuen uns auf ein erfolgreiches Jahr 2019. In diesem Sinne

Ihre

Annette Pfänder-Coleman
Chefredakteurin **electro**

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 Rossmesl

REDAKTION

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

VERLAGSBÜRO FÜRTH

Lutz Rossmesl, Fliederweg 10
D-90766 Fürth, Telefon 0911/9709030
Fax 9709031, Mobil 0160/4403754
E-Mail Rossmesl@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 15.471,
tatsächlich verbreitet 15.348,
verkauft 7.427 Exemplare
(IVW-Auflagenmeldung 3. Quartal 2018)

DAS AROMA
BALANCE
SYSTEM
Dem Geschmacks-
geheimnis auf der Spur
www.nivona.com
a passion for coffee.

Traditionell werden zu Weihnachten gerne Elektrokleingeräte verschenkt. Den Fachhändlern in unserer Branche bieten sich hier also wieder beste Chancen für ein erfolgreiches Geschäft zum Jahresende. Wie immer sind Rasierer zu Weihnachten echte Verkaufsschlager und demzufolge ist das Angebot sehr hoch. Allgemein sind Pflegeprodukte für das Bad beliebte Präsente unter dem Tannenbaum. Angefangen bei Haarstyler und Gesichtsbürsten über Maniküre-Pediküre-Sets oder elektrische Zahnbürsten bis zu Epilierer oder hochwertige IPL-Geräte für die Haarentfernung.

Ganz oben in der Verbrauchergunst stehen auch Geräte, die der Gesundheit Gutes tun. Dazu gehören unterschiedlichste Massageprodukten oder Massageauflagen, Blutdruckmessgeräte und Fuß-

Marketingkampagne Neff Connect

Neue digitale Möglichkeiten

➔ **Neff** bringt jetzt die ersten vernetzten Hausgeräte auf den Markt und gibt Köchen damit eine Fülle neuer Möglichkeiten an die Hand. Zur Einführung hat Neff ein Marketingpaket geschnürt, das ebenfalls neue Verbindungen schafft – zwischen Händler und Kunde, Mensch und Marke, Produkt und POS. Unter dem Namen Neff connect kann der Handel künftig ein »verbindendes« Produkterlebnis bieten, denn ab Herbst stehen erstmals vernetzte Neff Geräte zur Verfügung: Backofen & Co. können nicht nur via Tablet und Smartphone bedient werden – sie verfügen durch die Home Connect App auch über eine Vielzahl cleverer und intuitiver Zusatzfunktionen – von Gebrauchsanweisungen bis zu Rezepten und Kochtipps. Zudem profitieren Neff Kunden von weiteren Services, die in der Home Connect App verfügbar sind, beispielsweise die Gerätesteuerung per Sprachbefehl.

SEVERIN

Friends for Life

Saubere Leistung.



MY 7116.142

**Die günstigsten guten
Bodenstaubsauger
laut Stiftung Warentest.**

Gutes muss nicht immer teuer sein. Die Stiftung Warentest rät: „Das günstigste unter den guten Modellen ohne Beutel ist der Severin MY 7116.142“ und „Der günstigste gute Staubsauger ist Severin BC 7058“.

SEVERIN steht für gute und erschwingliche Qualität – überzeugen Sie sich selbst und nutzen Sie unsere Geld-zurück-Garantie*.



BC 7058

Der günstigste gute Bodenstaubsauger ohne Beutel

Stiftung
Warentest

test



GUT (2,3)

SEVERIN MY 7116.142

Im Test:
20 Bodenstaubsauger
bis 800 W, davon
11 mit Beutel und
9 beutellose Geräte.

Ausgabe 6/2018
www.test.de

18DK60

Der günstigste gute Sauger

Stiftung
Warentest

test



GUT (1,9)

SEVERIN BC 7058

Im Test:
12 Bodenstaubsauger
bis 900 W, davon
6 mit Beutel und
6 mit Staubbox

Ausgabe 7/2017
www.test.de

17EV81