

electro

www.ce-electro.de

Das Business-Magazin der Elektro-Hausgeräte-Branche

Top-Themen

Samsung Hausgeräte: Rückkehr des Helden-Trios | Seite 10

Severin startet durch in die Grillsaison 2021 | Seite 18+19

Beurer bringt digitale Hörhilfen für besseres Hören | Seite 27



Frisch gemahlen, nicht gekapselt.

Die neue Z10 von JURA für hot & cold Kaffeespezialitäten

Seite 15

SAMSUNG



Volle Waschleistung. Halbe Zeit.*

Doppelt so schnell dank zweifacher Rotation.



Mehr erfahren unter: samsung.de/QuickDrive



* Getestet von Intertek ETL SEMKO Korea Ltd nach IEC 60456:2010. Im Vergleich: Samsung WW8800 (mit QuickDrive™-Technologie) mit WW8500 (Intertek Report Nummer 1705000355EL-001/-002). Das Modell mit Samsung QuickDrive™-Technologie benötigt im Programm Baumwolle 40 °C bei halber Beladung nur 50 % (+/- 3 %) der von dem Vergleichsmodell benötigten Zeit sowie ca. 20 % (+/- 3 %) weniger Energie. Die Waschleistung ist dabei jeweils annähernd gleich (+/- 3 %).

QuickDrive™



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

Editorial

Mehr als ein Barbecue: Der erste Schritt zurück in die Normalität

Mit großer Geschwindigkeit nähert sich der Frühling und wenn das Wetter besser wird, strömen die Menschen nach draußen, wollen frische Luft und Sonne tanken und sich auch wieder mit Freunden und Bekannten treffen.

Ein Barbecue ist dafür ein schöner Anlass. Deshalb möchten wir Sie mit dieser Ausgabe auf die kommende BBQ-Saison einstimmen, denn das erste Angrillen nach dem Winter ist immer ein ganz besonderes Ereignis – nach dem langen Lockdown umso mehr.

Lesen Sie in diesem Heft ab Seite 18, welche Produkte in der Saison 2021 besonders begehrt sind. Viele elektrische Griller haben den großen Vorteil, dass man damit nicht nur outdoor auf Balkon, Terrasse oder im Garten brutzeln kann, sondern einfach in den Innenbereich umzieht, sollte sich das Wetter verschlechtern.

Jahresveranstaltung

EP verschiebt in den April

Aufgrund der aktuellen Entwicklung des Infektionsgeschehens im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie und den damit verbundenen unsicheren Öffnungsperspektiven für den Einzelhandel, hat sich die Verbundgruppe Electronic Partner entschieden, ihre virtuelle Jahresveranstaltung um drei Wochen nach hinten zu verlegen. Neuer Zeitraum ist somit **8. bis 21. April 2021**.

»Die Electronic Partner Jahresveranstaltung ist auch in ihrer virtuellen Form vor allem eins: eine Ordermesse. Um davon optimal profitieren zu können, müssen unsere Mitglieder eine gewisse Planungssicherheit in Bezug auf die kommenden Wochen haben. Da dies aufgrund der aktuell schlecht einzuschätzenden Entwicklung bezüglich der Lockerungsmaßnahmen kaum möglich ist, lautet die

Wenn diese Ausgabe in Druck geht, herrscht landesweit immer noch ein harter Lockdown. Aber mit zunehmenden Impfungen und abnehmenden Inzidenzwerten beginnt hoffentlich nach und nach die Rückkehr in ein normales Leben und damit auch die Öffnung Ihrer stationären Geschäfte.

Die Karenzzeit für die Umstellung auf das neue EU-Label ist fast vorbei, wenn Sie dieses Heft in Händen halten. Sie sollten deshalb sicherstellen, dass die von Ihnen angebotenen Waren nur noch mit dem neuen Energielabel versehen sind.

Ich wünsche uns allen ein absehbares Ende des Lockdowns, damit das Leben wieder lebenswerter wird.

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

einzig sinnvolle Konsequenz, die Messe zu verschieben«, so **Friedrich Sobol**, Vorstand Electronic Partner und ergänzt: »Uns ist es jedoch wichtig, dass unsere Mitglieder gerade in dieser herausfordernden Zeit nicht zu lange auf geschäftsentscheidende Impulse warten müssen. Deshalb haben wir die Veranstaltung lediglich um drei Wochen verschoben – wohlwissend, dass die Chancen für Lockerungen dann größer, aber dennoch nicht sicher sein werden.«

Ziel der virtuellen Messe ist es, die Mitglieder und Partner der Verbundgruppe bestmöglich mit relevanten Informationen und Ware für ein erfolgreiches Jahr 2021 auszustatten. Neben einer ansprechenden Darstellung der wichtigsten Produktneuheiten auf virtuellen Messeständen präsentiert die Electronic Partner Zentrale in Kooperation mit den wichtigsten Industrievertretern ein umfangreiches Workshop- und Vortragsprogramm.

Offene Briefe aus dem Handel an die Bundesregierung

Bereits im Januar 2021 forderten die Handelspräsidenten, allen voran HDE-Präsident **Josef Sanktjohanser** in einem offenen Brief an Bundeskanzlerin **Angela Merkel** Unterstützung und Perspektiven für den Handel in Deutschland. Hier ein Auszug:

»Mit der vollständigen Geschäftsschließung erbringt der Einzelhandel in dieser schwierigen Zeit der Pandemie ein Sonderopfer für die gesamte Gesellschaft, und erhält erkennbar aus dem Hilfsprogrammen keine oder nur eine sehr geringe Kompensation. Erschwerend kommt hinzu, dass zur Zeit keine Perspektive für das Wiedereröffnen der Geschäfte aufgezeigt wird.«

Der Vorstand der EK-Servicegroup unter dem Vorsitz von **Franz-Josef Hasebrink** schickte im Februar einen offenen Brief an Bundesminister **Peter Altmaier**, der unter anderem diesen Inhalt enthielt: »Waren Sie in den letzten Wochen einmal im Großflächen-Supermarkt, beim Discounter um die Ecke oder in einem Drogeriemarkt einkaufen? Da werden Elektrogeräte für den Haushalt und den Heimwerker angeboten, da gehen Socken und T-Shirts über die Laufbänder, da werden Haushalt-, Schreib- und Spielwaren verkauft. Da stehen Menschen ohne Beratung und Begrenzung vor den Warenträgern und drängeln sich auf hochfrequentierten Flächen um ultimative Wochen-Angebote wie Bettwäsche, Bratpfannen oder Parfüm.«

Franz-Josef Hasebrink ist mit dieser Strategie nicht einverstanden, denn Fachhandel kann »Krise« und fragt den Bundeswirtschaftsminister konkret: »Haben zentral gesteuerte Filialisten bessere Hygienekonzepte als inhabergeführte Spezialisten mit in der Regel geringerer Kundenfrequenz? Sind sie mittelständischen Elektrofachgeschäften, Haushalt-, Mode- und Spielwarenhändlern in Sachen Corona-Krisenmanagement voraus? Ganz sicher nicht!«

Ernst-Martin Schaible, Chef des Systemverbunds **Der Kreis** schreibt am 16. Februar 2021 an das Bundeskanzleramt: »Die Verlängerung des Lockdowns ist für unsere Mitgliedsbetriebe in keinsten Weise mehr nachvollziehbar und angesichts unserer umfangreichen Sicherheitsvorkehrungen für Kunden und Beschäftigte sowie stetig sinkender Infektionszahlen auch nicht mehr gerechtfertigt. Wir fordern daher, dass die Bundesregierung endlich ein Konzept für eine sichere und kontrollierte Öffnungsstrategie vorlegt.«



Bild: Samsung

10

Die Rückkehr des Helden-Trios bei Samsung Hausgeräte

Samsung setzt seine erfolgreiche Marketingkampagne »Zuhause unschlagbar« rund um die Warengruppen Waschen, Kühlen und Einbau fort ...



Bild: Severin

18+19

Severin startet mit viel Schwung in die Grillsaison 2021

Severin hat letztes Jahr mit der Sevo-Range erfolgreich die neue Epoche des Grillens eingeläutet. Diese Erfolgsgeschichte wird jetzt weiter ausgebaut ...



Bild: Beurer

27

Beurer präsentiert digitale Hörhilfen-Kollektion

Schwerhörigkeit ist ein weit verbreitetes Problem und nimmt mit dem Alter zu. Besser hören mit **Beurer** und seinen neuen digitalen Hörhilfen ...

INHALT Ausgabe 3 | 2021

Editorial Barbecue-Saison ist gestartet • Offene Briefe	3
Inhaltsverzeichnis dieser Ausgabe • Impressum	4
Messegeschehen in Corona-Zeiten	5
News Aktuelles aus der Branche	6
Euronics Convenience-Mehrwert durch Vernetzung	7
EU-Label Neuerungen ab 1. März 2021	8
HEPT findet dieses Jahr rein digital statt • GfK	9
Samsung Hausgeräte holt sein Helden-Trio zurück	10
Miele Neuigkeiten aus Ostwestfalen	11
AEG • Bauknecht • Haier	12
Bosch Exklusiv Qualitätsoffensive 2021 • Liebherr	13
WMF Frühlingspromotion • Miji • Russell Hobbs • AEG	14

Kaffee Jura Gastro • Krups • Kitchen Aid • Illycaffè	16
De'Longhi Deutschland dreht die Lautstärke auf	17
Severin startet durch in die Grillsaison 2021	18+19
BBQ Sage BBQ & Press Grill	20
BBQ Steba VG 30 Slim	20
Tefal Grillen mit perfekten Ergebnissen	21
BBQ George Foreman • Gastroback • Caso	22
BBQ Esge Zauberstab M 200 BBQ • Gefu	23
Graef »sehr gute« Testergebnisse für Alleschneider	24
Braun 100 Jahre zeitloses Design	25
Personal Care Medisana • Miele • Philips	26
Beurer Besser hören mit digitalen Hörhilfen	27



Titelthema
Jura
 Heiß oder kalt – die neue Wahlfreiheit
 Die neue JURA Z10 bereitet auf Knopfdruck nicht nur heiße, sondern auch kalte Kaffeespezialitäten zu | Seite 15



NEWSLETTER

Sie wollen stets über die aktuellen Themen in der Branche Bescheid wissen? Dann abonnieren Sie den kostenlosen Newsletter von **CE-Markt electro**, der Sie regelmäßig über Produkte, Technologien und Trends informiert. Zur Anmeldung nutzen Sie bitte den QR-Code oder direkt unsere Website ce-electro.de

Impressum



DAS BUSINESS-MAGAZIN DER ELEKTRO-HAUSGERÄTE-BRANCHE

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

VERLAG: B&B Publishing GmbH
 Schmiedberg 2 a, D-86415 Mering
 Telefon 0 82 33 - 41 17, Fax 0 82 33 - 302 06
 E-Mail verlag@ce-markt.de

GESCHÄFTSFÜHRER: Rainer Simon

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

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

Besuchen Sie uns auf Xing

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

AUFLAGE: IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **CE-Markt electro**-Trägermediums **CE-Markt**
 Druckauflage 12.075 • tatsächlich verbreitet 11.859
 (IVW-Auflagenmeldung 4. Quartal 2020)

Korrektur zur Koop-Messe

Zeitlich aktualisierter Ablauf für Expert-Händler

In unserer Ausgabe 1+2/2021 haben wir auf der Seite 5 über die Koop-Messe informiert. Unser Heft war bereits in Druck, als die Veranstalter über neue, veränderte Messedaten informierten. Diese sehen wie folgt aus:



Die Corona-Restriktionen führen zu einem neuen Zeitplan für die Expert-Händler, während der Euronics-Zeitplan unverändert bleibt. Dazu vermeldet **Dr. Stefan Müller** (Bild), Vorstandsvorsitzender Expert SE: »Die Messeveranstaltung werden wir auf die KW 16, also auf einen Zeitraum nach den Osterferien, verschieben. Wir gehen heute davon aus, dass dann unsere Geschäfte wieder geöffnet sind, der Geschäftsbetrieb weitestgehend unter Hygiene-schutzmaßnahmen möglich sein wird und wir damit die bestmögliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Messe legen.«

Neuer Expert-Termin der virtuellen Veranstaltung ist vom **19. bis 23. April 2021**. Der **Euronics-Termin** findet unverändert vom **1. bis 5. März 2021** statt.

Der Kreis

Jahreshauptveranstaltung wird in den Herbst geschoben



Die Leonberger Verbundgruppe Der Kreis hat aufgrund der unsicheren Pandemielage entschieden, seine wichtigste Jahresveranstaltung in den Herbst zu verlegen.

Die Veranstaltung **Der Kreis Kongress** sowie die Preisverleihung von **Der Kreis Anja Schaible Stiftung** sollten in Verbindung mit dem österreichischen Messedoppel Küchenwohntrends und Möbel Austria im Mai 2021 in Salzburg stattfinden. Beide Messen wurden als physische Veranstaltung von den Veranstaltern abgesagt, bzw. zwischenzeitlich in den Oktober verschoben.

»Es ist sehr bedauerlich, dass wir aufgrund der anhaltenden Pandemie nun auch unsere Alternative in Salzburg absagen müssen. Unsere Mitglieder und Industriepartner hatten dieses Angebot sehr positiv aufgenommen«, so Der Kreis-Chef **Ernst-Martin Schaible**, der nun optimistisch auf den Herbst blickt und nach einer Möglichkeit für die Durchführung der geplanten Veranstaltungen sucht.

Treffpunkt Salzburg

Küchenwohntrends und Möbel Austria im Oktober

Für mehr Planungssicherheit – sowohl für Aussteller als auch Besucher – haben die Veranstalter der Doppelmesse Küchenwohntrends und Messe Austria beschlossen, die Veranstaltung in den Herbst zu schieben.

Neuer Termin der Live-Show in Salzburg ist vom 6. bis 8. Oktober 2021. Online gibt es die neuesten Trends auf dem Küchen- und Wohnsektor – wie ursprünglich geplant – bereits in der ersten Maiwoche 2021 zu bestaunen.



küchenwohntrends
fachmesse für küche essen wohnen

Die große Ausstellernachfrage zeigt: Die Branche möchte unbedingt ihre Neuheiten präsentieren und ihre Highlights in den Köpfen und Herzen der Besucher ankommen lassen. Deshalb ist die Messe – mit entsprechendem Sicherheitskonzept dahinter – auch in diesem Jahr unbedingt erforderlich und unersetzbar. Aus dem Bereich der Elektrogeräte werden unter anderem namhafte Marken wie Bora, Bosch, Neff und Siemens erwartet.

AMK

Mitgliederversammlung findet im November statt

Aufgrund der aktuellen Coronavirus-Situation verschiebt die Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e.V. (AMK) den für 15. und 16. März 2021 geplanten AMK-Branchenabend sowie die AMK-Vereinsmitgliederversammlung.

Ein neuer Termin ist bereits gefunden und so freuen sich AMK-Geschäftsführer **Volker Irle** (Bild) sowie der AMK-Vorstand auf ein Treffen der Küchenbranche am Dienstag, 16. November 2021 in Mannheim. Als Neuerung findet der AMK-Branchenabend im Anschluss an die Mitgliederversammlung statt und bildet so den besonderen Abschluss eines hoffentlich möglichen Branchentreffens.



SAVE THE DATE
26. - 29.04.21



1. DIGITALE
HEPT[®]
NÄHER DRAN
GEHT NICHT!

RELEVANT
KOMPAKT
UNTERHALTSAM
INTERAKTIV

SEIEN SIE
DABEI!

jura | GASTRO
KÄRCHER | **LIEBHERR**

Miele



ANMELDUNG
AB 22. MÄRZ

HEPT.DE

MANAGEMENT-NEWS



Bild: Grundig

Beko/Grundig

Die Beko Grundig Deutschland GmbH gestaltet ihre Vertriebsstruktur effizienter und vereint die beiden bisher getrennten Vertriebsorganisationen Elektrogroß- und Kleingeräte sowie Consumer Electronics unter einem Dach. Die Gesamtverantwortung für den Vertrieb hat zum 1. Januar 2021 **Uwe Paul** (56) als Direktor Vertrieb übernommen. Er ist seit etwa einem Jahr im Unternehmen und hat in dieser Zeit als Direktor Vertrieb MDA/SDA viele positive Impulse gesetzt – eine Entwicklung, die er nun auf den gesamten Vertrieb ausweiten wird. Die neue Struktur ist Teil des umfassenden Strategieprogramms Ambition 2020+.



Bild: Robert Gompoll

Haier

Der Hausgerätehersteller Haier startet mit neuer Kraft ins Jahr 2021. Zum 1. Februar 2021 begann **Tanja Castell** (Bild) als Marketing Managerin in der Münchner Deutschlandzentrale. Die langjährig erfahrene Branchenexpertin verfügt neben ihrer Hochschulausbildung zur Marketing Managerin über weitere Abschlüsse als Kommunikations- und Screendesignerin. Die 46-jährige, gebürtige Münchnerin kommt vom Wettbewerber V-Zug Europe BVBA, wo sie für die Entwicklung und Steuerung aller On- und Offline-Marketingaktivitäten sowie für die Konzeption und Umsetzung lokaler Kampagnen verantwortlich zeichnete. In ihrer Funktion berichtet sie direkt an **Claudia Krepis**, Head of Marketing, Haier Deutschland GmbH.

Amica

Am 1. Februar 2021 startete **Uwe Hutschenreuter** (Bild) seine Tätigkeit als neuer Gebietsverkaufsleiter Ost für den Elektrofachhandel bei Amica International GmbH. Der 52-jährige übernimmt das Gebiet von **Sven Ackermann**, der kommissarisch bis zu diesem Zeitpunkt zusätzlich die Betreuung der Kunden der Postleitzonen 14, 15, 39 und Berlin übernahm und sich jetzt wieder ganz auf seine Funktion als Gebietsverkaufsleiter Nord konzentrieren kann.



Bild: Beurer Fotografie - Gabblander



Haier

Das Unternehmen Haier ist auch im Jahr 2020 die weltweite Nummer Eins aller Haushaltsgroßgeräte-Marken. Das wurde vom Marktforschungsunternehmen Euromonitor International bestätigt. 2009 wurde Haier, gemessen am weltweiten Absatzvolumen von Haushaltsgroßgeräten, zum ersten Mal zur Nr. 1-Marke gekürt. Nun ist das Unternehmen, das in Europa mit den Marken Haier, Candy und Hoover agiert, bereits zum zwölften Mal in Folge globaler Spitzenreiter. Laut Euromonitor International zeigt sich beim Blick auf das Verkaufsvolumen im Segment Kühlgeräte, dass Haier hier bereits 13 Jahre in Folge an der Spitze steht. Bei Waschmaschinen ist der chinesische Riese zwölf Jahre in Folge die Nummer 1 – bei freistehenden Weinklimaschränken elf Jahre und bei Gefriergeräten zehn Jahre.



Bild: Beurer

Beurer

Ab sofort arbeitet Beurer mit der bekannten **Barbara Becker** zusammen. Der Gesundheitsspezialist aus Ulm macht mit speziellen und hochwertig designten Produkten das Leben auf einfache Art angenehmer und bietet für alle Bereiche und jedes Training die passende Lösung. Diese Kompetenz schätzt auch Selfmade-Unternehmerin für Mode, Beauty sowie Fitness und Zweifach-Mutter Barbara Becker und ergänzt damit die Philosophie von Beurer ideal. Denn auch Barbara Becker weiß, wofür es ankommt, um sich wohl im eigenen Körper zu fühlen und diesem etwas Gutes zu tun. In mehreren Videos gibt sie immer wieder Tipps und Tricks, wie der eigene Körper mit bestimmten Übungen entspannt werden kann. So kann sich jeder einen kleinen Moment gönnen, der nur einem selbst gehört.

SVS

Der Vertriebs- und Service-Spezialist SVS stellt im Handel zwei attraktive Maßnahmen in den Fokus – SVS Dropshipping-Service und eine Westinghouse Kommissions-Aktion. Das Unternehmen stellt sich damit aktiv den aktuellen Herausforderungen im Umgang mit der Pandemie. »Wir tun alles, um den Handel bei der Aufrechterhaltung seines Geschäftes aktiv zu unterstützen«, informiert das SVS-Team unter der vertrieblichen Leitung von **Gunter J. Künkel**. In der Weißen Ware vertreibt SVS unter anderem die Marken Miji, Thomson und Westinghouse.



Bauknecht



Die Bauknecht Hausgeräte GmbH gehört auch im Jahr 2021 zu den attraktivsten Arbeitgebern in Deutschland, denn bereits zum vierten Mal in Folge wurde die Whirlpool Corporation und damit auch die Bauknecht Hausgeräte GmbH vom Top Employer Institute mit den Zertifizierungen »Top Employer Europe« sowie »Top Employer Germany« ausgezeichnet.

Heatle

Das Berliner Start-up Heatle hat den weltweit ersten »Smart Liquid Heater« bis zur seriennahen Marktreife entwickelt. Mit einem 25 Zentimeter langen Stab und einer 18 Zentimeter breiten Basisstation wird Flüssigkeit direkt im Gefäß erhitzt. Ein Glas Tee oder eine Tasse Milch mit der gewünschten Menge auf die Basisstation stellen, gewünschte Temperatur oder Modus einstellen – funktioniert auch über die Heatle App – Metallstab reinstellen und starten. Was nun passiert, klingt nach Magie, bedient sich aber schlicht der Induktions-Technik: Die Flüssigkeit – egal ob Wasser, Milch oder auch Suppe – wird direkt im Gefäß erhitzt. Positiver Nebeneffekt des Heatle: keine Kalkablagerung, leicht zu reinigen und weder Plastik, Silikon noch BPA im Getränk.



Bild: Heatle



Convenience-Mehrwert

Smart Home-Strategie von Euronics Deutschland

Das vernetzte Zuhause – eine Zukunftsvision, die 2021 bereits Gegenwart ist. Der übergreifende Trend »Connectivity« in Verbindung mit künstlicher Intelligenz wird die Entwicklung künftiger CE-Geräte weiterhin massiv prägen

Die Gründe dafür liegen für **Benedict Kober**, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG schon heute auf der Hand: Vernetzte Geräte tauschen nahtlos Informationen untereinander aus, um sich aufeinander abzustimmen, persönliche Präferenzen der Nutzer zu erfassen und ihnen Optimierungspotenziale vorzuschlagen. Gerade in der aktuellen Situation wird die Bedeutung eines modernen Zuhauses mit großem Unterhaltungsangebot und bequemer Bedienbarkeit besonders deutlich.



Benedict Kober

diese bestärken uns in unserer Entscheidung, auch 2021 einen starken Fokus auf vernetzte Produkte zu legen.

Ein wichtiger Baustein für unsere Smart Home-Strategie ist die Vertriebskooperation mit dem Automobilhersteller **Aiways** für seinen E-SUV U5. Seit dem Vorverkaufsstart im vergangenen September ist Euronics der erste Elektrohändler in Deutschland, der Elektroautos vertreibt. Denn das vernetzte Zuhause hört für uns nicht an der Haustüre auf. In Zukunft kommt es sogar auf vier Rädern daher.

Der Begriff »Social Cocooning« beschreibt den derzeitigen Trend. So nutzen viele Menschen ihre freie Zeit, die heimischen Geräte auf den neuesten Stand zu bringen. Dazu gehört auch deren intelligente Vernetzung. Entsprechende Geräte können bequem per App über das Smartphone oder Tablet gesteuert werden.

Die Bedienung über Gesten und Sprache liegt zudem stark im Trend, da sie Nutzern einen großen Convenience-Mehrwert bietet. So steuern viele Nutzer mittlerweile ihr vernetztes Zuhause über Sprachbefehle und betonen den Wert von Smart Home-Produkten und Anwendungen für deutlich mehr Komfort und Lebensqualität. Erkenntnisse wie

Der Aiways U5 ist mit seiner modernen Ausstattung ein smartes High-Tech-Produkt auf Rädern und zeigt damit, dass das vernetzte Zuhause der Zukunft alle Facetten des Alltags sinnvoll miteinander verbinden wird. Damit das beste Zuhause der Welt auch ein vernetztes Zuhause wird.

ESGE-Zauberstab®
+ Made in Switzerland

ESGE-Zauberstab® M 200 BBQ



It's Grill-Time!

Mit wahlweise 12.000 U/min oder 17.000 U/min zerkleinert, hackt, püriert oder verquirlt der ESGE-Zauberstab® M 200 BBQ die Zutaten für Marinaden, Dips und Dressings. Dafür sorgen sein robuster, langlebiger AC-Motor „Made in Switzerland“ und der Soft-Touch-Membranschalter.

Das Zubehör umfasst Multimesser, Schlagscheibe und Fleischmesser sowie ein Becher-Set und ein exklusives Rezeptbooklet. Zusätzlich gibt es den praktischen ESGE-Zauberstab® Processor. Er zerkleinert oder mahlt Gewürze oder Nüsse und werden kleinere Mengen benötigt, kommt seine Pulverscheibe zum Einsatz. Artikel-Nr. 98215.

Vertrieb und Service:

UNOLD AG
Mannheimer Straße 4
D-68766 Hockenheim

www.unold.de



Energielabel-Kompass

Jetzt ist es soweit und die ersten Produktgruppen haben ein neues EU-Label erhalten. Nach und nach werden alle Energielabel auf eine einheitliche Energieeffizienzskaala von A bis G umgestellt. Die Plus-Klassen verschwinden. Lampen folgen ab September 2021.

Mit dem neuen Online-Tool »Energielabel-Kompass« sorgt die HEA-Fachgemeinschaft für Durchblick und erklärt kurz und verständlich alle Energielabel von Hausgeräten, Fernseher, Lampen bis zur Heizung.

Die Europäische Kommission hat die Klassengrenzen so definiert, dass die beste Klasse A zur Einführung möglichst nicht erreicht wird, damit Platz für den technischen Fortschritt bleibt. Die Änderungen sind teilweise massiv – so können sich jetzt effiziente Geräte durchaus in Klasse D, E oder sogar F wiederfinden.

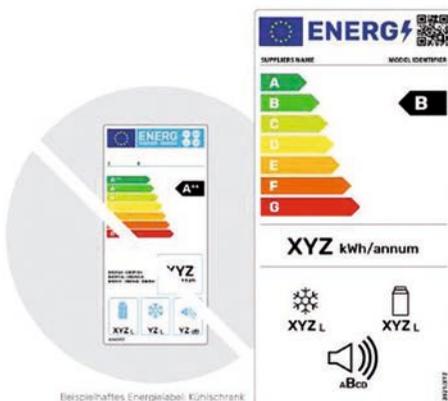


»Die Vereinheitlichung der Skala ist generell positiv für die Verbraucherinformation«, betont **Dr. Jan Witt**, Geschäftsführer der HEA-Fachgemeinschaft, Berlin, »doch durch die stufenweise Umstellung werden über mehrere Jahre Gerätegruppen mit altem und neuem Energielabel parallel angeboten. Das kann zu Verunsicherungen bei Kaufinteressenten führen. Deshalb haben wir den Energielabel-Kompass ins Netz gestellt. Er informiert stets aktuell über alle gelabelten Produktgruppen bis hin zu Heizungs- und Lüftungstechnik.«

Der Energielabel-Kompass umfasst alle gültigen Energielabel. Der Nutzer kann sich somit nicht nur die Symbole auf dem neuen Waschmaschinen- oder Fernseher-Energielabel erklären lassen, sondern auch von Wäschetrockner, Dunstabzugshaube und Heizung, die alle noch die alte Labelversion mit den Klassen A+++ bis D tragen.

Wichtiger Hinweis

Weder die Labelklassen noch die angegebenen Energieverbrauchswerte von altem und neuem Energielabel sind vergleichbar, da sich die Verfahren zur Messung des Energieverbrauchs und zur Einstufung in die Labelklassen geändert haben. Die Geräte sind aber mindestens genauso energieeffizient wie vorher.



Beispielhaftes Energielabel: Kühlschrank



Bild: gfu/HEMIX

Das Ende von A Triple Plus minus 40 Prozent

Das neue EU-Label ist jetzt gültig

Kunden, die sich ab 1. März ein neues großes Haushaltsgerät, einen Fernseher oder PC-Bildschirm anschaffen wollen, werden eventuell von einem ungewohnten Buchstaben auf dem Energielabel überrascht sein, denn die Europäische Kommission hat die Richtlinien für das EU-Label grundlegend überarbeitet

Seit dem 1. März 2021 ist das neue EU-Label für Handel und Hersteller bindend. Dies betrifft im ersten Schritt Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspüler, Kühl- und Gefriergeräte sowie TV-Geräte und Computer-Monitore.

Dass es jetzt zu Änderungen beim Energielabel kommt, ist vielen Konsumenten aktuell noch nicht bekannt. Bei einer jüngst durchgeführten repräsentativen Umfrage der **gfu** gab fast die Hälfte der Befragten (46 Prozent) an, dass sie von einer Änderung nichts wisse. Weitere 37 Prozent sind informiert, dass sich etwas ändern wird, können aber nicht genau sagen, um was es sich genau handelt.

Hatten sich die Konsumenten in den letzten Jahren zunehmend daran gewöhnt, dass eine große Mehrheit der Geräte in der Energieeffizienzklasse A angesiedelt war, müssen sie sich nun auf neue Klassifizierungen einstellen. Denn nach Auffassung der EU-Kommission litt den Vergleichbarkeit und Aussagekraft des Labels in der Vergangenheit unter zu vielen Ergänzungen und Zusatzinformationen. Tatsächlich waren Produkte häufig nicht allein in Klasse A angesiedelt – das A wurde zusätzlich mit bis zu drei Pluszeichen ergänzt.

Darüber hinaus gab es sogar noch die Zusatzinformation, um wieviel Prozent ein Gerät »A+++« unterbieten würde. Nicht ganz zu Unrecht lässt sich daraus folgende paradoxe Situation feststellen: Die erfolgreichen Anstrengungen der Hersteller, immer effizientere Produkte zu entwickeln, haben die Aussagekraft des Labels verwässert. Zwar wird das Label auch in Zukunft wie gewohnt die Skala von A bis G

und die Ampel-Farbestufung von Grün bis Rot anwenden, allerdings wurden die Richtwerte für die Energieeffizienz angepasst.

Dies wird dazu führen, dass die Einstufung A vorerst die Ausnahme sein wird. Wer zuvor nach bestem Wissen und Gewissen Geräte angeschafft hat, deren Energieeffizienz in den grünen Zonen angesiedelt war, landet jetzt in den Bereichen Hellgrün bis Rot.

Nur die besten Geräte erreichen die grüne Zone

So werden viele Kühlschränke, die sich bisher mit einem grünen »A+++« schmücken durften, nun in den Klassen D (Hellgrün) oder E (Orange) landen. Lediglich ganz besonders energieeffiziente Modelle werden voraussichtlich ein C erhalten und damit den grünen Bereich auf der Farbskala erreichen. Natürlich sind die Geräte zwischen Ende Februar und Anfang März nicht über Nacht ineffizienter oder schlechter geworden – nur die Kriterien für eine Spitzeneinstufung auf dem neuen Label sind deutlich schärfer.

Das neue EU-Label wird aber nicht allein über den Energieverbrauch der Produkte informieren. Je nach Geräte-kategorie finden sich weitere nützliche Informationen: Bei Waschmaschinen zum Beispiel über den Wasserverbrauch und die Dauer eines Waschzyklus. Und auch über die Geräusch-Emissionen der Produkte informiert das Label. Das ist besonders hilfreich, wenn sich der Aufstellort in einer offenen Wohnküche und nicht im abgeschlossenen Kellerraum befindet.

Näher dran geht nicht

Die erste digitale HEPT startet am 26. April 2021



Die Initiatoren der **HighEventProductTour** haben sich für 2021 etwas ganz Besonderes ausgedacht. In neuem Gewand und als spannendes virtuelles Format präsentiert sich die nunmehr **18. HEPT**. Vier Tage lange kommt die Roadshow vom **26. bis zum 29. April** in digitaler Form zu den Händlern

Unter dem Motto »relevant, kompakt, unterhaltsam, interaktiv« führen die Markenhersteller Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH, Jura Gastro Vertriebs-GmbH, Kärcher SE & CO. KG, Liebherr-Hausgeräte GmbH sowie Miele & Cie KG durch das virtuelle Programm.

Die Besucher erwartet neben Produktpräsentationen auch eine Reihe neuer Elemente. So gehört eine mitreißende Kick-off Show mit Insights und Live-Programm zum Auftakt genauso dazu wie reizvolle Vorteilsaktionen, ein virtueller Partnerbereich sowie viele Interaktionsmöglichkeiten und Entertainment-Angebote.

Live Streaming
On-Demand-Inhalte
Produktausstellung

Auf der Plattform finden die Teilnehmer jede Menge attraktive Features wie Live Streaming und eine Microsite pro Partner mit Ansprechpartner, On-Demand-Inhalten sowie die Produktausstellung. Auch können sich Besucher ihre individuelle Agenda zusammenstellen lassen, Gespräche mit den zuständigen Außendienstmit-

arbeitern führen und Video-on-Demand sowie eine Chat-Funktion nutzen.

Erstmals führt dabei eine prominente Persönlichkeit durch die HEPT. Als etablierte Moderatorin und Journalistin macht **Maxi Sarwas** die im Rahmen der Veranstaltung gezeigten Produkte zu einem einzigartigen Erlebnis.

Kurzinterviews mit den Markenvertretern, aufregende Neuheiten und kompakte Zusammenfassungen sorgen im Zusammenspiel mit den Chatmöglichkeiten und jeweils 20-minütigen Deep Dives für eine Programmviefalt, die es in dieser Form noch nie gegeben hat. Die perfekte Abrundung des Programms bildet die besondere Abendveranstaltung mit Newcomer-Live Act und einer kulinarischen Überraschung, welche die Teilnehmer an ihrem jeweiligen Standort genießen können.

Mit der HEPT 2021 bieten die teilnehmenden Partner etwas wirklich Neues. Ein Kontakt zu den Kunden über vier Tage und großartige Produkte schaffen optimale Voraussetzungen für ein rundum erfolgreiches Event, welches die Erwartungen in jeder Hinsicht erfüllen oder sogar überreffen wird.

HEPT-Teilnehmer 2021

Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH

Jura Gastro Vertriebs-GmbH

Kärcher SE & Co. KG

Liebherr-Hausgeräte GmbH

Miele & Cie. KG

Aktuelle Studie

Konsumenten investieren mehr in saubere Luft



Geräte zur Luftaufbereitung sind gefragt wie nie. Obwohl das Segment bereits in den vergangenen Jahren signifikantes Wachstum in vielen europäischen Märkten verzeichnete, ging die Nachfrage 2020 unter dem Einfluss der Covid-19-Pandemie noch einmal deutlich nach oben

Die Anzahl der in Europa verkauften Geräte stieg um rund 44 Prozent auf nunmehr fast drei Millionen an. Das entspricht einem Umsatz von 427 Millionen Euro und damit knapp 50 Prozent mehr als im Vorjahr. Das sind aktuelle Daten von **GfK** zum Air Treatment Markt.

Unter den fünf größten Märkten in Europa (Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Spanien, Italien) konnte Deutschland im letzten Jahr mit Abstand am stärksten wachsen. 2020 wurden hierzulande rund eine Million Geräte zur Luftaufbereitung verkauft und ein Umsatz von rund 166 Millionen Euro erzielt.

Bereits in den Sommermonaten 2020 wurden Kombinationsgeräte – die Luftkühlung und Luftreinigung vereinen – deutlich häufiger verkauft als im Vorjahr. Im dritten Quartal 2020 haben dann Monogeräte zur Luftreinigung dem Markt einen ungewöhnlich starken zweiten Aufschwung innerhalb eines Jahres verschafft.

Neben der Funktionalität und dem gestiegenen Bedürfnis nach sauberer Raumluft dürften auch das verbesserte Design sowie die zunehmende »Smartness« die Attraktivität von Geräten zur Luftbearbeitung erhöht haben.

So sind immer häufiger Produkte gefragt, die sich diskret in die Wohnlandschaft einfügen oder über entsprechende Apps steuern lassen.

Luftbearbeitung wird
smart und diskret

Konsumenten erkennen hier einen klaren Mehrwert, wenn es beispielsweise um die Kontrolle der Luftqualität geht und sind bereit, mehr Geld in ihr Wohlbefinden zu investieren. Entsprechend sind die durchschnittlich erzielten Verkaufspreise im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen.



Erfolgreiche Marketingkampagne »Zuhause unschlagbar« wird fortgeführt

Samsung holt Helden-Trio zurück

Egal, ob es ums Wäschewaschen, der fachgerechten Kühlung von Lebensmitteln oder ums Backen und Kochen geht – wer auf Hausgeräte der Marke **Samsung** setzt, kann sich den Herausforderungen des Haushalts heldenhaft stellen. Weil die unter dem Kampagnendach »Zuhause unschlagbar« bekannte Initiative 2020 voll ins Schwarze traf, wurde sie dieses Jahr neu aufgelegt



Mike Henkelmann

Herzstück der Fortsetzung ist ein 30-sekündiger Online-Spot für die Samsung Waschmaschinen Quick Drive. Anstelle der nahenden Schwiegereltern sind es 2021 allerdings die typischen Probleme des Alltags, die die Protagonisten vor Herausforderungen stellen.

Ob beim epischen Kampf gegen Wäscheberge oder beim Verstauen des Großeinkaufs – auch in diesem Jahr betont die 360 Grad-Kampagne, wie smarte Technologien einen bequemen Alltag ermöglichen und dabei noch Design mit Technologie verbinden. Im Rahmen der Digital-Kampagne werden die unterhaltensamen Spots mit Fokus auf Social- und digitale Kanäle ausgespielt. Erweitert wird die Kampagne um eine Reihe von weiteren Videos, die kurze Heldengeschichten rund um Kühlschrank, Staubsauger und Trockner erzählen.

Mit der Vorstellung der »Zuhause unschlagbar«-Kampagne konnte Samsung

im vergangenen Jahr überzeugen und räumte mit dem verstaubten Image von Hausgeräten auf. Dabei standen zum ersten Mal nicht einzelne Produkthighlights im Fokus der Marketingstrategie, sondern das ganzheitliche Zusammenspiel von Produkten aus den Bereichen Kühlen, Waschen und Einbau, die in diesem Jahr noch um Produkte im Segment der Bodenpflege ergänzt werden.

Auch 2021 verdeutlicht die Kampagne, wie Samsung Hausgeräte es ermöglichen, die Herausforderungen des Alltags mit spannenden Technologien smart und schonend zu bewältigen.

»Es ist uns gelungen, unsere Positionierung als moderne Marke für eine moderne Zielgruppe weiter zu stärken. Unsere neue Zuhause Unschlagbar-Kampagne spielt mit den klischeehaften Herausforderungen des Alltags und zeigt, wie Hausgeräte von Samsung dabei helfen können, in den eigenen vier Wänden zum Helden zu werden«, berichtet **Mike Henkelmann**, Director Marketing Consumer Electronics bei Samsung.

Mit dem übergreifenden Ziel 2021 in die Top 3 der Hausgeräte-Hersteller auf dem deutschen Markt vorzudringen und die junge Zielgruppe noch besser zu erreichen, setzt Samsung mit dem Zusammenspiel der Warengruppen Waschen, Kühlen und Einbau und der Verlängerung der erfolgreichen »Zuhause Unschlagbar«-Kampagne auch in diesem Jahr auf die Helden des Alltags.

»Die Kampagne unterstreicht auf humorvolle Art und Weise, wie unsere Hausgeräte etwas mehr Nachhaltigkeit in den Alltag unserer Kunden bringen sollen – durch smarte Features und Technologien können sie beim Sparen von Ressourcen wie Wasser und Energie unterstützen.«

Mike Henkelmann



Samsung Cashback-Aktion

Die Samsung Superdeals sind zurück und bieten attraktive Cashback-Prämien für mehr als 140 Aktionsmodelle aus den Warengruppen Kühlen, Waschen und Einbau. Wer zuverlässige Hilfe für die Herausforderungen des Alltags sucht, kann damit vom 22. Februar bis zum 21. März auch finanziell profitieren: Je nach Aktionsgerät erhalten Kunden bis zu 250 Euro des Kaufpreises zurück.

Beim Kauf über den Samsung Online-Shop wird der Cashback direkt vom Kaufpreis abgezogen. Kauft der Kunde sein Aktionsgerät bei einem teilnehmenden Händler, zahlt er zunächst den üblichen Preis und kann das Gerät nachträglich spätestens bis zur Ausschlussfrist am 21. Mai 2021 unter samsung.de/superdeals registrieren.

Ist dies erfolgreich erledigt, erhält der Käufer die Gutschrift des Cashbacks in der Regel innerhalb von 60 Werktagen auf sein Konto überwiesen. Wichtig ist hier, dass das Gerät mit einem länderspezifischen Modellcode gekennzeichnet ist, der zur Teilnahme an der Aktion berechtigt.



Erfolgreicher Jahresabschluss

Miele steigert den Umsatz 2020 um 6,5 Prozent

Im Geschäftsjahr 2020 hat die Miele Gruppe einen Umsatz in Höhe von 4,5 Mrd. Euro erzielt und legt damit im Vergleich zu 2019 um 6,5 Prozent zu. Dies ist umso höher zu bewerten, als das zurückliegende Jahr auch für Miele massiv durch die Verwerfungen der Pandemie geprägt war.

»Dank unserer starken Marke, einem hochwertigen Produktangebot und dem nachdrücklichen Ausbau der digitalen Vermarktung ist es dennoch gelungen, den Vorjahresumsatz deutlich zu übertreffen. Diesen Kurs werden wir fortsetzen und weiter forcieren«, betont die Geschäftsleitung des weltweit führenden Premiumanbieters für Haus- und Gewerbegeräte.

Starkes Wachstum gab es vor allem in Deutschland und Zentraleuropa sowie in China. Unter den Produkten haben Staubsauger und Kühlgeräte die höchsten Zuwächse erzielt. Zum Stichtag 31. Dezember 2020 arbeiteten weltweit 20.944 Menschen für Miele. Das sind 466 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mehr als ein Jahr zuvor.

KptnCook

Miele übernimmt Mehrheit an erfolgreicher Rezepte-App

Immer mehr Menschen wollen frisch, gesund und nachhaltig kochen. Die Rezeptideen dafür finden Alltagsköche heute vor allem online. Die



Gernot Trettenbrein

App **KptnCook** des gleichnamigen Berliner Start-ups zählt zu den wachstumsstärksten Angeboten im deutschsprachigen Raum – seit 2018 mit Beteiligung von Miele. Jetzt erhöht der Gütersloher Hausgerätekonzern seinen Anteil an KptnCook auf über 50 Prozent.

»Mit der Erhöhung der Beteiligung an KptnCook baut Miele sein Engagement in digitale Geschäftsmodelle ebenso weiter aus wie die Synergien mit bestehenden Angeboten«, sagt **Gernot Trettenbrein**, Geschäftsführer der Miele Venture Capital GmbH und Leiter der neu gegründeten Business Unit New Growth Factory bei Miele. Konkret gehe es insbesondere um eine engere Verzahnung der KptnCook-App mit dem smarten Miele Assistenzsystem **Cook Assist**.



Bild: Miele

Miele

Zweistelliger Millioneninvest in den Standort Bünde

Die **Stadt Bünde** steht für Innovationen in der Hausgeräteindustrie. Hier wurden das Glaskeramikkochfeld und der weltweit erste Haushaltsdampfgarer von der Firma Imperial entwickelt. Seit 1989 gehört das Werk zur Miele Gruppe und wurde in den vergangenen Jahrzehnten beständig ausgebaut. Jetzt rüstet Miele den Standort für die Zukunft und investiert rund 28 Millionen Euro in zwei Großprojekte: ein neues Forschungs- und Entwicklungszentrum sowie in eine innovative Pressenanlage zur Metallverarbeitung.

»Wir erweitern unsere Kapazitäten und integrieren zuvor ausgelagerte Bereiche. Für laufende Qualitätstests und insbesondere für die Entwicklung neuer Gerätegenerationen werden wir damit hervorragend aufgestellt sein. Das ist eine Investition in die Zukunft unseres Standortes«, erklärt **Dr. Uwe Brunkhorst**, der in Personalunion die Business Unit Cooking und das Werk Bünde leitet.

Herzliche Glückwünsche

Euronics XXL Johann + Wittmer

Lieber Herr Wittmer,

das gesamte SAGE Team gratuliert Ihnen herzlich zur Auszeichnung „Händler des Jahres“.

Wir haben höchsten Respekt, wie Sie und Ihr Team in Ratingen die Herausforderungen des ersten und zweiten Lockdowns gemeistert haben. Aufgaben und Prioritäten in Ihrem Team haben sich verändert. Handel ist Wandel. Sie sind ein überzeugendes Beispiel wie dies erfolgreich funktioniert.

Herzliche Grüße,

Ihr SAGE Team

Sage[®]

Master Every Moment™

Starke Markenkampagne von AEG

Für alle, die mehr erwarten

Die neue Kommunikationsstrategie beantwortet klar und selbstbewusst, wofür AEG steht. »Wir entwickeln Technologien, die es den Kunden ermöglichen, innovativer und nachhaltiger zu leben«, kommentiert **Heidi Zucker** (Bild), Head of Marketing Deutschland und Österreich, das Markenversprechen. »Wir räumen auf mit veralteten Vorstellungen von der Hausgerätebranche. Gleichzeitig schärfen wir das Markenprofil von AEG und spannen mit einem coolen und selbstbewussten Look and Feel den Bogen zu unseren Berliner Wurzeln«, betont Zucker. AEG hinterfragt nicht nur gängige Gewohnheiten bei der Wäschepflege, beim Kochen oder bei der Raumpflege, sondern zeigt auch, wie es besser geht: mit weitergedachten Technologien, die dazu inspirieren, Dinge im Alltagsleben besser zu machen.



Bild: Jürgen Graf 2012 www.photo-graf.de



Bild: Bauknecht

Kitchen Innovation Award

Hausgeräte von Bauknecht sind erneut Lieblingsprodukte

Auch in diesem Jahr gewinnt **Bauknecht** das Vertrauen der Verbraucher und wird wieder mit dem **Kitchen Innovation Award** prämiert. Zum 15. Jubiläum des Preises erhalten gleich zwei Kücheninnovationen der Marke Bauknecht die begehrte Auszeichnung für die beliebtesten Produktneuheiten. Sowohl der Einbau-Backofen aus der neuen Bauknecht Black Line in der Collection.09 als auch die Einbau-Kühl-Gefrierkombination B70 400 konnten Konsumenten und Jury gleichermaßen überzeugen. Unter anderem punkten die Hausgeräte mit bester Funktionalität und ansprechendem Design. »Bei der Entwicklung neuer Produkte ist es stets unser Ziel, dass sie unseren Konsumenten einen echten Mehrwert im Alltag bieten, ihnen das Leben erleichtern und gleichzeitig ihren hohen Ansprüchen in Bezug auf Design, Funktionalität und Qualität gerecht werden«, betont **Christian Unger**, Vertriebsleiter Küchen- und Möbelhandel D/AT.

Neue Büroräume

Haier Europe eröffnet Smart Workplace

Neuheiten und exklusive Features präsentiert das Unternehmen Haier Europe in den neuen Büroräumen seines kaufmännischen Bereichs im Energy Park in Vimercate in der italienischen Provinz Monza und Brianza. Der neue Gebäudekomplex zeichnet sich durch eine vollkommen plastikfreie Umgebung und eine hohe Energieeffizienz aus und sorgt für moderne smarte Workplaces. Jeder der drei Teilbereiche des Showrooms wird entsprechend des jeweiligen Markenleitbilds gestaltet. So steht der Bereich **Haier** für Innovation, exklusive Technologien, anspruchsvolles Design und maßgeschneiderte Lösungen. Bei der Marke **Hoover** rücken Zuverlässigkeit, das Wohlbefinden und die Gesundheit der Familie in den Fokus. Und **Candy** steht für Konnektivität, eine einfache und intuitive Bedienbarkeit sowie das typisch italienische Design.



Bild: Haier

Haushalte profitieren bis Ende März doppelt

Bosch Exclusiv Qualitätsoffensive

Die ersten, nicht ganz einfachen Wochen des Jahres sind vorüber. Viele Haushalte hoffen jetzt zunehmend auf Normalität – verbunden mit dem Wunsch, das Leben in den eigenen vier Wänden so angenehm, nachhaltig und sicher wie möglich zu gestalten.

Da kommt die neue **Bosch Exclusiv Qualitätsoffensive 2021** gerade recht: Beim Kauf eines der hochwertigen Aktionsgeräte spendiert Bosch seinen Kunden im Exclusiv Fachhandel ab sofort bis 31. März 2021 bis zu 100 Euro Cashback.

Quer durch alle Produktkategorien stehen die Exclusiv Hausgeräte von Bosch für höchste Qualität, innovative Technologie und zeitloses Design. Im Aktionsportfolio enthalten sind neun Wäschepflegermodelle, vier Kühl-Gefriergeräte, zwei Kochfelder, ein Backofen sowie drei Herdsätze – also Kombinationen aus Kochfeld und Backofen.

Haushalte erhalten moderne Spitzentechnologie und können dank Cashback dabei auch noch sparen. Die Teilnahme an der Aktion erfolgt einfach durch Registrierung des Käufers bei My Bosch und Registrierung des gekauften Gerätes über die



Aktionsseite www.bosch-exclusivcashback.de.



Harald Friedrich

»Mit unserer Qualitätsoffensive 2021 können Händler die Haushalte bei ihren aktuellen Bedürfnissen abholen – trotz der komplizierten Gesamtsituation«, berichtet **Harald Friedrich**, Geschäftsführer der Bosch Hausgeräte GmbH. »Natürlich wünschen wir uns alle, dass der stationäre Handel bald wieder öffnen kann. Bis dahin unterstützen wir unsere Partner im Handel mit umfangreichem Material für den Online-Verkauf.«

Bosch unterstützt seine Handelspartner

Dazu gehört unter anderem ein digitales Toolkit mit Bildmaterial, Vorlagen für Online-Banner sowie für Google Ads und Social Media Marketing. Dieses sorgt für eine aufmerksamkeitsstarke Bewerbung auf der eigenen Homepage.



Kühl- und Gefrierspezialist Liebherr

Neue Einbaugeräte-Reihe am Start

Liebherr führt nicht nur einzelne Modellgruppen am Markt ein, sondern stellt zeitgleich ab April das komplette Einbausortiment der Kühlgeräte auf die neue Gerätegeneration um und zeigt damit, wie die Zukunft des Kühlens und Gefrierens aussieht

Mit dem selbstbewussten Slogan »Wir haben den Kühlschrank nicht neu erfunden. Aber fast.« schickt Liebherr seine neue Einbaugeräte-Reihe ins Rennen – und zeigt gleichzeitig, was die Kunden erwarten dürfen: Mit einer Vielzahl an Innovationen, die das Leben leichter und komfortabler machen.

Denn hier trifft Design auf Funktionalität. Alle Features sind speziell auf die Kundenbedürfnisse ausgerichtet.

»Für uns ist der Kühlschrank mehr als ein Gerät. Er soll ein verlässlicher Partner sein, der unterstützt, mitdenkt, Aufgaben abnimmt und die Arbeit erleichtert. Deshalb haben wir uns zu Beginn der Ent-

wicklung gefragt: Wie können wir unsere Geräte noch effizienter, intuitiver und zeitgemäßer gestalten?«, so **Steffen Nagel**, Geschäftsführer Sales & Marketing der Liebherr-Hausgeräte GmbH.

Die Antworten auf diese Fragen gibt Liebherr in Form von vier Serien, in einer Skala von »Pure«, »Plus« über »Prime« bis »Peak«. Ob Basis- oder High-End-Gerät: Alle neuen Modelle stecken voller cleverer Features – und sie stehen zugleich für höchste Qualität.



Steffen Nagel

»Bevor bei den Liebherr-Produkten beispielsweise ein Türscharnier zugelassen wird, muss es mindestens 100.000 Öffnungszyklen durchlaufen. Das entspricht einer Nutzung von mehr als 15 Jahren. Unsere Kunden sollen schließlich lange Freude an ihrem Kühlgerät haben«, erklärt Nagel.

Trend zu selbstgemachten und gesunden Gerichten hält an

Frühjahrspromotion der Marken WMF, Kaiser und Silit

Mit der Frühlingsaktion bietet **WMF Group** die perfekte POS-Unterstützung: Die für die Promotion ausgewählten Produkte eignen sich optimal für die Zubereitung frischer hausgemachter Speisen – inklusive vieler passender WMF Elektrokleingeräte



Bild: J. Manheimer

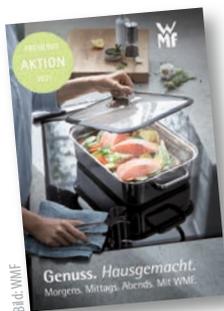


Bild: WMF

Unter dem Motto »Genuss. Hausgemacht. Morgens. Mittags. Abends. Mit WMF, Silit und Kaiser« startet die umfangreiche Kampagne und läuft vom 16. März bis 8. Mai 2021.

Sie wird gleichzeitig kombiniert mit einem attraktiven Gewinnspiel in Kooperation mit »HelloFresh«, bei dem Konsumenten Abonnements für die beliebten »Hello Fresh«-Kochboxen gewinnen können.

Mit einem solchen Jahresabo kommen einmal wöchentlich frische Lebensmittel und inspirierende Rezeptideen direkt zu den Kunden nach Hause.

Ihre geballte Kompetenz im Bereich frische und hausgemachte Zubereitung von Lebensmitteln zeigt die WMF Group in einem achtseitigen Aktionsflyer, der dem teilnehmenden Fachhandel für eine individuelle Streuung zur Verfügung gestellt wird. Zudem besticht die Promotion mit einer aufmerksamkeitsstarken Kommuni-

kation und umfangreichem Dekorationsmaterial für die Inszenierung am Point of Sale und im Schaufenster (Abb. großes Display). Dieses steht den teilnehmenden Handelspartnern im Marketingportal der WMF Group kostenlos zur Verfügung. Dort liegen ebenfalls Online-Werbemittel, TZ-Kleinanzeigenvorlagen und weiteres Bildmaterial zum Download bereit.

Miji Dampfbackofen wird mit »sehr gut« bewertet

Mit dem **Testurteil** »sehr gut« (1,1) überzeugte die Qualität und Vielseitigkeit des neuen **Miji Dampfbackofen IEO25L** die Online-Plattform »Technik zu Hause« bereits zum Verkaufsstart. **Der Clou dieses Dampfbackofens:** Einzelne Programme können flexibel miteinander kombiniert werden – manuell oder einfach per Auswahl aus 40 vorprogrammierten Gerichten. Individualisten können zudem zehn eigene Programme speichern. So lässt sich der Lieblingsauflauf erst schonend dampfgaren, während die Käsekruste anschließend lecker kross gebacken oder gegrillt wird. Durch seine kompakten Maße findet der flexible Ofen auch in kleinen Küchen Platz und kann sogar problemlos transportiert werden.



Bild: Miji



Russell Hobbs Mini-Backofen Der Express Airfry ist ein echter Allrounder

Mit **modernen** Heißluftfritteusen lassen sich leckere Speisen dank geringerem Einsatz von Fett und Öl schonender und deutlich gesünder zubereiten. Der **Express Airfry** Mini Backofen von **Russell Hobbs** vereint die Vorteile einer Heißluftfritteuse mit denen eines energiesparenden Mini-Backofens in einem kompakten Gerät.

Ob als Heißluftfritteuse, Backofen, Grill oder Toaster – in der Küche erweist sich der Express Airfry als echtes Allroundtalent. Die Warmhaltefunktion ermöglicht, dass frisch zubereitete Speisen selbst nach einer Stunde noch nichts von ihrem Aroma eingebüßt haben. Dabei steckt im 1.500 Watt starken 5-in-1-Gerät auch richtig viel Power: Der zirkulierende Konvektionsluftstrom sorgt für ein schnelles und gleichmäßiges Garen, sodass Speisen schneller zubereitet werden können als in einem konventionellen Backofen.

AEG Gourmet 6 Heißluftfritteuse, die frittieren, grillen, garen und backen kann

Ob **Pommes**, Brathähnchen oder Schokomuffins – mit der **Gourmet 6** Heißluftfritteuse von **AEG** gelingt Frittieren, Grillen oder sogar Backen auf gesündere Weise. Durch die gleichmäßige Zirkulation heißer Luft erfolgt eine perfekte Zubereitung mit nur wenig oder ganz ohne Öl. Knusprig Frittiertes ist dadurch außen schön kross, innen saftig und kann ohne schlechtes Gewissen geschlemmt werden.

Der schnell zirkulierende Luftstrom der neuen AEG Heißluftfritteuse gart Speisen gleichmäßig bei 80 bis 200 Grad und sorgt im Vergleich zu einem Backofen innerhalb kürzester Zeit für perfekte Ergebnisse. Denn zum einen entfällt das Vorheizen, zum anderen wird durch die Technologie der Gourmet 6 die Zubereitungszeit verkürzt, was leckere Speisen zusätzlich vor dem Austrocknen bewahrt.



Bild: AEG

Premium-Kaffeefullautomat JURA Z10

Heiß oder kalt – die neue Wahlfreiheit von JURA

vordefinierten Mahlgrad ein – mit einem Spektrum von fein, für kurze Klassiker, bis grob für verlängerte Spezialitäten und Cold Brew. Die entsprechende Einstellung erfolgt bei jeder Zubereitung individuell und vollautomatisch.

Die Brüheinheit ist das Herz eines jeden Vollautomaten. Die nunmehr achte Brüheinheit-Generation von JURA sorgt mit ihrer einzigartigen 3D-Brühtechnologie für ein gleichmäßiges Durchströmen des Kaffeepulvers über mehrere Ebenen. So kann das Aroma maximal ausgeschöpft werden – bei heißen Spezialitäten genauso wie beim Cold Brew.

Durch den
Cold Extraction-Prozess
bereitet der neue
Premium-Vollautomat
JURA Z10
Cold Brew-Spezialitäten
in Top-Qualität zu

Raffiniertes Design und nachhaltige, hochwertige Materialien sind ebenso charakteristisch für JURA-Vollautomaten wie klare Linien und stringente Flächen. Das

gibt den Geräten ihren zeitlosen, stets aktuellen Look – natürlich mit dem JURA-Anspruch nach kompromissloser Qualität sowie höchster Präzision in der Verarbeitung. Die komplexe Aluminiumfront signalisiert schon auf den ersten Blick die handwerkliche Fertigungskunst.

Ein besonderer Blickfang ist der Wassertank im edlen Wellendesign – und auch die harmonisch

gestaltete Filterummantelung zeugt von der Liebe zu jedem noch so kleinen Detail. Abgerundet wird das Gesamtbild in der Signature Line Variante von der Tassenplattform aus schwerem, verchromtem Zinkdruckguss.

In dieser exklusiven JURA Z10 sind massive, drei Millimeter starke Aluminiumplatten in der Front- und Top-Partie verarbeitet. In aufwändigen Arbeitsschritten erhält das Ausgangsmaterial dabei das charakteristische Erscheinungsbild der Z-Linie mit ihren eloxierten Oberflächen. Abgerundet wird der Auftritt durch die gelungene Farbgebung, die Materialcharakter und Form wirkungsvoll unterstreicht.



Bildmaterial: Jura

Cold Brew Coffee sorgt seit geraumer Zeit für geschmackliche Furore in der Welt der Kaffees. Mit der neuen **Z10** präsentiert **JURA** jetzt den ersten Kaffeefullautomaten, der nicht nur heiße – sondern auch kalte Kaffeespezialitäten ganz einfach auf Knopfdruck perfekt zubereiten kann. Damit setzen die Schweizer Kaffeexperten die Meßlatte im Markt wieder sehr hoch



Die JURA Z10 bietet Superlative in jeder Hinsicht

Mit einer Weltneuheit verdoppelt JURA das Spektrum an Kaffeespezialitäten. Auf Knopfdruck bereitet der jüngste Vertreter der legendären Z-Linie die gesamte Palette heißer Kaffees zu. Darüber hinaus erschließt die Z10 mit Cold-Brew-Spezialitäten erstmalig das kalte Paralleluniversum des Kaffeegenusses.

Der zukunftsweisende Cold Brew Process, die 3D-Brühtechnologie sowie das Mahlwerk P.R.G. – Product Recognising Grinder – machen dies möglich.

In der Regel basieren konventionell zubereitete kalte Kaffeegetränke auf heiß gebrühtem und dann abgekühltem Kaffee. **Nicht so bei der JURA Z10:** hier

erfolgt die Extraktion nach der Espresso-methode – mit kaltem Wasser, pulsierend und unter hohem Druck. Das ist dem Resultat in der Tasse deutlich anzumerken, denn die Fruchtaromen des Kaffees kommen vorzüglich zur Geltung, ohne von Bitterstoffen überlagert zu werden. Dadurch entsteht eine vollkommen neue Art des Kaffeegenusses.

Mit dem Product Recognising Grinder (P.R.G.) sorgt JURA für eine neue Genuss-offenbarung. Er gewährleistet das optimale Mahlgut für jede einzelne Spezialität. Das elektronisch gesteuerte Präzisionsmahlwerk stellt sich binnen Sekundenbruchteilen individuell auf den



Über zwölf Prozent mehr Aroma

Bestseller X6 und X8 werden optimiert

Die beiden Allrounder X6 und X8 gehören im Vollautomaten-Sortiment der Jura Gastro zu den Topsellern und werden ab sofort mit dem innovativen **Professional Aroma Grinder** ausgestattet. Dieses Supermahlwerk verspricht ein noch besseres Ergebnis in der Tasse und begeistert durch eine optimale Mahlqualität, die Geschmack und Aroma in nie dagewesener Güte bietet. »Über zwölf Prozent mehr Aroma im Vergleich zu herkömmlichen Mahlwerken sowie eine konstante Mahlqualität garantiert der neue Professional Aroma Grinder«, kommentiert **Ralf Hüge**, Geschäftsführer der Jura Gastro-Vertriebs GmbH, die Geschmacksverbesserung der Jura-Innovation. Dank der perfektionierten Mahlwerkgeometrie des Professional Aroma Grinders wird eine optimale Mahlkurve erreicht. Letztendlich ist der höhere Anteil feiner Partikel im Mahlgut entscheidend für perfekten Kaffee.

Erneut eine »Superbrand«

Krups wurde wieder prämiert

Bereits zum fünften Mal wurde die deutsche Traditions-marke Krups als »Superbrand Germany« für seine herausragende Markenstärke ausgezeichnet. Damit gehört Krups zu den hundert besten und stärksten Marken in Deutschland, die durch Qualität, Zuverlässigkeit und Kundentreue überzeugen. Ausgezeichnet wurde Krups von einer unabhängigen Jury von Markenexperten aus Industrie, Werbebranche und Medien. Aus allen Einreichungen fanden schließlich einhundert den Einzug in den exklusiven Kreis der stärksten und erfolgreichsten deutschen Marken, die in einem Jahrbuch vorgestellt werden.



Espressogenuss auf ganzer Linie mit Kitchen Aid

Kaffeesortiment wird im Herbst erweitert

Zum Ende dieses Jahres nimmt sich Kitchen Aid der speziellen Kunst der Espressoherstellung an. Damit Kaffeespezialitäten auch zu Hause wie vom Barista schmecken, liefert das amerikanische Unternehmen die Halbauto-matische Espressomaschine Artisan. Gehalten im typischen Retro-Design und der bewährten Farbpalette, reiht sich die Maschine in die begehrte Serie der Kitchen Aid-Produkte ein und passt optisch auch perfekt zur Kaffeemühle. Technisch überzeugt die neue Maschine mit zwei intelligenten Temperatursensoren, die während des Brühvorgangs miteinander kommunizieren und somit einen authentisch schmeckenden Espresso hervorbringen. Für optimale Wärme während des gesamten Extraktionsprozesses wird die Wassertemperatur sowohl vor als auch nach dem Durchlauf durch den Warmwasserbereiter gemessen.

Kompakte und nachhaltige One-Touch-Maschine von Illycaffè

Verantwortungsbewusstes und zeitgemäßes Konsumerlebnis

Mit der neuen Illy E.S.E.-Maschine gestaltet sich die Kaffeezubereitung nicht nur schnell und einfach, sondern auch umweltfreundlich. Die E.S.E. Softpads (Easy Serving Espresso) schließen die perfekte Kaffeemenge zwischen zwei Schichten aus zertifiziertem und kompostierbarem Filterpapier ein und können nach dem Brühvorgang problemlos in der Biotonne entsorgt werden. Das minimalistische und geschmeidige Design der zeitlosen und superkompakten Maschine im ikonischen Illy-Rot unterstreicht ihre Vielseitigkeit. Illy E.S.E. wurde entwickelt, um in jedem Raum eine gute Figur zu machen und um eine gute Tasse Kaffee in den eigenen vier Wänden zu brühen. Ab der ersten Tasse Kaffee erreicht die Maschine die ideale Temperatur – sowohl für Espresso als auch für Espresso Lungo. Das automatische Einsetzen und Auswerfen der Pads macht das E.S.E.-System noch praktischer.



De'Longhi Deutschland dreht die Lautstärke auf

Das Jahr 2020 hätte für **De'Longhi Deutschland** mit seinen Marken De'Longhi, Braun und Kenwood nicht besser laufen können. Insgesamt ist der Markt der Kleingeräte um 20,5 Prozent in Wert gewachsen. De'Longhi konnte im gleichen Zeitraum um 29,7 Prozent zulegen

In einem wachsenden Kaffeemarkt, der im Pandemie-Jahr um 23 Prozent anstieg, konnte Innovationstreiber De'Longhi ein sattes Plus von 31 Prozent verzeichnen und auch bei Klimageräten wurde das allgemeine Marktwachstum von 31 Prozent um nochmalige elf Prozent übertrumpft, so dass De'Longhi eine Steigerung von 42 Prozent aufweisen kann.

Die Marke Kenwood wuchs dank der großen Nachfrage nach Küchenmaschinen im Jahr 2020 doppelt so stark wie der Markt und der Bereich Food Preparation unter der Marke Braun überzeugte ebenfalls durch weiteres Wachstum. Ähnlich erfolgreich zeigt sich die gesamte De'Longhi Group, die 2020 einen Umsatz von 2,35 Milliarden Euro und ein Wachstum von zwölf Prozent erzielte.

Das sind die besten Voraussetzungen, um 2021 richtig aufzudrehen. Und das tut De'Longhi Deutschland mit seiner strategischen Ausrichtung »Volume up«, die jetzt vorgestellt wurde.



Susanne Harring

»Mit dem Motto ‚Volume Up!‘ nehmen wir 2021 voller Zuversicht in Angriff, drehen die Regler richtig auf und werden noch lauter«, verspricht Geschäftsführerin **Susanne Harring**.

De'Longhi konnte während des Lockdowns dank einer gut aufgestellten Lieferkette selbst die deutlich gestiegene Nachfrage nach Kaffeefullautomaten und Produkten aus dem Bereich Kochen und Food Preparation bedienen.

Um im laufenden Jahr nahtlos an die starke Leistung anzuknüpfen, optimiert De'Longhi sein Supply Chain Management. Dafür investiert das Unternehmen in ein neues Lager mit höherer Kapazität, das flexible Lagerflächen für Mehrbedarf während der Hochsaison sowie für weiteres Wachstum bietet.

Durch konsequente Investments in seine Marken wird der eingeschlagene Wachstumskurs im laufenden Jahr fortgesetzt. De'Longhi investiert in den Aufbau der drei Marken und in die direkte Ansprache der Konsumenten mit umfassenden und multimedialen Kommunikationsmaßnahmen. Anlässlich des 100. Geburtstags der Marke **Braun** sorgen stylische Sondermodelle und fünf Jahre Garantie für attraktive Kaufanreize.

Auch für die Marke **Kenwood** wird die Markenbekanntheit im Food-Umfeld weiter ausgebaut und in das Partnernetzwerk mit seiner Food-Community im Kenwood Club investiert.

SHOWTIME FÜR DEIN LIEBLINGSESSEN

mit dem neuem Feinschneider
SKS 700 von Graef.



GRAEF

LIEBER DIRK WITTMER,

wir gratulieren Ihnen ganz herzlich zur Kür als „Händler des Jahres 2020“. Sie und ihr Team haben im vergangenen Jahr gezeigt, was hohes Engagement, außergewöhnliche Kreativität und vor allem Anpassung an besondere Situationen bedeutet. Für Ihre herausragenden Leistungen in unserer Branche sowie ihr hohes Maß an Offenheit für Veränderungen und Kundennähe möchten wir uns bei Ihnen bedanken. Ihr Einsatz in diesen schweren Zeiten wird sicher auch eine hohe Tragweite in der Zukunft haben.

Dennoch freuen wir uns – wie Sie – wenn der „Point of Sale“ wieder „Point of Emotion“ sein darf!

Ihre Familie Graef



SLICED
KITCHEN.



eBBQ ist die Zukunft

SEVERIN startet durch in die Grillsaison 2021

Mit der SEVO-Range hat das Unternehmen **SEVERIN** im vergangenen Jahr erfolgreich die neue Epoche des Grillens eingeläutet und damit viele Auszeichnungen gewonnen. Im Rahmen der Markenneuausrichtung wird intensiv über neue Zielgruppen und neue Vermarktungswege im Rahmen der zunehmenden Digitalisierung reflektiert

Das Top-Modell SEVO aus der eBBQ-Range der Marke SEVERIN war schon im letzten Jahr ein voller Erfolg und kurz nach dem Launch bereits ausverkauft. Mit der Auszeichnung »KüchenInnovation des Jahres 2020« kürten Verbraucher den SEVO im Frühjahr zum besten Produkt in der Kategorie Grillen, gefolgt vom renommierten »German Design Award 2021« und dem »German Brand Award 2020« für die Markteinführung. Diese Erfolgsgeschichte wird jetzt weitergeführt.

»Wir fühlen uns bestätigt, dass wir mit eBBQ ganz im Trend liegt und den Zeitgeist getroffen hat. Ein Wechsel hin zu mehr Einfachheit, hin zu noch mehr Flexibilität am Grill...«, informiert **Alexander Kolisch**, der neue Director Digital & Marketing bei SEVERIN. »... und wir sind hier noch nicht am Ende. Vielmehr sehen wir uns erst am Anfang der Reise. In der Digitalisierung mit all ihren Herausforderungen sehen wir vor allem auch die Chance, das Thema eBBQ über den reinen Grill als physisches Produkt hinaus weiterzuentwickeln und so auch in neue Zielgruppen zu tragen. Wir wollen dieses Jahr dazu noch ein paar ganz spannende Geschichten erzählen.«



»Wir haben uns dafür entschieden, die direkte und messbare Zuführung von Leads zu unseren eBBQ-Partnern, online wie offline, zum Ziel für dieses Jahr zu machen.«

Christian Strebl,
Sprecher der SEVERIN Geschäftsführung



»Wir fühlen uns bestätigt, dass wir mit eBBQ ganz im Trend liegt und den Zeitgeist getroffen hat. Ein Wechsel hin zu mehr Einfachheit, hin zu noch mehr Flexibilität am Grill«

Alexander Kolisch
Director Digital & Marketing bei SEVERIN

Cocooning, also zu Hause kochen, **Downsizen** – auch mit Weniger auskommen und eine neue Wertschätzung für Lebensmittel bewegen neue Zielgruppen, elektrische Grillgeräte zu kaufen. Natürlich denkt man bei SEVERIN auch darüber nach, wie man den Digital Natives und zukünftigen Zielgruppen im Bereich eBBQ noch smarter begegnen kann – getreu der Tradition, dem Kunden das Leben durch hinterlegte Programme etwas einfacher zu machen.

In dieser Barbecue-Saison wird das Unternehmen SEVERIN die ganze Werbe-Power in die Unterstützung der Handelspartner setzen und in die digitale Kommunikation der bewährten eBBQ-Range mit dem Top-Produkt SEVO. Die Kombination aus konstanter Temperatur in Verbindung mit Wasser oder beispielsweise Apfelsaft oder Rotwein in der Reflektorschale bei dem Grillvorgang eröffnet ganz neue Geschmackswelten und garantiert hervorragende Ergebnisse.

Dafür werden die bestehenden SEVO-Modelle mit passendem Zubehör ergänzt. **Pulled Pork mit Raucharoma durch eine Smoke-Box** auf dem Elektrogrill ist vielleicht ungewohnt, aber geschmacklich überragend. Ebenso funktionieren der **neue Pizzastein, das Gusseisen-Rost und die Planchplatte** perfekt auf diesen Grills. Davon ist nicht nur SEVERIN überzeugt, sondern auch die Grill-Botschafter, die die Grills intensiv getestet haben und zu echten Fans geworden sind.

Technisch stehen die Topmodelle der eBBQ-Range für 500 Grad Celsius direkt am Grillgut in nur zehn Minuten, Temperatursteuerung in zehn Grad Schritten, ein hochwertiges OLED-Display und durch-

SEVO-Serie im Überblick

Die **SEVO-Serie** ist modular aufgebaut und besteht derzeit aus vier unterschiedlichen Varianten

SEVO GTS mit Grillwagen und Deckel
599 Euro UVP

SEVO GT mit Deckel
469 Euro UVP

SEVO GS mit Grilluntergestell
399 Euro UVP

SEVO G
299 Euro UVP

Änderungen von Produktspezifikationen, Preisen sowie Verfügbarkeiten vorbehalten.



dachte Details wie die SafeTouch-Oberfläche. Zusätzlich eignet sich der flexible Temperaturbereich (80 bis 320 Grad Celsius) für Slow-Grilling Gerichte, Würstchen und Schweinesteaks und die BoostZone (bis zu 500 Grad Celsius) für Rindersteaks und für das scharfe Anbraten mit maximalen Röstaromen.

Dazu **Christian Strebl**, Sprecher der Geschäftsführung bei der SEVERIN Elektrogeräte GmbH: »Auch im Jahr 2021 wird SEVERIN den Handel wie gewohnt durch vielfältige Social Media- und Marketing-Aktivitäten mit ansprechendem Content unterstützen. Die momentan unsicheren Rahmenbedingungen für unsere Partner erfordern angepasste Marketingaktivitäten. Daher haben wir uns dafür entschie-

den, die direkte und messbare Zuführung von Leads zu unseren eBBQ-Partnern, online wie offline, zum Ziel für dieses Jahr zu machen.«

»So unterstützen wir aktiv mit einer Kombination von neuen und hochwertigen POS-Konzepten für die Fläche sowie hochwertigen digitalen Produkterlebnissen die neugierig machen und Vorverkäufe für unsere Partner generieren. Alle Inhalte werden unseren Partnern zur Verfügung gestellt, um die eBBQ-Geschichte auch im eigenen Markenraum weiter zu verlängern«, ergänzt Christian Strebl.

Attraktive Lösungen für den Point of Sale

Die POS-Präsentation, die SEVERIN für die eBBQ-Geräte konzipiert hat, stellt SEVERIN dem Handel auch in diesem Jahr zur gezielten Förderung der Flächenproduktivität zur Verfügung. Entweder als aufmerksamkeitsstarke und modular bespielbare Insel-Lösungen oder als zielgerichtete Zweitplatzierung der Ware auf einer Grundfläche von maximal zwei Europaletten. Viel Raum, um Lust auf eBBQ zu machen.

»Wir sind überzeugt, dass die Verbraucher unsere Produkte nicht ausschließlich online bestellen werden, sondern auch die persönliche Beratung und das Erlebnis am Point of Sale suchen, sobald es die äußeren Umstände wieder zulassen«, betont Christian Strebl abschließend.



Attraktive POS-Präsentation

Aufmerksamkeitsstarke und aussagekräftige Präsentationsmittel verschaffen der SEVO-Modellreihe von SEVERIN am Point of Sale den richtigen Rahmen, um die hochwertigen Geräte anschaulich darzustellen und um sie erfolgreich zu vermarkten.

Grill und Sandwich-Maker

Ideal für das BBQ mit der Familie

Drei One-Touch Programme sorgen beim **Sage BBQ & Press Grill** für die perfekte Zubereitung von Paninis, Burger oder auch Steaks



Grillen wie im Freien ist mit dem Kontaktgrill BBQ & Press Grill der australischen Marke Sage jederzeit möglich. Dank der bereits voreingestellten One-Touch-Funktionen für Paninis, Burger und Steak

führt der Sage-Grill schneller ans Ziel. Ausgestattet mit einer unabhängigen Temperaturregelung für beide Grillplatten lässt sich die Temperatur aber auch individuell einstellen, um perfekte Grillergebnisse

ganz nach persönlichem Gusto zu kreieren. Das Gerät lässt sich komplett aufklappen und bietet im offenen BBQ Modus eine noch größere Grillfläche, um mit der ganzen Familie ein stilechtes Barbecue zu veranstalten.



Vom Grill direkt auf den Teller

Die wendbaren Grillplatten haben je eine geriffelte und eine glatte Seite. So können Steaks bruzzeln und gleichzeitig Shrimps garen. Ideal auch für perfekt gebratene Frühstückseier oder Pancakes bei einem ausgedehnten Brunch. Die abnehmbare Abtropfschale fängt das Fett während des Kochvorgangs sowohl im BBQ- als auch im Kontaktmodus auf.



Perfekte Burger
gelingen mit Sage BBQ & Press Grill

Nur sechs Zentimeter hoch

Steba hat den flachsten Tischgrill

Das fränkische Traditionsunternehmen **Steba Elektrogeräte** kommt mit einem ultraflachen **BBQ-Tischgrill** auf den Markt

Mit nur sechs Zentimeter Höhe ist das Verstauen des neuen Steba Tischgrills VG 30 Slim auch in kleinen Haushalten kein Problem. Und trotz seiner minimalistischen Höhe steht er mit seiner großen Grillfläche von 48,5 mal 26 Zentimetern den Großen in nichts nach.

Auf der Alu-Druckguss-Grillplatte gelangen saftige Steaks und Würstchen, Spieße sowie Gemüse aller Art immer optimal.

Dabei kann gewählt werden, ob das Grillgut ein Streifenmuster erhalten soll oder ob auf der glatten Grillfläche Spiegeleiern, Fisch oder Meeresfrüchten der Vorzug gegeben wird. Die hochwertige Antihafbeschichtung gewährleistet dabei eine einfache und hygienische Reinigung.

Ernährungsbewusste Grillmeister werden den Tischgrill VG 30 Slim unter anderem wegen seiner **Low-Fat-Funktion**

lieben: Fett und überschüssige Bratflüssigkeit laufen automatisch in eine Abtropfschale ab, was einen fettreduzierten Grillgenuss ermöglicht.

Dank des integrierten Heizelements ist der Steba Tischgrill schon nach kurzer Zeit mit voller Heizleistung einsatzbereit. Und mit der stufenlosen Temperaturregelung behält der Nutzer immer die volle Kontrolle über den Grill und kann die Temperatur entweder konstant halten oder variabel an das Grillgut anpassen – ein klarer Vorteil gegenüber klassischen Holzkohle-Grills.

Eine Besonderheit des VG 30 SLIM ist sein überdurchschnittlich langes Kabel von zwei Meter, womit ein umständliches Verlegen von Verlängerungskabeln ein für alle Mal der Vergangenheit angehört.

Und auch bei schlechtem Wetter ist der Tischgrill ein Garant für eine gelungene Grillparty – fängt es plötzlich an zu regnen, grillt man einfach indoor weiter. Der Steba BBQ-Tischgrill VG 30 Slim ist ab Ende März 2021 verfügbar.



Steba VG 30 Slim
Schnell aufgebaut – schnell einsatzbereit



Hochgenuss und Spaß in geselliger Runde mit Tischgrill BBQ Booster

Grillen mit perfekten Ergebnissen und Tefal



Der **Optigrill** gehört seit Jahren zu den Bestsellern der Marke **Tefal**, denn er ist an Komfort kaum zu überbieten und liefert jederzeit die gewünschten Resultate. Nun legt Tefal mit einem neuen Tischgerät nach, denn der **BBQ Booster** bringt die volle Genuss-Power an den heimischen Esstisch

Elektrische Tischgrills erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Und das nicht ohne Grund. Sie sind schnell und wetterunabhängig einsatzbereit und jeder kann darauf grillen, was ihm am besten schmeckt: Von fleischigen Genüssen über Fisch und Meeresfrüchte bis zur reichen Auswahl an Grillgemüse.

Der neue Tefal Tischgrill im schicken schwarz-silbernen Design besitzt eine Grillfläche von 1.300 Quadratcentimeter für extragroßes, perfektes Grillen und Anbraten sowie eine Leistung von bis zu 2.200 Watt. Über das abnehmbare Thermostat lassen sich ganz einfach sechs verschiedene Grilltemperaturstufen für die gesamte Fläche einstellen – der ThermoSpot fungiert dabei als Indikator dafür, wann diese ausreichend vorgeheizt ist.

Die Besonderheit: Dank der Boost-Funktion lässt sich die markierte Boost-Zone separat mit einem Knopfdruck stärker beheizen. Dies verspricht ein noch höheres Maß an Grillvielfalt: So können in der Boost-Zone Steaks bei optimaler Temperatur gegrillt werden, während auf der anderen Hälfte das Gemüse bei geringerer Hitze schonend vor sich hin gart.

Neben der Power, die er zum Grillen aufbringt, überzeugt der BBQ Booster mit seiner intelligenten Konstruktion: Die Grillplatte ist leicht geneigt, sodass beim Grillvorgang entstehende Flüssigkeiten sicher über die Fettablauffrille in die herausnehmbare Auffangschale abfließen können. Dank der Antihafbeschichtung sämtlicher Komponenten werden Anbrennisrisiko sowie Rauchentwicklung mi-

nimiert und gesünderes Grillen begünstigt. Darüber hinaus lässt sich der BBQ Booster ganz komfortabel reinigen: Ohne das Bedienpanel, an dem sich das Thermostat befindet, kann der Tischgrill in die Spülmaschine gestellt werden. Der **Tefal BBQ Booster Tischgrill CB6418** ist ab April 2021 für eine unverbindliche Preisempfehlung von 109,99 Euro verfügbar.



Der erweiterte Tefal Optigrill Elite XL bietet alles, was das Grillerherz begehrt: Neben dem bewährten Highlight – der automatischen Anpassung von Grilltemperatur und -dauer an Dicke und Art des Grillguts – bietet die XL-Variante Neuerungen wie größere Grillfläche und stärkere Leistung

**Groupe SEB
gratuliert dem
»Händler des
Jahres 2020«**



Chapeau und herzlichen Glückwunsch **Dirk Wittmer** zum Titel »Händler des Jahres 2020«. Krisenzeiten zeigen auch, dass sie Potenzial für Neuausrichtungen sowie Kreativität sein können und neue Wege aufzeigen. Bewundernswert, wie Sie und Ihr Team diese genutzt haben.



Astrid Duhamel
Head of Communication & Digital DACH Groupe SEB für die Marken Krups, Rowenta und Tefal

Smokeless BBQ Grill von George Foreman

Die Allzweckwaffe im Sommer und Winter

Ein saftiges Steak, krosse Würstchen, leckeres Gemüse oder zarter Fisch: Kaum laden die ersten Sonnenstrahlen zum Aufenthalt im Freien ein, freuen wir uns auf das Grillen. Nicht jeden zieht es dabei in die Natur. Viele entscheiden sich für die gemütliche Alternative zuhause auf Balkon oder Terrasse. Doch mit dem Grillen kommen oftmals auch Rauch und unangenehme Gerüche. Das stört nicht nur den Grillenden selbst, sondern kann auch bei Nachbarn zu Unmut führen. Hier sind Elektrogrills von **George Foreman** eine gute Antwort. Dank seines speziellen Designs entstehen beim Smokeless BBQ Grill **80 Prozent weniger Rauch** im Vergleich zum Vorgängermodell der gleichen Marke und sorgen so für ein entspanntes Grillvergnügen, egal ob im Sommer oder im Winter.



Gastroback Programm mit vier Garstufen Steaks in Steakhouse-Qualität

Der **Gastroback** Design BBQ Advanced Smart hat nur eine Mission, und die lautet, perfekte Steaks zu liefern. Dafür bietet der Kontaktgrill vier wählbare Garstufen, die die Herzen von Fleischfans höherschlagen lassen. Dank der automatischen Anpassung der Grillzeit an die Fleischdicke grillt das Gastroback Gerät ein Steak mit dem ausgewählten optimalen Garpunkt. Weitere Grillprogramme mit voreingestellten Temperaturen für Geflügel, Burger, Bratwurst, Sandwich, Fisch und ein Programm mit individuell einstellbarer Grilltemperatur machen den Grill zum wahren BBQ-Allrounder. Die untere glatte Grillplatte kann dabei sogar für Pfannkuchen, Omelettes, Spiegeleier, Crêpes und Kartoffelpuffer verwendet werden. Das Gerät wird mit einer UVP von 189,99 Euro angeboten.



Fleischwolf FW2000

Mit Caso gelingen Gourmet-Burger

In Kooperation mit der Zeitschrift Beef vertreibt Caso Design in seinem Sortiment einen Fleischwolf – wie für den Mann gemacht. Statt fertiges Hackfleisch zu kaufen, kann für einen kulinarischen Burger ganz einfach und schnell selbst Hand angelegt werden. Der leistungsstarke Motor wölft zwei Kilo Hack pro Minute. Mit stabilen Messern und hochwertig Titan-veredelten Klingen sowie starkem Zubehör ist der Fleischwolf FW2000 in der Beef Edition ein starker Helfer für das perfekte Fleisch. Das Verbrauchermagazin **Haus & Garten Test** zeichnete den Caso-Küchenhelfer im edlen schwarz-matten Alu-Guss-Gehäuse im vergangenen Jahr mit der Note 1,3 sehr gut aus. Die UVP liegt bei 169,90 Euro.





Bild: Esge/Unold

Im Vertrieb von Unold

It's barbecue time – mit dem Esge Zauberstab M 200 BBQ

Was auch immer auf den Grill kommt, wird begleitet von aromatischen Kräutern und Gewürzen, die zu Marinaden, Dips oder Relishes verarbeitet werden. Mit dem stylisch schwarzen **Esge Zauberstab M 200 BBQ** können diese im Nu zubereitet werden

Mit seinem langlebigen, robusten AC-Motor »Made in Switzerland« püriert, hackt und zerkleinert der Esge Zauberstab alle Zutaten – vom Frischfleisch für den saftigen Burger über Avocados für eine leckere Guacamole bis zu Zwiebeln, Knoblauch und Kräuter für Salatdressings und Marinaden.

Angelehnt an die Profiküchen dieser Welt wurde dem Gerät ein etwa 60 Zentimeter langes Spiralkabel spendiert, das sich bequem bis zu 150 Zentimeter ausziehen lässt, und so für entsprechende Bewegungsfreiheit bei der Zubereitung in der Küche sorgt.

Umfangreiches Zubehör begleitet den schwarzen Zauberstab. Multimesser, Schlagscheibe und Fleischmesser sind durch die praktische Aufsteckzentrierung im Handumdrehen einsatzbereit. Und damit Gewürzmischungen schnell gemacht sind, steht ein Prozessor zur Verfügung, der Gewürze, Nüsse & Co. zerkleinert oder mahlt. Per Soft-Touch-Membranschalter stehen zwei Geschwindigkeitsstufen zur Auswahl, die für richtig Speed sorgen: 12.000 sowie 17.000 Umdrehungen pro Minute machen auch aus der härtesten Nuss feinstes Pulver.

Die Puderscheibe gewährleistet das optimale Verarbeiten kleinerer Mengen. Ein zweiteiliges Becher-Set mit dichtschließenden Deckeln und das exklusive Rezeptbooklet »Grill&Chill« sowie die Bedienungsanleitung mit Rezepten runden das Genießer-Paket ab.



Bild: Esge

Rezept Chimichurri-Sauce

Chimichurri ist eine argentinische Kräutersauce, die ganz besonders lecker zu gegrilltem Rindfleisch und Steaks schmeckt.

Zutaten

- 1 kleine rote Zwiebel
- 2 Knoblauchzehen
- 1 Bund glatte Petersilie
- 1 kleine Chili
- je 1 TL Oregano, Thymian und grobes Meersalz
- ½ TL schwarzer Pfeffer, ganze Körner
- 1 Limette
- 50 ml Olivenöl
- 1 Lorbeerblatt

Zubereitung

Alle Zutaten (außer dem Lorbeerblatt) zuerst mit dem Esge Zauberstab und dem Fleischmesser und dann mit dem Multimesser zu einer pesto-ähnlichen Masse pürieren. Je nach Menge des Olivenöls wird die Konsistenz der Sauce dünner oder dicker. Jetzt das Lorbeerblatt hinzufügen und erst vor dem Servieren wieder entnehmen. Damit die Sauce ihre ganze Wucht entfalten kann, sollte sie am besten ein paar Tage ruhen und ziehen. Die Chimichurri-Sauce lässt sich im verschlossenen Becher oder Glas im Kühlschrank mehrere Wochen lagern, solange sie schön mit Olivenöl bedeckt ist.

Bei Gefu ist das Grillgut »under control«



Perfekte Temperaturkontrolle ist das A und O, um wie ein Profi punktgenau zu grillen, zu braten und zu räuchern. Die hochsensible Sonde des Grill- und Bratenthermometers **Gefu Control** misst die präzise Fleischtemperatur während des gesamten Garvorgangs. Dabei ist die Temperatur dank des am Ofen oder Grills per Magnet angebrachten Digitalcontrollers die ganze Zeit mühelos ablesbar.

Doch Gefu Control kann noch mehr. Per Bluetooth und der selbsterklärenden Easy BBQ App lässt sich das Bratenthermometer mit jedem Android-Smartphone oder iPhone verbinden und wird so zum perfekten digitalen Grillassistenten mit Echtzeitübertragung bis zu 50 Meter Reichweite.

Das bedeutet: Ab sofort muss niemand mehr vor dem Grill oder Ofen stehen und das Grillgut die ganze Zeit im Auge behalten. Ob ein Schwätzchen mit dem Nachbarn am Gartenzaun oder eine kleine Pause auf dem Sofa – das Handy gibt jederzeit Auskunft über den aktuellen Garzustand.



Bild: Gefu

Besonders praktisch: Die App ist vorprogrammiert für sieben Fleischsorten, Fisch, Smoken und Räuchern. Zudem bietet sie fünf verschiedene Garpunkte von rare bis well done, reichlich Platz für eigene Ideen und Einstellungen sowie eine praktische Timerfunktion.

Und für alle, die eine große Fleischauswahl bevorzugen, gibt es das Modell **Gefu Control+**. Ob Rinderfilet, Hähnchenschenkel, Kalbskoteletts, Schweinemedallions, Lammspiele oder Putenschnitzel – Gefu Control+ hat dank der 6-Kanalsteuerung bis zu sechs verschiedene Lebensmittel gleichzeitig unter Kontrolle.

Steba
GERMANY

Flach, flacher, VG 30 SLIM

Ultra-flacher BBQ, Höhe 6 cm

steba.com



TESTSIEGER
Haus & Garten Test
sehr gut
(1,1)
 Graef
 SKS500
 Im Test: Alleschneider (Elektraantrieb)
 Ausgabe 1/2021 · www.haus-garten-test.de

Haus & Garten Test

Graef Alleschneider werden mit »sehr gut« ausgezeichnet

Egal, was in der Küche geschnitten werden muss – vor den scharfen Messern der **Graef** Alleschneider ist keine Zutat sicher. Das Testmagazin »Haus & Garten Test« hat die Küchenhelfer aktuell genau unter die Lupe genommen und verteilt Bestnoten an die Maschinen des deutschen Familienunternehmens

In den Kategorien Funktion, Handhabung, Verarbeitung und Sicherheit erzielten der SKS 500, der Premium Cut Lafer Edition und der Manuale H 1920 jeweils die Note »sehr gut« und landeten damit alle drei auf dem Siegereppchen.

Klarer Testsieger ist der **Graef SKS 500** (siehe Titelbild), der vor allem mit seinem scharfen Wellenschliffmesser und dem flüsterleisen Motor überzeugen konnte. Bei den manuell betriebenen Alleschnidern geht

der **Graef H 1920** (Bild unten) im optisch ansprechenden Retrodesign als Testsieger hervor, der trotz manueller Bedienung hervorragende Schnittergebnisse erzielt und selbst das harte Krustenbrot in gleichmäßige Scheiben schneiden.

Von wegen zerrissene Brotscheiben oder Löcher im Abendbrot – die Wellenschliffmesser der Graef Alleschneider gleiten problemlos selbst durch harte Krusten und lassen mit ihren gleichmäßig

dicken Scheiben die Konkurrenz im Praxistest weit hinter sich. Dasselbe gilt auch für Schinken, Salami und Käse: Bei allen drei Alleschnidern der Marke Graef wurden hier die Schneidergebnisse ebenfalls mit der Note »sehr gut« bewertet. Die Testredaktion lobte vor allem den im Zubehör enthaltenen Mini Slice-Aufsatz, mit dem selbst kleinste Lebensmittel sicher in hauchdünne Scheiben geschnitten werden können, ohne dabei am Messer vorbeizurutschen.

Graef ist klarer Testsieger bei den Schneidergebnissen

Ob benutzerfreundliche Bedienelemente, sichere Messerabnahme zur späteren Reinigung oder die hochwertige Verarbeitung der einzelnen Materialien – in allen getesteten Kategorien konnten die drei Alleschneider von Graef mit besten Noten überzeugen.

Punkten konnten die Multitalente auch beim Thema Sicherheit: Dank rutschfester Saugnäpfe und stabilem Standfuß stehen die Alleschneider von Graef sicher auf der Arbeitsplatte und schützen durch Kindersicherung und Resthalter mit Fingerschutz auch schon während des Arbeitens vor Verletzungen.

Graef lässt keine Wünsche offen

Die Modelle SKS 500 und Premium Cut Lafer Edition erzielten hier die Note »sehr gut« (1,0). Aber auch das umfassende Zubehörset der Graef Alleschneider konnte die Redaktion des Haus & Garten Tests überzeugen: Ob verschließbare Aufbewahrungsbox, Edelstahltablett, Messerschärfer oder Mini Slice-Aufsatz – Graef lässt einfach »keine Wünsche offen«.



TESTSIEGER
Haus & Garten Test
sehr gut
(1,1)
 Graef
 H1920
 Im Test: Alleschneider (manuell)
 Ausgabe 1/2021 · www.haus-garten-test.de

100 Jahre Innovation • 100 Jahre zeitloses Design

Eine Stilikone feiert Jubiläum

Die Traditionsmarke **Braun** feiert 2021 ihr einhundertjähriges Bestehen. Im Fokus steht weiterhin, Produkte zu entwickeln, die das Leben vereinfachen sowie eine lange Lebensdauer und eine zeitlose Ästhetik aufweisen. An diese Maxime glaubte bereits **Max Braun**, als er den Grundstein für das Unternehmen legte

BRAUN 100 Jahre



Zukunft« gehörte bereits in den Anfängen zu den Gründungsprinzipien bei Braun.

Da die Ingenieure auch stets mit bekannten Designern zusammenarbeiteten, steht Braun für Produkte, die sich durch intuitives, nützliches und langlebiges Design auszeichnen.

Unvergessen ist die Zusammenarbeit mit dem Industriedesigner **Dieter Rams**, unter dessen Ägide die Braun-Produkte in der zweiten Hälfte des vergangenen Jahrhunderts zu Stilikonen avancierten. Radikal

reduziertes Design definierte über Jahrzehnte das typische, klare Erscheinungsbild der Marke Braun.

Dies zeigt sich bis heute in jedem einzelnen Braun Produkt – vom Rasierer bis zum Stabmixer. Das Jubiläum wird demzufolge auch gemeinsam gefeiert – von Braun Household im Vertrieb der De'Longhi Deutschland GmbH sowie von Procter & Gamble, die die Sparte Rasierer, Haarstyler & Co. vertreiben.

Am 1. Februar 1921 als kleine Ingenieurwerkstatt in Frankfurt am Main gegründet, feiert Braun in diesem Jahr das Firmenjubiläum als international erfolgreiche Designmarke. Die Produktklassiker von Braun haben in vielen Haushalten Tradition und garantieren den Markterfolg des Unternehmens. »Gutes Design für eine bessere



Bild: Braun

Höhepunkte im Jubiläumsjahr

- Zahlreiche Braun Produkte werden ab Februar 2021 in einer speziellen Design Edition erhältlich sein.
- Eine Kooperation mit einem namhaften Designer, der noch bekannt gegeben wird.
- Der Braun-Preis steht in diesem besonderen Jahr ganz im Zeichen von »Gutes Design für eine bessere Zukunft«.

Das Bekenntnis zu technisch und optisch langlebigen Produkten hat in Zeiten des schnellen Konsums eine besondere Bedeutung und begleitet das Unternehmen nun auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft. Gutes Design kann die Zukunft positiv beeinflussen – diese Haltung wird Braun auch in den nächsten 100 Jahren prägen.

beurer
Gesundheit und Wohlbefinden

Herzlichen Glückwunsch zur Wahl: Händler des Jahres 2020!

Als Vorbild für viele Händlerkollegen gehen Herr Wittmer und sein Team von Euronics XXL mutig voran, setzen innovative Werbekonzepte um und investieren in attraktive und wachsende Produktwelten.

Als Partner des Fachhandels freuen wir uns über dieses wertvolle Engagement, gerade in der jetzigen Zeit. Wir stehen zusammen!

Ihr Beurer Team aus Ulm



www.beurer.com



Medisana

Neue Office Line

Derzeit spielt sich bei vielen Menschen der Alltag in großen Teilen digital ab: die Arbeit wird im Home Office erledigt, Meetings finden online statt und selbst die Schüler sitzen zum Lernen im Digitalunterricht vor dem PC. Gleichzeitig zu den Tätigkeiten vor Computer, Laptop & Co. bewegen wir uns – zumindest mehrheitlich – viel weniger als üblich. Und auch unsere Arbeitsplätze zu Hause sind meist nicht ergonomisch eingerichtet. Mit all den ungewollten und nicht wünschenswerten Folgen für unsere Gesundheit. Die neue Office Line von Medisana nimmt sich diesem Umstand an und bietet perfekt für Büro und Home Office abgestimmte Gesundheits- und Wärmeprodukte. Den Auftakt der **Medisana Office Line** machen die beiden neuen Wärme-Keilkissen OL 300 und OL 350, die kürzlich mit dem Plus X Award in den Kategorien »High Quality, Design, Bedienkomfort, Funktionalität und Ergonomie« ausgezeichnet wurden.



Bild: Medisana



Bild: Miele

Megatrend Luftreiniger

Produktion und Vertrieb bei Miele

Der neue mobile Luftreiniger Air Control von Miele ist speziell für den Einsatz in Betrieben oder öffentlichen Einrichtungen konstruiert. Er wird in drei Größen verfügbar sein und kommt im ersten Schritt in Deutschland und Österreich auf den Markt. Produktionsstart ist Mitte Februar im Miele-Werk Lehrte. Alle Geräte sind im Handel und über den eigenen Onlineshop von Miele Professional verfügbar. Erhältlich ist der Miele Air Control ab 2.790 Euro. Alternativ zum Kauf können die Geräte auch geleast werden. Die monatlichen Leasingraten beginnen für das kleinste Modell schon bei rund 50 Euro netto. Die drei Varianten des Miele Air Control kommen mit wenig Platz aus – so benötigt beispielsweise das mittlere Modell bei einer Höhe von 127 Zentimeter lediglich eine Stellfläche von 50 mal 50 Zentimeter.

Aerosolfilterung im Test

Philips Luftreiniger schneidet am Besten ab

Seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie hat das Thema Luftqualität in Innenräumen stark an Bedeutung gewonnen. Laut dem Robert-Koch-Institut ist dabei eine Übertragung von Sars-Cov-2 auch über Aerosole möglich. Sie entstehen durch Niesen oder Sprechen und halten sich bis zu sechs Stunden in der Luft. Regierungen, internationale Organisationen, das Umweltbundesamt und die Gesellschaft für Aerosolforschung bestätigen, dass neben regelmäßigem Lüften Luftreiniger Teil eines Hygienekonzeptes zur Minimierung des Infektionsrisikos sein können – stets im Zusammenspiel mit weiteren wie soziale Distanzierung, das Tragen von Masken und persönlicher Hygieneprotokolle. Aufgrund der aktuellen Situation prüfte die Stiftung Warentest im Januar 2021 drei Luftreiniger in einem Nachttest, wie gut sie Aerosole aus der Luft filtern können. Dabei schnitt der Philips Luftreiniger AC2889/10 am besten ab und er reduziert die Zahl der schwebenden Atemtröpfchen im Raum nach 20 Minuten deutlich.



Bild: Philips



Digitale Hörhilfen

Besser hören mit Beurer

Schwerhörigkeit ist ein weit verbreitetes Problem und nimmt naturgemäß mit dem Alter zu. **Beurer** hat eine neue digitale Hörhilfen-Kollektion entwickelt, die im Alltag unterstützt

Die kleinen Helfer im Ohr gibt es in verschiedenen Bauformen für individuelle Bedürfnisse. Jedes Hörhilfen-Modell hat seine Vorteile – der Nutzer entscheidet, welches optimal zum jeweiligen Lebensstil passt.

IdO-Hörhilfen – klein, diskret und fast unsichtbar

Ist eine möglichst unauffällige Hörhilfe gewünscht, eignen sich Geräte, die **In-dem-Ohr (IdO)** getragen werden. Sie gehören zu den kleinsten Modellen und alle Bauteile werden direkt im Gehörgang platziert. Als praktisches 2er Set bietet Beurer die **Hörhilfe HA 60 Pair** zur beidseitigen Versorgung an. Die extra kleine Im-Ohr-Bauform sorgt für ein komfortables neues Hörerlebnis und ist zum Beispiel für Brillenträger bestens geeignet. Der Frequenzbereich liegt bei 200 bis 5300 Hertz, die Verstärkung bei maximal 26 Dezibel und die Spitzenlautstärke bei maximal 113 Dezibel. Das Produkt verfügt über je drei Aufsätze zur individuellen Anpassung an den Gehörgang. Eine praktische Aufbewahrungsbox ist im Lieferumfang enthalten.

HdO-Hörhilfen – klassisches Modell mit angenehmem Tragekomfort

HdO-Hörhilfen werden **Hinter-dem-Ohr (HdO)** getragen. Alle Funktionsbauteile, wie zum Beispiel der Lautsprecher, sind im Gehäuse verbaut. Der Schall wird per Luftleitung im Kunststoffschlauch an das Ohr übertragen. **Mit HA 70 Pair und HA 80 Single/Pair** bringt Beurer gleich zwei wiederaufladbare HdO-Hörhilfen auf den Markt, die im Falle von HA 80 sogar im 1er und/oder im 2er Set das Hören deutlich

verbessern können. Das HA 80 ist auch einzeln als Single-Variante erhältlich für die flexible Anwendung am rechten oder linken Ohr. Für eine ununterbrochene Nutzung werden die Produkte mit praktischen Wechselakkus sowie einer Micro-USB-Ladestation geliefert. Der Frequenzbereich des HA 80 liegt bei 200 bis 6700 Hertz, die Verstärkung bei maximal 48 Dezibel und die Spitzenlautstärke bei maximal 121 Dezibel. Vor allem für ältere Menschen sind HdO-Hörhilfen leicht zu bedienen. Die Geräte von Beurer punkten mit einer ergonomischen Passform und verfügen über zwei unterschiedliche Hörprogramme für laute und leise Umgebungen sowie vier bzw. acht Aufsätze für optimalen Tragekomfort.

Besonders das HA 70 Pair ist durch die extra kleine Bauform kaum sichtbar. Es überzeugt außerdem mit einer Aufbewahrungsbox inklusive integrierter Powerbank. Der Frequenzbereich liegt bei 200 bis 7100 Hertz, die Verstärkung bei maximal 49 Dezibel und die Spitzenlautstärke bei maximal 123 Dezibel.

RIC-Hörhilfen – verbesserte Technologie für einen klaren Klang

Eine Unterform der HdO-Hörhilfen sind RIC-Geräte. Die Produkte werden hinter dem Ohr platziert, aber der Lautsprecher befindet sich direkt im Gehörgang. Dies schafft besonders gute akustische Übertragungseigenschaften und sorgt für einen klaren Klang. Beurer stellt in dieser Kategorie das neue **HA 85 Pair** vor. Die wiederaufladbaren Hörhilfen mit Wechselakkus sind als 2er Set zur beidseitigen Versorgung erhältlich und verfügen über zwei unterschiedliche Hörprogramme für

Beurer Hörhilfen-Sortiment

HA 60 Pair 122,99 Euro UVP

HA 70 Pair 173,99 Euro UVP

HA 80 Single 102,99 Euro UVP

HA 80 Pair 183,99 Euro UVP

HA 85 Pair 204,99 Euro UVP

Trocknungskapseln 8,99 Euro UVP

Cerumenfilter 13,99 Euro UVP



HA 60 Pair
wird im Ohr getragen – IdO



HA 70 Pair
wird hinter dem Ohr getragen – HdO



HA 80 Single/Pair
wird hinter dem Ohr getragen - HdO
und ist auch einzeln erhältlich

laute und leise Umgebungen. Der Frequenzbereich liegt bei 200 bis 8000 Hertz, die Verstärkung bei maximal 38 Dezibel und die Spitzenlautstärke bei maximal 114 Dezibel. Acht Aufsätze sowie eine Micro-USB-Ladestation sind im Lieferumfang enthalten.

Um ein möglichst langes Hörvergnügen genießen zu können, spielt die richtige Pflege von Hörhilfen eine wichtige Rolle. Für HA 60, HA 80 und HA 85 bietet Beurer spezielle Trocknungskapseln zur Entfernung von Feuchtigkeit aus den Geräten an. Mithilfe des Farbwechsels kann das Ende der Trocknungsleistung erkannt werden. IdO- und RIC-Hörhilfen sind mit Cerumenfiltern ausgestattet, die vor Ohrenschmalz, Verschmutzung und Feuchtigkeit schützen. Diese sollten regelmäßig ausgetauscht werden.

Beurer bietet für Interessierte einen Online-Hörtest zur Ermittlung eines eventuellen Hörverlustes an.

Tefal®

OptiGrill Elite XL

INTELLIGENTER GRILL

PERFEKTE GRILLERGESBNISSSE GANZ NACH IHREM GESCHMACK

Bekannt aus der
TV
Werbung



Digitaler
Grill-Assistent



16 automatische
Programme



MAXIMIEREN SIE IHR GRILLVERGNÜGEN MIT OPTIGRILL.
ER MISST DIE DICKE DER ZUTATEN UND PASST DEN GRILLZYKLUS AUTOMATISCH AN.

BLUTIG

MEDIUM

DURCHGEBRATEN



www.tefal.de/optigrill • #optigrill