

# electro

Das Business-Magazin der Elektro-Hausgeräte-Branche

## Top-Themen

Liebherr ist auch 2023 auf Wachstum ausgerichtet | Seite 8

Beko Grundig mit dem Ergebnis 2022 zufrieden | Seite 14

Tefal bringt Farbe in den Dampfbürsten-Markt | Seite 21



# HEPT 20

Innovationen vor Ort Jahre



HEPT 2023

## Eine Erfolgsstory feiert ihr 20-jähriges Bestehen

Seite 11

# KÄRCHER



## WENIGER HIN UND HER. MEHR HIN UND WEG.

Für jede Raumgröße die passende Lösung – der FC 7 Cordless Premium bekommt Verstärkung! Damit bringst du deine Böden zum Strahlen. Statt Schmutz hin und her zu wischen, nehmen ihn die Walzen mit Selbstreinigungsfunktion ganz einfach auf und befördern das schmutzige Wasser in einen Tank.  
[kaercher.de](http://kaercher.de)



FC 7 Cordless Premium

FC 4-4 Battery Set

FC 2-4 Battery Set

Voraussichtlich verfügbar ab Q2/2023



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

Editorial

## Sichtbarkeit im Internet

Zu einem erfolgreichen Handelsgeschäft gehört heute auch ein gut funktionierender Online-Shop sowie die Datenpflege der unterschiedlichen Social Media-Auftritte. Große Handelshäuser haben dafür eigene Abteilungen aufgebaut und Spezialisten angestellt, die sich darum kümmern und die Entwicklungen kontinuierlich begleiten, damit sie keinen Trend verpassen.

**Kleineren Händlern** fehlt häufig das Wissen und auch das Fachpersonal, um diese herausfordernde Aufgabe zu stemmen. Viele haben zwar die Notwendigkeit bereits erkannt, dass es hier zunächst darum geht, Aufmerksamkeit bei ihren Kunden zu erreichen, wissen aber nicht, womit sie anfangen sollen.

**Fakt ist:** Abwarten ist hier keine Alternative, denn die digitalen Entwicklungen laufen so rasend schnell, dass man ohne Warenwirtschaftssystem nicht mehr zukunftsfähig sein wird und ohne Echtzeit-Bestandsführung für potenzielle Kunden im Netz quasi digital unsichtbar bleibt.

**Kundenbindung** durch analoge Maßnahmen wird nicht mehr ausreichen. Die Zukunft liegt in der Ausweitung in den digitalen Raum. Allein eine Kombination von Daten über die Kunden in Verbindung mit den eigenen Unternehmensfakten kann dabei zielführend sein. Deshalb sind relevante Daten wie Kontakt- und Kaufdaten sowie Bestände, Preise, Qualitäten und Lieferzeiten die Basis für jede Form der Digitalisierung.

**Es stellt sich also** für jeden Händler – um den zukünftigen Umsatz zu sichern – die Frage, warum sich ein potenzieller Kunde für sein Geschäft interessieren soll. Für den Handel ist es eine neue Aufgabe, im Internet eine wohl platzierte und umsatzrelevante Präsenz in der jeweiligen Zielgruppe zu erreichen.

**Auch wenn** die Rahmenbedingungen im Vergleich zu den Online-Titanen eher ungünstig sind, kann man von diesen Plattformen und deren Möglichkeiten durchaus lernen. Wichtig ist hier vor allem die Sichtbarkeit für den Kunden, wenn er im Internet nach Produkten sucht. Es gibt bereits Tools, mit denen man als lokaler Anbieter auftreten kann, um dem Kunden zu zeigen, dass er sich seinen Kaufwunsch ganz in der Nähe erfüllen kann. Umfragen bestätigen immer wieder, was die Konsumenten wünschen – im Netz informieren und lokal einkaufen.

**Genau das** brauchen also unsere Händler: Sichtbarkeit im Netz, damit die Kunden wieder in den Laden kommen. Zahlreiche Anbieter unserer Branche bieten auf ihren Webseiten einen Händlerfinder, der die Kundenströme entsprechend lenkt. Sprechen Sie Ihre Lieferanten an und lassen Sie Ihr Geschäft in diese Suchfunktionen mit aufnehmen.

Ich wünsche Ihnen dabei viel Erfolg.

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

### Untersuchung aus 2022

## Starke Nachfrage für Haarpflege- und Stylingprodukte

Nach teilweise starken Rückgängen in den Pandemie-Jahren hat sich die Marktsituation im vergangenen Jahr gedreht und Haar-Styling-Geräte wurden 2022 wieder verstärkt nachgefragt. Mit einem Umsatzzuwachs um 25 Prozent bei einem Stückzahlwachstum von sechs Prozent zeigte sich auch eine Entwicklung zu höherwertigen Geräten.

So ist der Durchschnittspreis um 18 Prozent auf 59 Euro gestiegen. Die Konsumenten sind also verstärkt bereit, höhere Preise für qualitativ hochwertige Geräte zu bezahlen.

Insgesamt wurden 2022 in Deutschland fast 4,2 Millionen Hair-Styler verkauft und damit ein Umsatzvolumen von knapp 246 Millionen Euro erzielt.



### Ergebnis Heißluftfritteusen

## Über 1,5 Millionen Air Fryer in Deutschland verkauft

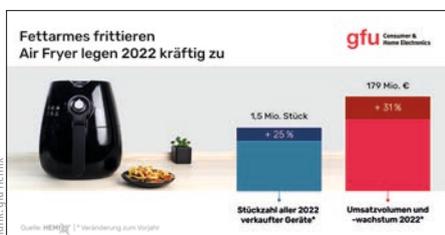
**Gesunde Ernährung** ist nicht mehr nur ein Trend, sondern für viele Verbraucher zum Standard geworden. Neben der Auswahl der Lebensmittel trägt auch die Zubereitung der Speisen einen großen Teil

dazu bei. Kalorienarmes garen, backen oder frittieren mit einer Heißluftfritteuse – einem sogenannten Air Fryer – hilft dabei. Aktuelle Marktzahlen der gfu belegen diese Entwicklung und stellen die stark gestiegene Beliebtheit dieser Geräte unter Beweis: So wurden in Deutschland 2022 erstmalig mehr als 1,5 Millionen Heißluftfritteusen verkauft, ein Plus von 25 Prozent. Die Steigerung beim Umsatz im Jahr 2022 betrug sogar 31 Prozent auf knapp 179 Millionen Euro.

Mit Air Fryern können alle Arten von Speisen zubereitet werden, angefangen

beim Klassiker Pommes Frites über Geflügel, Gemüse, Ofenkartoffeln bis hin zu vielseitigen Snacks.

Bei den Heißluftfritteusen erfolgt der Frittieren- und Backprozess mit Luft und nicht durch Verwendung von Öl. Während beim traditionellen Frittieren die Speisen in heißem Fett schwimmen, spart die Zubereitungsart im Air Fryer Kalorien. Sie ist gesünder und zudem eine energiesparende Alternative zum Backofen, da Heißluftfritteusen weniger Energie verbrauchen – in der aktuellen Zeit ein zusätzliches Verkaufsargument.





8

## Liebherr ist auch 2023 auf Wachstum ausgerichtet

Mit neuen Weinkühlern, innovativer BluRoX-Technologie und energieeffizienten Kühl- und Gefriergeräten will **Liebherr** zweistellig wachsen ...



13

## Aktuelle News von Samsung – gebündelt auf einer Seite

Von der Strategie 2023 über die Energy Heroes in der **World of Samsung** bis zur Umstrukturierung des Vertriebssteams und der Kooperation mit **Tim Raue** ...



15

## Smarter Grillgenuss mit der Marke Severin

Moderner Grill-Lifestyle ist leicht, vielfältig, urban, elektrisch und trifft den Geschmack Balkoniens. So wie der Sevo von **Severin** ...

# INHALT Ausgabe 4 | 2023

<b>Editorial</b> Sichtbarkeit im Netz • <b>gfu Studien</b>	3
<b>Inhaltsverzeichnis</b> • Impressum	4
<b>EP:</b> 50 Jahre Fachhandelsmarke • <b>Telering</b> goes digital	5
<b>News</b> Aktuelles aus der Branche	6
<b>Hisense</b> eröffnet R&D Center in Slowenien	7
<b>Liebherr</b> ist auf Wachstum ausgerichtet	8
<b>AEG</b> kooperiert mit Bofrost	9
<b>Miele</b> 12,2 Prozent Umsatzzuwachs	10

<b>Cashman</b> Retro-Kühlgeräte von Amica	12
<b>Samsung</b> Aktuelles von der Technikmarke	13
<b>Beko Grundig</b> Zufrieden mit Jahresergebnis 2022	14
<b>Severin</b> Smarter Grillgenuss mit Sevo	15
<b>Gastroback</b> Tischgrill Plancha & BBQ	16
<b>Kärcher</b> Grillreinigung im Handumdrehen	16
<b>Bosch</b> Lifestyle Set Hunting Adventure	17
<b>Caso</b> Outdoor-Kochen at it's best	17
<b>Severin</b> Neue kabellose Küchenhelfer • <b>Bosch</b> • <b>Graef</b>	18
<b>Rommelsbacher</b> Edel grillen auf Ceran Glas	19
<b>Steba</b> kommt mit neuem Deluxe Grillcenter	19
<b>Jura E6</b> wird »sehr gut« beurteilt • <b>Siemens</b> EQ900	20
<b>Tefal</b> bringt Farbe in den Dampfbürsten-Markt	21
<b>Bodenpflege</b> EG • <b>Sebo</b> • <b>Hoogo</b>	22
<b>Oral-B</b> Mundpflege-Initiative THE BIG RETHINK	23
<b>Gastroback</b> bietet flexible Lösungen zur Luftreinigung	24
<b>Kärcher</b> verbessert die Qualität der Raumluft	25
<b>Medisana</b> Hot & Cold Massage Gun • <b>Beurer</b>	26

### Titelthema

## 20 Jahre HEPT Premium-Roadshow

Seit zwei Jahrzehnten tourt die HEPT durch die Bundesrepublik und besucht ihre Handelspartner. Kommen auch Sie. | Seite 11



### 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  
E-Mail [verlag@ce-markt.de](mailto: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  
E-Mail [alexander.zoehler@ce-markt.de](mailto:alexander.zoehler@ce-markt.de)

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

ABONNEMENT-SERVICE/ADRESSÄNDERUNG:  
B&B Publishing GmbH/CE-Markt  
Abo- und Leserservice  
65341 Eltville  
Telefon 06123-9238-291  
Fax 06123-9238-244  
E-Mail [cemarkt@vuservice.de](mailto:cemarkt@vuservice.de)

AUFLAGE: IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **CE-Markt electro**-Trägermediums **CE-Markt**. Druckauflage 11.417 • tatsächlich verbreitet 11.182 (IVW-Auflagenmeldung 4. Quartal 2022)



Der Newsletter von **CE-Markt electro** informiert regelmäßig über neue Produkte und Trends aus dem Handel. Anmeldung via QR-Code

Besuchen Sie **CE-Markt electro** auch auf dem Business-Netzwerk von Xing



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

Electronic Partner feiert Jubiläum

# Fachhandels- marke EP: wird 50 Jahre

Electronic Partner startete 1973 mit der Fachhandelsmarke EP: und zelebriert dieses Jubiläum ab April mit der Kampagne »Einfach persönlicher feiern«.



Friedrich Sobol

Zum runden Geburtstag informiert Electronic Partner Vorstand **Friedrich Sobol**: »Wir sind stolz auf die Entwicklung, die EP: in den letzten 50 Jahren hingelegt hat. Das haben wir dem Engagement



unserer Mitglieder zu verdanken, aber auch unserem eigenen Qualitätsanspruch an die Dienstleistungen von Electronic Partner.«

Die EP: Fachhändler führen eine attraktives Sortiment in den Bereichen Haushalt- und Unterhaltungselektronik, IT/Multimedia sowie Telekommunikation und haben sich einem gemeinsamen Qualitätsgedanken verpflichtet: Sie sind als »local hero« mit Kernkompetenzen wie individueller Fachberatung, Serviceorientierung, nachhaltigen Angeboten und schneller Erreichbarkeit für ihre Kunden da.

Der Claim »EP: Einfach persönlicher.« zeugt ebenfalls von dieser Nähe und schließt Zusatzleistungen wie Lieferung, Montage, Reparatur oder die Entsorgung von Altgeräten mit ein.

## Telering

### Digitales Marketingkonzept wird implementiert

Die **Fachhandelskooperation Telering** setzt in diesem Jahr verstärkt auf digitale Lösungen und intelligente Maßnahmen, die die Marke »Technik-Profi« nicht nur in Szene setzen, sondern erlebbar machen. In Zeiten, in denen die Zukunftsperspektive des Facheinzelhandels kontrovers diskutiert wird und bedauerlicherweise auch viele Inhaber ihre Geschäfte schließen, stellt sich die Frage – wie man als Fachhändler für die Kunden attraktiv bleibt – gleich in mehrfacher Hinsicht.

»Wir unterstützen hierfür vermehrt mit digitalen Lösungen am POS, beim Kunden vor Ort und im Internet«, berichtet **Udo Knauf**, Geschäftsführer der Telering. In den Geschäftsräumen der Technik-Profis kommt seit einigen Monaten verstärkt Digital Signage zum Einsatz, das vielfältige Anwendungsmöglichkeiten bietet.

**Sabine Penk**, Marketingleiterin bei Telering erläutert: »Das Medium bietet den Händlern alle Präsentationsvarianten, es können Produkt- oder Aktionsanzeigen eingebunden werden, Animationen oder Filme. Dafür können unsere Technik-



Udo Knauf

Profis auf von uns zur Verfügung gestellte Inhalte zurückgreifen oder auch eigene Werbeaktionen zeigen.«

»Uns ist wichtig, dass die Technik-Profis ihre Fachkompetenz und ihr Angebot authentisch über alle Medien kommunizieren. Daher verzichten wir natürlich nicht auf Printangebote wie Prospekte, Poster, Anzeigen und Co.«, informiert Udo Knauf. »Jeder unserer Partner soll die Werbemaßnahme an der Hand haben, die individuell am besten passt.« Denn die Printerzeugnisse sind in den relevanten Zielgruppen längst nicht so passé, wie zu vermuten wäre. »Aber das ist erst der inhaltliche Auftakt für dieses Jahr«, verspricht Udo Knauf. »Wir haben noch einige Pfeile mehr im Marketing-Köcher.«

# HEPT

Innovationen vor Ort

20. HighEvent  
ProductTour 2023

24. April – 11. Mai  
Save the date!



# 20 Jahre

AEG beurer

jura. KÄRCHER

jura. GASTRO Miele

LIEBHERR



Jetzt anmelden  
unter

HEPT.DE



Bild: Nivona

**Nivona**

**Holger John** (Bild) hat bei Nivona Apparate GmbH die Vertriebsleitung Deutschland von **Christian Fritsch** übernommen, der vor einem halben Jahr in die Geschäftsführung der Nürnberger Nivona

wechselte. »Ich freue mich sehr auf die neue Herausforderung und die weitere Zusammenarbeit mit dem Team sowie unseren Partnern«, sagt John. Er arbeitet seit mehreren Jahren bereits bei Nivona als Key Account Manager für die Kooperationen, den Elektro-Großhandel sowie als Teamleiter für den Innendienst. Entsprechend gut kennt er sich in der Branche aus.

**Teka**

Gleich vier Produkte der Marke **Teka** wurden in diesem Jahr mit dem renommierten Good Design Award ausgezeichnet: Neben der mattschwarzen Sonderedition Infinity | G1 und der Spülenserie Brooklyn im trendigen Industrie-Look, überzeugten auch die Backofen-Modelle Steak Master sowie Maestro Pizza die international besetzte Jury.



Bild: Teka

Bei den exklusiv für Teka entwickelten Kücheneinbaugeräten harmonieren mattschwarze Oberflächen mit glänzend schwarzen Details und kupferfarbenen Stilelementen. Alle Einzelgeräte sind in Form und Design perfekt aufeinander abgestimmt und ergeben ein ebenso modernes, wie zeitlos elegantes Gesamtbild mit hohem Wiedererkennungswert.



Bild: Teka

Mit dem **Good Design Award** prämiert wurden ebenfalls die Edelstahl-Spülen der neuen Brooklyn-Serie von Teka im angesagten Industrie-Style.

**Sodastream**

Mit dem E-Duo präsentiert **Sodastream** seinen ersten elektrischen Wassersprudler. Die Neuheit ist Teil der Premium-Produktlinie Sodastream Collection und zugleich der erste automatische Wassersprudler, der sowohl mit einer 1-Liter-Glasflasche als auch mit einer wiederverwendbaren und ebenfalls spülmaschinengeeigneten 1-Liter-Kunststoffflasche kompatibel ist. Die elektrische One-Touch-Technologie und die drei verschiedenen Sprudelstärken ermöglichen Verbrauchern die Herstellung von Sprudelwasser ganz nach ihrem persönlichen Geschmack.



Bild: Sodastream

**Aqipa**

**Aqipa** hat seine Vertriebspartnerschaft mit dem Saugroboter-Hersteller **Romy** bekannt gegeben. Die beiden österreichischen Unternehmen bauen damit ihre Marktstellung im Home Appliance Bereich aus. Die Produkte von Romy sind ab sofort über Aqipa für die DACH-Märkte, Italien, Spanien und Polen verfügbar. Damit erschließt Aqipa einen Markt, dem in den nächsten Jahren ein starkes Wachstum prognostiziert wird.



Bild: Romy

**Wolkenstein**

Die **PKM GmbH & Co. KG** erhält für den vollintegrierten Geschirrspüler WGSP15-18FI ihrer Marke Wolkenstein den Plus X Award in den Kategorien High Quality, Bedienkomfort und Design. Damit bekommen Verbraucher eine aussagekräftige und unabhängige Kaufempfehlung für dieses Produkt an die Hand.



Bild: Siemens

**Siemens**

Am 1. April startet **Siemens Hausgeräte** seine neue Frisch-Bonus-Aktion. Bis zum 31. Juli 2023 erhalten Kunden beim Kauf eines Extraklasse-Kühlgeräts 100 Euro zurück. Dafür hat die Marke 21 Produkt-Highlights ausgewählt – darunter auch den Energiespar-Champion MK69KGNIAA.



Bild: Amica

**Amica** Marketingchefin Vanessa Klein und Key Account Manager Michael Berger im Showroom.

**Amica**

Erstmalig bietet Amica seinen Vertriebspartnern und Neukunden die Möglichkeit, im neu gestalteten Showroom eine Auswahl hochwertiger Produkte live zu erleben und sich in angenehmer Atmosphäre auszutauschen. Hierfür hat Amica mit dem Forum 26 in Rödighausen/Bruchmühlen eine besondere Location gewählt.



Bild: Gorenje

**Gorenje**

Gute Nachrichten für Händler: **Gorenje** verlängert seine Grillplatten-Bundle-Aktion. Noch bis Ende April 2023 erhalten Kunden beim Kauf eines leistungsstarken Gorenje Induktionskochfelds eine hochwertige Grillplatte im Wert von 119 Euro gratis dazu.

»Made in Europe« ist wichtiger denn je

# Hisense investiert in Forschung und Entwicklung in Europa

Am slowenischen Headquarter in Velenje eröffnet **Hisense** ein neues R&D Center und stärkt damit den europäischen Produktions- und Entwicklungsstandort. Insgesamt werden etwa 45 Millionen Euro investiert. Da sind fast 20 Prozent mehr als im Vorjahr.

Mit dem neuen Center für Research & Development setzt Hisense Europe Maßstäbe bei der Entwicklung von Hausgeräten, denn unabhängig davon, wo die Produktion der einzelnen Geräte weltweit angesiedelt ist oder für welchen Markt sie bestimmt sind, findet die Entwicklung der Technologien in Europa statt.

»Der Erfolg unseres Unternehmens beruht auf Forschung und Entwicklung. Innovationen sind von zentraler Bedeutung für Hisense. Nur wenn wir unsere Kunden mit innovativen, qualitativ hochwertigen Produkten und einem hervorragenden Benutzererlebnis überzeugen, können wir Wettbewerbsfähigkeit, Rentabilität und Wachstum sicherstellen und unsere ehrgeizigen strategischen Ziele erreichen«, betont **Hanson Han**, CEO von Hisense



Sühel Semerci

Europe, der das F&E Center gemeinsam mit der slowenischen Präsidentin **Dr. Nataša Pirc Musar** eröffnete.

In den letzten drei Jahren hat die Hisense Europe Gruppe die Zahl der Mitarbeitenden in Forschung und Entwicklung, Design und Produktmanagement um 40 Prozent erhöht. Aktuell arbeiten 610 Mitarbeitende in diesen Bereichen in Slowenien, Schweden und in den Niederlanden. Die Konzentration liegt auf der Entwicklung von Elektronik, neuer intelligenter vernetzter Geräte und



Dienstleistungen sowie auf der Vorentwicklung.

**Sühel Semerci**, Executive Vice President der Hisense Gorenje Germany GmbH freut sich über diese Entwicklung: »Das Label ‚Made in Europe‘ ist wichtiger denn je. Schon heute profitieren unsere Kunden von den kurzen Transportwegen, der nachhaltigen Produktionsqualität nach europäischen Standards und der Möglichkeit, schnell auf die Bedürfnisse des lokalen Markts eingehen zu können. Jeder Schritt und jede Investition, um unsere Kompetenzen in Entwicklung und Forschung an den europäischen Standorten weiter zu stärken, ist ein zukunftsweisendes Signal und gibt wichtige Impulse für die Marken Hisense und Gorenje auf dem deutschen Markt.«

## Energieeffizienz der Extraklasse.

Mit Liebherr bieten Sie Ihren Kunden Effizienz der Extraklasse. Extra, weil die Liebherr Kühl- und Gefriergeräte dank hochwertiger Isolationspaneele nachhaltig Geld und Ressourcen sparen. Unsere Kühl- und Gefrierkombinationen in der Höchstklasse A gibt es dazu mit einer 10-Jahre-Liebherr-Garantie. [home.liebherr.com/weiterdenken](http://home.liebherr.com/weiterdenken)

# LIEBHERR

Langlebig. Nachhaltig. Effizient.



  **10 Jahre Liebherr Garantie**

Mehr Nachhaltigkeit durch höchste Langlebigkeit und Energieeffizienz.

 **Energieeffizienzklasse A**



**Liebherr GrandCru**  
Neue Weinkühler im Portfolio

Energieeffizienz ist ein wichtiger Treiber

## Liebherr ist auch 2023 auf Wachstum ausgerichtet

Mit Neuheiten wie dem GrandCru-Weinkühler-Sortiment sowie der innovativen BluRoX-Technologie – eine besonders energieeffiziente Isolierung bei gleichzeitig dünneren Gerätewänden – will Kältespezialist **Liebherr** seine Marktposition weiter ausbauen und hat sich für 2023 das Ziel gesetzt, zweistellig zu wachsen.

Das Thema Energieverbrauch wird auch zukünftig ein wesentliches Argument beim Verkauf von Kühl- und Gefriergeräten bleiben. Die Gründe dafür sind hinlänglich bekannt. Deshalb unternimmt der Premiumhersteller Liebherr viel, um die Energieeffizienz seiner Produkte weiter zu verbessern. »Ab 2024 entfällt bei Liebherr die Energieklasse F«, stellt **Martin Ludwig**, Head of Business Area DE der Liebherr-Hausgeräte Vertriebs- und Service GmbH, bei einer Presseveranstaltung in Würzburg fest.

Für die höchste Energieeffizienz seiner Geräte hat Liebherr bereits auf der IFA 2022 die neue Technologie BluRoX vorgestellt, die nach einer zehnjährigen Entwicklung nun zur Serienreife gelangt. Für dieses Jahr wurden die nächsten BluRoX-Geräte schon angekündigt.

BluRoX nutzt zur Isolierung anstatt der herkömmlichen Schaumelemente ein Vakuum in Verbindung mit dem fein gemahlenem Lavagestein Perlit. Die Eigenschaften von Perlit ermöglichen es, die Wände der Kühlgeräte dünner zu produzieren und damit mehr Raumvolumen bei gleichen Außenmaßen zu erreichen.

Hybride Gefriergeräte von Liebherr, bei denen bereits die Tür mit der patentierten BluRoX-Technologie ausgestattet sind, gehören weltweit zu den ersten ihrer Art, die in die Effizienzklasse »B« eingestuft sind. Und die Entwicklung geht weiter. Liebherr arbeitet an einem Gerät, bei dem komplett alle Wände aus BluRoX bestehen. Diese Geräte werden dann noch energie-

effizienter sein und über ein etwa 25 Prozent größeres Volumen verfügen.

Das reguläre Portfolio von Liebherr sorgt ebenfalls für ressourcenschonenden Alltag. Neben den Stand-Kühl-Gefrierkombis in der Energieeffizienzklasse A verfügen weitere Modelle über die hervorragenden Energiewerte A bis C – darunter zahlreiche Kühl- und Gefrierschränke. Aktuell wurde die Kombi CBNbsa 5753 in der EEK A mit der Topbewertung 97,5 Prozent »sehr gut« von ETM Testmagazin beurteilt.

### Weinlagerung par excellence

Für die optimale Aufbewahrung von Weinflaschen führt Liebherr jetzt neue Weinlagerschränke im Sortiment, die eine Umgebung wie in einem kühlen und feuchten Weinkeller schaffen. Die Weinlagerschränke sind in die Ausführungen GrandCru und GrandCruSelection in edlem schwarzen Design – mit Glastür oder beschichteter Tür – verfügbar.

## 3 Verkaufsargumente für BluRoX-Geräte der Marke Liebherr

### 1. Mehr Volumen

Wegen der besonders effektiven Dämmung mit Perlit kann Liebherr die Wände eines BluRoX-Gefrierschranks um etwa ein Drittel dünner konstruieren als die Wände eines herkömmlichen schaumisolierten Geräts.

### 2. Höchste Energieeffizienz

Ein Vakuum in Verbindung mit dem fein gemahlenem Lavagestein Perlit bietet energietechnisch die bestmögliche Isolierung. Perlit besitzt aufgrund seiner kristallinen Mikrostruktur eine sehr geringe Wärmeleitfähigkeit. Durch diese Kombination entsteht eine unübertroffen energieeffiziente und gleichzeitig kompakte Lösung zur Kälteisolierung.

### 3. Kreislauffähiges Material

Der natürliche Rohstoff Perlit kann am Ende der Lebensdauer eines BluRoX-Kühl- oder Gefriergeräts entfernt und ohne wesentliche Aufbereitung wiederverwendet werden.



**Liebherr stellt auf dem Weingut am Stein in Würzburg die neuen GrandCru Weinkühler vor**  
Martin Ludwig, Head of Business Area DE – Nicole Ganzenmüller, Digital Communication Manager DE – Nina Bendel, Public Relations, Customer & Trade Relations Communication & Brand Management, Appliance Division – Martin Dambacher, Regional Communication Manager DE (Bild v.l.n.r.)

Innovative Technologien für mehr Nachhaltigkeit

# AEG kooperiert mit Bofrost

Zum zweiten Mal in Folge erleichtert **Electrolux** gemeinsam mit **Bofrost** den nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln. Denn nicht nur die intelligenten Technologien in den AEG-Geräten helfen dabei, Essen länger frisch zu halten, auch die Bofrost-Tiefkühlspezialitäten garantieren eine lange Haltbarkeit und somit weniger Lebensmittelverschwendung. Im Aktionszeitraum von Februar bis September 2023 erhalten Konsumenten beim Kauf eines **AEG** Kühl-, Gefrier- oder Kombinationsgeräts Gutscheine für Bofrost Produkte im Wert von bis zu 90 Euro.

Unter den Aktionsgeräten befinden sich auch die Kühl-Gefrierkombinationen Serie 8000 mit 360° Cooling und 9000 Longfresh. Für beide Modelle gilt eine zehnjährige Garantie auf den Inverter Kompressor, der langlebig, leise und besonders energieeffizient ist. Die Twin Tech No Frost-Technologie sorgt für eine getrennte Luftzirkulation in Kühl- und Gefrierbereich, in denen eine unterschiedliche Luftfeuchtigkeit zum optimalen Erhalt der Lebensmittel herrschen sollte. Dank der 360° Cooling-Funktion in der Serie 8000 ist die Aufbewahrung von Obst, Fisch und Co. an jedem Ort im Gerät möglich, da die Luftströme an der Rückwand der Kühl- und Gefrierkombination die Luft im gesamten Innenbereich gleichmäßig verteilen.



## 360° Cooling-Funktion in der Serie 8000

macht die Aufbewahrung von Obst, Fisch und Co. an jedem Ort im Gerät möglich, da die Strömung an der Rückwand der Kühl- und Gefrierkombination die Luft im gesamten Innenbereich gleichmäßig verteilt.

Durch eine besonders ressourcenschonende Herstellung mit recycelten Materialien setzt die Serie 8000 weitere Ausrufezeichen beim Thema Nachhaltigkeit. Für den verantwortungsbewussten Umgang mit Rohstoffen erhielt die Premiummarke AEG erst Anfang Februar 2023 für das Modell 360° Cooling den Kitchen Innovation Award in der Kategorie verantwortungsvolle Unternehmensführung.

Die 9000er Modelle mit Longfresh enthalten einen zusätzlichen Kaltraum, in dem Lebensmittel bis zu dreimal länger frisch bleiben. Darin herrscht eine Temperatur von konstant null Grad Celsius, die sich besonders für die Lagerung von Fleisch, Wurst und Obst wie Weintrauben oder Äpfel eignet.

Enorm  
komfortabel,  
maximal  
sparsam

**Amica**  
for living

Die neuen Kühlspezialisten mit Klasse  
KGCN 388 140 E und KGCN 387 140 E

- Sparsam im Verbrauch, Energieeffizienzklasse D
- Komfortabel durch NoFrost
- Inverter Kompressor – leiser und effizienter
- Konstante Temperatur durch CoolBalance
- Langanhaltende Frische durch VitControl und FreshZone

A  
I  
G  
D



[www.amica-group.de](http://www.amica-group.de)



### Miele Geschäftsleitung

Dr. Markus Miele (Geschäftsführender Gesellschafter), Dr. Stefan Breit (Technology), Dr. Axel Kniehl (Marketing & Sales), Rebecca Steinhage (Human Resources & Corporate Affairs), Dr. Reinhard Zinkann (Geschäftsführender Gesellschafter), Olaf Bartsch (Finance & Administration) – Bild v.l.n.r.

### Das Jahr der Rekorde

## 12,2 % Umsatzzuwachs bei Miele

Wie schon in den Vorjahren hat das Traditionsunternehmen **Miele** mehr Geräte produziert, verkauft und ausgeliefert als je zuvor in seiner fast 125-jährigen Geschichte. Da sich die Rahmenbedingungen für das Hausgerätegeschäft zuletzt deutlich eingetrübt haben, ist dies umso höher zu bewerten.

**F**ast zwei Jahre profitierte die gesamte Branche von der coronabedingten Sonderkondition. Im Geschäftsjahr 2022 hat diese stark nachgelassen. Hinzu kam der allgemeine Konsumeinbruch seit Beginn des Kriegs in der Ukraine, in dessen Folge Miele die Lieferung von Geräten nach Russland – mit Ausnahme der Medizintechnik – bereits im März eingestellt hat.

»In diesem herausfordernden Umfeld mit insgesamt rückläufigen Märkten hat Miele seine Position zum Teil deutlich ausbauen können«, so die Einordnung der Geschäftsleitung zu den jetzt vorgelegten Zahlen. Zu verdanken sei dies der herausragenden Reputation der Marke Miele, der konsequenten Fokussierung auf Qualität, Langlebigkeit und begeisternde Performance der Geräte sowie dem Engagement der Mitarbeitenden bei Miele weltweit.

### Lieferfähigkeit hat sich stabilisiert

Trotz weltweit fragiler Lieferketten hat Miele das gesamte vergangene Jahr über in allen Werken ohne nennenswerte Störungen und mit hoher Auslastung produzieren können. Auch die Versorgung mit Halbleitern war und ist bis auf Weiteres gesichert. So ließen sich die zuletzt zum Teil

deutlich verlängerten Lieferzeiten wieder weitestgehend normalisieren und die für eine schnelle Auslieferung notwendigen Lagerbestände aufbauen.

Aktuell zeigen sich die Gesamtmärkte in der Tendenz weiter rückläufig, sodass auch Miele die Produktion etwa seiner Waschmaschinen, Trockner und Staubsauger von einer historisch hohen Basis aus vorübergehend drosselt, punktuell auch unter Nutzung von einigen Tagen Kurzarbeit. Davon abgesehen, zeigt sich die Geschäftsleitung für den weiteren Verlauf des Jahres »verhalten optimistisch, dass sich das Geschäft trotz der bestehenden Unwägbarkeiten auf dem hohen Niveau stabil halten oder sogar weiter steigern lässt.« Eine zentrale Herausforderung auf der Beschaffungsseite bleibe die Preisentwicklung bei Material, Energie sowie Logistik.

Mit 12,2 Prozent Umsatzzuwachs ist die Miele Gruppe erneut stärker gewachsen als in ihrem langjährigen Durchschnitt. Hierzu haben in erster Linie die osteuropäischen und asiatischen Länder inklusive China überproportional beigetragen, aber etwa auch lang etablierte Märkte wie Australien, Großbritannien, die Niederlande und die USA. In Deutschland hat Miele 1,47 Mrd. Euro Umsatz erzielt, was einem Plus

von 5,6 Prozent entspricht. Der außerhalb Deutschlands erzielte Anteil am Umsatz beträgt 72 Prozent.

Unter den Produktgruppen für den Haushalt haben vor allem die Geschirrspüler, die Wäschepflege- und die Kochgeräte überproportional erfolgreich abgeschnitten – unterstützt vom ersten IFA-Auftritt seit 2019 mit Innovationsschwerpunkten wie Energieeffizienz und Kochen mit Künstlicher Intelligenz. Erstmals hat Miele in einem Kalenderjahr jeweils mehr als eine Million Waschmaschinen und Geschirrspüler produziert. Auch die Staubsauger, Kühlgeräte und Kaffeefullautomaten, die 2020 und 2021 in besonderer Weise vom coronabedingten Boom profitiert hatten, haben 2022 beim Umsatz hinzugewonnen.

Für weitere Impulse im laufenden Jahr sorgt die Ausnahmeposition von Miele bei den jüngsten Produktvergleichen der renommierten Stiftung Warentest – mit aktuell amtierenden Testsiegern etwa bei den Waschmaschinen, Trocknern, Geschirrspülern, Dunstabzugshauben sowie bei den Staubsaugern, hier mit jeweils alleinigen ersten Plätzen in den Kategorien Bodenstaubsauger (mit Beutel), Akku-Handstaubsauger und Saugroboter. Im Bereich der neuen Geschäftsfelder ist die Auslieferung der mit Spannung erwarteten modularen Outdoor-Küche der Miele-Tochter Otto Wilde Grillers erfolgreich gestartet.

### Flexibilität für die Beschäftigten

Zum Stichtag 31. Dezember 2022 waren weltweit 23.322 Menschen bei der Miele Gruppe beschäftigt – das sind 1.401 Mitarbeitende oder 6,4 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. In Deutschland sind es 11.926 und damit 529 mehr als Ende 2021.

Die Attraktivität von Miele als Arbeitgeber und deren Wahrnehmung weiter zu steigern, zählt zu den strategischen Säulen der Miele Gruppe. Ein wegweisendes Signal in diese Richtung liefern zum Beispiel zwei attraktiv ausgestaltete Konzepte für mobiles Arbeiten beziehungsweise Homeoffice für die deutschen Standorte, bei denen bis zu 80 Prozent der Arbeitszeit zu Hause erbracht werden können, wenn beide Seiten dies befürworten. Wer daheim arbeitet, spart Zeit und Geld, entlastet das Klima und kann Beruf und Familie besser in Einklang bringen – und was sich in der Pandemie aus der Not heraus bewährt hat, möchte Miele für seine Beschäftigten auch auf Dauer erhalten.

An den Kosten im Homeoffice beteiligt sich das Unternehmen, je nach Modell, in unterschiedlicher Höhe, und die erste Resonanz übertrifft alle Erwartungen. Stand heute, haben etwa 5.000 Mitarbeitende eine der beiden Vereinbarungen abgeschlossen. Das sind schon jetzt mehr als zwei Drittel aller Beschäftigten in Deutschland, für die mobiles Arbeiten oder Homeoffice ihrer Aufgabe entsprechend überhaupt in Betracht kommen kann.



**Aussteller der HEPT 2022** Markus Bisping, Beurer • Klaus Hirschle, Kärcher • Ralf Hüge, Jura Gastro • Martin Ludwig, Liebherr • Horst Nikolaus, Jura • Michael Tägtmeyer, Miele • Michael Geisler, AEG (v.l.n.r.)

HighEventProductTour

## 20 Jahre Premium-Roadshow HEPT

2023 ist für die **HEPT** ein Jubiläumsjahr, denn das Erfolgsevent feiert sein zwanzigjähriges Bestehen. Ein besonderer Anlass, die beliebte Roadshow durch zehn bundesweite Städte noch umfassender, innovativer und überraschender zu gestalten. In diesem Frühjahr ist sie vom 24. April bis zum 11. Mai von Frankenthal bis Hamburg unterwegs und präsentiert den Handelspartnern Marken und Innovationen, die Maßstäbe setzen und aktuelle wie künftige Trends aufzeigen.



Seit genau zwei Jahrzehnten ist die HEPT ein unbestrittenes Highlight der gesamten Branche. Ihre besondere Atmosphäre macht sie immer wieder zum Publikumsmagneten und zum attraktiven Forum für Dialog und Information. Und die zehn Stationen der HEPT in ganz Deutschland stellen sicher, dass jede maßgebliche Region »ihre« Show bekommt und für jeden einfach und schnell zu erreichen ist.

**CE-Markt electro** war von Anfang an mit dabei und hat die HighEventProductTour redaktionell begleitet. Wir waren seit 2003 jedes Jahr live vor Ort. Aufgrund der Nähe besuchten wir traditionell die HEPT in Nürnberg, aber auch in Bad Dürkheim und in Köln konnten wir mit den jeweiligen Ausstellern in kommunikativen Austausch treten.

Die HEPT hat sich zur festen Größe in den Branchenkalendern der Handelspartner entwickelt. Kurze Anfahrtswege und Öffnungszeiten bis 22 Uhr lassen einen Besuch auch noch nach Ladenschluss zu. Zum Erfolgskonzept der HEPT gehören zudem umfassende Informationen über Markttrends und Produktneuheiten. In entspannter Atmosphäre können sich die Händler über den Service-Bereich informieren und erfahren alles zu den aktuellen Werbe- und Verkaufsförderungsaktivitäten.

Die Aussteller der ersten Stunde waren 2003 die Unternehmen Beurer, Cloer, Dyson, Jura und Laurastar, ab 2004 war dann Graef mit an Bord, seit 2005 die Jura Gastro und ab 2008 die Marke Russell Hobbs. Wegen Corona konnte die HEPT

### Stationen der Jubiläums-HEPT

**24. April 2023**

**Frankenthal**, Congressforum, Großer Saal, Stephan-Cosacchi-Platz 5

**25. April 2023**

**Offenburg**, Messe Offenburg, Schutterwälder Straße 3

**26. April 2023**

**Stuttgart**, Phönixhalle im Römerkastell, Naststraße 43 – 45

**27. April 2023**

**München**, BMW Welt, Event Forum, Am Olympiapark 1

**2. Mai 2023**

**Nürnberg**, Ofenwerk, Klingenhofstraße 72

**4. Mai 2023**

**Berlin**, Classic Remise, Wiebestraße 36 – 37

**8. Mai 2023**

**Mainz**, Halle 45, Hauptstraße 17 – 19

**9. Mai 2023**

**Köln**, Palladium, Schanzenstraße 40

**10. Mai 2023**

**Bochum**, Jahrhunderthalle, An der Jahrhunderthalle 1

**11. Mai 2023**

**Hamburg**, Fischauktionshalle, Große Elbstraße 9

**QR-Code scannen**

Wer sich noch nicht zur HEPT angemeldet hat, kommt über diesen Code direkt zur Anmeldeseite.



in 2020 nicht stattfinden und 2021 gab es Pandemiebedingt nur eine digitale Präsentation. Aber seit verganginem Jahr ist die HEPT wieder live auf Deutschlandtour und mit AEG konnte 2022 sogar ein neuer Partner gewonnen werden. Und auch 2023 fährt die HEPT wieder mit einer Top-Besetzung auf. Dabei sind die Premiummarken AEG, Beurer, Jura, Jura Gastro, Kärcher, Liebherr und Miele.

Sie alle zeigen bewährte Produkte sowie spannende Neuentwicklungen, die von den Besuchern aus nächster Nähe erlebt und ausprobiert werden können. Dazu stehen kompetente Repräsentanten der jeweiligen Marke zur Verfügung, die Fragen beantworten und sich über einen Erfahrungsaustausch mit den Partnern aus dem Fachhandel freuen.



Cashman macht heute einen Ausflug in die Welt der Kühlschränke

## Amica hat jetzt auch Retro-Weinkühler im Sortiment

Cashman hilft Händlern, Kasse zu machen, also »cash«. Dafür checkt **CE-Markt electro** innovative Produkte und zeigt auf, wie Händler ihre Kunden überzeugen. Diesmal hat Cashman die Retro-Kühlschränke von **Amica** ausprobiert.

### **Mir gefallen die Retro-Kühlschränke. Gibt es die in unterschiedlichen Varianten?**

Wir führen Kühl- und Gefriergeräte der Marke Amica, die in verschiedenen Größen und Farben angeboten werden. Hier können Sie zwischen kleinen Tischgeräten mit Kapazitäten ab 108 Litern wählen. Die Stand-Kühlschränke haben ein Volumen von 218 oder 229 Liter und die Kühl- und Gefrierkombinationen gibt es in den Versionen mit 206 bzw. insgesamt 244 Litern. Je nachdem, wie groß Ihre Familie ist und welcher Bedarf gedeckt werden soll.

### **Mit Gefrierteil wäre gut.**

Bei den Kombigeräten können Sie sich aussuchen, ob das Gefrierteil oben oder unten sein soll. Wenn Sie die obere Version favorisieren, gibt es Modelle mit einem Vier-Sterne-Gefrierfach, in dem 44 Liter untergebracht werden können. Damit haben Sie ein paar Tiefkühlpizzen

und leckeres Eis immer schnell zur Hand. Wenn Sie mehr Platz brauchen, gibt es die Modelle, in denen das Gefrierteil unten ist. Hier stehen etwa 63 Liter zur Lagerung zur Verfügung.

### **Wie hoch sind die Geräte?**

Es beginnt mit der beliebten Table-Top-Höhe von 88 Zentimetern – die größeren Geräte liegen zwischen 1,44 Meter und 1,81 Meter.

### **Und welche Farben gibt es?**

Es gibt die beliebten Retro-Kühler in strahlendem Weiß oder klassischem Chili-Rot über Pastelltöne wie beige, rosa, hellgrün oder hellblau bishin zu kräftigen Farben wie weinrot, schwarz oder leuchtendes Gelb. Das variiert je nach Modell. Vielleicht machen Sie die Farbe abhängig von der Möglichkeit, im passenden Design einen Retro-Weinkühler daneben zu stellen.

## Weinlagerung für Retro-Liebhaber

Das Sortiment an Kühlgeräten im angesagten Retro-Design von Amica ist breit gefächert und bietet die passende Ausstattung für jeden Bedarf. Das Design ist kultig und die Leistung stets top.

Retro-Liebhaber und die, die es noch werden wollen, lassen sich schnell von der Ausstattung des neuen Solitars von Amica überzeugen. Und wer auf einen einheitlichen Look setzt und dazu auch noch gerne Wein trinkt, für den sind die Weinkühlschränke die perfekte Ergänzung im Retro-Haushalt.

»Als Marke sind wir Stand heute wohl der einzige Anbieter am Markt, der einen Doppelpack bestehend aus Retro-Kühlschrank und Weinkühlschrank anbieten kann. Gerade für alle Retro-Fans unter den Kunden im Handel und für alle, die rote Küchengeräte mögen, ein tolles Highlight in der Küche.«

### **Marcel Kühn**

Sales- und Marketing Director  
Amica International GmbH



Bild: Amica

### **Es gibt einen Weinkühler im gleichen Retrostil?**

In der Tat bietet Amica passend zu seinen Retro-Kühlschränken auch zwei Weinkühler im gleichen Fifties Style an. Es gibt sie in der 88-Zentimeter-Ausführung mit 125 Liter Nutzinhalt, vier ausziehbaren Holzlagerböden und einem Präsentationsdisplay für 30 Flaschen. Das kleinere Gerät ist 54 Zentimeter hoch, hat 48 Liter Volumen und zehn Flaschen finden Platz auf zwei Holzlagerböden plus Display. Zum Start wird es die beiden Weinkühler im gleichen Chili-Red wie die Standardkühlgeräte im Retro-Design geben.

### **Was gibt es sonst noch für Besonderheiten bei diesen Kühlgeräten?**

Der neueste Standkühlschrank der Marke Amica bietet mit drei Glasablagen, einer Gemüseschublade und LED-Beleuchtung durchaus viel Platz und beste Übersicht über Leckereien. Alle Ablagen sind stilvoll mit silbernen Applikationen versehen und auch von außen besticht das Design des schlichten Retrolooks: Die Außentür ist durchgehend und ebenfalls mit einem silbernen Handgriff und silberner Schriftzugapplikation ausgestattet. Das große im Kühlschrank integrierte Gefrierfach lässt sich über eine Klappe öffnen.

## Strategie 2023

### Samsung ist mit positiven Erwartungen ins Jahr gestartet

Die Inflation sinkt, die Containerpreise haben sich wieder stabilisiert und die Themen-Highlights Nachhaltigkeit, Smart Things und Lifestyle Bespoke stehen bei Samsung Hausgeräte an vorderster Stelle. In den Segmenten Kühls und Waschen konnten die Koreaner 2022 ihre Marktanteile halten und bei den Online-Verkäufen liegt die Marke ganz weit vorne. Die Aussichten für 2023 sind also positiv und sorgen für gute Stimmung. »Die Marke Samsung wird extrem gut wahrgenommen, besonders bei der jungen Zielgruppe«,

beschreibt **Mike Henkelmann**, Director Marketing CE die Erfolgsaussichten. Eine Marketing-Roadmap für das gesamte Jahr 2023 unterstützt dabei, die aktuellen Produkt-Highlights nach außen sichtbar zu machen. Im Handel wird Samsung seine Stärken am Point of Sales mit Retail- und Trainingsmaßnahmen ausspielen.



Samsung-Manager der Sparte Hausgeräte Mike Henkelmann, Diana Diefenbach, Silke Eckstein und Nedzad Gutic (Bild v.l.n.r.)



Diana Diefenbach präsentiert auf der World of Samsung die neuen Bespoke Kühl- und Gefriergeräte.

## World of Samsung

### Fokus auf die »Energy Heroes« bei den Hausgeräten

Auf der **World of Samsung** Ende Februar/Anfang März präsentierte die Technikmarke ihren Handelspartnern unter anderem die aktuellen Neuheiten im Hausgerätebereich. Hier hat sich Samsung das Ziel gesetzt, die Anwender beim Stromsparen im Haushalt zu unterstützen. Die energiebewussten Waschmaschinen, Wäschetrockner und Kühl-Gefrierkombinationen überzeugen unter anderem mit smarter Steuerungstechnologie und guten Energieeffizienzklassen.

»Das Thema Umweltbewusstsein begleitet uns entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Unternehmen bis hin zu der Nutzungsdauer unserer Geräte«, informiert **Diana Diefenbach** (Bild links), Senior Manager Technical Product Management and Communication bei Samsung Electronics. »Die Technologien unserer Produkte sollen dazu beitragen, nicht nur unseren ökologischen Fußabdruck nach Möglichkeit zu reduzieren, sondern auch den der Verbraucher\*innen.«

## Gemeinsam mit dem Elektro-Fachhandel

### Umstrukturierung des Vertriebsteams bei Samsung Hausgeräte

Um noch stärker auf die Bedürfnisse des Fachhandels einzugehen, stellt Samsung seine Vertriebsmannschaft im Bereich der Hausgeräte neu auf. Dafür wurde das bestehende Vertriebsteam in drei übergreifenden Regionen neu organisiert. Im Rahmen dieser Restrukturierung werden die Gebiete neu zusammengestellt und dabei verkleinert.

Wesentlicher Vorteil: die Terminplanung mit den Fachhändlern vor Ort können entzerrt und Termine intensiver und ausführlicher werden. Ziel ist eine noch

stärkere und vertrauensvolle Zusammenarbeit für weiteres Wachstum gemeinsam mit den Handelspartnern.

»Insbesondere in diesem Jahr liegt der Fokus des Marktes im Premium-Segment vor allem auf den Themen hohe Energieeffizienzklassen und Vernetzung«, informiert **Nedzad Gutic** (Bild rechts), Director Home Appliances bei Samsung Electronics und ergänzt: »Den Endkund\*innen diese Premium-Produkte anzubieten geht nicht ohne den engen Schulterschluss mit dem beratenden Elektro-Fachhandel. Da-



her haben wir unser Vertriebsteam neu strukturiert. Nun ist es möglich, unsere Partner\*innen häufiger zu besuchen und intensivere Gespräche zu führen.«



## Samsung Markenbotschafter

### Vertragsverlängerung mit Sternekoch Tim Raue

Im dritten Jahr in Folge wird **Tim Raue** (Bild links) als Markenbotschafter und Testimonial für Samsung Hausgeräte tätig sein. Außerdem ist der Sternekoch mit Samsung als offiziellen Partner in der neuen SAT.1-Kochshow »The sweet Taste« – einem Ableger der bekannten Erfolgsshow »The Taste« – als Jurymitglied zu sehen. Tim Raue wird als Testimonial unter anderem für die Produktpalette der Infinite Line und Bespoke Serie werben. Die zwei Produktlinien der Samsung Hausgeräte bedienen

mit ihrem minimalistischen Design, hoher Flexibilität und vielfältigen Funktionen – von Air Fry bis zu Dampfgaren – die Trends in der Küche. Deshalb ist Sternekoch Raue auch privat mit dem Dual Cook Flex Backofen und Virtual Flame Kochfeld ausgestattet. Der Fernsehkoch wird sowohl am POS als auch digital, auf Social Media, in Print-Veröffentlichungen und bei den Handelspartnern von Samsung als Markenbotschafter der Samsung Hausgeräte eingesetzt werden.



Stabile Entwicklung in herausforderndem Umfeld

## Beko Grundig ist mit dem Jahresergebnis 2022 zufrieden

Im Geschäftsjahr 2022 hat die **Beko Grundig Deutschland GmbH** einen Gesamtumsatz von 301 Millionen Euro erzielt. Sie konnte damit zwar nicht an das Rekordergebnis von 2021 anknüpfen – es gab jedoch Bereiche mit positiven Signalen.



Marius Stoica



Uwe Paul

Gerade in den Bereichen Elektrogroß- und Kleingeräte gab es eine positive Entwicklung, in denen die Ergebnisse die allgemeine Markttendenz sogar übertroufen haben. So verzeichnete Beko Grundig Deutschland GmbH im Jahr 2022 für die Sparte Kühlen ein Umsatzplus von 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Ebenso erzielte das Unternehmen mit Sitz in Eschborn einen deutlichen Zugewinn in den Segmenten Bodenpflege (+22 %) , Einbau (+26 %) sowie Spülen (+8 %).

»Das Jahr 2022 war für die gesamte Branche nicht leicht. Vor dem Hintergrund der aktuellen Lage sind wir mit dem Geschäftsergebnis daher zufrieden«, erläutert **Marius Stoica**, Geschäftsführer der Beko Grundig Deutschland GmbH. »Vor allem im Audio- und TV-Segment hat sich die Marktdynamik abgeschwächt, wodurch Absätze und Umsätze in der gesamten Branche rückläufig waren.«

»Die erhöhten Lieferkosten sowie die angespannte Liefersituation haben den Markt insgesamt zusätzlich belastet«, ergänzt **Uwe Paul**, Director Sales der Beko Grundig Deutschland GmbH. »Angesichts der hohen Inflation, der gestiegenen Ener-

gie- und Rohstoffpreise sowie der anhaltenden Versorgungsengpässe von Chips haben wir uns mit insgesamt fast 3,2 Millionen verkauften Geräten jedoch stabil entwickelt. Das stimmt uns zuversichtlich für die kommenden Monate.«

### Positiver Blick auf 2023

Für das Jahr 2023 erwartet die Beko Grundig Deutschland GmbH im zweiten Halbjahr eine Verbesserung der konjunkturellen Lage, die das Geschäft positiv beeinflussen sollte.

»Wir blicken optimistisch nach vorne und fokussieren uns auf unseren Kernbereich – den Einbaumarkt, den Ausbau unseres Nachhaltigkeitsassortiments und energieeffiziente Technologien. Zusammen mit einem sich gut entwickelnden Kund\*innenmix und neuen Produkten in der Pipeline sehen wir hier großes Potenzial, das wir weiter erschließen wollen. Unser Ziel ist Wachstum in allen Bereichen und hier sind wir auf einem guten Weg«, informiert Marius Stoica.

Die ersten Wochen im Jahr 2023 entwickelten sich in allen Sparten bereits viel-

versprechend. Im Einbausortiment sind die Marken Beko und Grundig sogar so erfolgreich wie nie zuvor ins Jahr gestartet. Auch in Bezug auf Unterhaltungselektronik blickt das Unternehmen zuversichtlich in die Zukunft: Mit den 2022 eingeführten neuen Grundig TV-Modellen hat sich die Marke bestens aufgestellt und baut die Serien 2023 weiter aus. Gleiches gilt für das Bluetooth-Speaker-Sortiment, das in diesem Jahr um weitere Modelle erweitert wird.

### Fokus Nachhaltigkeit

Die Beko Grundig Deutschland GmbH möchte das nachhaltigste Unternehmen der Branche werden. Ressourcenschonendes und umweltbewusstes Wirtschaften spielen daher auch 2023 eine sehr große Rolle. Schon heute verfügen 75 Prozent der Großgeräte von Grundig über nachhaltige Bauteile. Bei der Verpackung für TVs, Audio- und Kleingeräte setzt die Marke bereits zu 100 Prozent auf recycelte und recycelbare Kartonage. Das bisher Erreichte ist für Grundig jedoch nur der Anfang weiterer Nachhaltigkeitsbemühungen sowie der konsequenten Erweiterung des Nachhaltigkeitsassortiments.

»Wir nutzen zum Beispiel erste umweltfreundliche Innenverpackungen aus Rezyklaten. Dies wollen wir so schnell wie möglich weiter ausbauen und auch Großgeräte ohne Styropor-Verpackungen anbieten. Darüber hinaus verlängern wir unsere erfolgreiche Öko-Angst-Marketingkampagne, um noch mehr Verbraucher\*innen zu zeigen, dass es auch auf die kleinen Schritte im Alltag ankommt«, berichtet Marius Stoica.

Ab 2023 rückt das Thema Nachhaltigkeit auch für die Marke Beko in den Vordergrund. »Bei Beko konzentrieren wir uns auf besonders energie- und wassersparende Geräte in den besten Energieeffizienzklassen. Dazu bieten wir den Kund\*innen einen echten Mehrwert, indem wir über die reinen Produkte hinausdenken. So haben wir für Konsument\*innen das Energiespar-Tool Youreko eingeführt, mit dem das individuelle Einsparpotenzial der Geräte errechnet werden kann. Damit beweisen wir einmal mehr, warum Beko eine der Top-3-Hausgeräte-Marken in Europa ist. Derzeit läuft unter dem Motto #Top3in Europe die dazugehörige Marketingkampagne, in der wir zeigen, dass mit Beko Spitzentechnologien bezahlbar sind«, führt Marius Stoica weiter aus.

Am neuen Standort in Eschborn, der im Frühjahr 2022 bezogen wurde, setzt das Unternehmen ebenfalls auf Nachhaltigkeit. Das Gebäude der neuen Nord-europa-Zentrale entspricht höchsten Nachhaltigkeitsanforderungen und einem zukunftsweisenden New-Work-Konzept. Ab dem zweiten Quartal 2023 wird am Standort darüber hinaus der neue Showroom eröffnet, in dem alle Highlight-Produkte von Beko und Grundig live vor Ort erlebbar gemacht werden.



**Schnell • Sauber • Sicher**  
ist das elektrische  
Grillen mit dem SEVO

SEVO Smart Control GTS

## Smarter Grillgenuss mit SEVERIN

Es hat sich in der Grillszene schon längst herumgesprochen, dass der **SEVO** von **SEVERIN** der Champion unter den Elektrogrillern ist. Im Sinne der (S)Evolution des Grillens ist für SEVERIN Grillen mehr als Fleisch auf Flamme. Moderner Grill-Lifestyle ist leicht, vielfältig, urban, elektrisch und trifft den Geschmack Balkoniens auf eine einzigartige Art und Weise.

**E**in Elektrogrill wie der hochwertige SEVO bietet seinem Nutzer zahlreiche Vorteile: Im Vergleich zu Holzkohle- und

Gasgrills werden Temperaturen von bis zu 500 Grad Celsius sauber und schnell erreicht. Das Schleppen von Gasflaschen oder Grillkohle entfällt und auch das mühevoll Anfachen eines Holzkohlegrills. Einfach Stecker rein, Grill einschalten und nach gerade einmal zehn Minuten kann der Grillspaß beginnen – für Kunden von grünem Strom ist das Grillen mit dem SEVO sogar nachhaltig.

Gerade im urbanen Umfeld ist ein Elektrogrill ideal – das freut die Nachbarschaft, weil sich die Rauchentwicklung in Grenzen hält. Und wo es kein offenes Feuer gibt, ist auch das Handling sicherer. Beim SEVO besteht dank der Safe-Touch-Oberfläche zudem keine Verbrennungsgefahr, wenn man einmal mit dem Gehäuse in Berüh-

**Die volle Grillkontrolle** hat der Nutzer über die integrierten Kernthermometer, die die Gargut-Temperatur zuverlässig an die mySEVERIN App zurückmelden.

rung kommt. Das ist vor allem immer dann besonders wichtig, wenn sich Kinder im Haushalt befinden.

Mit Gusseisenrost, Plancha oder Smoke Box als optionales Zubehör sind der kulinarischen Vielfalt keine Grenzen mehr gesetzt: grillen, braten, räuchern, garen, dämpfen und sogar backen geht auf dem SEVO. Grilleinsteigern und Komfortliebhabern steht mit dem Modell Smart Control mit passender mySEVERIN App die volle Unterstützung des »Grillmaster« zur Verfügung. Der Rezeptpilot führt nicht nur Schritt für Schritt durch die Zubereitung selbst komplexer Grillgerichte wie Pulled Pork, sondern übernimmt auch die Steuerung von Temperaturen und Timer – damit großartige Ergebnisse nicht mehr nur Profis vorbehalten sind. Die App beinhaltet eine Rezept-Datenbank aus über einhundert Gerichten mit Fleisch, Fisch, Gemüse, Desserts sowie Beilagen.



Dr. Joyce Gesing

»Wir haben den SEVO auch noch mit smarten Features ausgestattet. Daher können wir mit Fug und Recht behaupten, das E-Grillen neu definiert zu haben.«

Dr. Joyce Gesing  
CE Severin Elektrogeräte GmbH

Das modular aufgebaute Sortiment bietet volle Freiheit in Bezug auf Teileauswahl und Erweiterbarkeit: Der SEVO und die smarte Variante »Smart Control« mit App-Steuerung und zusätzlicher indirekter Grillzone sind als reiner Tischgrill sowie erweitert mit Grillwagen-Untergestell verfügbar. Zur sicheren Aufbewahrung sind Abdeckhauben in zwei Größen erhältlich.

Mit einer bunten und humorvollen Message verspricht Severin seinen Kunden: »Der Sevo kann genau das, was du dir von BBQ versprichst. Ohne Abstriche. Probieren es einfach aus.«



Bild: Severin

Design Tischgrill Plancha & BBQ

# Perfekter Grillgenuss auf zwei Grillflächen



Der **Gastroback** Tischgrill ist ideal für Balkon und perfekt für jedes Grillfest im Garten. Er ist mit einer glatten Plancha-Seite und einer geriffelten BBQ-Seite ausgestattet.

**Surf'n'Turf** Der Klassiker aus der amerikanischen Küche gelingt perfekt mit dem Kombigerät von Gastroback. Das Steak auf der geriffelten BBQ-Seite und der Hummer – auf diesem Bild durch Lachs ersetzt – auf der glatten Plancha-Seite.

**H**eute kommt bei vielen Menschen mehr als nur Steak und Bratwurst auf den Grill. Fisch, Gemüse, Grillkäse oder auch vegetarische und vegane Alternativen gehören bei jeder gelungenen Grillparty zum Standard-Repertoire.

Gastroback hat diesen Trend schon frühzeitig erkannt und Geräte auf den Markt gebracht, die beide Grillwelten miteinander verbinden, damit jeder in

den Genuss seiner Favoriten kommt. Die klassische Zubereitung von Fleisch- und Fischgerichten erfolgt auf der geriffelten Barbecueplatte, damit die appetitlichen Grillstreifen entstehen.

Kleinteiliges wie Meeresfrüchte oder Gemüse-Stücke, aber auch empfindliche Lebensmittel wie Lachs oder Burgerpaties werden auf der glatten Plancha-Seite gegrillt. Diese eignet sich auch hervor-

ragend, um am Wochenende mit einem ausgiebigen Frühstück in den Tag zu starten. Pancakes, Bacon und Spiegeleier gelangen auf der glatten Seite perfekt.

Die beiden Grill-Wendepplatten aus massivem Alu-Druckguss sind mit zwei Temperaturkreisen ausgestattet, die getrennt in sechs Stufen regelbar sind und bei 2.000 Watt Leistung Temperaturen von 30 bis 250 Grad Celsius ermöglichen.



**Kärcher AD2 Battery**  
Kabelloser Akku-Aschesauger für flexiblen Einsatz rund um den Grill

Aschesauger und Dampfreiniger

## Grillreinigung im Handumdrehen

Kaum steigen die Temperaturen, wird auch der Drang größer, den Grill endlich wieder in Betrieb zu nehmen. Kein Zweifel, dass das Zubereiten leckerer Speisen im Freien bei vielen hoch im Kurs liegt. Weniger beliebt ist das Säubern von Grill, Smoker oder Feuerschale. **Kärcher** hat hier Lösungen im Sortiment.

**W**er lange Freude an den oft sehr hochwertigen Geräten haben möchte, ist gut beraten, die Reinigung genauso wichtig zu nehmen wie das Grillen selbst. Denn Fette, Ruß, Rückstände von Speisen und starke Hitze sorgen für sehr hartnäckige und unappetitliche Ablage-

runge, die in der Folge zu verfrühtem Verschleiß führen.

Wird mit Holzkohle gegrillt, kann die erkaltete Asche am nächsten Tag einfach mit einem Aschesauger weitgehend staubfrei entfernt werden. Besonders praktisch ist dabei ein Akku-Modell, wie der AD 2



**Grillroste und Grillflächen** werden mit einer Düse mit Bürstenaufsatz bedampft und direkt anschließend nochmals mit der Bürste und einem zusätzlichen Mikrofaser Tuch unter kontinuierlicher Dampfung gereinigt.



Mum-Zubehör: Fleischwolf und Wurststopfer-Aufsatz

## Lifestyle Set Hunting Adventure

Die hochwertigen Mum-Küchenmaschinen von **Bosch** gehören seit Jahrzehnten in vielen deutschen Küchen zur Haushaltsausstattung. Aktuellstes Mitglied der Mum-Familie ist die Serie 8 OptiMum mit integrierter Waage. Unterstützt wird der Abverkauf durch Zubehöropakete für spezielle Anwendungen.

**G**etreide mahlen, Eis zubereiten oder frische Nudeln in der heimischen Küche herstellen? Mit Zubehör-Aufsätzen für die Bosch Küchenmaschine OptiMum alles kein Problem. Zubehöropakete wie Tasty Moments, Veggie Love Plus oder Pasta

Passion machen aus der Küchenmaschine einen Allrounder, der mehr kann als rühren, schlagen und kneten.

Immer mehr Menschen wollen genau wissen, was auf ihrem Teller landet. Viele entscheiden sich bewusst für weniger

Fleischkonsum – dafür aber ausgewählte Qualität und gerne auch einmal andere Fleischsorten wie Lamm oder Wild.

### Ein Hochgenuss: Frisch gemachte Bratwürste oder Kebbe

Mit dem Lifestyle Set Hunting Adventure unterstützt Bosch den Trend hin zu selbst hergestellten Lebensmitteln. Es beinhaltet Fleischwolf, Wurststopfer- und Kebbe-Aufsatz und ist perfekt zur Verarbeitung von gekochtem oder rohem Fleisch, Fisch und Gemüse geeignet. Nach dem Zerkleinern wird die Masse mit den speziellen Aufsätzen oder dem Wurststopfer zu Kebbe und Würste verarbeitet.



**Einfaches, schnelles und bequemes Herstellen** von Fisch- und Gemüseterrinen sowie von Wurstbrät und Hackfleischmischungen.

Caso Design Barbecue Cooler

## Outdoor-Kochen at it's best

Gut gekühlte Drinks dürfen bei einem gelungenen Grillfest nicht fehlen. In einem Outdoor-Kühlschrank sind sie immer griffbereit und optimal temperiert. Mit den Barbecue Coolern von **Caso Design** gibt es kaum eine optisch ansprechendere Form, um die Getränke zu präsentieren.

**C**aso Design führt ein kleines aber feines Sortiment an mobilen Outdoor-Kühlschränken. Durch ihre edlen Materialien ist ihnen ein stylischer Auftritt auf jeder Terrassenparty garantiert.

Mit einem Volumen von etwa 63 Litern haben sie eine optimale Größe, um Bier,



**Mobiler Kühl-Rollwagen** In der Premium-Variante als »Counter & Cool« ist der Barbecue Cooler von Caso Design in einen Edelstahl-Rollwagen mit Seitenablagen und Schublade integriert.

Wein und Softgetränke, aber auch Dips oder empfindliche Lebensmittel wie Meeresfrüchte frisch zu halten.

In der Luxusausführung als »Counter & Cool« besitzt der Edelstahl-Rollwagen zwei Seitenablagen, die mit je 25 Kilogramm belastet werden können. Hier

lassen sich wunderbar leckere Cocktails mixen oder noch ein paar Grillspieße fertig stellen. Zudem verfügt der Rollschrank – den Caso auch einzeln anbietet – über eine Schublade mit Selbstzug, in der Flaschenöffner, Grillbesteck und weitere Utensilien Platz finden.

## Graef bleibt die Benchmark im Markt für Allerschneider

Das inhabergeführte Familienunternehmen Graef mit über 100-jähriger Tradition konnte im Jahr 2022 seine Ausnahmestellung im Markt für hochwertige Schneidetechnik weiter ausbauen. Allerschneider sind die Kerndisziplin der spezialisierten A-Marke, die hier in den letzten Jahren stark wachsen konnte: seit 2019 – coronabereinigt – sogar um 35 Prozent stärker als der Markt. Bei genauerer Betrachtung entfallen in diesen drei Jahren sogar rund 60 Prozent des gesamten Wachstums im Markt für elektrische Allerschneider auf die Firma aus dem Sauerland.

Besonders stark ist die Position des Unternehmens bei hochwertigen, mit einem Verkaufspreis von über 100 Euro zu Buche schlagenden Schneidemaschinen für Privathaushalte: Hier stieg der Marktanteil von Graef sogar auf enorme 68 Prozent bei der wertmäßigen Verteilung. Auch im Gesamtumsatz wachsen die Sauerländer nachhaltig und lagen im Jahr 2022 rund zwölf Prozent über dem Geschäftsjahr 2019. Das Erfolgsrezept des Unternehmens: hochgradige Spezialisierung, konsequente Fachhandelsorientierung und Allerschneider, handmade in Germany.



Christian Strebl

»Hochwertige Produkte sind nach wie vor im Markt gefragt: Mit unserer Expertenkompetenz konnten wir uns so eine echte Sonderstellung im Markt für Premiumallerschneider erarbeiten«, sagt **Christian Strebl**, der neue CCO der Gebr. Graef GmbH & Co. KG. »Und wir haben 2023 noch viel vor: Wir wollen unsere Stärken als Spezialist konsequent ausspielen und in weitere Märkte ausrollen. Dafür präsentieren wir unsere Produkte in diesem Jahr auf zahlreichen Messen, zum Beispiel zuletzt auf der Ambiente oder auf der Euroshop in Düsseldorf und der Internorga in Hamburg.«

Übrigens, die neue Küchenmaschine MYestro setzte sich im Vergleichstest der »stern«-Redaktion gegen 14 Küchenmaschinen der Mitbewerber durch und sicherte sich nicht nur die Bestnote 1,2 (»sehr gut«), sondern wird auch als exklusiver Autorentipp betitelt.



**Flexibel, da kabellos**  
Stabmixer, Zerkleinerer und Handmixer  
nebst Zubehör von Severin.

Rühren, mixen, zerkleinern, hacken, schlagen, kneten – und das alles ohne störende Kabel

## Severin bringt eine neue Range an kabellosen Küchenhelfern

Die neuen Modelle der Cordless Edition sind die ersten Highlights der Marke **Severin** in diesem Jahr. Die mobilen Helfer sind so leistungsstark wie herkömmliche Küchengeräte, nur viel flexibler in der Handhabung – egal, ob in der Küche, auf dem Balkon, in der Gartenlaube oder beim Camping. Dabei begeistern nicht nur die inneren Werte – Stab- und Handmixer sowie Zerkleinerer präsentieren sich auch in einem ergonomischen und zeitlosen Design aus gebürstetem Edelstahl.

### Bosch Cookit

## Mehr Rezeptvielfalt

**Ein Gerät – unzählige Kochideen.** Beim Cookit finden alle etwas, das sie zubereiten möchten. Zum einen, weil der Cookit eine ständig wachsende Auswahl von aktuell rund 2.500 kostenfreien Rezepten bietet und zum anderen, weil Nutzende selbst Rezepte erstellen können. Die selbst erstellten Cookit Rezepte können auch ganz einfach über die Home Connect App geteilt werden. Dadurch haben Anwender künftig Zugang zu unzähligen Rezepten von anderen Cookit Begeisterten. Für extra viel Inspiration können die Eigenkreationen mit einem Food-Foto versehen werden.

Mit dem Cookit zieht höchste Flexibilität in die Küche ein. Mit drei Kocharten – Guided Cooking, Automatikprogramme und manuelles Kochen – bietet die multifunktionale Küchenmaschine mit Kochfunktion für jede Situation und jedes Können die passende Unterstützung. Manuelles Kochen ist perfekt für alle, die am liebsten nach Bauchgefühl kochen. Die Automatikprogramme unterstützen,



**Kochideen** werden in der Home Connect App und der Plattform Simply Cookit regelmäßig erweitert.

wenn viel zu tun ist, und übernehmen Zubereitungsschritte wie Kneten, Garen oder Anbraten. Besonders praktisch für Kochneulinge: Sie können sich mit Guided Cooking bequem durch die Zubereitung führen lassen, damit auch wirklich alles gelingt. Aber auch alle, die bereits mehr Erfahrung beim Kochen haben, sparen dank Guided Cooking Zeit und werden bei der Essenszubereitung entlastet.

»Made in Germany«

# Edel grillen mit Rommelsbacher auf Ceran Glas



Die Speisenzubereitung auf Original Schott Ceran Glas ist eine elegante und außergewöhnliche Grillvariante.

Die Cerangrills von Rommelsbacher mit pflegeleichtem Edelstahlgehäuse sind attraktiv, vielseitig zu nutzen, absolut im Trend und werden am Firmenstandort in Dinkelsbühl produziert.

Leistungsstarke Grillheizkörper sorgen in wenigen Minuten für eine optimale Grilltemperatur, die stufenlos geregelt werden kann. Beim Modell CG 2303/E über den versenkbaren, kindersicheren Knebel und beim Topgerät CG 2308/TC Hightec über Touch Control Sensoren.

Ob Steaks, Würstchen oder Fisch – ob Gemüse, Bratkartoffeln, Pfannkuchen: viele Gerichte lassen sich darauf perfekt zubereiten und dank seitlicher Warmhaltezone, auch sanft garen und warm halten. Durch die elektronische Temperatursteuerung ist beim Premiumgerät vom scharfen Anbraten auf maximal 280 Grad Celsius bis zum sanften Garen auf niedrigeren Temperaturen alles möglich.

Durch einen Aufstellfuß können die



Tischgrill der Extraklasse CG 2308/TC Hightec

Grills auch in Schräglage gebracht werden, so dass überschüssiges Fett einfach abläuft und dadurch fettarmes Grillen ermöglicht. Und als Abrundung des Bedienkomforts tragen die herausnehmbare Fettauffangrinne sowie der Reinigungsschaber zu einer schnellen und einfachen Reinigung der Geräte bei.



Deutsches Qualitätsprodukt Modell CG 2303/E

## Steba Deluxe Grillcenter

### Höllischer Barbecue-Genuss

Voraussichtlich im dritten Quartal 2023 wird das neue Deluxe Grillcenter VG 7000 Devil's Choice von Steba im Markt eingeführt. Auf der Ambiente wurde der Elektrogrill – der bis zu 300 Grad Celsius erreicht – bereits vorgestellt.

Das großzügig dimensionierte Grillmobil mit Edelstahlgehäuse verfügt über zwei individuell regelbare Heizsysteme, um unterschiedliches Grillgut gleichzeitig zuzubereiten. Dabei erfolgt die Leistungsregelung stufenlos und es gibt keine Schwankungen bei der Temperaturabgabe. Über die Displays wird jederzeit angezeigt, welche Leistung gewählt wurde.

Da beim Elektro-Grillwagen keine Gasflaschen untergebracht werden müssen, bietet der VG 7000 hinter zwei Türen und einem Zwischenboden reichlich Stauraum für Utensilien, die zum Grillen benötigt werden. Die beiden seitlichen Abstellflächen können platzsparend heruntergeklappt werden, damit der Grillwagen zur Aufbewahrung schmaler wird.

Praktisch sind auch die Haken, an denen BBQ-Zubehör wie Grillzange und Fleischgabel aufgehängt werden können. Räder machen den Grillwagen mobil. Optional als Zubehör ist ein Drehspieß für Hähnchen und Spießbraten sowie die Grillabdeckung erhältlich.



Steba Marketingchef Thomas Schneider zeigte auf der Ambiente das erste Muster des neuen Deluxe Grillcenters VG 7000 Devil's Choice.

CASO<sup>®</sup>  
DESIGN



## MARINIEREN & FRISCHHALTEN MIT VAKUUM



### VRH 690 advanced

- Mehr Genuss - mehr Auswahl - weniger wegwerfen
- Lebensmittel bis zu 8x länger frisch aufbewahren, ganz natürlich ohne Konservierungsstoffe
- Ideal für Fleisch, Fisch, Gemüse u.v.m.
- Große Auswahl an Modellen



Für frische  
Burger Patties  
Fleischwolf  
FW 2500 Black



SCAN MICH  
Jetzt Informieren!

www.caso-design.de



**Jura E6 in Platin**  
 »Hinreißend« lautet das Urteil der ETM-Tester über die Qualität der Kaffeespezialitäten.

Aktueller Einzeltest

## ETM Testmagazin bewertet Jura E6 mit »sehr gut«

Das Erfolgsmodell E6 von **Jura** hat das begehrte ETM-Testsiegel erhalten. Bereits das erste Modell der Kaffeevollautomaten-Linie E6 wurde seit Markteintritt mehrfach ausgezeichnet und war im Jahr 2020 Testsieger bei der Stiftung Warentest.

Das ETM Testmagazin kürte das Jura Modell mit der Note »sehr gut« (95,2 Prozent) und stellte im Gesamturteil fest: In den Augen der Tester ist der Vollautomat »in allen Aspekten verlockend«.

Nahezu alle Ausstattungsmerkmale wurden von den Testern positiv hervorgehoben. So sprachen sie beim Mahlwerk von einer meisterlichen Qualität, denn es kann vom Nutzer definiert werden, ob der Vollautomat Bohnen oder vorgemahlenes Pulver verwenden soll. Ferner, so die Juroren, sei die Reinigung bequem zu verwirklichen.

Beeindruckt zeigten sie sich zudem von den smarten Merkmalen des Modells wie der App J.O.E. sowie Geräuschpegel und Energieverbrauch. Das Bedienerlebnis ist dank der eingesetzten Hard- und Software vorbildlich, die Qualität der Spezialitäten laut der Tester hinreißend. Aroma und Volumen können an persönliche Ansprüche angepasst werden.

Besondere Erwähnung fand nicht zuletzt die Tatsache, dass die E6 neben Milch auch Hafermilch, Mandelmilch, Kokosmilch und weitere Milchalternativen zu hochwertigem Schaum verarbeiten kann. All das macht die E6 zum Gewinner des ETM Testmagazin-Testsiegels – und fügt der langen Reihe der bisherigen Auszeichnungen eine weitere, besonders prestigeträchtige hinzu.

Die E6 (EC) ist über das flächendeckende Netz der von Jura autorisierten Fachhändler erhältlich. Die UVP liegt bei 899 Euro für die Farbvariante Piano Black und bei 979 Euro für die Farbvarianten Platin, Dark Inox und Piano White.

### Siemens Kaffeevollautomat EQ900

#### Baristakunst für zuhause

**Guten Kaffee** erkennt man an seinem vielschichtigen Geschmack. Und der ist das Ergebnis des perfekten Zusammenspiels aller Parameter beim Kaffeekochen: vom Mahlgrad über die Brühtemperatur bis hin zur Wassermenge. Der EQ900 sorgt dafür, dass der Kaffeeliebhaber in allen Aspekten das Beste aus den Kaffeebohnen herausholen kann.

Dabei können alle Parameter individuell und präzise an die eigenen Vorlieben angepasst werden. Dazu zählen die Wasser- und Kaffeemenge, der Mahlgrad, die Brühtemperatur sowie die Milchmenge. Und wer seine goldene Kombination gefunden hat, kann sie ganz einfach in seinem persönlichen Profil speichern und so immer wieder genießen.

Wer sich erst noch mit den verschiedenen Möglichkeiten vertraut machen möchte, wählt den comfortMode und erhält so auf Knopfdruck perfekt abgestimmten Kaffee.

**Doppelt praktisch:** Mit dem neuen »dualBean System« besteht jederzeit die Möglichkeit, zwischen zwei Kaffeesorten



**Siemens EQ900**  
 Intuitive und übersichtliche Bedienung

zu wählen, denn der EQ900 ist mit zwei Bohnenbehältern ausgestattet, die über separate, einstellbare elektronische Mahlwerke verfügen. Diese eGrinder geben volle Kontrolle über den Mahlgrad für jeden Getränkewunsch. Und wer mal nicht weiterweiß, nutzt das intelligente »beanIdent System«. Das nimmt automatisch die

idealen Einstellungen für die gewählten Kaffeebohnen vor und holt das Beste aus ihnen heraus.

Alle Parameter und Einstellungen werden über das 6,8 Zoll große iSelect Display vorgenommen. Die Bedienung geschieht ganz intuitiv per Touch-and-Slide im übersichtlich gestalteten Menü. Dort findet sich auch die Siemens »coffeeWorld«. Zusätzlich zu den neun klassischen Getränken bietet sie Kaffeetrinkern bis zu zehn Spezialitäten aus acht verschiedenen Ländern und bei Bedienung über die App sogar bis zu 21 länderspezifische Getränke.

Für noch mehr Flexibilität beim Kaffeetrinken sorgt die Home Connect App: Morgens so lange im Bett liegen bleiben, bis der Kaffee fertig ist und der Duft einen an den Frühstückstisch lockt? Kein Problem. Einfach die Home Connect App auf dem Smartphone oder Tablet öffnen, persönliche Kaffeewünsche und Timings eingeben und der Siemens EQ900 erledigt den Rest.

**Raffiniertes Detail:** Wissbegierige tippen auf ein repräsentatives Ländermotiv und erhalten weitere Informationen zu Herkunft und Zusammensetzung der jeweiligen Kaffeespezialität.



**Hängende Kleidung** gehört zur Paradedisziplin von Dampfbürsten.



**Die passen ins Reisegepäck,** um unterwegs Falten zu glätten.



**Patentierter Pad-Aufsätze,** die auch gewendet werden können.



**Wird der Aufsatz gedreht,** werden Haare und Fusseln entfernt.

**D**ampfbürsten sind besonders praktisch, wenn es um das Glätten von hängenden Textilien wie Jacken, Kleider, Sakkos, aber auch Vorhängen geht.

Mit den wendbaren Pads wird das Dampfglätten, Auffrischen und Pflegen von Textilien aller Art zu einem Kinderspiel: Der Samt-Aufsatz auf der einen Seite entknittert schonend Stoffe. Dreht man den Aufsatz um, entfernt er Haare und Fusseln wie von Zauberhand.

Die vertikale Form ermöglicht dabei ein intuitives und gleichmäßiges Dampfen entlang der Textilien. Das moderne, schlanke Design und die einfache Handhabung dürften selbst bei Dampfglätte-Laien punkten, die bisher nur wenige bis gar keine Berührungspunkte mit traditionellen Dampfbürsten hatten.

Die neuen Tefal Dampfbürsten glätten selbst die hartnäckigsten Falten.

Mit der Power von 1.300 Watt und einer Dampfausgabe von 20 Gramm in der Minute nehmen es die Pure POP mit den hartnäckigsten Falten auf. Die Dampfbürsten heizen sehr schnell auf und sind innerhalb von nur 15 Sekunden einsatzbereit – das ist besonders dann von Vorteil, wenn es mal spontan und schnell gehen muss.

Besonders praktisch ist der 70 Milliliter fassende, abnehmbare Wassertank, der sich ganz einfach befüllen und entleeren lässt. Die Menge reicht locker für das Dampfglätten eines kompletten Outfit.

Die kunterbunten Dampfbürsten sind superschlank und federleicht und passen daher in jede Tasche. In der mitgelieferten, praktischen Aufbewahrungstasche ist genug Platz, um das Gerät leicht zu verstauen und überall hin mitzunehmen – egal, ob für unterwegs oder für das fixe Entknittern vor dem nächsten Termin.

Die neue Pure POP-Dampfbürste von Tefal ist ab März 2023 in den Farben Alpenblau (DT2020), Korallenrot (DT2022), Petrolgrün (DT2024) und Gelb (DT2026) für eine unverbindliche Preisempfehlung von 89,99 Euro erhältlich.



**Geräteserie Pure POP**  
Die Kolibris unter den Dampfbürsten

Bilder: Tefal

Power & Style

## Tefal bringt Farbe in den Dampfbürsten-Markt

**Tefal** präsentiert seine neue Generation an Dampfbürsten, die in vier poppigen Trendfarben ein komfortables und intuitives Dampfglätten, Auffrischen und Pflegen von Textilien ermöglichen. Die »Pure POP« überzeugen sowohl durch das neue vertikale, kompakte Design als auch durch leistungsstarke Dampf-Power, die sich überall hin mitnehmen lässt.



**GRAEF.**  
Für heute. Für morgen. Für dich.

Brotbacken kann so einfach sein ...





**Knetet und backt kompakt -**  
Der neue Brotbackautomat mit 35 trendigen Rezepten von Graef ist ein echtes Allroundtalent in der heimischen Backküche.









www.graef.de



## Erster Akkusauger mit nachrüstbarem Staubbeutel von Hoogo

Mit dem blitzblank Staubbeutel-Set für den Hoogo S4 Stielstaubsauger gelingt die Umrüstung auf Beutelbetrieb genauso schnell wie die zurück auf den beutellosen Betrieb. Für alle, die ihren S4 ohne Staubaufwirbelung im Hausmüll für den nächsten Einsatz vorbereiten wollen, hat Mytek einen Staubbeutelersatz für Akku-Staubsauger entwickelt, der sich genauso schnell anbringen wie auch wieder entfernen lässt – mitsamt passender, sich automatisch verschließender Beutel.

Eine gute Nachricht für alle, die empfindlich auf Staub reagieren und ein Gewinn für die 23 Millionen Allergiker, die nicht auf die Vorteile ihres Stielstaubsaugers verzichten wollen. Die neue 2-in-1-Lösung macht aus dem Hoogo S4 im Handumdrehen einen allergikerfreundlichen Akku-Staubsauger.



Ralf Wietek

»Dank der staubfreien und hygienischen Entleerung ist der S4 nicht nur besonders allergikerfreundlich, sondern auch für alle interessant, die ihren Akku-Staubsauger genauso komfortabel wie einen klassischen Bodenstaubsauger entleeren möchten«, erklärt **Ralf Wietek**, Geschäftsführer Mytek GmbH. Seine vielen Eigenschaften machen den S4 zum kraftvollen Allrounder. Das Filter-Set kostet 49,99 Euro und beinhaltet eine Staubbeutelhalterung, zwölf Mikrovlies-Staubbeutel und vier Motorschutzfilter.

Leicht wie nie – kraftvoll wie immer

## Echte Alternative zum Bodensauger

Mit den Modellen der 7000er-Reihe bietet der Haushaltsgerätehersteller **AEG** nun insgesamt vier Akku-Staubsauger-Serien an, die sich dank hochwertigem Design, umfassendem Zubehör und kraftvoller Leistung den Anforderungen der Verbraucher flexibel anpassen.



Andreas Gelsheimer

Dazu erläutert **Andreas Gelsheimer**, Category Manager Bodenpflege bei AEG die Vorteile der kabellosen Geräte: »Im schnelllebigen Alltag suchen Menschen nach einem leistungsstarken,



Serie 7000 von AEG  
Neue Gerätegeneration an Akku-Staubsaugern

variabel einsetzbaren Staubsauger, um spontan ihr Zuhause sauber zu machen – ganz ohne lästiges Kabel. Mit unserem Akku-Staubsauger Sortiment möchten wir unsere Kund\*innen dabei unterstützen, das müheloseste Reinigungserlebnis zu finden, das sich perfekt in ihr Leben einfügt.«

Die Modelle der neuen AEG 7000er Serie reihen sich als Leichtgewicht mit starker Power in das Sortiment ein und sind dabei eine echte Alternative zum klassischen Bodenstaubsauger.

Insgesamt sind ab Ende März sieben verschiedene Modelle des 7000er Akku-Staubsaugers im Handel verfügbar. Vom 1. April bis 31. August 2023 können sich Kunden beim Kauf einen Gutschein für den Zubehörshop in Höhe von 80 Euro sichern.

### Plus X Award

## Sebo ist erneut »Fachhandelsmarke des Jahres«

Seit mehreren Jahren in Folge freut sich die Marke Sebo auch in diesem Frühjahr über die Plus X Award Auszeichnung »Fachhandelsmarke des Jahres«.

Mit dieser Sonderauszeichnung würdigt der Award Marken, die sich in besonderer Weise um die Partnerschaft mit dem Handel verdient gemacht haben. Die Auszeichnung basiert auf einer bundesweiten Umfrage, für die der Plus X Award gemeinsam mit seinen Partnermedien den Handel aufruft, ihre Lieblingsmarken zu wählen.

Die Bedeutung des Fachhandels ist heute größer denn je. »Es bewährt sich einmal mehr, wie wichtig die partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Fachhandel und Hersteller ist und dies auf Augenhöhe gelebt wird«, sagt **Marvin Müller**, Vertriebsleiter D-A-CH und er-



gänzt: »Sebo setzt dabei auf eine langfristig ausgerichtete Vertriebsstrategie und kompetente Betreuung durch das etablierte Sebo-Vertriebsteam. Für Sebo bildet der Elektrofachhandel mit seinen Kern-

kompetenzen die Schlüsselrolle im engen Kontakt zu den End-/Stammkunden und vollendet die Prozesskette.«



Marvin Müller

# Mundpflege- Initiative THE BIG RETHINK



**Oral-B** setzt als Innovationsführer im Bereich Mundgesundheit mit der langfristig angelegten Initiative THE BIG RETHINK wieder einen Meilenstein und hat sich das Ziel gesetzt, jedem Menschen einen gleichberechtigten Zugang zur Mundpflege zu ermöglichen – sei es zu Hause oder in der Zahnarztpraxis. Einer der Grundpfeiler der Initiative ist dabei der regelmäßige Austausch mit Zahnärzten und Verbrauchern, die häufig mit Beschwerden im Bereich der Mundgesundheit konfrontiert sind.

In Europa leben 166 Millionen Menschen, die in unterschiedlichen Formen physisch und/oder mental von einer Behinderung betroffen sind. Dazu veröffentlichte Oral-B nun eine europaweite Studie, die aufzeigt, dass ein Drittel der Betroffenen im vergangenen Jahr unter Zahnfleischproblemen gelitten hat. Von den befragten Personen in Großbritannien, Frankreich, Deutschland und Italien wurde fast der Hälfte (47 %) der Menschen mit Behinderungen nicht beigebracht, wie man Zähne richtig putzt, und mehr als ein Fünftel (23 %) der Europäer mit Behinderung fühlt sich demotiviert, wenn es um ihre Mundgesundheit geht.

Für die Umsetzung dieser ambitionierten Vision arbeitet Oral-B seit August 2022 mit der International Association for Disability and Oral Health (iADH) zusammen. Der erste gemeinsame Schritt dieser Partnerschaft ist der Start des Programmes »Positive Praxis«. Das Programm wurde

entwickelt, um Zahnarztpraxen darin zu schulen und aufzuklären, wie sie im Umgang mit Patienten mit Behinderung noch selbstsicherer und integrativer werden können.

Des Weiteren unterstützt das Programm Oral-B dabei, die körperlichen und mentalen Bedürfnisse von Menschen mit verschiedenen Formen von Behinderung noch besser verstehen zu können. Ziel ist es, auf Basis dessen das Oral-B-Produktangebot gezielt anzupassen und so die Mundgesundheit von Menschen mit Behinderung verbessern zu können. Die Onlineplattform von THE BIG RETHINK stellt zudem auch relevante und hilfreiche Informationen für Menschen mit Behinderung, deren Betreuer und Familien sowie für die zahnmedizinische Fachwelt zur Verfügung.

»Für uns von Oral-B ist es im ersten Schritt besonders wichtig, darauf aufmerksam zu machen, welche erheblichen

Ungleichheiten Menschen mit Behinderungen in Bezug auf Mundgesundheit erfahren«, informiert **Benjamin Binot**, Senior Vice President von P&G Europe Oral Care. »Unsere Forschungen zeigen, dass diese Zielgruppe mit vielen Herausforderungen bei der Mundpflege konfrontiert ist: Jede\*r Fünfte (20 %) der Menschen mit schweren Behinderungen findet Zähneputzen körperlich herausfordernd. Mehr als ein Drittel der Menschen mit Behinderungen hat zudem Angst oder ist frustriert, wenn es um den Besuch bei Zahnärzt\*innen geht. Wir möchten dazu beitragen, dies zu ändern und sind der Meinung, dass jeder eine Chance haben sollte, seinen Mund und seine Zähne gesund zu erhalten. Durch unsere Zusammenarbeit mit der iADH und der Entwicklung des Programms »Positive Praxis« möchten wir nicht nur Zahnarztpraxen mit Schulungsmaterial versorgen, um ihre Praxen integrativer zu gestalten, sondern auch den Menschen mit Behinderung die Werkzeuge an die Hand geben, die sie benötigen, um mehr Autonomie über ihre Mundhygiene zu erlangen.«

## 60 Jahre elektrische Zahnbürste von Oral-B

Dieses Jahr feiert Oral-B bereits das 60-jährige Jubiläum seit der Einführung seiner ersten elektrischen Zahnbürste im Jahr 1963. Durch die Entwicklung inklusiver Produkte mit dem Ziel, Mundpflege für alle Menschen positiv zu verändern, stellt Oral-B die Bedürfnisse der Verbraucher sowie den Einsatz von Spitzentechnologie einmal mehr in den Mittelpunkt seiner Produktentwicklung. Zudem entwickelt Oral-B eine Reihe an Maßnahmen zur konkreten Unterstützung von Zahnärzten in ihren Praxen – wie beispielsweise Schulungs- und Akkreditierungsprogramme für Studierende.

**beurer**

## Unsere HEPT-Highlights!

Innovativ, stylisch und modernes Design.



MG 330  
Massagesitzauflage



LR 401  
WIFI Luftreiniger



FM 120  
Fußmassagehocker



HC 100 Excellence  
Haartrockner

Top gestylt  
HC 100  
Excellence





Bild: Gastroback

### Klassische Heuschnupfen-Symptome

wie tränende Augen, eine laufende Nase, Schlapheit und juckende Schleimhäute sind im Frühjahr und im Frühsommer für Allergiker am schlimmsten. Abhilfe schaffen Luftreiniger mit wirkungsvollen Filtersystemen, wie sie Gastroback für zuhause und auch unterwegs anbietet.

### AG+ Airprotect und AG+ Airprotect Portable

## Gastroback bietet flexible Lösungen zur Luftreinigung

Üblicherweise beschränkt sich das Angebot an Luftbehandlungsprodukten auf Standgeräte, die in den heimischen vier Wänden zur Verbesserung des Raumklimas aufgestellt werden. Nicht so beim Unternehmen **Gastroback**: Neben dem Raumluftreiniger AG+ Airprotect setzt die Marke auch auf die flexibel und mobil einsetzbare Variante AG+ Airprotect Portable.



Bild: Gastroback

### Modell AG+ Airprotect Portable

Dieser handliche Luftreiniger ist kaum größer als eine Spraydose und eignet sich deshalb hervorragend für den mobilen Einsatz, speziell im Fahrzeug. Dafür wurde er von Gastroback mit einer Stromversorgung von fünf Volt sowie einem USB-Anschluss ausgestattet.

### Luftreinigung mit Gastroback

Als **Stand-Alone-Gerät** ist das Modell AG+ Airprotect speziell für Wartebereiche in Praxen, Büros oder anderen öffentlichen Räumlichkeiten wie Schulen, Friseursalons oder Nagelstudios bis zu einer Raumgröße von 50 Quadratmeter sinnvoll. Für Allergiker ist besonders der Schlafmodus hilfreich, da die Luft dabei leise gereinigt wird und die Displaybeleuchtung gedimmt ist. Mit einer Timer-Funktion wird die einstellbare Einschalt- und Ausschaltzeit gesteuert. Der Luftreiniger wurde auf der Online-Plattform testsieger.de mit der Note 1,3 »sehr gut« und bei Haus & Garten Test mit der Note »gut« (1,6) bewertet.



Bild: Gastroback

Beide Luftreiniger verfügen über eine antivirale Filtertechnologie, welche 99 Prozent der luftübertragenden Covid-19 Viren, aber auch Allergene wie Blütenpollen, Tierhaare, Hausstaub oder Schimmelsporen aus der Umgebungsluft entfernen.

Über die Filterkombination aus einem Vorfilter und einem hocheffizientem Silber-Ionen-Luftfilter, mit einer Filtrationseffizienz von  $\geq 99,7$  Prozent werden Feinstaub, Allergene, Bakterien und vor allem auch kleinste Aerosol-Tröpfchen und Viren im kritischen Größenbereich um 0,1 Mikrometer zuverlässig aus der Raumluft gefiltert.

Eine UV-Desinfektionsschicht sterilisiert die Luft und beseitigt weitere Viren, zusätzlich sorgt ein Nano-Kristalliner-Filter mit natürlichen, nicht-metallischen Mineralien dafür, dass auch schädliche Gase wie Formaldehyd, Benzol und sogar Gerüche aus der Luft gefiltert werden.

Gastroback bringt die bewährte AG+ antivirale Filtertechnologie mit zwei flexibel einsetzbaren Produkten auf den Markt. Das Standgerät AG+ Airprotect ist für Raumgrößen von 50 Quadratmetern sinnvoll. Die handliche und mobile Variante AG+ Airprotect Portable kann zudem effektiv und unkompliziert, unterwegs oder zuhause, für die Luftreinigung in Innenräumen bis zu sieben Quadratmeter eingesetzt werden. Dieses Modell ist in etwa so groß wie eine Haarspraydose, und kann dank eines USB-Anschlusskabels und der 5V Stromversorgung auch unterwegs im Auto betrieben werden.



**Steba**  
GERMANY

**Zu Hause wohlfühlen  
mit dem  
Luftreiniger LR 12**

- PM 2.5 Feinstaubsensor zur Echtzeitmessung der Luftqualität und deren visuelle Darstellung: grün = optimal; gelb = mäßig; rot = schlecht
- UV-Sterilisation gegen Viren, Bakterien und Allergene
- HEPA (H13)- & Aktivkohlefilter: filtert 99 % Feinstaub, Pollen und Gerüche
- Ionen-Generator für ein angenehmes Raumklima: wirkt staub- & geruchsbindend und steigert das Wohlbefinden

Mehr Infos und News finden Sie auf Facebook, Instagram und YouTube.

[steba.com](http://steba.com)

Hochwirksames Filtersystem • Einfacher Filterwechsel

## Kärcher verbessert die Qualität der Raumluft wirkungsvoll

Die Palette an Partikeln, die in einer Wohlfühlatmosphäre unerwünscht sind, ist groß und reicht von Pollen, Feinstaub, Keimen und Gerüchen bis hin zu Bakterien und Viren. Die Luftreiniger von **Kärcher** filtern all diese Bestandteile aus der Raumluft.

Die Air Purifier AF 20, AF 30 und AF 50 eignen sich je nach Version für Raumgrößen von 20, 30 sowie 50 Quadratmetern. Sie können einfach überall aufgestellt werden, beispielsweise in Schlaf- und Wohnräumen oder auch im häuslichen Arbeitszimmer und sorgen für saubere und gesunde Luft. Dank eines speziellen Filtersystems und leistungstarkem Motor arbeiten sie dabei besonders effizient und dennoch leise. Davon profitieren nicht nur Allergiker, sondern alle, die Wert auf eine hohe Luftqualität im Innenbereich legen.

Die Inbetriebnahme ist denkbar einfach – Stecker in die Steckdose und einschalten. Während des Betriebs zirkuliert die Luft durch die Filter im Gerät und wird anschließend sauber an die Umgebung abgegeben. Im Automatikmodus wird die Belastung in der Raumluft kontinuierlich gemessen und der Luftstrom automatisch angepasst. Es ist aber auch möglich, die Stärke individuell über ein Bedienpanel auf der Oberseite der Geräte einzustellen.

Die Kärcher Luftreiniger sind kompakt gebaut und fügen sich unaufdringlich in jede Wohnumgebung ein. Sie laufen mit einem kaum wahrnehmbaren Betriebsgeräusch von maximal 53 Dezibel. Dies ist vergleichbar mit leiser Radiomusik oder Vogelgezwitscher. Ein Nachtmodus reduziert die Lautstärke noch einmal deutlich auf 29 Dezibel, beim AF 20 sogar auf 26

Dezibel. Die Reinigungsleistung beträgt in Abhängigkeit vom Modell bis zu 220, 320 oder 520 Kubikmeter in der Stunde. So wird die Luft in Räumen in kurzer Zeit vollständig gereinigt.

Die Qualität der Raumluft wird dabei kontinuierlich gemessen. Auf einem Display wird der Grad der Verunreinigung in Mikrogramm pro Kubikmeter angezeigt. Zusätzlich verfügen die Geräte über einen dreifarbigem LED-Indikator zur schnellen Beurteilung der Luftqualität.

Alle drei Luftreiniger sind mit einem zweistufigen, besonders wirksamen Filtersystem ausgestattet. Große Hepa H13-Filter-Elemente mit anti-bakterieller Beschichtung fangen kleine Partikel wie Bakterien und Viren ein und der zusätzliche Aktivkohle-Filter entfernt auch Bestandteile aus der Luft, die unangenehme Gerüche verursachen. Abhängig von der Belastung der Raumluft, müssen die Filter alle acht bis zwölf Monate gewechselt werden.



### Komplette Geräte-Ränge

Kärcher bietet mit den Modellen AF 20, AF 30 und AF 50 drei Luftreiniger für unterschiedliche Anforderungen, die leise arbeiten und sich unaufdringlich in jede Raumsituation einfügen.

# Hot & Cold-Funktion macht Massagepistolen noch wirkungsvoller

Mit der neuen Hot & Cold Massage Gun MG 600 hebt **Medisana** die Anwendungsmöglichkeiten der Tiefengewebsmassage auf ein neues Level. Denn dank dieser heißen und kalten Funktion kann die beanspruchte Muskulatur nun noch effektiver aktiviert und behandelt werden – flexibel und unkompliziert während der Selbstmassage an verschiedenen Körperstellen.

Zur Aktivierung vor dem Sport, zur Regeneration nach intensivem Training, für die Verbesserung der Beweglichkeit oder einfach zur Entspannung nach einem anstrengenden Tag. Die positiven Effekte einer Massage Gun sind vielfältig.



Sieben unterschiedliche Massageaufsätze für die optimale Muskelstimulation.

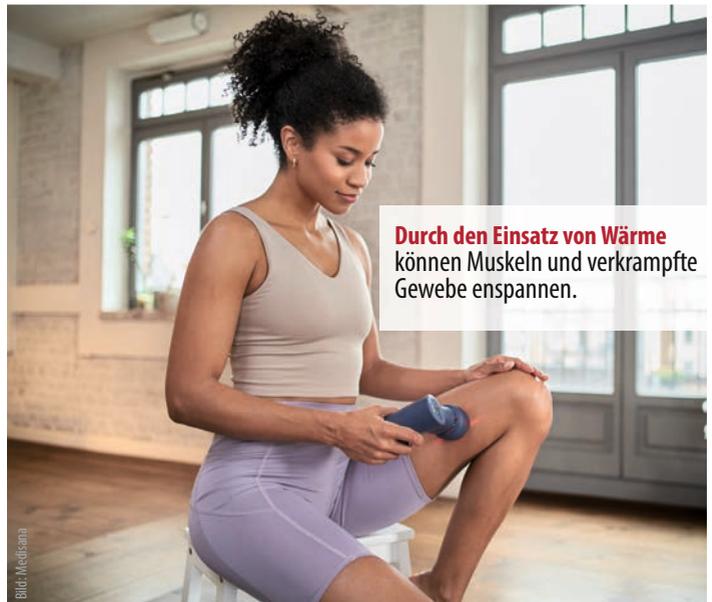
Die neue, hochwertig verarbeitete Massage Gun MG 600 hilft bei Muskelermüdung, regt die Durchblutung an und verkürzt die Regenerationszeit. Die integrierte Hot & Cold Peltier Technologie ermöglicht mit drei Intensitäten schnelles Kühlen oder Wärmen verschiedenster Körperregionen wie etwa Schulter-, Brust- und Rücken- sowie Gesäß-, Oberschenkel- oder Wadenmuskeln – je nachdem, an welcher Stelle die Verspannung sitzt.

Sie kann sowohl vor dem Training eingesetzt werden, indem sie durch Massage mittels »Hot-Funktion« Zerrungen präventiv entgegenwirkt, als auch nach dem Training, wo eine Massage mit »Cold-Funktion« das Verletzungsrisiko verringert und die Muskulatur entspannt. Die warme Massage wirkt zusätzlich Übersäuerung und Entzündungen entgegen.

Nach individuellem Bedürfnis kann zwischen drei leistungsstarken Vibrationsstufen für die Muskelstimulation und sieben verschiedenen Massageaufsätzen gewählt werden: Sphärisch, flach, konisch, kurven-, spatel- und U-förmig sowie dem Hot & Cold Aufsatz.

Dank des im Lieferumfang enthaltenen Aufbewahrungskoffers ist die Medisana Massage Gun MG 600 nicht nur für zu Hause, sondern auch für unterwegs und beim Training perfekt geeignet. Die hohe Akkulaufzeit sowie der integrierte USB-Ladeanschluss sorgen zusätzlich für eine hohe Mobilität.

Das ergonomische Design in der Akzentfarbe »Stone-Blue« runden das Produkt ab. Die Massage Gun MG 600 von Medisana ist zum Preis von 179,95 Euro UVP lieferbar.



## Sponsoring

### Beurer unterstützt die Spatzen des SSV Ulm 1846 Fußball

Seit Jahresbeginn ist Beurer neuer Kooperationspartner des SSV Ulm 1846 Fußball und unterstützt die medizinische Abteilung des Vereins mit diversen Produkten rund um die Themen Gesundheit, Wohlbefinden und Prävention.

In einer gemeinsamen Produktschulung wurden Athletiktrainer **Christoph Zellner** und Physiotherapeut **Kalle Politz** in der Beurer-Zentrale in Ulm-Söflingen die neuen Produkte vorgestellt, die der SSV seither nutzt, um Spieler zu behandeln und Regenerationsmaßnahmen durchzuführen. Dazu zählen unter anderem Massageprodukte der Beurer Physio Line, Diagnosewaagen, EMS-/TENS-Geräte, Pulsoximeter, Blutdruckmessgeräte und Wärmeprodukte.

**Andreas Müller**, Manager Sales, Infront Germany: »Mit Beurer konnten wir ein Unternehmen gewinnen, das seit über



100 Jahren in Ulm verwurzelt ist und uns mit seinen modernen Produkten unterstützt. Ein absoluter Mehrwert für die medizinische Abteilung des SSV.»

Beurer präsentiert sich dabei rund um den SSV Ulm 1846 Fußball und nutzt die Werbeflächen in diesem Rahmen für die Kommunikation. »Dass wir mit unseren

#### Kooperationsstart (Bild v.l.n.r.)

Kalle Politz, Physiotherapeut der 1. Mannschaft des SSV Ulm 1846 Fußball – Kerstin Glanzer, Beurer Marketingleiterin – Markus Neuwirth, Head of Product Training bei Beurer – Juliane Wilhelm, Trade Marketing Manager bei Beurer – Christoph Zellner, Athletiktrainer der 1. Mannschaft des SSV Ulm 1846 Fußball – Andreas Müller, Manager Sales, Infront Germany.

Produkten dem SSV Ulm 1846 Fußball helfen können, freut uns sehr. Als Ulmer Unternehmen sehen wir es auch als unsere Aufgabe, einen Teil zu einer positiven Weiterentwicklung zu leisten und sind stolz, nun auch Teil der SSV-Familie zu sein«, sagt Beurer Marketingleiterin **Kerstin Glanzer**.

# Wissensvorsprung

Jetzt kostenlos für den

Newsletter **CEMarkt electro**  
Business-Publications for Home & Mobile Electronics

registrieren und 5 Tage vor Erscheinungstag  
die aktuelle Ausgabe als ePaper lesen\*



\* Newsletter-Abonnenten erhalten exklusiv fünf Tage vor dem offiziellen Erscheinungstermin per E-Mail den Downloadlink zur neuesten Ausgabe von **CE-Markt electro**.



Zur **CE-Markt electro**  
Newsletter-Anmeldung  
geht es hier: [ce-electro.de](http://ce-electro.de)



# Mit Coolness an der Spitze

## Top-Testergebnisse in Folge



Stiftung Warentest **SEHR GUT (1,5)** <sup>3</sup>  
 Produktgleich mit Samsung RB38A7B6AS9/EG  
 Im Test: 10 Kühl-Gefrier-Kombis freistehend  
 Qualitätsurteil: 2x sehr gut, 6x gut  
 Ausgabe 09/2022  
 www.test.de  
 22US61  
 Samsung RL38A7B6AS9/EG

**TESTSIEGER** <sup>1</sup>  
 Stiftung Warentest **GUT (2,2)**  
 Zusammen mit einem weiteren Gerät  
 Im Test: 9 Side-by-Side Kühl-/Gefrierkombinationen  
 Qualitätsurteil: 4x gut, 2x befriedigend, 3x ausreichend  
 Ausgabe 12/2021  
 www.test.de  
 Samsung RS6GA8521B1/EG  
 21RF62

**TESTSIEGER** <sup>2</sup>  
 Stiftung Warentest **SEHR GUT (1,4)**  
 Im Test: 10 Kühl-Gefrier-Kombis freistehend  
 Qualitätsurteil: 2x sehr gut, 8x gut  
 Ausgabe 09/2022  
 www.test.de  
 Samsung RL38A776ASR/EG  
 22JE01

A ↑ G **A**

**E** A ↑ G

**A** A ↑ G

<sup>1</sup> Stiftung Warentest GUT (2,2), Ausgabe 12/2021, Testsieger zusammen mit einem weiteren Gerät, Samsung RS6GA8521B1/EG, im Test: 9 Side-by-Side Kühl-/Gefrierkombinationen, Qualitätsurteil: 4x gut, 2x befriedigend, 3x ausreichend. <sup>2</sup> Stiftung Warentest, Testsieger, SEHR GUT (1,4), Ausgabe 09/2022, Samsung RL38A776ASR/EG, im Test: 10 Kühl-Gefrier-Kombis freistehend, Qualitätsurteil: 2x sehr gut, 8x gut. <sup>3</sup> Stiftung Warentest, SEHR GUT (1,5), Ausgabe 09/2022, Samsung RL38A7B6AS9/EG, produktgleich mit getestetem Samsung RB38A7B6AS9/EG, im Test: 10 Kühl-Gefrier-Kombis freistehend, Qualitätsurteil: 2x sehr gut, 6x gut.