

# electro

www.ce-electro.de

Das Business-Magazin der Elektro-Hausgeräte-Branche

## Top-Themen

ZVEI: Interview mit Carine Chardon | Seite 5

Ninja Highlights erstmalig auf der Ambiente | Seite 9

Preisübergabe an die »Händler des Jahres 2023« | Seite 10+11

## Ambiente 2024

# Highlight-Produkte im Segment der Elektrokleingeräte

Bild: Foto Stoll GmbH



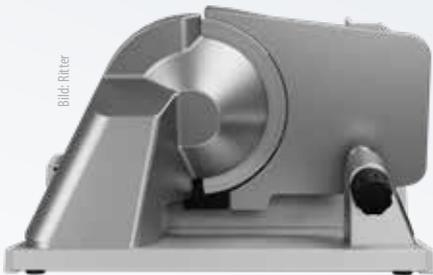
Bild: Graef



Bild: Shark Ninja



Bild: Ritter



# ambiente

Bild: Rommelsbacher



Bild: Severin



Bild: anARTis | Thomas Leuthold



Bild: Unold



CEMarkt

Business-Portal

# electro

Immer  
aufs Beste  
informiert

## Die Branche im Blick

Tagesaktuelle  
Branchen-  
meldungen



Newsletter  
kostenlos und  
bequem per  
Mail



Print-  
Ausgaben  
online  
lesen



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





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

Editorial

# Erfolgreicher Event-Auftakt zu »Händler des Jahres 2023«

Lange haben wir darauf hingefiebert und dann war es endlich soweit: Unsere erste eigene Veranstaltung mit einem kurzweiligen Branchentreff anlässlich der Preisübergabe an unsere »Händler des Jahres 2023« fand am 7. Dezember in München statt. Wir bedanken uns bei allen Teilnehmern, Referenten, Laudatoren und Sponsoren für diesen gelungenen Auftakt – und natürlich auch bei unseren drei Preisträgern: EP: Walla, Electroplus Rüther und Expert Hanse-Verbund.

Sehen Sie in dieser Ausgabe auf den Seiten 10 und 11 unsere Bildergalerie mit den schönsten Momentaufnahmen dieses Ereignisses und wenn Sie weiterblättern, folgt das Firmenportrait über den Gewinner Electroplus Rüther. Im Trägermagazin **CE-Markt** wird auf den Seiten 12 und 13 ausführlich über EP: Walla – ebenfalls Sieger in der Kategorie »Fachhändler« – berichtet.

Auf der Seite 9 finden Sie einen aktuellen Einblick in unsere Branche, über den **Alexander Dehmel**, Head of CSM Germany and Austria bei GfK, während der Veranstaltung referierte. Er betrachtet den Markt realistisch, sieht aber dennoch Wachstumschancen, wenn Handelspartner entscheidende Punkte beachten.

Einen weiteren interessanten Beitrag zu diesem Thema finden Sie auf der Seite 14 in **CE-Markt**. Im Rahmen der Preisübergabe zum »Händler der Jahres 2023« analysierte **Dr. Kai Hudetz**, Geschäftsführer IFH Köln, fünf Trendthemen, die den Handel momentan und in naher Zukunft bestimmen.

Sie interessieren sich für Themen wie »Recht auf Reparatur« oder »Verbot von Greenwashing«? Dann empfehle ich Ihnen das Interview mit ZVEI-Geschäftsführerin **Carine Chardon** auf der Seite 5. Sie gibt Einblicke in die aktuellen Bewegungen, die zu diesen Bereichen innerhalb der EU diskutiert werden und welche Lösungen dabei angestrebt sind.

Wenn Sie dieses Heft in Händen halten, ist gerade die Ambiente 2024 zu Ende gegangen. In unserer nächsten Ausgabe können Sie detailliert lesen, welchen Neuheiten vorgestellt wurden, wie die Stimmung im Handel ist und welche Empfehlungen es von der Industrie für erfolgreiche Geschäfte gibt.

Bis dahin erst einmal alles Gute. Herzlichst,  
Ihre Annette Pfänder-Coleman  
Chefredakteurin **CE-Markt electro**



Euronics

## Veränderung im Vorstand

**Jochen Mauch**, Vorstand für Marketing, Vertrieb und Digitalisierung bei Euronics Deutschland, hat sein Amt niedergelegt. Zusammen mit seinem Vorstandskollegen **Michael Rook**, verantwortlich für Einkauf, Strategie und Expansion, hat er das Unternehmen zum 31. Dezember 2023 verlassen. Grund für die Aufsichtsratsentscheidung waren unterschiedliche Auffassungen über die künftige strategische Ausrichtung.



Jochen Mauch



Michael Rook

Im Kontext der Veränderungen ist außerdem **Frank Schipper** als Aufsichtsratsvorsitzender und Mitglied des Aufsichtsrats zurückgetreten. Der stellvertretende Vorsitzende **Christoph Lux** wird bis zur konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrats im Rahmen der KOOP 2024 seine Aufgaben übernehmen.



Frank Schipper

**Benedict Kober**, Sprecher des Vorstands und verantwortlich für Logistik und IT, sowie **Denis-Benjamin Kmetec**, im Vorstand zuständig für Finanzen, Verwaltung und Personal, leiten die Verbundgruppe derzeit als zweiköpfiges Vorstandsteam. Die Verteilung der weiteren Ressorts soll in Kürze bekanntgeben werden. Über eine Berufung zusätzlicher Vorstandsmitglieder wird der Aufsichtsrat mittelfristig entscheiden.



Ausführliche Informationen zu den Ausstellern der Ambiente und ihren Produkt-Highlights lesen Sie in der nächsten Ausgabe von **CE-Markt electro**.





5

Bild: all rights reserved

## ZVEI setzt sich für einen starken Europäischen Binnenmarkt ein

Seit 150 Tagen ist die ZVEI Geschäftsführerin **Carine Chardon** zusätzlich für den Bereich der Elektro-Hausgeräte zuständig ...



9

Bild: Shark Ninja

## Ninja erstmalig mit einem Stand auf der Ambiente vertreten

»Die Ambiente ist für uns eine ideale Plattform, um die Vielfalt von Ninja einem breiten Publikum vorzustellen«, informiert **Michael Maier** (Bild) ...



10+11

Bild: B&B Publishing / Aletina Theisinger

## »Händler des Jahres«-Skulpturen wurden in München überreicht

Am 7. Dezember 2023 wurden drei Handelspartner mit dem Award **»Händler des Jahres«** in den Kategorien **»Fachhändler«** und **»Fachmarkt«** prämiert ...

# INHALT Ausgabe 1+2 | 2024

## Frankfurter Messe

### Ambiente-Highlights

Die Neuheiten der Branche wurden auf der Ambiente 2024 im stilvollen Rahmen präsentiert.



<b>Händler des Jahres</b> Branchentreff in München	10+11
<b>Electroplus Rüter</b> »Händler des Jahres 2023«	12+13
<b>Liebherr</b> Ersatzteile für 15 Jahre verfügbar	14
<b>Miele</b> gibt Waschmaschinen ein zweites Leben	14
<b>Neuheiten von der CES LG • Samsung • Tineco</b>	15
<b>Rommelsbacher</b> Auszeichnung • <b>Bosch • Midea</b>	16
<b>Severin</b> Indoor Grillen • <b>Outdoor Cooking mit Miele</b>	17
<b>Hoogo</b> geht neue Wege in der Markenkommunikation	18
<b>Beauty</b> Beurer Men Care • <b>Oral-B</b> Testsieger	19

<b>Editorial</b> Veranstaltungspremiere gelungen	3
<b>Inhaltsverzeichnis</b> • Impressum	4
<b>ZVEI</b> Interview mit Carine Chardon	5
<b>News</b> Aktuelles aus der Branche	6
<b>Electroplus Händler</b> Huesmann und Zimmerly	7
<b>GfK</b> Wachstumschancen trotz Kaufzurückhaltung	8
<b>Ninja</b> Messepremiere auf der Ambiente	9

## NEWSLETTER

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



## Impressum



DAS BUSINESS-MAGAZIN DER ELEKTRO-HAUSGERÄTE-BRANCHE  
Eigenständiges Heft-im-Heft in **CE-Markt**, dem Handelsblatt der gesamten CE-Branche

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

GESCHÄFTSFÜHRER: Christian Zaiser  
VERLAGSLEITUNG: Bettina Landwehr

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

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

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

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

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

AUFLAGE: IVW-Nachweis durch IVW-Kontrolle des **CE-Markt electro**-Trägermediums **CE-Markt**.  
Druckauflage 10.383 • tatsächlich verbreitet 10.176  
(IVW-Auflagenmeldung 4. Quartal 2023 )

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



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

# ZVEI setzt sich für faire Wettbewerbsbedingungen und einen starken Europäischen Binnenmarkt ein

Zum 1. September 2023 trat **Carine Chardon** in die Geschäftsführung der Fachverbände Elektro-Haushalt-Großgeräte und Elektro-Haushalt-Kleingeräte ein. Gleichzeitig ist sie Geschäftsführerin des Fachverband Consumer Electronics und Bereichsleiterin Consumer im ZVEI. In einem Interview lässt uns Carine Chardon an ihren Erfahrungen der letzten 150 Tage teilhaben.

*Frau Chardon, der ZVEI setzt sich unter anderem für die Interessen der Consumer-Electronics- und Hausgeräte-Industrie gegenüber Gesetzgebungsinstanzen und Aufsichtsbehörden auf nationaler und europäischer Ebene ein. Was sehen Sie hier als Ihre Hauptaufgabe?*

Ein offenes Ohr für die Mitgliedsunternehmen zu haben, wirtschaftliche Zusammenhänge zu verstehen und die Konsequenzen der Regulierungsvorhaben für unsere Industrie frühzeitig und bestmöglich herauszuarbeiten, steht im Kern meiner Aufgaben. Es ist nicht immer einfach, den Überblick zu behalten angesichts der Vielzahl an Rechtsakten, die derzeit in Brüssel und Berlin verhandelt werden. Gerade gegenüber dem Mittelstand haben wir da verbandsseitig eine große Verantwortung. Der permanente Dialog mit der Industrie und ein regelmäßiger Austausch mit weiteren Akteuren unseres »Ökosystems« – ob Handel, NGOs oder Behörden – sind unerlässlich, damit die richtige Positionierung gelingt und wir die Entscheidungsträger mit unseren Statements erreichen. Stärker als noch vor einigen Jahren geht es darum, sich konstruktiv in die Lobbyprozesse einzubringen. Unterm Strich setzen wir uns als ZVEI für faire Wettbewerbsbedingungen und einen starken Europäischen Binnenmarkt ein. Die Hausgeräte und Consumer Electronics Industrie ist grundsätzlich für EU-Harmonisierung und gegen nationale Alleingänge, da diese den freien Warenverkehr erschweren. Allerdings müssen die Regelungen auch sinnvoll und verhältnismäßig sein, und eine wirksame Markt-aufsicht muss gewährleistet werden.

*Sie sind nun seit 150 Tagen auch für das Hausgeräte-Segment zuständig und waren im Dezember in Brüssel. Welche Themen standen hier auf der Agenda?*

Wie erwähnt, nimmt in den letzten Jahren die Regelungsintensität aus Brüssel drastisch zu. Das trifft unsere Branche ganz besonders, da etwa im Rahmen des European Green Deal viele Regelungen an der Schnittstelle von Umwelt-, Nachhaltigkeit- und Verbraucherpolitischen Themen entstehen. Das geht vom horizontalen, erweiterten Ökodesign über das »Recht auf Reparatur« bis hin zu einer Fülle an Nachhaltigkeits-Berichtspflichten, die die Unternehmen treffen. Im Moment sind



Carine Chardon

»Über eine »Reparaturplattform« sollen Verbraucher künftig leichter Zugang zu Reparatur-Diensten finden.«

die Europäischen Institutionen besonders aktiv, da die Legislaturperiode bald endet und man zuvor noch so viel wie möglich abschließen möchte.

*Wie beurteilen Sie das wichtige Thema »Recht auf Reparatur« in unseren Branchen und welche Lösungen werden hier angestrebt?*

Es gibt im Prinzip gar nicht »das« Recht auf Reparatur, sondern eine Vielzahl an Regelungen konvergiert zu einer Stärkung der Reparaturkultur insgesamt. Das unterstützen wir im Kern. Das Vorhalten von Ersatzteilen und Reparaturanleitungen ist teilweise bereits gesetzlich verankert, ebenso wie die Verpflichtung zu Software Updates. Künftig werden diese Voraussetzungen noch weiter gestärkt. Hinzu kommen Informationspflichten am Point of Sale, etwa ein Reparaturindex zur Orientierung bei der Kaufentscheidung und das Ausweisen von Herstellergarantien für größere Transparenz. Die Richtlinie, die aktuell gemeinhin als das »Recht auf Reparatur« verstanden wird, sieht vor, dass künftig bei Defekten im Rahmen der Gewährleistung die Reparatur Vorrang vor einem Gerätetausch hat. Der Ersatz soll zukünftig nur die Ausnahme sein. Zugleich soll die Möglichkeit der Reparatur auch nach dem Ende der Gewährleistungszeit verbessert werden. Über eine »Reparaturplattform« sollen Verbraucher künftig leichter Zugang zu Reparatur-Diensten finden. Zudem sollen standardisierte Reparaturformulare eingeführt werden.

*Wie werden sich weitere Initiativen einer EU-Harmonisierung – wie beispielsweise Ecodesign-Anforderungen, mehr Informationspflichten am Point of Sale sowie ein Verbot von Greenwashing – auf den deutschen Markt auswirken und welche Reaktionen erwarten Sie hier von Handels- und Industrieseite.*

Industrie und auch Handel bereiten sich frühzeitig auf kommende Veränderungen vor. Aktuell bleibt noch abzuwarten, worauf sich die europäischen Institutionen in den einzelnen Punkten konkret einigen und welche Umsetzungsspielräume die Mitglied-Staaten gegebenenfalls wählen. Interessant wird, welche Auswirkungen die Regelung über umweltbezogene Aussagen haben wird. Hier ist Potenzial für relevante Veränderungen, wenn man bedenkt, wie großzügig aktuell manche Nachhaltigkeitsaussagen geäußert werden. Nicht alles ist fundiert oder nachprüfbar. Hier bleibt aber insgesamt noch etwas Zeit, die Folgen abzuschätzen, da es unwahrscheinlich ist, dass die »Green Claims« Richtlinie noch in dieser Legislaturperiode verabschiedet wird.

*Gibt es Bemühungen, die Energieeffizienzklassen für Elektrogeräte auf ein nach oben hin offenes System umzustellen? Nach der letzten Reform gibt es beispielsweise jetzt schon wieder Waschmaschinen, die das Label A minus 30 Prozent tragen.*

Das Produktgruppenspezifische Ökodesign und die damit verbundenen Energie-label werden in regelmäßigen Abständen durch die EU-Kommission überprüft. Der letzte große Recast fand 2021 statt, als die Plus-Klassen abgeschafft wurden. Das ist also noch gar nicht so lange her. Ziel war es, dass die neuen Energieklassen eine Weile Bestand haben. Die Produktsegmente haben sich seither unterschiedlich entwickelt – während bei TV-Displays die Einstufung immer noch mehrheitlich in den unteren Klassen verbleibt – was auch an überambitionierten, unsachgemäßen Zielen lag, haben zahlreiche Haushaltgeräte schon wieder die Spitze der Energieeffizienz erreicht. Das ist in erster Linie positiv für den Energieverbrauch in den Haushalten und zeigt, dass die Industrie nicht in ihren Bemühungen nachlässt, weitere Effizienzsteigerungen möglich zu machen.

## MANAGEMENT-NEWS



### Groupe SEB

Mit **Emmanuel Serot Almeras** als neuen General Manager Consumer DACH besetzt die Groupe SEB DACH eine Schlüsselposition. Zukünftig trägt er die Verantwortung für die Vertriebs- und Vermarktungsaktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz für alle Kernmarken der Gruppe sowie für die Premiummarke WMF.



### Haier

Anfang Dezember 2023 hat der CCO Deutschland und Country Managing Director Austria **Christian Burghardt** das Unternehmen Haier mit sofortiger Wirkung verlassen. Es handelte sich dabei um eine gemeinsame Entscheidung, wie aus einer Pressemeldung hervorgeht. Bis seine Position neu besetzt ist, übernimmt Cluster Leader DACH und Managing Director Deutschland, **Rogier Volmer**, dessen Aufgaben.



### Smeg

Smeg Deutschland hat eine neue Marketingchefin. Ab sofort verantwortet **Dr. Mirjam Jentschke** das Gesamtmarketing des italienischen Geräteherstellers in Deutschland und Österreich.



### Sodastream

Seit 1. Januar 2024 ist **Dirk Glassner** neuer General Manager von Sodastream Deutschland. Er ist kein Unbekannter, da er bereits als Country Manager in der Schweiz und als General Manager Nordics in dem Unternehmen tätig war. Dirk Glassner folgt als Geschäftsführer auf **Ferdinand Barckhahn**, der die Leitung des Deutschland-Geschäfts kommissarisch übernommen hatte.



Frank Jüttner



Christian Gerwens

### Miele

Zum 1. Januar 2024 hat **Frank Jüttner** die Verantwortung für Deutschland und die Region DACH aus gesundheitlichen Gründen an **Christian Gerwens** abgegeben, bleibt aber im Unternehmen Miele. Gerwens ist derzeit Senior Vice President Sales and Retail International der Miele Gruppe und übernimmt diese neue Aufgabe zusätzlich zu seiner bisherigen Funktion.



### HEPT

Seit zwei Jahrzehnten präsentieren auf der **HighEventProductTour** die teilnehmenden Premium-Marken den Fachhandelsbesuchern ihre Innovationen sowie branchenrelevante Trends. Im Jahr 2024 startet die HEPT am 9. April in Hamburg und endet am 29. April in Offenburg. Bad Vilbel in der Nähe von Frankfurt kommt als neuer Standort erstmalig hinzu.



Markus Limberger



Marco Cardinale

### Kärcher

Zum Jahresbeginn hat Kärcher zwei Vorstandsposten neu besetzt und stellt damit die Weichen für die weitere Entwicklung des Unternehmens: **Markus Limberger** wurde zum Nachfolger des bisherigen COO **Dieter Grajer** ernannt, der nach einer mehr als 38-jährigen Zugehörigkeit zum Familienunternehmen in den Ruhestand getreten ist. Ebenfalls neu im Vorstand ist **Marco Cardinale** als CTO. Er hat beim Weltmarktführer für Reinigungstechnik bisher sehr erfolgreich den Bereich Bodenreinigung geleitet und ist jetzt für das neue Vorstandsressort Technik & Produktmanagement verantwortlich.

### Beko Grundig

Anfang des Jahres hat die Beko Grundig Deutschland GmbH die Ernennung von **Dr. Evren Aksoy** zum Geschäftsführer bekannt gegeben. Dr. Aksoy, der bereits die Geschäftsführung für Beko Österreich und Beko Schweiz innehat, folgt auf **Marius Stoica** und übernahm bereits die Leitung der Geschäfte in Deutschland. Dr. Aksoy ist seit mehr als 25 Jahren im Unternehmen tätig und als Geschäftsführer festes Mitglied des Management-Teams in der Region DACH. Mit umfangreichen Erfahrungen in dieser Region sowie einem tiefen Verständnis für die deutsche Handelslandschaft und die bestehenden Partnerschaften steht er für Kontinuität. Er wird den Erfolgskurs von Beko und Grundig in Deutschland mit unveränderten Prioritäten weiterführen: stärken von Partnerschaften, liefern von innovativen Lösungen und übertreffen der Erwartungen von Kunden und Verbrauchern.



Dr. Evren Aksoy



Marius Stoica

### Fega & Schmitt

Der mittelständische, familiengeführte Elektrogroßhändler **Anwander GmbH** mit Sitz in Waldkraiburg hat zum 1. Januar 2024 seinen Geschäftsbetrieb an die **Fega & Schmitt Elektrogroßhandel GmbH** verkauft. Die Fega & Schmitt Elektrogroßhandel GmbH ist als sogenannte Allied Company Teil des **Würth Elektrogroßhandels** und damit ein Unternehmen der Würth-Gruppe. Als renommierter Partner von Handwerk und Industrie bieten rund 1.450 Mitarbeiter an aktuell 60 Standorten den Kunden neben 24-Stunden- und Same-Day-Warenlieferungen spezialisierte Beratung und Dienstleistungen. Mit mehr als 650.000 gelisteten Produkten und 907 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2022 ist Fega & Schmitt eines der führenden Elektrogroßhandelsunternehmen in Mittel- und Süddeutschland.





**EK Retail gratuliert Thomas Huesmann und Stefanie-Schulze-Wenning (Bild Mitte)**  
 Projektleiter Christian Uredat, Regionalleiter Dirk Borutta und Martin Wolf, Leitung Vertrieb & Marketing Elektro | Küche | Licht (Bild v.l.n.r.)

Bild: EK Retail

Erfolgskonzept »electroplus« auf der Überholspur

## EK Retail startet mit der nächsten Neueröffnung ins neue Jahr

Auch 2024 gibt das Electroplus Markenstore-Konzept der **EK Retail** weiter Gas. Mit dieser Neueröffnung gleich zu Jahresbeginn knüpfen die Bielefelder Hausgeräte-Profis nahtlos an die Entwicklung der Vorjahre an.

Den Auftakt 2024 macht **Thomas Huesmann** im nordrhein-westfälischen Ascheberg-Herbern, der sein Hausgeräte-Unternehmen am 11. Januar auf Electroplus umstellt. »Wir feiern in diesem Jahr unser 25-jähriges Firmenjubiläum und können uns keinen besseren Zeitpunkt vorstellen, die Weichen für die Zukunft neu zu stellen. Electroplus passt super zu uns und der Konzept-Claim »Für mich. Vor Ort. Vom Fach.« spricht uns aus dem Herzen«, betont Thomas Huesmann.

Seit 1999 handelt der Unternehmer mit Hausgeräten und hat sich in und um die gut 15.000 Einwohner zählende Gemeinde südlich von Münster herum als fachkundiger »Kümmerer« etabliert. Mit dem Neustart begegnet er den Bedürfnissen und Wünschen seiner Kunden, die sich im Laufe der Jahre geändert haben.

»Qualitätsprodukte und Service werden im Fachhandel längst als Standard vorausgesetzt. Heute geht es um technische Features, Design und vor allem um Ressourcenschonung. Und dann darf auch das Einkaufen einer Waschmaschine ruhig Spaß machen«, weiß Huesmann, der sich genau aus diesen Gründen für das Electroplus-Konzept entschieden hat.

Und so findet sich jetzt im Ascheberger Ortsteil Herbern ein kleines, feines und topmodernes Fachgeschäft, das auf 150 Quadratmetern viel zu bieten hat. Die Marken-Hausgeräte sind thematisch

nach Bereichen wie Backen und Kochen oder Waschen und Trocken geordnet, die moderne Ladenbauarchitektur mit Highlight-Möbeln im Corporate Design und modernster LED-Beleuchtung sorgt für eine hochwertige und stimmungsvolle Einkaufsatmosphäre. Themenbilder und gut platzierte Produktinformationen liefern dem Kunden alle wichtigen Erstinformationen – alle übrigen Fragen werden von den ebenso freundlichen wie kompetenten Mitarbeitern beantwortet.

### Markenqualität mit Alleinstellungspotenzial

Im Sortiment finden sich Qualitäts-Marken wie AEG, Liebherr, Miele, Neff oder Siemens. Für die Geräte von Siemens und Miele ist das Huesmann-Team als Kundendienst vom Hersteller autorisiert. Dazu kommen EK Exklusivgeräte, die jedem Vergleich standhalten und mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungsverhältnis überzeugen.

»Für die Alleinstellung jenseits des »Normal-Programms« sorgen die speziellen Bezeichnungen und exklusive Ausstattungsmerkmale wie ausgewählte Flecken-Programme. Diese Großgeräte aus dem Premium-Segment der Markenindustrie machen auch dem Händler Spaß«, verweist **Martin Wolf** auf eine der vielen Konzeptvorteile.

## Neueröffnung bei Elektrohaus Zimmerly

**Ende 2023** wurde das Elektrohaus Zimmerly in der Fuggerstadt Augsburg feierlich als 74. Electroplus Markenstore eingeweiht. Mit zahlreichen Gästen aus Politik und Industrie, guten Kunden sowie Familie und Freunden wurde das 650 Quadratmeter große Stammhaus nach der kompletten Sanierung und Neugestaltung mit tatkräftiger Unterstützung des Electroplus-Teams wieder eröffnet.

1925 wurde das Unternehmen vom Großvater von **Gerhard Zimmerly** gegründet, der zwischenzeitlich die Geschäftsführung an seinen Sohn **Bernd Zimmerly**, der 2005 die Meisterprüfung im Elektrowerk absolvierte, übergeben hat.



### Übergabe der Begrüßungstorte

Christian Bichlmeier (EK), Tanja und Bernd Zimmerly mit ihren Kindern Maximilian, Lukas und Moritz sowie Franz Schreckenberger, Martin Wolf und Ali Uyar von EK (v.l.n.r.)

Für die vierte Generation hat die lange Tradition des Familienbetriebs einen hohen Stellenwert. Genau deshalb hat sich die Familie vor kurzem entschieden, den Weg in die Zukunft mit dem Electroplus-Konzept von EK Retail zu gehen. »Electroplus liefert das volle Programm, um am hart umkämpften Gerätemarkt erfolgreich zu sein. Gleichzeitig respektiert das Konzept die Einzigartigkeit jedes Händlers. Das passt für uns wie die sprichwörtliche Faust aufs Auge«, sagt Bernd Zimmerly. Für das Marketing ist seine Frau Tanja erste Ansprechpartnerin. Und es gibt immer etwas zu besprechen, denn das ständig aktualisierte 360-Grad-Marketingpaket rückt den Händler über die personalisierte Umsetzung aller Offline- und Online-Aktivitäten ins rechte Licht.

»Für die emotionalen Momente sorgt das neue, progressive Store-Design, das nicht nur ein echter Hingucker ist, sondern in Kürze hier im Fachgeschäft auch mit Duftmarketing und Sounddusche die Sinne berühren wird«, freut sich **Martin Wolf**, EK Vertriebs- und Marketingleiter Elektro, Küche, Licht, schon jetzt auf die Umsetzung der nächsten Konzept-Highlights.



**Einen stabilen Markt** hält Alexander Dehmel für ein wahrscheinliches Szenario in 2024.

GfK Konsumentenbefragungen und GfK Handelspanel-Analysen

## Kaufzurückhaltung ist da – aber es gibt auch Wachstumschancen

Im Rahmen der Preisverleihung »Händler des Jahres 2023« Anfang Dezember in München gab **Alexander Dehmel**, Head of CSM Germany & Austria bei **GfK**, den anwesenden Gästen einen Einblick in die aktuelle Marktsituation unserer Branchen.

Monatlich befragt GfK 2.000 Menschen in Deutschland zum aktuellen Konsumklima. Dabei stehen die wirtschaftliche Situation sowie das Verhalten zu Spar- und Anschaffungsneigung im Fokus. Im Dezember lag dieser Wert bei minus 27,8 und damit noch niedriger als im Jahr 2022 sowie während der Corona-Pandemie in 2020.

Daraus resultiert, dass die Konsumenten verunsichert sind. Die Lage hat sich in 2023 zwar leicht verbessert, ist aber nach wie vor auf einem sehr niedrigen Niveau. Die Konsumenten verhalten sich gerade zurückhaltend, was sich negativ auf die Anschaffungsneigung größerer Investitionen wie Auto, Waschmaschine oder Fernseher auswirkt.

GfK hat Konsumenten außerdem befragt, wie sich deren Einkaufsgewohnheiten verändert haben. 69 Prozent der Befragten gaben an, dass sie ihr Kaufverhalten für Produkte der »weißen Ware« seit der Inflation verändert haben. Das kann bedeuten, dass sie beispielsweise weniger kaufen, den Kauf verschieben oder auf günstigere Marken bzw. Sonderangebote ausweichen.

»Bei den technischen Konsumgütern sehen wir einen Umsatz von minus sechs Prozent in 2023 – mengentechnisch sogar noch etwas schlechter«, sagt Alexander Dehmel. »Aber wir sehen auch, dass sich das vierte Quartal 2023 wieder besser entwickelt hat. Deshalb ist meine Vermutung, dass das abgelaufene Jahr zwischen minus vier und fünf Prozent abschneiden

wird«, informiert der GfK-Experte Dehmel weiter.

### Mangel an Produkt-Innovationen

Neue Geräte, die wirklich eine Revolution darstellen und den Konsumenten einen echten Nutzen bringen, haben den Markt schon immer getrieben. Aktuell kann man dieses Phänomen bei Heißluftfritteusen gut beobachten. In diesem Markt ist derzeit ein sehr dynamisches Wachstum zu verzeichnen. Zusätzlich bestimmen viele neue Player das Segment. Insgesamt hat die Anzahl der Innovationen im Bereich der technischen Konsumgüter aber in den letzten Jahren abgenommen.

### Ergebnisse der Black Week

Am Black Friday 2023 wurden sowohl fünf Prozent mehr Umsatz als auch fünf Prozent mehr Menge im Vergleich zum Vorjahr erzielt. Ein sattes Plus von 28 Prozent erreichten Smartphones. Der gesamte Telecom-Bereich sowie die Haushaltskleingeräte schlossen beide mit plus 17 Prozent ab, während Foto ein Plus von 16 Prozent verzeichnete. Selbst die Haushaltsgroßgeräte, die ja normalerweise nicht promotionsgetrieben sind, zeigten ein Wachstum von zwölf Prozent.

Schlechter als im Vorjahr lief es in der Black Week für Computer/IT sowie die Unterhaltungselektronik – und hier insbesondere Fernsehgeräte mit einem minus von 17 Prozent.

GfK befragt pro Quartal zwischen 1.000 und 2.000 Neukäufer einer Produktkategorie. Also Konsumenten, die sich unter anderem eine Waschmaschine oder einen Fernseher gekauft haben. Dabei werden Faktoren wie Preis und Promotion abgefragt. GfK konnte hier feststellen, dass weder Preis noch Promotionen signifikant nach oben gegangen sind. »Natürlich ist Preis der entscheidende Faktor, aber er ist nicht wichtiger geworden«, betont Alexander Dehmel und ergänzt: »Auch Promotionen haben für den Konsumenten nicht an Relevanz gewonnen.«

### Weiterempfehlungsrate ist relevant

Dabei gibt es laut GfK Unterschiede zwischen den Generationen: Je älter die Kunden sind, desto wichtiger werden Marken. Jüngere Konsumenten legen viel mehr Wert auf Empfehlungen, die ihr Kaufverhalten beeinflussen. Die Weiterempfehlungsrate ist also für die Zukunft der Händler sehr relevant. Laut Alexander Dehmel reduziert sich der Erfolg einer Promotion nicht unbedingt auf den günstigsten Preis. Im Frühsommer letzten Jahres konnten Händler beispielsweise mit einem Bundle aus Fernseher und Soundbar punkten.

### Customer Journey

Wie kaufen Kunden heute ein? Sie suchen die Produkte im Internet, tummeln sich auf Preisvergleichsseiten und Hersteller-Plattformen, lesen Produkt-Rezensionen. Das bedeutet einen klaren Auftrag für die Händler: Ein guter Webauftritt, große Bilder, gute Beschreibungen, eigene Rezensionen und die Möglichkeit »click&collect« anzubieten. Die GfK-Daten zeigen: Händlerwebsites sind der wichtigste Kontaktpunkt für Konsumenten bei der Suche nach einem Produkt.

Fakt ist aber auch: Handelspartner, die rein auf ein physisches Geschäft setzen und nicht digital unterwegs sind, haben als einzige Händlergruppe über die letzten Jahre verloren. 2019 verzeichneten sie noch einen Umsatzanteil von 20 Prozent, der in den ersten vier Monaten 2023 bereits auf 15 Prozent zurückgegangen ist.

Warum aber kaufen Konsumenten bei einem bestimmten Händler? Bei Online-Resellern wird gekauft, weil der Kunde das Gefühl hat, den besten Preis zu bekommen. »Das Thema Lagerverfügbarkeit ist nicht mehr der entscheidende Faktor«, resümiert Alexander Dehmel. »Der Fachhandel kann damit punkten, dass der Kunde das Gerät anfassen und direkt mitnehmen kann. Das ist der entscheidende Punkt, an dem Händler arbeiten können.«

Natürlich findet man im Internet ein bestimmtes Produkt heute deutlich schneller und besser. Deshalb sollten Händler zukünftig darauf achten, dass sich Kunden im Laden leicht zurechtfinden, alles übersichtlich angeordnet ist und Produkte auch im eigenen Online-Store schnell und einfach zu finden sind.



Bei Ninja gehören zur Kategorie Cookware unter anderem Töpfe, Pfannen und Messerblöcke

Messe-Premiere von SharkNinja in Frankfurt

## Ninja Highlights wurden erstmalig auf der Ambiente vorgestellt

Bei Heißluftfritteusen ist die **Ninja Foodi Max Dual Zone AF400EU** hierzulande das meistverkaufte Modell. Und die Marke hat neben Outdoor-Ofen und Power-Mixer noch weitere spannende Produkte wie Kochgeschirr und Messerblöcke im Sortiment, die dem Fachpublikum zum ersten Mal auf der Ambiente gezeigt wurden.



Michael Maier

se ist für uns ein wichtiger Baustein, uns 2024 noch stärker im deutschen Markt zu etablieren. Hier haben wir zum ersten Mal in Deutschland unsere Cookware in den Mittelpunkt gestellt«, informiert **Michael Maier**, Geschäftsführer bei SharkNinja und verantwortlich für die D/A/CH-Region.

Als neuer Sales Director Cookware für die D/A/CH-Region debütierte in Frankfurt der Vertriebsexperte **Lars Hofmann**, der zukünftig die Bereiche Cookware und Drinkware verantwortet. Hofmann ist bestrebt, das Wachstum von SharkNinja in der D/A/CH-Region voranzutreiben und den strategischen Bereich Cookware weiter auszubauen. Dabei wird Hofmann von einer speziellen und ausschließlich auf den Bereich Cookware fokussierten Vertriebsmannschaft unterstützt, die sich gerade im Aufbau befindet.



Lars Hofmann

**T**rotz ausgebuchter Hallen konnte sich SharkNinja kurzfristig noch einen über 80 Quadratmeter großen Messestand sichern, um auf der weltweit größten Konsumgütermesse Ambiente seine aktuellen Fokus-Produkte in den Segmenten Elektrogeräte und Cookware präsentieren zu können.

»Die Ambiente ist für uns eine ideale Plattform, um die Vielfalt der Marke Ninja einem breiten internationalen Publikum vorzustellen. Wir sind in Deutschland auf Wachstumskurs und die Frankfurter Mes-

**Ninja Messerblock** kommt mit fünf hochwertigen Küchenmessern, einer Schere sowie integriertem Messerschärfer und ist in den Farbvarianten Weiß und Edelstahl erhältlich.



## Werbepower von SharkNinja fördert die Markenbekanntheit

**SharkNinja** setzt den Wachstumskurs seiner Marken Shark, Shark Beauty und Ninja aus 2023 im neuen Jahr mit TV- und Digitalkampagnen weiter fort. Zudem wird für alle drei Marken vor allem in Social Media und die Sichtbarkeit im Handel investiert.

Die erfolgreiche Launchkampagne für den Akkustaubsauger Shark Detect Pro setzt SharkNinja bis zum 3. März mit einer TV-Kampagne weiter fort. Zudem läuft im ersten Quartal die Kampagne auf Social Media und umfasst neben dem Detect Pro auch den ebenfalls in 2023 gelaunchten Akkustaubsauger Stratos. Für Handelspartner stehen neben Endcaps zahlreiche Instoretools zur Verfügung, um im stationären Handel Sichtbarkeit und Erklärung der Produkte vor Ort zu ermöglichen. Allein über Digital und Social Media werden 47 Millionen Impressionen erreicht.

Die Shark Beauty Kampagne läuft bis Ostern und umfasst neben dem Haarstyler und -trockner FlexStyle auch den kürzlich lancierten SpeedStyle. Dabei handelt es sich um einen leistungsstarken Haartrockner mit Gloss-Finishing- und weiteren Aufsätzen. Bei Shark Beauty liegt ein Schwerpunkt auf der Zusammenarbeit mit Influencern, wo insbesondere erfolgreiche Partnerschaften fortgesetzt werden.

Die Ninja Markenkampagne mit dem Motto »Gesundes Essen leicht gemacht« startete am 15. Januar und umfasst dabei neben der Dual-Zone-Heißluftfritteuse und Produkten der Kategorie Cookware auch den kabellosen Mixer Ninja Blast sowie die Eismaschine Ninja Creami.



Preisübergabe an die »Händler des Jahres 2023«

# Exklusives Branchenevent

Bereits zum vierten Mal in Folge suchten die Fachmedien **CE-Markt** und **CE-Markt electro** die »Händler des Jahres«. Erstmals wurden am 7. Dezember 2023 die Auszeichnungen im Rahmen einer eigenen Veranstaltung an die Preisträger überreicht. Darüber hinaus erhielten die Gäste einen Mehrwert durch aktuelle Branchen-Insights, die von Referenten und Laudatoren in der Panorama-Lounge vorgetragen wurden. Vertreter der Gold- und Silber-Sponsoren Wertgarantie, AEG, Jura und Liebherr konnten ebenfalls in München begrüßt werden.



**Jan Uebe, Chefredakteur CE-Markt** führte durch das Programm der Veranstaltung



**Gewinner-Ehepaar Anke und Jens Walla** freuten sich sehr über diese Auszeichnung nach einem besonders anstrengenden Jahr



**Annette Pfänder-Coleman** Chefredakteurin **CE-Markt electro** stellte die Besonderheiten der Gewinner in den Fokus



## Prächtige Stimmung unter den Teilnehmern der Preisverleihung »Händler des Jahres 2023«

Reihe hinten von links: Martin Dambacher, Bettina Landwehr, Annette Pfänder-Coleman, Karl Trautmann, Thilo Dröge, Martin Wolf, Oliver Dassinger, Tanja Thieben, Dominik Fröhlich, Christian Uredat – Reihe vorne von links: Dr. Kai Hudetz, Andy von Mering, Justin Weingärtner, Mandy Gieseler, Jens Walla, Anke Walla, Nico Sörries, Rainer Herold, Alexander Dehmel, Jan Uebe, Dr. Sara Warneke



## Branchenexperten unter sich

Karl Trautmann, Jens Walla und Andy von Mering von EP mit Thilo Dröge von der Wertgarantie



## Marktforschung im Fokus

gfu-Geschäftsführerin Dr. Sara Warneke und GfK-Experte Alexander Dehmel



**Philipp Meinecke von Expert Hanse-Verbund** konnte leider nicht persönlich nach München kommen, bedankte sich aber mittels Videobotschaft für die Auszeichnung in der Kategorie »Fachmarkt«



**Die obligatorische EK-Torte für Electroplus Rüther** durfte natürlich auch bei diesem Ereignis nicht fehlen



**Alexander Dehmel, GfK** referierte über die aktuelle Lage in unseren Branchen



**Karl Trautmann, EP** hielt eine Laudatio auf das EP-Mitglied Walla



**Das exklusive Ambiente der Panoramalounge** im 26. Stock des Verlagshauses der *Süddeutschen Zeitung* verlieh der Veranstaltung eine ganz besondere Note



**Bettina Landwehr** Unsere Verlagsleiterin begrüßte die Gäste



**Siegerteams von Electropius Rüter und EK Retail** Rainer Herold, Martin Wolf, Tanja Thieben, Oliver Dassinger, Dominik Fröhlich und Christian Uredat



**Martin Wolf, EK Retail** ist begeistert von der Zusammenarbeit mit Electropius Rüter



**Dr. Kai Hudetz** Der Geschäftsführer von IFH Köln GmbH brachte den Gästen zahlreiche Informationen und Marktzahlen zur aktuellen Situation im deutschen Handel mit



**CE-Markt-Verkaufsleiter Alexander Zöhler** mit Martin Dambacher von Liebherr sowie Mandy Gieseler mit Kollege Justin Weingärtner



**Anregende Konversation** Mandy Gieseler von Silbersponsor Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH und Bettina Landwehr



**Bühne frei** für alle Referenten, Laudatoren und Sponsoren mit Bildschirmen und Sponsorenwand



**Dr. Sara Warneke, gfu** informierte zu 100 Jahre IFA und gab Einblicke in die Historie der gfu



**Thilo Dröge, Wertgarantie** stellte den Nutzen der Zusatzgeschäfte für den Handel heraus



**Die Panoramalounge bietet eine spektakuläre Aussicht** Der Sonnenuntergang über dem winterlichen München inklusive Alpenblick beeindruckte alle Anwesenden

# Electroplus Rüther bietet ein völlig neues Einkaufserlebnis

Was tun, wenn in der Jury-Sitzung für zwei Bewerber gleich viele Stimmen abgegeben werden? Vor dieser Frage stand die Chefredaktion von **CE-Markt** und **CE-Markt electro** im Oktober 2023 und die Jury stimmte zu, dass beide Fachhändler gleichermaßen ausgezeichnet werden. Einer davon ist **Electroplus Rüther**, der heute im Fokus unserer Berichterstattung steht.



»Einkaufen muss mehr und mehr zum Erlebnis werden – stationär und online.«

Oliver Dassinger

werksbetrieb die ganze Bandbreite des elektrotechnischen Anlagenbaus ab, während Kunden im Fachgeschäft neben Elektro-Hausgeräten ein hochwertiges Sortiment an Leuchten, Haushaltswaren und Geschenkartikeln finden.

## Electroplus Markenstores aus der EK-Konzeptschmiede

Bereits zu diesem Zeitpunkt erkannte **Oliver Dassinger** den Handlungsbedarf im Elektro-Fachhandel. Und da das Haus Rüther ein langjähriges EK-Mitglied ist, besuchte er die Frühjahrsmesse EK LIVE in Bielefeld. Von der Präsentation für das Konzept »Electroplus Markenstores« war er voll überzeugt. »Hier passt das Konzept und stimmt die Chemie«, stellte der Händler sofort fest. Diese Entscheidung führte zum wohl größten Umbau in der Firmengeschichte des Papenburger EK-Mitglieds.

Mit der Neueröffnung des 600 Quadratmeter großen Electroplus-Markenstores im Dezember 2022 setzen die Inhaber **Oliver Dassinger** und **Dennis Thrun** mit ihrer Konzeption bundesweit Maßstäbe für die gesamte Hausgeräte-Branche. Ein noch höheres Level der Kundenorientierung wurde knapp vier Monate später nach einem weiteren Umbau erreicht. Mit



### Riesen Freude beim Gewinnerteam Electroplus Rüther und seinem Einkaufsverbund EK Retail

Store Designer Christian Uredat – Dominik Fröhlich, Tanja Thieben und Oliver Dassinger von Electroplus Rüther – Martin Wolf, EK Vertriebs- und Marketingleiter Elektro, Küche und Licht sowie EK Regionalleiter Rainer Herold (Bild v.l.n.r.)

Aus dem hohen Norden kommt unser »Händler des Jahres 2023« in der Kategorie »Fachhändler«. Genauer gesagt aus Papenburg an der Ems, wo die großen Kreuzfahrtschiffe gebaut werden. Hier betreibt Electroplus Rüther direkt in der Innenstadt am Kanal sein Fachgeschäft, das im vergangenen Jahr sein 80. Bestehen feiern konnte.

Lange Jahre war es ein reines Leuchtengeschäft, dann kamen die Bereiche Elektro-, Kommunikations-, Sicherheits- und Haustechnik hinzu und heute hat es

sich zu einer lifestyligen und topmodernen Einkaufsadresse entwickelt, »wo man gerne einkauft«, wie ein Jury-Mitglied treffend formulierte. Hier kann der Kunde die Produkte am Point of Sale anfassen, erleben und ausprobieren. Hier wird Qualität, Service und Beratung gelebt.

Am 3. Januar 2022 übernahm **Oliver Dassinger** das Traditionshaus Rüther. Vorher war er Geschäftsführer der Media Markt-Filialen in Papenburg, Emden und Leer und dadurch mit dem Handel bestens vertraut. Heute deckt sein Hand-



**Verwandlung der besonderen Art** Das traditionelle Gebäude eines ehemals klassischen Leuchtengeschäftes erstrahlt nach der Restaurierung in neuem Glanz.



**Papenburger Weincomptoir** bietet auch erlesenen Gaumen eine gute Auswahl



Das neu integrierte Miele-Studio mit den Premium-Produkten aus Gütersloh trägt die Rüther-Kompetenz im obersten Segment noch sichtbarer nach außen

Bild: Electropus Rüther

einer 400 Quadratmeter großen Fachhandelsfläche, auf der die Sortimentsfelder »Licht« und »Living« in echtem Wohlfühlambiente präsentiert werden. Da es platzmäßig nun langsam eng wurde, erfolgte kurzerhand ein Mauerdurchbruch zu einem leerstehenden Nebengebäude, um darin das neue Kompetenz-Center für Erneuerbare Energien unterzubringen. Damit gibt Electropus Rüther diesem großen Zukunftsthema eine prominente Plattform.

### Die Rüther-Welt der schönen Dinge

Das Leuchten- und Wohnraumstudio erfüllt ganz individuelle Einrichtungswünsche inklusive Lichtplanung. Mit einer besonderen technischen Deckenkonstruktion ist es hier zum Beispiel möglich, die Leuchten so zu verschieben, dass sie unterschiedliche Wohnszenarien darstellen können.

In der Kaffeewelt spielen hochwertige Marken wie Jura und WMF eine Hauptrolle. Hier können Genießer garantiert den Kaffeefullautomaten entdecken, den sie zur Zubereitung ihrer favorisierten Getränkecreations haben möchten. Und aus dem Nachbarort Dersum wird von der »Kanne

Rösterei« der passende Spitzenkaffee geliefert, der unter dem Namen »Godfreys« vermarktet wird.

Der Eventbereich gehört schon lange zu den Zugpferden des Gesamtunternehmens Rüther. Grillkurse in der »Alten Gärtnerei« haben durch ihr besonderes Ambiente seit Jahren großen Zuspruch. Deshalb ist es auch nicht verwunderlich, dass Oliver Dassinger diese Philosophie ebenfalls weiterführt: »Einkaufen muss mehr und mehr zum Erlebnis werden – stationär wie online«, so sein Credo. Dafür bietet beispielsweise das »Papenburger Weincomptoir« nicht nur exquisite Weine aus führenden Anbaugebieten, sondern natürlich auch die passenden Weinklimaschränke von Liebherr.

**Martin Wolf**, Leitung Vertrieb & Marketing Elektro, Küche, Licht bei EK Retail, fasste in seiner Laudatio noch einmal die wesentlichen Stationen der noch jungen Kooperation mit Oliver Dassinger zusammen, der viel investiert hat, um mit seinem Team das traditionsreiche Elektrofachgeschäft modern und zukunftsfähig aufzustellen, was ihm wunderbar gelungen ist. Vor allem war es faszinierend zu sehen, wie die gesamte Mannschaft der Mitarbeiter mitgenommen wurde.

## Großer Dank an alle

**Oliver Dassinger**, seine Vertriebs-Mitarbeiterin **Tanja Thieben** und der Marketing-Kollege **Dominik Fröhlich** reisten bereits am Vortag der Preisverleihung nach München, denn bei winterlichen Straßenverhältnissen können fast 800 Kilometer zur Herausforderung werden. Aber die Anfahrt klappte reibungslos und das Team von Rüther freute sich sehr über die Auszeichnung.

Nach der Entgegennahme des Preises bedankte sich Oliver Dassinger ganz herzlich bei seinem Team, betonte die großartige Unterstützung sowohl von der EK in Bielefeld als auch den Industriepartnern. »Wir haben in den letzten Jahren jeden Stein einmal umgedreht, um uns für die Zukunft erfolgreich aufzustellen. Das hat zwar viel Kraft und auch mal Tränen gekostet, weil manchmal alte Zöpfe einfach abgeschnitten werden mussten«, so Oliver Dassinger, »es hat aber auch sehr viel Spaß gemacht und man sieht, dass es der Kunde reflektiert.«



Bild: EK&B Publishing / Bettina Thiesinger

**Oliver Dassinger**  
Geschäftsführer Electropus Rüther



**Kaffeewelt** Neben Jura wird auch die eigene Kaffeemarke »Godfreys« in Szene gesetzt

Bild: Electropus Rüther



**Der Leuchtenpräsentation** hat Electropus Rüther eine stilvolle Ausstellung reserviert

Bild: Electropus Rüther



**Zwei, die auch heute noch zusammengehören** Elektrogeräte und Küchenutensilien

Bild: Electropus Rüther

# Liebherr Ersatzteile sind jetzt 15 Jahre lang verfügbar

Die **Liebherr-Hausgeräte GmbH** unterstützt mit einem weiteren kundenorientierten Schritt die Lebensdauer ihrer hochwertigen Geräte: Die Ersatzteilverfügbarkeit wird von aktuell zehn auf künftig 15 Jahre nach Produktionsende des jeweiligen Modells ausgeweitet. Dies gilt für alle Funktionsteile und lagerfähigen Teile der Ausstattung. Rückwirkend sichert Liebherr-Hausgeräte diese Serviceleistung bereits für alle Geräte zu, die seit dem 1. Januar 2021 produziert wurden.

**D**azu **Steffen Nagel**, Managing Director Sales & Marketing, Liebherr-Hausgeräte GmbH: »Mit der Erweiterung der Ersatzteilverfügbarkeit auf 15 Jahre möchten wir nicht nur unseren kundenorientierten Service sondern auch die Langlebigkeit und Ressourceneffizienz unserer Produkte noch weiter stärken.«

Der Spezialist für Kühlen und Gefrieren verfolgt das Ziel, die Umweltauswirkungen seiner hochwertigen Produkte über den gesamten Lebenszyklus so gering wie möglich zu halten. Da Kühl- und Gefriergeräte rund um die Uhr im Einsatz sind, liegt in der Nutzungsphase der größte Stellhebel. Liebherr verbessert deshalb nicht nur fortlaufend die Energieeffizienz der bereits hochklassigen Produkte, um

Strom zu sparen und Ressourcen zu schonen. Der Hersteller achtet zudem auf maximale Lebensdauer und leichte Reparierbarkeit – unterstützt durch einen schnellen und effektiven Kundendienst.

## Reibungsloser Kundenservice für hohe Kundenzufriedenheit

Wenn ein Gerät doch einmal einen Defekt aufweist, gilt es, diesen für die Verbraucher reibungslos, zügig und wirkungsvoll zu beheben. Dabei ist die Reparatur meist ressourcenschonender als die Beschaffung eines neuen Gerätes. Zu diesem Zweck sind Original-Ersatzteile für das einzigartig breite Sortiment des Kühl- und Gefrierspezialisten ständig verfügbar. Zu-



Steffen Nagel

»Wir geben unseren privaten und gewerblichen Kund\*innen diese Zusage als weiteren Beleg für unseren bezeichnenden Qualitätsanspruch«

Steffen Nagel  
Managing Director Sales & Marketing  
Liebherr-Hausgeräte GmbH

dem spielt Liebherr's weltweites und engmaschiges Servicenetz aus autorisierten Partnerbetrieben eine bedeutende Rolle. Sie können schnell reagieren und den Fehler in rund 90 Prozent der Fälle bereits beim ersten Besuch des Servicemitarbeitenden lösen – oftmals bevor es überhaupt zum Besuch kommt. Regelmäßige und häufige Schulungen für das Servicepersonal unterstützen zudem die fachkundigen und schnellen Lösungen.

»Refurbished«-Geräte zum attraktiven Preis

# Miele gibt Waschmaschinen ein zweites Leben

Ressourcen schonen, Abfall reduzieren, Produkte in den Kreislauf zurückbringen: Eine funktionierende Kreislaufwirtschaft ist der Schlüssel, um die globalen Herausforderungen rund um Klimawandel, Müllkrise und Ressourcenknappheit zu bewältigen.

**F**ür den Premiumhersteller Miele ist »Circular Economy« ein strategisches Thema und das Unternehmen erprobt Facetten der Kreislaufführung bereits unter realen Bedingungen. Die Traditionsmarke verkauft in den Niederlanden generalüberholte Waschmaschinen und forscht zu einer Wiederverwendung von Teilen und Materialien.

»Mit unseren langlebigen und energiesparenden Hausgeräten leisten wir bereits seit Jahrzehnten einen wertvollen Beitrag zur Schonung der natürlichen Ressourcen und werden nun das Prinzip der Kreislaufwirtschaft bei Miele verstärkt umsetzen«, informiert **Rebecca Steinhage**,

Executive Director Human Resources and Corporate Affairs und verantwortlich für den Bereich Nachhaltigkeit bei Miele. Getreu der eigenen Leitlinie »Immer Besser« habe sich Miele vorgenommen, »langfristig eine zirkuläre Wertschöpfungskette zu erschaffen, in der alle Materialien, die in unseren Geräten verwendet werden, am Ende ihres Lebenszyklus in den Kreislauf zurückkehren.«

Seit gut einem Jahr läuft deshalb in den Niederlanden ein Pilotprojekt zum Verkauf von generalüberholten Miele-Waschmaschinen, die geprüft, repariert, sowie gereinigt und dann mit dem Label »refurbished« zum Kauf angeboten werden.

## Refurbishment-Projekt in den Niederlanden

Dabei durchlaufen die Maschinen ähnliche Prüfungen wie neue Geräte, bevor sie zu einem reduzierten Preis verkauft werden. Die Hälfte der für das Refurbishment-Projekt ausgewählten Maschinen kann tatsächlich repariert werden und ist wieder voll funktionsfähig.

Jene Waschmaschinen, die nicht repariert werden können, gehen einen anderen Weg: Die hochwertigen Elektronik werden entnommen und von einem spezialisierten Unternehmen in Deutschland aufbereitet. Danach werden sie an Verbraucherinnen und Verbraucher verkauft, die sie selbst wieder einbauen. Über 90 Prozent der so gewonnenen Elektronik können tatsächlich wiederverwendet werden und noch viele Jahre ihren Dienst tun.

In einem weiteren Projektteil werden den Altgeräten die Waschmitteleinschübe entnommen, die aufgrund ihrer Materialzusammensetzung gut für ein Recycling geeignet sind. Es wird separiert und geht zu einem Recyclingunternehmen, bei dem daraus Granulat wird. Anhand dieses Materials erforscht Miele Qualität und Anwendungsmöglichkeiten für die Zukunft.

# Neuheiten von der CES 2024

Das Messejahr begann wieder traditionell mit der CES, die vom 9. bis 12. Januar 2024 in Las Vegas durchgeführt wurde. Mehr als 3.500 Aussteller präsentierten eine Fülle an Innovationen zu Unterhaltungselektronik, Smart Home, Robotik, Digital Health und weiteren Segmenten. Auch in der Kategorie der Hausgeräte kann über einige Neuheiten berichtet werden.

## Futuristische Kaffeemaschine »DUOBO by LG Labs«

### LG bietet ein einzigartiges Kaffeeerlebnis

Im Rahmen der CES zeigte LG Electronics mit der »DUOBO by LG Labs« seine allererste Kapselkaffeemaschine. Das Modell Duobo revolutioniert den Prozess der Kaffeezubereitung mit Funktionen und Technologien, die neben Komfort auch köstlichen und individuellen Geschmack bieten. Das Doppelkapsel-Extraktionssystem ermöglicht das Mischen in zwei Schichten, so dass die Nutzer ihre eigenen unverwechselbaren Mischungen kreieren und genießen können. Die einfache Steuerung erfolgt über die Duobo-Mobil-App, mit der die Nutzer Temperatur und Druck präzise an ihre individuellen Vorlieben anpassen können. Das neue Produkt von LG Labs ist mit Kaffee kapseln verschiedener Marken kompatibel und bietet eine breite Palette an Stärken, Röstungen und Geschmacksrichtungen, die der Nutzer selbst zusammenstellen und mischen kann. Inspiriert von den Wundern der Weltraumforschung, ähnelt das schlanke und elegante Aussehen von Duobo einer Raumsonde und verkörpert die Vision von LG, neue und faszinierende Geschmacksrichtungen zu entdecken.



## Samsung Küchenerlebnis

### Fortschrittliche AI und Konnektivität

Samsung Electronics hat pünktlich zur CES 2024 die neuen Geräte aus dem Hausgeräteportfolio vorgestellt. Mit künstlicher Intelligenz (AI) und der Vernetzung durch Smart Things, sorgen die Geräte für eine bessere Übersicht der Lebensmittel und für mehr Komfort in der Küche – ob während des Kochens oder bei der Vorbereitung. Zu den Geräte-Highlights gehört dabei der **Bespoke Family Hub+1**, der mit der brandneuen »AI Vision Inside«-Funktion und Erweiterungen des Samsung Food-Service ausgestattet ist. Die »AI Vision Inside«-Funktion arbeitet mit einer intelligenten, intern verbauten Kamera im Kühlschrank. Sie kann Lebensmittel erkennen, die in das Gerät gestellt oder aus ihm entnommen werden. Darüber hinaus ist der Family Hub+ mit der »Vision AI«-Technologie ausgestattet. Diese AI-Funktion kann bis zu 332 verschiedene frische Lebensmittel identifizieren. Die erkannten Lebensmittel können auf dem Bildschirm des Bespoke Family Hub+ in einer Liste angezeigt und bearbeitet werden. Hier können Nutzer\*innen auch manuell Informationen zum Mindesthaltbarkeitsdatum hinzufügen und problemlos den Überblick über ihre Lebensmittel behalten.



## Tineco »FLOOR ONE SWITCH S7«

### Neuer Wisch- und Stielstaubsauger

Der neue Tineco Floor One Switch S7 bietet eine Kombination aus Wisch- und Stielstaubsauger und ist ein echtes All-in-One-Paket, um sämtliche Böden und viele andere Bereiche im Haushalt auf unkomplizierte und effiziente Weise zu reinigen. Der Floor One Switch S7 besteht aus zwei Gerätekörpern – der für den Betrieb notwendige Motor kann einfach von einem auf den anderen umgesetzt werden. Dieses neuartige Gerätekonzept im Reinigungsbereich mit seinen zahlreichen Funktionen ist so in der Lage, sämtliche Anforderungen an die umfangreiche Fußbodenreinigung zu erfüllen. Das einzigartige Design des neuen Bodenpflegegerätes ermöglicht es, ihn nicht nur als leistungsstarken Wischsauger, sondern auch als Stiel- oder Handsauger zu verwenden.



## Bosch Cookit ist Testsieger bei Stiftung Warentest

**Küchenmaschinen** mit Kochfunktion bieten vielseitige Unterstützung in der Küche. Am besten macht das der Cookit von Bosch, der im aktuellen Test »Küchenmaschinen mit Kochfunktion« in der Ausgabe 1/2024 der Stiftung Warentest als Testsieger mit »gut« (2,0) ausgezeichnet wurde. Getestet wurden insgesamt sieben Küchenmaschinen mit Kochfunktion, darunter auch der derzeitige Marktführer sowie Geräte vom Discounter.



Beim Testsieger Cookit wurden von der Stiftung Warentest die umfangreiche Rezeptauswahl sowie die Schritt-für-Schritt-Anleitungen lobend erwähnt. Die Rezeptsammlung wird regelmäßig erweitert – unter anderem mit wöchentlich neuen Rezepten in der Home Connect App sowie auf der Rezept-Plattform Simply Cookit.

Im Gerätetest des renommierten Verbrauchermagazins wird die umfangreiche Ausstattung des Cookit gelobt und erwähnt, dass beim zweitplatzierten Gerät im Test zusätzliches Zubehör erworben werden muss, damit es auf die gleiche Ausstattung kommt. Der XL-Topf des Cookit mit einem Füllvolumen von drei Litern bietet zudem genug Platz für große Familienportionen. Dieses große Fassungsvermögen ist für die Stüwa ein weiterer Pluspunkt gegenüber dem Wettbewerb.

In der Kategorie Funktion bekam der Cookit von der Jury die Note »gut« (2,1) und ist damit mit großem Abstand das beste Gerät im Test. Der Cookit überzeugt beim Pürieren, Schneiden und Kochen ebenso wie bei der Verarbeitung von schwerem Teig, Rührteig und Vollkornbrotteig. Insbesondere beim Zerkleinern liegt der Cookit vor der Konkurrenz, da er laut Jury als einziges Gerät Zwiebeln in feine und recht gleichmäßige Würfel schneiden konnte. Einzigartig: Der Cookit erreicht bis zu 200 Grad – »top« befindet die Stiftung Warentest und lobt aus, dass der Cookit »fachgerechtes Anbraten« mit hoher Temperatur ermöglicht. Als »sehr gut« wurde außerdem seine Temperaturgenauigkeit bewertet.

Familienunternehmen Rommelsbacher

## Auszeichnung zur Top Küchenmarke

Mit einer 5-Sterne-Bewertung in der Kategorie Raclette und dem ersten Platz für Design ist Rommelsbacher auch 2024 wieder »Top Küchenmarke«.

Auch in diesem Jahr darf sich die Traditionsmarke Rommelsbacher über die Prämierung als »Top Küchenmarke« freuen. Die repräsentative Befragung von Konsumenten durch Testbild bestätigte bereits zum fünften Mal die herausragende Position des süddeutschen Unternehmens gegenüber den Wettbewerbern. Besonders hervorzuheben ist die erneute Auszeichnung in der Kategorie Rac-



Thomas Alter



lette, bei der sich Rommelsbacher nicht nur für Langlebigkeit, sondern auch für erst-

klassiges Design den ersten Platz sichern konnte. Diese doppelte Anerkennung unterstreicht die kontinuierliche Leidenschaft des Unternehmens zur Entwicklung von Produkten höchster Qualität und Ästhetik.

»Unser Sortiment an mehrfach ausgezeichneten Raclette Grills zeichnet sich nicht nur durch seine Vielfalt, sondern auch durch herausragende Hochwertigkeit aus«, betont **Thomas Alter**, Leiter Marketing bei Rommelsbacher.

»Die 5-Sterne-Bewertung und die Spitzenplatzierung im Bereich Design sind für uns nicht nur ein Grund zur Freude, sondern auch Ansporn, weiterhin innovative und anspruchsvolle Produkte für unsere Kunden zu entwickeln. Wir möchten auch in Zukunft die erste Wahl für anspruchsvolle Genießer sein«, so Alter weiter.

### Air Fryer MF-CY75AB

## Neue Heißluftfritteuse mit Dampf von Midea

Mit der neuen Midea Heißluftfritteuse MF-CY75AB gelingen jederzeit mühelos kulinarische Meisterstücke für die ganze Familie. Ein Fassungsvermögen von sieben Litern, sieben automatische Programme sowie modernste Features wie die Juicy-Lock-Technologie und eine 360-Grad-Zirkulation machen das Gerät zum perfekten Küchenhelfer.

Hinter der Juicy-Lock-Technologie verbirgt sich der Einsatz von Dampf während des Frittierens. Dadurch werden Gerichte saftig, zart und zugleich unwiderstehlich knusprig. So gelingt spielend leicht die perfekte Zubereitung von Leckerbissen wie Lachs oder Putenbrust.

**Eric Reeh**, Cooking Performance Experte bei der Midea Europe GmbH, ist überzeugt: »Unser vielseitiger Air Fryer garantiert nicht nur super knusprige Pommes, sondern auch ein herrlich saftiges Innere. Dank des leistungsstarken Motors und eines Heizelements erzeugen wir eine 360 Grad Heißluft-Zirkulation und damit



eine warme Hülle im Gar-Fach für eine schnelle und gleichmäßige Erhitzung der Gerichte. Dafür reicht bereits eine minimale Ölzugabe. Ernährungsbewusste Menschen werden mit dem Air Fryer viel Spaß haben.«

Dank großzügigem Sichtfenster mit Eco-Light behält der Anwender den Garpunkt der Speisen stets im Auge und spart Energie. Für noch mehr Effizienz sorgt die Heizspirale, die den Strom für das Licht im Garraum liefert. Auch die präzise Temperatureinstellung von 40 bis 200 Grad Celsius ohne Vorheizen trägt zur Energieeinsparung bei und macht das Gerät nebenbei noch komfortabler.



**Doppel-Heißluftfritteuse** gehört auch zu den Ambiente-Neuheiten von Severin

Bild: Severin

Severin Neuheiten zur Ambiente

# Einfach indoor grillen mit dem neuen Kontaktgrill Sevini Pro

Die komfortable Zubereitung von Speisen ist eines der Themen-Highlights, die bei der Marke **Severin** im Rahmen der Ambiente 2024 hoch im Kurs stehen. Dazu gehören ein neuer Kontaktgrill, die Doppel-Heißluftfritteuse sowie ein innovativer Pizzaofen.

Der Kontaktgrill Sevini Pro KG 2395 ist ein weiteres kulinarisches Multitalent von Severin, das eine gesündere Zubereitung von Speisen ermöglicht. Schmackhafte Panini und Sandwiches oder aber auch Gemüse, Fisch und saftige Steaks lassen sich mit dem neuen Modell ganz einfach auf den Punkt genau grillen.

Dafür sorgen intelligente Automatikprogramme und ein Perfect Steak Sensor, der die Dicke des Grillguts automatisch erkennt. Die optimale Hitzeübertragung und -verteilung der direkt in die Grillplatten eingelassenen Heizelemente sorgt für eine appetitliche Bräunung, ohne dass zusätzliches Öl oder Fett benötigt wird. Zudem wird überschüssiges Fett in die entnehmbare Auffangschale abgeleitet.

Die abnehmbaren Grillplatten machen die anschließende Reinigung zum Kinderspiel. Der neue Sevini Pro KG 2395 ist ab sofort für 159,90 Euro UVP erhältlich.



Bild: Severin

## Features Sevini Pro

- **Integrierter Fettablauf** für fettreduziertes Grillen
- **Sieben Automatikprogramme** und ein manuelles Grillprogramm
- **Perfect Steak:** Sensor erkennt die Dicke des Garguts und zeigt Garstufen an
- **Als Kontaktgrill, Tischgrill** und zum Überbacken nutzbar

## Miele stärkt Outdoor Cooking

# Vollständige Übernahme von Otto Wilde Grillers

Im März 2021 übernahm Miele die Anteilsmehrheit von Otto Wilde Grillers und stieg damit in das Geschäftsfeld Outdoor Cooking ein. Jetzt wurden die verbliebenen Anteile übernommen, so dass Otto Wilde Grillers nun eine 100-Prozent-Tochter des Premium-Hausräte-Herstellers ist.

Gemeinsames Ziel von Miele und Otto Wilde ist es, eine hochwertige und aufeinander abgestimmte Outdoor-Genusswelt für höchste Ansprüche zu etablieren. Und dies mit Erfolg: Von der Otto Wilde Plattform mit dem komplett aus Edelstahl bestehenden Gasgrill G32 Connected als Herzstück wurden bereits fast 8.000 Exemplare verkauft.

Auch das Vertriebsnetz konnte seit letztem Jahr auf etwa 100 gut aufgestellte Fachhändler ausgebaut werden. Darüber hinaus vervollständigte Otto Wilde sein Plattform-Konzept weiter – zuletzt wurde unter anderem ein innovatives Stauraumsystem für die Outdoor-Küche auf den Markt gebracht.

Künftig wird Otto Wilde Grillers vom bisherigen Co-Geschäftsführer **Achim Schade** (Product Development and Operations) sowie **Florian May** (Finance and Administration) und **Anna-Lena Hasse** (Marketing and Sales) geführt, die bislang in anderen Funktionen bei Otto Wilde und Miele beschäftigt waren.



Bild: Miele

## Freuen sich auf die neuen Aufgaben als Geschäftsführer von Otto Wilde

Anna-Lena Hasse, Achim Schade sowie Florian May (v.l.n.r.)



**Made in Switzerland:** Noch heute werden rund 90 Prozent der Bestandteile des ESGE-Zauberstab® in der Schweiz hergestellt und dort in der Manufaktur zusammengebaut und kontrolliert.

Das 70-jährige Jubiläum feiern wir mit einem limitierten Sondermodell, das dem Sinnbild schlechthin der 1950er Jahre, der Erfindungszeit des ESGE-Zauberstab®, nachempfunden ist: Dem Petticoat.



**UNOLD AG**

Mannheimer Straße 4  
D-68766 Hockenheim  
www.unold.de



CE Markt electric 6-4+2 | 2024 | 17

LOS GEHT'S

TEAM hoogo!

Eko Fresh und Ricardo „Pikachu“ Pietreczko auf dem Weg zum Sieg!



Sponsoring der Promi-Darts-Weltmeisterschaft

Bild: Hoogo

## Hoogo geht neue Wege in der Markenkommunikation

Um die Sichtbarkeit der jungen Staubsaugermarke **Hoogo** direkt zu Jahresbeginn zu erhöhen, hatte sich das Unternehmen als Sponsoring-Partner der Pro Sieben Promi-Darts-WM 2024 in Position gebracht, die in Düsseldorf ausgetragen wurde.

Am 6. Januar 2024 traf sich die internationale Dart-Elite im Maritim-Hotel in Düsseldorf und das Event wurde zur Primetime live im Fernsehen übertragen.

Für das Team »hoogo« gingen der Künstler und Entertainer **Eko Fresh** sowie Dart-Profi **Ricardo »Pikachu« Pietreczko** an den Start. Während des ganzen Events war das Hoogo-Logo auf den Trikots der Spieler permanent sichtbar. In Kombination mit einer bundesweiten Werbekampagne während des Events entsteht ein Gesamtbild, das den Kreis schließt und die Bekanntheit der Marke bei den Zuschau-

ern steigert. Allein die TV-Übertragung erreichte eine Reichweite von 1,5 Mio. Zuschauern.

Hoogo begleitete das Sponsoring mit Maßnahmen wie Gewinnspiel-Verlosungen von Dartscheiben im Hoogo-Look, Tickets für das Event und erhöhten Aktivitäten auf Social Media. Die saubere Kombination all dieser Maßnahmen schafft für das noch junge Unternehmen mediale Aufmerksamkeit. Der Erfolg lässt sich danach nicht nur in Reichweiten messen, sondern im nächsten Schritt auch am Absatz der Fachhandelspartner.



Aktuelle Geräte-Range umfasst Produkte für die moderne Bodenpflege

Bild: Hoogo

»Im letzten Jahr ist unsere Marke erwachsen geworden. Das Hoogo-Team bei der Promi-Darts-WM ist nur die Erste vieler Maßnahmen, um die Markenbekanntheit von Hoogo zu erhöhen. Mit dieser und weiteren Aktionen im ersten Quartal 2024 stärken wir unseren wichtigsten Vertriebskanal: den Fachhandel.«

Ralf Wietek  
Geschäftsführer Mytek GmbH



Bild: Hoogo

### Starke Sauger • starke Marke

Mit den Produktneuheiten des letzten Jahres – dem S6, H5 und S5+ – hat Hoogo unter Beweis gestellt, dass Home-Cleaning ständig neu gedacht werden kann und muss. Die Produkte von Hoogo haben den Markt in den letzten zwei Jahren aufgewirbelt und punkten regelmäßig mit Testergebnissen, mit denen sich die junge Marke auch mit den ganz Großen messen kann. Entsprechend selbstbewusst darf also auch ihr Auftritt sein. Durch das Sponsoring im Trend liegender Veranstaltungen wie der Promi-Darts-WM lässt sich genau das herstellen.

### Fachhandelsunterstützung

Eine mutige Markenkommunikation, stetes Engagement und das Setzen aufmerksamer medialer Höhepunkte sind der Rückenwind für den Fachhandel und das Rezept für mehr Markenbekanntheit sowie mehr potentielle Kunden am Point of Sale. Passend dazu unterstützt Hoogo seine Handelspartner mit maßgeschneidertem POS- und Anzeigen-Material. Und warum das Ganze? Nur eine starke Partnerschaft auf Augenhöhe ist der Schlüssel zum gemeinsamen Erfolg.



**Haarschneider MN5X**  
Kreiert individuelle Looks

Beurer Men Care

## Tools für individuelles Styling

Ein gepflegtes Äußeres ist längst nicht mehr nur Frauensache. Daran erinnert jährlich am 3. Februar der »Tag der männlichen Körperpflege«. Von **Beurer** gibt es passende Geräte dazu.

**B**art, Frisur und Styling sind Ausdruck der eigenen Persönlichkeit. Mit seiner neuen Men Care Serie bietet Beurer professionelle Tools für individuelle Rasier- und Stylingbedürfnisse. Mit den Produkten in hochwertigem Design lassen sich Bart und Frisur gekonnt in Szene setzen und Körperhaare präzise schneiden und trimmen.

Die Range besteht aus Präzisionstrimmer, Barttrimmer, Haarschneider, Rotationsrasierer sowie Multigroomer. Sie überzeugt durch exzellente Schneidleistung, einfache Reinigung und auch optisch sind die Geräte ein Hingucker im Badezimmer.

Der Haarschneider MN5X macht dank der breiten, abwaschbaren Edelstahlklinge einen schnellen und effizienten Haarschnitt möglich. Er punktet mit zehn Längeneinstellungen durch sechs Kamm Aufsätze und einer vierstufigen Feinjustierung sowie extra langer Akkulaufzeit von viereinhalb Stunden bei einer Ladezeit von drei Stunden.



Bilder: www.zatudio.de

### Styling mit Beurer

Das aktuelle Portfolio ist sofort verfügbar

Das Gerät kann sowohl im Akku- als auch im Netzbetrieb verwendet werden. Außerdem verfügt es über eine Reisesicherung, die ein versehentliches Einschalten unterwegs verhindert. Lade-, Akku- und Reisesicherungssymbole sind im LED-Display ablesbar. Der MN5X kommt inklusive Aufbewahrungstasche, Öl für die Klinge, Reinigungspinsel und USB-C-Ladekabel.



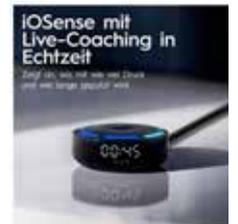
Bilder: Oral-B

### Oral-B iO10 und Oral-B iO4

## Doppelsieg im Zahnbürsten-Test der Stiftung Warentest

In der Dezember-Ausgabe der Stiftung Warentest überzeugten elektrische Zahnbürsten der Marke Oral-B mit modernster Technologie und sanften Mikrovibrationen, so dass sich gleich zwei Oral-B Modelle in Heft 12/2023 den Testsieg sichern konnten.

Beide Modelle wurden von den StiWa-Testern mit der Gesamtnote 2,0 »gut« ausgezeichnet und überzeugten in mehreren Kategorien. Insbesondere die innovativen Features, wie die intelligente Druckkontrolle, die interaktive Ladestation der iO10 mit personalisiertem Putz-Coaching, der Timer und die Akkulaufzeit punkteten bei den Testern.



Bilder: Oral-B

Mit dem Doppelsieg beweist Oral-B erneut eindrucksvoll, warum sie die von Zahnärzten weltweit am häufigsten empfohlene Zahnbürstenmarke ist. Anwender lassen die Oral-B iO Zahnbürste nur noch sanft und langsam von Zahn zu Zahn gleiten, um die maximale Putzkraft und vollständige Abdeckung der Zähne und des Zahnfleisches zu erreichen.

In der Kategorie »Umwelteigenschaften« erzielten beide getesteten Oral-B iO Modelle die Note »gut« (2,4). Der durch Oral-B angebotene Akkuwechsel wird von Stiftung Warentest als »Umwelttipp« erwähnt. Nutzer können bei Bedarf den Akku der Oral-B iO durch den Kundenservice austauschen lassen.

## Online-Adventskalender 2023

Danke an alle Teilnehmer für die rege Beteiligung  
Danke an die Industrie für die tollen Gewinne

CEMarkt electro

# Die Stimme der Branche



Sponsoring  
auf Anfrage  
möglich



- aktuell
- kompakt
- kostenlos

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



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