



Liebherr Kühl-/Gefrier-Geräte sind echte Alleskönner

## EFFIZIENZ OHNE KOMPROMISSE

**R**und 20 Prozent des Energieverbrauchs eines Haushalts entfallen auf Kühl- und Gefriergeräte, denn sie laufen rund um die Uhr das ganze Jahr. Bei einem Fünftel der Stromkosten im Haushaltsbudget lohnt es sich schon, über Energieeffizienz für das Kühlen und Gefrieren von Lebensmitteln nachzudenken und mit spitzem Stift zu rechnen.

Bei Liebherr hat man den Stromverbrauch einer aktuellen Kühl-/Gefrierkombination der Effizienzklasse A mit einem vergleichbaren Gerät der Effizienzklasse D verglichen. Das Ergebnis: In 15 Jahren können über 650 Euro eingespart werden. Mit einigen Geräten sogar noch mehr, denn sie sind teilweise noch 20 Prozent sparsamer als Geräte der derzeit höchsten Effizienzklasse A.

Neben dem geringen Stromverbrauch des gesamten Liebherr-Produktprogramms punkten sie auch mit einem niedrigen Geräuschpegel, viel Platz für Lebensmittel und einer intelligenten Sensorik für eine optimale Kälteleistung.

*Mehr zur Liebherr ab Seite 6*

\*Quelle: NIQ GfK Panelmarkt, Kühl-/ Gefriergeräte Total, Absatz, Deutschland, 01/2025–12/2025, Copyright © 2025, Nielsen Consumer, LLC

*jura*<sup>®</sup>

»Frisch  
gemahlen,  
nicht  
gekapselt.«

*RFS*



Genießen Sie wie Roger Federer. Die Z10 meistert eine Fülle von 51 Spezialitäten aus den vier Genusswelten Hot Brew, Light Brew, Cold Brew und Sweet Foam.

Roger Federer, Schweizer Tennis-Ikone und JURA-Markenbotschafter seit 2006



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

# NAMEN & ZITATE / INHALT

## HDE

Der Handelsverband Deutschland (HDE) hat im Rahmen des Handelsimmobilienkongresses in Berlin die „Stores of the Year 2026“ ausgezeichnet und dabei fünf innovative Handelskonzepte prämiert. In der Kategorie **Fashion** überzeugte & Other Stories in Hamburg mit einem modernen Storedesign, welches Kreativität mit minimalistischer Ästhetik verbindet.



Neben einem erweiterten Kosmetikangebot tragen Aufenthaltsbereiche und eine warme Farbgestaltung zur hohen Aufenthaltsqualität bei. Das **Eppli-Haus** in Stuttgart wurde als bester Concept Store ausgezeichnet. Das Konzept kombiniert Auktionshaus, Verkaufsfläche und Werkstätten und schafft damit ein transparentes, hochwertiges Einkaufserlebnis rund um Luxusgüter. Die Verbindung von Präsentation, Bewertung und Handel in einem Raum zeigt, wie stationäre Flächen multifunktional gedacht werden können. Mit dem Nähpark Live Store in Cham setzte sich in der Kategorie **Home/Living** ein besonders erlebnisorientiertes Konzept durch. Der Store vereint Beratung, Verkauf, Showroom und Contentproduktion. Digitale Elemente wie die „näCam“ erweitern die stationäre Fläche in den virtuellen Raum – ein Ansatz, der auch für beratungsintensive Sortimente wie Hausgeräte zunehmend an Bedeutung gewinnt. Im Bereich **Food** wurde Rewe Gödecke in Bottrop-Kirchhellen ausgezeichnet. Das Konzept „Land trifft Pott“ verbindet regionale Identität mit modernem Ladenbau. Der generationsgeführte Markt zeigt, wie Emotionalisierung und lokale Verankerung gezielt zur Profilierung beitragen können. Die Kategorie **Beauty & Health** gewann Satisfyer | Geske in Berlin mit einem radikal reduzierten Flächenkonzept: Produkte werden offen und ohne klassische Sicherungssysteme inszeniert, die Verkaufsfläche wird zur „Architektur gewordenen Markeninszenierung“.

[www.hde.de](http://www.hde.de)

## FAKIR



**Scott Taylor** ist seit Ende 2025 Geschäftsführer der Fakir Hausgeräte GmbH und der nilco-Reinigungsmaschinen GmbH. Dort erwartet ihn eine spannende Aufgabe: die deutsche Traditionsmarke Fakir im Fach- und Onlinehandel zukunftsfähig aufzustellen. Der Diplom-Betriebswirt (VWA) hat sich in über 20 Jahren bei den Topbrands der Branche einen Ruf als dynamischer, zupackender Manager und engagierter Teamplayer erarbeitet.

## HISENSE



**Sühel Semerci**, Executive Vice President der Hisense Gorenje Germany GmbH, übernimmt mit sofortiger Wirkung die faktische Geschäftsführung der deutschen Organisation und berichtet direkt an **Hanson Han**, Präsident der Hisense Europe Group. Der bisherige Geschäftsführer **Louis Hou** wurde zum Präsidenten von Hisense Nordamerika berufen. In seiner neuen Funktion verantwortet er künftig das US-Geschäft.

## GAGGENAU



**Marco Tümmler** trägt jetzt als Head of Gaggenau Central Europe die Gesamtverantwortung für die Bereiche Vertrieb, Innendienst, Marketing und Training. Die Verkaufsleitung für Deutschland übernimmt **Roland Jäger**, und für das Key Account Management ist **Micael Rodrigues Pinto** verantwortlich. Der Vertriebsinnendienst steht unter der Führung von **Thorsten Tomczak**.

## ASSMANN ELECTRONIC



**Alexander Held** hat bei Assmann Electronic zum 1. März die Leitung der IT-Distribution sowie des Trade Marketings übernommen. In seiner neuen Funktion verantwortet er die nationale und internationale Weiterentwicklung dieser Geschäftsbereiche und soll zugleich die Zusammenarbeit mit den Landesgesellschaften intensivieren, um zusätzliche Wachstumsimpulse zu generieren.

## ROMMELSBACHER



**Stefan Ludwig** ist bei Rommelsbacher als Key Account Manager im Vertrieb National zurückgekehrt. Ludwig, der über fast 30 Jahre Expertise verfügt, gilt als versierter Kenner der Verbundgruppen und Fachhandelskooperationen. Die Rückkehr ist für Rommelsbacher die Fortführung einer erfolgreichen gemeinsamen Geschichte. „Welcome home“, so Geschäftsführerin **Sigrid Klenk** zur Rückkehr des Vertriebsprofis.



**Liebherr: Nachhaltig und effizient, Vulkangestein zur Isolierung.** Seite 6



**Samsung: Nedžad Gutic setzt auf den Fachhandel.** Seite 8



**Gorenje: Intelligentes Kühlen und Gefrieren.** Seite 9



**De'Longhi: Premium-Strategie zusammen mit dem Fachhandel.** Seite 10

## Inhalt

Personen: Wirtschaft	3
Remington: Haarentferner 2-in-1	4
Panasonic: Stylen und Trocknen	4
Caso: Siebträger 2-in-1	5
Rommelsbacher: Heißluftfritteuse	5
Nivona: NIVO 8'112 in Chremweiß	5
Rowenta: Effiziente Fleckenreinigung	5
Liebherr: Top bei Energieeffizienz	6
Liebherr: Unterstützung am PoS	7
Samsung: Setzt auf den Fachhandel	8
Gorenje: Intelligent Kühlen	9
De'Longhi: Wachstum durch Innovationen	10
De'Longhi: Eletta Ultra	10
Panasonic: Heißluft-Fritteuse	11
Panasonic: 60 Jahre Juicer	11

Unternehmen	Personen
Assmann	3
Caso	5
De'Longhi	10
Gaggenau	3
Fakir	3
Gorenje	9
HDE	3
Hisense	3
Liebherr	6
Nivona	5
Panasonic	4, 11
Remington	4
Rommelsbacher	3, 5
Rowenta	5
Nedžad Gutic	8
Hanson Han	3
Susanne Harring	10
Alexeander Held	3
Louis Hou	3
Roland Jäger	3
Sigrid Klank	3
Stefan Ludwig	3
Steffen Nagel	6
M. Rodrigues Pinto	3
Sühel Semerci	3
Scott Taylor	3
Thorsten Tomczak	3
Marco Tümmler	3



## HAARENTFERNER REMINGTON BareMe 2-in-1 So vielseitig wie ein Beauty-Studio

Dieser kompakte 2-in-1-Begleiter ist nicht größer als ein Lippenstift und kombiniert sanfte Rasur mit Präzisions-Augenbrauenformung – perfekt für unterwegs. Viele Menschen empfinden unerwünschte Gesichtsbehaarung als störend und sind auf der Suche nach einer Lösung, die sowohl unterwegs als auch zu Hause funktioniert – ohne schmerzhaft oder hautreizende Methoden wie Dermaplaning, Zupfen oder Waxing. Zwei spezialisierte hypoallergene Aufsätze für glatte Haut und perfekt geformte Augenbrauen wie aus dem Studio. Entfernt Flaum auf besonders schonende Weise und peelt dabei gleichzeitig leicht die Haut. Die hypoallergenen Klingen aus Chirurgenstahl sorgen für eine sichere und komfortable Anwendung ohne Schmer-

zen oder Hautreizungen – ideal für empfindliche Gesichtshaut. Ausgestattet mit einer Präzisionsspitze und einem integrierten weißen LED-Ringlicht für optimale Ausleuchtung. So gelingt die perfekte Augenbrauenformung auch bei schwierigen Lichtverhältnissen oder unterwegs, damit nur die Härchen entfernt werden, die man wirklich loswerden möchte.

- Lange Laufzeit: Bis zu 80 Minuten Betriebsdauer nach nur 90 Minuten Ladezeit.
- Praktisches Laden: USB-C-Anschluss für maximale Kompatibilität mit allen gängigen Ladegeräten.
- 100 Prozent wasserdicht: Ermöglicht die Anwendung unter der Dusche.
- 2-in-1-Aufbewahrung: Schutzkappe mit integrierter Verstaumöglichkeit für beide Aufsätze.

UVP 29,99 Euro



## HAARPFLEGE TRIFFT STYLING Panasonic Stylen und Trocknen

Panasonic greift die neuesten Beauty-Trends auf und präsentiert den EH-NA0L Sakura Haartrockner und den EH-HV31 Ionen-Styler, erhältlich in Erdbeerrosa und Matcha-Grün. Sofort mehr Volumen, ganz einfach: Die neue EH-NA0L Volumen-Aufsatzdüse sorgt für bis zu 3x mehr Volumen und hebt das Haar vom Ansatz an für sichtbar vollere Frisuren mit minimalem Aufwand. Dank Panasonics nanoe MOISTURE+ und Mineralionen-Technologie verbessert der EH-NA0L den Glanz, reduziert Frizz und stärkt das Haar von der Wurzel bis zur Spitze. Mit dem EH-HV31 Ionic Styler ist das Wechseln zwischen glatten und lockigen Styles mühelos. Die kontinuierliche Freisetzung negativer Ionen reduziert Frizz und sorgt für geschmeidigeres Haar. Der EH-NA0L Sakura Haartrockner mit Volumen-Lift-Düse ist das Highlight der



neuen Generation. Er vereint die bewährte Premium-Technologie des Panasonic NA0J mit einer neu entwickelten Volumen-Lift-Düse, die dem Haar sofort mehr Volumen verleiht und es vom Ansatz an stärkt.

Styling nach deinem Geschmack: EH-HV31 2-in-1 Ionic Styler. Ob glatte, elegante Looks oder sanfte, fließende Wellen – der EH-HV31 liefert perfekte Ergebnisse und pflegt gleichzeitig das Haar.



## CASO SIEBTRÄGER ESPRESSOGOURMET & GRIND 2in1: Perfekt gemahlen & frisch gebrüht

Die hochwertige Design Siebträgermaschine EspressoGourmet & Grind mit integriertem Edelstahl-Kegelmahlwerk vereint professionelle Espresso-Extraktion mit maximaler Frische. Durch das direkte Mahlen in den Siebträger wird Oxidation minimiert, sodass die Kaffeearomen bestens geschützt werden. Durch den Druck der leistungsstarken 20 bar Ulka-Pumpe wird das volle Aroma und eine perfekte Crema erreicht. Drei Temperatureinstellungen können gewählt werden, um die Temperatur optimal auf das Lieblingsgetränk abzustimmen: 90 °C, 93 °C oder 96 °C. Zusätzlich bietet die EspressoGourmet & Grind eine innovative Cold-Funktion für kalte Kaffeegetränke. Durch die automatische Vorbrühfunktion wird der Kaffee gleichmäßig extrahiert. Als „Krönung“ lässt sich mit der Edelstahl-Dampfpflanze herrlich cremiger, fluffiger Milchschaum zubereiten.



## ROMMELSBACHER HEISSLUFT-FRITTEUSE FRH 2650 XXL Kücheninnovation 2026

Die Doppel Heißluft Fritteuse FRH 2650 XXL wurde im Rahmen der Ambiente 2026 mit dem renommierten Kitchen Innovation Award 2026 ausgezeichnet. „Diese Prämierung ist eine besondere Ehre für uns“, so **Oliver Hawner**, Gesamtleitung Marketing I PR bei Rommelsbacher. „Sie zeigt, dass wir mit der FRH 2650 XXL genau das geschaffen haben, was Verbraucher suchen: ein Gerät, das echten Nutzen stiftet, dabei intuitiv bedienbar ist und durch raffinierte Details überzeugt.“ Mit zwei herausnehmbaren und separat regelbaren Frittierkörben à 5,5 Liter bietet sie XXL-Kapazität für Familien und gleichzeitig maximale Flexibilität. Besonders clever ist auch die Sync-Funktion, die beide Frittierkörbe so steuert, dass unterschiedliche Speisen zeitgleich fertig werden. Perfekt, wenn Hauptgericht und Beilage gleichzeitig auf den Tisch sollen. 12 vordefinierte Programme nehmen die Arbeit ab und lassen sich individuell anpassen und speichern.



## NIVONA NIVO 8'112 IN CREMEWEISS Edles Design kombiniert mit Perfektion

Die Nürnberger Premiummarke Nivona bringt mit der Nivo 8'112 einen weiteren Kaffeevollautomaten der erfolgreichen 8000er-Serie auf den Markt. Das neue Modell überzeugt nicht nur durch sein zeitloses Design in Cremeweiß, sondern vor allem durch die einzigartige Chilled-Brew-Funktion. Diese ermöglicht die Zubereitung von gekühltem Espresso, Kaffee und Caffè Americano – perfekt für Liebhaber erfrischender Kaffeemomente an warmen Tagen oder als Grundlage für fantasievolle Eiskaffee-Kreationen. Das integrierte Aroma Balance System bietet fünf unterschiedliche Brühprofile, die auf verschiedene Röstgrade abgestimmt sind und so das optimale Geschmackserlebnis aus jeder Bohne herausholen.



## ROWENTA CLEAN IT COMPACT Effiziente Fleckenreinigung

Der Clean It Compact kombiniert hohe Reinigungsleistung mit einfacher Handhabung, er ist im Handumdrehen startklar und mobil einsetzbar: dafür Wasser und die mitgelieferte Reinigungslösung in den Frischwassertank füllen, auf die verschmutzte Oberfläche sprühen und kurz einwirken lassen. Anschließend entfernt die kraftvolle Saugfunktion Schmutz und Flüssigkeit gründlich. Durch einen integrierten Fusselentferner im Zubehör-Set und eine spezielle Reinigungslösung können mit dem Modell IN3020 auch Haustierflecken und -haare mühelos entfernt werden. UVP ab 189,99 Euro.

# GROSSGERÄTE

## SPITZENPLATZ BEIM EFFIZIENZRANKING

### Mit Liebherr macht das Energiesparen Spaß

Sparen bedeutet normalerweise auch Verzicht, so aber nicht bei Liebherr Kühl-/Gefrier-Geräten. Obwohl sie noch einmal 20 Prozent sparsamer als Geräte der höchsten Energieeffizienzklasse A sind, bieten sie mit ihrer intelligenten Sensorik optimale Kälteleistung. Sie passt sich der aktuellen Nutzung – Menge der gelagerten Lebensmittel oder Temperatur neu hinzugefügter Produkte – automatisch an. So wird nur geringere Leistung im Alltagsbetrieb gefordert, aber nach dem Einlagern des Wochenendeinkaufs steht die volle Leistung zum Abkühlen zur Verfügung.

Liebherr-Hausgeräte legt seit vielen Jahren einen Fokus auf hohe Energieeffizienz und damit einen möglichst geringen Strombedarf seiner Geräte. Dafür setzt das Unternehmen auf langlebige Materialien. Eine stetige Weiterentwicklung als auch der Einsatz hochwertiger Materialien ermöglichen, dass der geringe Energieverbrauch lange konstant niedrig bleibt.

#### Highend-Leistung beim Kühlen und Gefrieren

Die ultraeffiziente Kühl-Gefrierkombination in edlem BlackSteel ist eines der energiesparendsten Geräte überhaupt. An der Ausstattung aber wurde nicht gespart: So sorgen zum Beispiel die BioFresh-Safes für langanhaltend



frische Lebensmittel, und dank NoFrost entfällt das lästige Abtauen. Darüber hinaus ist das Gerät mit lediglich 29 dB(A) superleise.

Das Feature AutoDoor macht die grifflose Küche perfekt, denn damit öffnen und schließen sich Liebherr-Kühlschränke ganz automatisch per Klopfsignal oder Sprachbefehl. Die Gerätefront bleibt sauber, und Lebensmittel können sicher und komfortabel verstauen werden.

Die Liebherr Kühl-/Gefrierkombination CBNbsa20 575i aus der Premium-Serie ist unter anderem mit



Steffen Nagel, Managing Dir. Sales & Marketing: „Die Entwicklung der BluRoX-Technologie hat 10 Jahre gedauert.“



## BluRoX

**Über 70 Jahre Leistung und Qualität** – Seit 1954 entwickelt und produziert Liebherr-Hausgeräte hochwertige Kühl- und Gefriergeräte. Als Teil der international erfolgreichen Firmengruppe Liebherr steht Liebherr-Hausgeräte für deutsche Ingenieurskunst, Innovationskraft und höchste Produktqualität. Das familiengeführte Technologieunternehmen ist fest in Deutschland verwurzelt. Am Firmensitz in Ochsenhausen werden langlebige Geräte entwickelt, die durch Energieeffizienz, modernes Design und höchste Zuverlässigkeit überzeugen. Liebherr-Hausgeräte zählt zu den führenden Herstellern von Premium-Kühl- und Gefriergeräten und wurde 2025 als meistverkaufte Marke im Bereich Kühlen und Gefrieren ausgezeichnet.

**Kühlen mit Vulkangestein** – BluRoX, eine wegweisende Liebherr-Technologie, kombiniert fein gemahlene Vulkangesteine, Perlite, in einer Vakuumisolierung. Das ermöglicht eine unerreichte Energieeffizienz sowie eine deutliche Erhöhung des Gefriervolumens bei gleichbleibenden Außenmaßen. Im Gegensatz zu herkömmlichen Isolierungsmethoden sorgt die einzigartige und patentierte BluRoX-Technologie für eine optimale Wärmeleitfähigkeit, was den Energieverbrauch erheblich senkt und einen neuen Maßstab in der nachhaltigen Kühlung setzt. Der FNB 505i ist das erste Hybrid-Modell mit BluRoX in der Tür und damit erster NoFrost-Gefrierschrank (165 cm) in Energieeffizienzklasse B. Außerdem lassen sich die Materialien in der Tür am Ende ihrer Lebensdauer sortenrein trennen und wiederverwenden.

**8.500 wählten ihren Favoriten** – Welche Marke hält wirklich, was sie verspricht, war eine der Fragen an die 8.500 Verbraucher, die über 32.000 Bewertungen abgaben. Aus den Antworten ermittelten TEST BILD und Statista die Top Küchen Marke 2026. Kriterien waren Qualität, Langlebigkeit, Design, Preis-/Leistungsverhältnis, Funktionalität und Umwelt & Nachhaltigkeit.

\*Quelle: NIQ GfK Panelmarkt, Kühl-/Gefriergeräte Total, Absatz, Deutschland, 01/2025–12/2025, Copyright © 2025, Nielsen Consumer, LLC.



der Liebherr-Technologie BioFresh ausgestattet, mit der Obst, Gemüse, Fisch, Fleisch und Milchprodukte dank idealer Luftfeuchtigkeit und Temperaturen nahe 0 °C bis zu fünfmal länger frisch bleiben. Optisch punktet das Gerät in schwarzem Edelstahl mit einzigartigem Längsschliff und einer speziellen Veredelung, die es zugleich unempfindlich für Kratzer oder Fingerabdrücke macht.

Liebherr-Geräte sind zudem intelligent, sie denken mit: SmartDevice ist die Vernetzungslösung für Liebherr-Kühlschränke. Über die SmartDevice-App können die smarten Kühlschränke direkt über das Smartphone oder Tablet gesteuert werden. Auch Statusmeldungen, unter anderem über offen gelassene Türen, gelangen als Push-Nachricht direkt auf Ihr Smartphone.



**Liebherr BioFresh** – Lebensmittel bleiben bis zu 5x länger frisch.

- Salat bleibt bis zu 13 Tage knackig – statt nur zwei.
- Birnen bleiben bis zu 34 Tage länger saftig und süß.
- Ziegenkäse bleibt bis zu 20 Tage aromatisch – statt nur vier.
- Lachs bleibt vier Tage lang fangfrisch – nicht nur einen.
- Schinken behält seinen frischen Geschmack bis zu neun Tage – statt nur einen.

**Black Steel** – schwarzer Edelstahl betont die schlichte Schönheit von purem Metall des Liebherr CBNbsa20 575i.



**Gefrieren mit BluRoX** – der Liebherr FNb 505i Prime NoFrost ist mit der wegweisenden Vakuum-Perlit-Technologie BluRoX zur optimalen Isolierung ausgestattet.

## Liebherr-Unterstützung für die Kundenberatung am PoS

Liebherr-Hausgeräte unterstützt seine Partner im Handel wie gewohnt umfassend und professionell mit aktuellen Verkaufsunterlagen. Die neue Endkundenbroschüre steht ab sofort zum Download über die Liebherr-Website zur Verfügung. Das detaillierte Verkaufshandbuch erhalten Händler über ihren Vertriebskontakt. Der umfangreiche Versand der gedruckten Verkaufsunterlagen an den Handel ist bereits erfolgt.

Neu ist in diesem Jahr ein PoS-Paket, das Liebherr als die meistgekauften Marke für Kühl- und Gefriergeräte prominent präsentiert. Damit können Handelspartner dieses wichtige Verkaufsargument für Produkte des Spezialisten für Kühlen und Gefrieren aufmerksamkeitsstark am PoS nutzen. Das Paket umfasst neben einem rückstandsfrei ablösbaren Aufkleber für die Kühl- und Gefriergeräte auch einen Wobbler zur Anbringung speziell an Einbaugeräten sowie einen hochwertigen Aufsteller zur Platzierung auf Tischen, in Regalen oder in den Liebherr-Geräten selbst. Die Fachhandelspartner erhalten das neue PoS-Paket persönlich vom Liebherr-Außendienst.

Dem autorisierten Fachhandel ist das Verkaufshandbuch vorbehalten. Darin finden die Handelspartner auf über 400 Seiten alles über die Innovationen 2026 sowie QR-Codes zu jedem Modell, sowie eine Erklärung sämtlicher Ausstattungsdetails, außerdem Montagehinweise und einbaurelevantes Zubehör.

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf [www.hometec-ce.de](http://www.hometec-ce.de)

# 23. HighEvent ProductTour

14. bis 30. April 2026

# HEPT

Innovationen vor Ort

Einmal sicher auch in Ihrer Nähe.



Die Premium-Marken freuen sich, Ihnen die Innovationen, Trends und Entwicklungen des Frühjahres persönlich vorzustellen.



**LIEBHERR**



Jetzt anmelden unter:  
[www.hept.de](http://www.hept.de)

## GEMEINSAM WACHSEN

### Samsung setzt auf starken Fachhandel

Für Haushaltsgeräte war 2025 kein besonders gutes Jahr. Der deutsche Markt schrumpfte bei den Stückzahlen um 1,5 Prozent, nach Wert sogar um 2,7 Prozent. In diesem schwierigen Umfeld konnte sich Samsung noch recht gut behaupten, wie uns **Nedžad Gutic**, Vice President Home Appliances bei Samsung Electronics, bei einem Gespräch in Eschborn sagte.

58 % der deutschen Verbraucher suchen gezielt ein Fachgeschäft auf, insbesondere bei komplexen Smart Home- und AI-Lösungen. Rund die Hälfte (49 %) kaufen weiterhin bewusst im stationären Handel. Der persönliche Kontakt zu Expert im Handel bleibt damit ein zentraler Faktor in der Kaufentscheidung. „Deshalb ist unsere Strategie konsequent auf den Fachhandel ausgerichtet“, sagt Nedžad Gutic. „Mit dem Ausbau des Smart Dealer Programms, der Stärkung des Jet Premium Partner-Portfolios, digitalen Werkzeugen wie Samsung Sales Portal SPACE und einer erweiterten Trainingsoffensive wollen wir unsere Partner in die Lage versetzen, ihre Beratungskompetenz gezielt zu nutzen und nachhaltiges Wachstum zu erzielen“.

#### Samsung-Strategie 2026

Samsung will das Smart Dealer Programm 2026 weiter ausbauen. Geplant ist eine deutliche Ausweitung der Trainingsmaßnahmen, kombiniert mit exklusiven Smart Dealer-Produkten, engere Service-Anbindungen und zusätzliche Maßnahmen zur Absatzförderung. Ziel ist es, teilnehmenden Händlern sichtbare Differenzierungsmerkmale zu bieten – vom Sortiment bis zur Vermarktung.

Mit dem Programm für Jet Premium Partner stärkt Samsung gezielt das Premiumsegment bei Akku-Handstaubsaugern und Saugrobotern. Partner erhalten Zugang zu einem erweiterten Premium-Portfolio, profitieren von priorisierten Schulungen am Point-of-Sale und von aufmerksamkeitsstarken, marktspezifisch angepassten Display-Lösungen. Besondere Ausstellerrabatte sowie exklusive Kooperations- und Verkaufaktionen runden das Programm ab.



**Nedžad Gutic:** „Im vergangenen Jahr haben wir das Samsung Sales Portal Space gestartet. Es unterstützt kleinere mittelständische Fachhändler ebenso wie größere Fachhändler beim Verkauf. Das Tool stellt dem Händler alle Informationen am Smartphone zur Verfügung. Wir haben seit dem Start den Umsatz vervierfacht, das heißt, mit dem Tool konnten die beteiligten Händler ihren Umsatz um das Dreifache erhöhen.“

#### Digitale Werkzeuge

Ein Schwerpunkt liegt 2026 auf der weiteren Professionalisierung von Prozessen, insbesondere für kleinere und mittelständische Betriebe. Das Samsung Sales Portal SPACE begleitet den gesamten Bestell- und Informationsprozess, von kompakten Produktinformationen über aktuelle Aktionen bis zur einfachen Bestellung. Funktionen wie Bestellung, Rückgabe oder Reklamation werden somit kontinuierlich optimiert. Ergänzend bietet die neue App mSPACE rund um die Uhr mobilen Zugriff auf zentrale Inhalte und unterstützt Abläufe im Tagesgeschäft.

Ein strategischer Baustein ist zudem der Ausbau des Home Appliance Remote Management Service (HRM). Der digitale Premium-Service kann in SmartThings eingebundene Geräte, mit Zustimmung der Nutzer, direkt mit dem Samsung Service-Netzwerk verbunden werden. Fehler können sich aus der Ferne analysieren lassen, teils unmittelbar behoben oder eine Reparatur gezielt vorbereitet werden. Das kann Ausfallzeiten reduzieren und so zur Kundenzufriedenheit beitragen und dem Handel ein starkes Argument für vernetzte Geräte liefern: Komfort endet nicht beim Kauf, sondern setzt sich im Service fort.

Für 2026 hat sich Samsung klare Trainingsziele gesetzt: Ausbau der Verbundtrainings, stärkere Einbindung des Fachhandels in Schulungsmaßnahmen, zusätzliche Trainingsinitiativen in Präsenz und digital sowie die Erweiterung des Trainingsteams. Der gezielte Aufbau von Spezialisten auf der Verkaufsfläche soll kompetente Beratung strukturell verankern.

#### 4 Säulen für Handel und Kunden

Samsung setzt auf 4 zentrale Säulen, die gleichermaßen Endkunden wie Fachhändler unterstützen: Bespoke AI, SmartThings, Sicherheit und Langlebigkeit.

Mit Bespoke AI ist Künstliche Intel-

**Intelligent vernetzt** – Samsung SmartThings lässt die Geräte kommunizieren und gibt dem Nutzer die Kontrolle auf seinem Smartphone oder Tablet. Zudem erleichtert es den Service, beispielsweise über Ferndiagnose, durch die Fahrten der Techniker vermieden werden können.

lizenzen in allen Warengruppen angekommen. Für Samsung steht sie synonym für Samsung Hausgeräte und für „Enabling better Living“. Entscheidend ist dabei die Nutzenkommunikation am Point of Sale: AI muss greifbar erklärt werden – als Komfortgewinn, als Unterstützung im Alltag, als spürbare Entlastung. Hier setzt das Unternehmen auf kompetente Beratung, gezielte Trainings und PoS-Materialien mit klarem AIFokus, damit Partner den Mehrwert überzeugend vermitteln und neue, auch jüngere Zielgruppen ansprechen können. Ein Blick auf die Nutzer bestätigt die Relevanz: Laut der Smart Home Studie des Bitkom von 2024 nutzen 78 % der Deutschen Smart Home-Anwendungen für mehr Komfort und Lebensqualität, 69 % für mehr Sicherheit. Zudem sehen fast drei Viertel der Deutschen (74 %) den Einsatz von Künstlicher Intelligenz eher oder ausschließlich als Chance, wie die KI-Studie des Bitkom aus Mai 2025 zeigt.

Mit SmartThings positioniert sich Samsung weiter als Innovationstreiber im vernetzten Zuhause. Als eines der größten IoT-Ökosysteme verbindet SmartThings Geräte über Produktkategorien hinweg und schafft so konkrete Mehrwerte – vom Energiemanagement über automatisierte Abläufe bis hin zu transparenten Wartungsintervallen. Für den Fachhandel eröffnet das zusätzliche Cross-Selling-Potenziale, etwa in Verbindung mit TV- und Audio-Produkten, und stärkt die Rolle als kompetenter Ansprechpartner rund um Smart Home und IoT.

# GORENJE SCHAFFT PLATZ

## Frische durch intelligentes Kühlen

**G**orenje sorgt für Raum. Vier Türen für mehr Coolness und Struktur im Alltag: Die neuen Gorenje Cross-Door Kühlschränke NRM819D61BX und NRM819D61X verbinden Ordnung, Frische und intelligente Kühltechnik.

**Vier Türen für klare Strukturen:** Das durchdachte Cross-Door-Design mit vier Türen ermöglicht eine übersichtliche Trennung von Kühl- und Gefrierbereichen. Häufig genutzte Lebensmittel bleiben dank praktischer Schubfächer schnell erreichbar, während Temperaturverluste beim Öffnen minimiert werden. Das großzügige Nutzvolumen von insgesamt 460 Litern schafft Platz für frische Zutaten, geplante Wochenvorräte und eine strukturierte Lagerung – ein Plus für Familien, Mehrpersonenhaushalte und alle, die bewusst einkaufen.

**Frische dann, wenn man sie braucht:** Der Alltag ist unvorhersehbar – umso wichtiger ist ein Kühlschrank, der flexibel auf unterschiedliche Anforderungen reagiert. Die Convert FreshZone lässt sich je nach Bedarf von einem Fisch- und Fleischfach in eine Obst- und Gemüseschublade umwandeln. So passt sich der Stauraum flexibel an Saison, Einkaufsmenge oder besondere Anlässe an. Mehr Flexibilität bei der Lagerung schafft zugleich mehr Raum für Kreativität und Vielfalt in der Küche. Mit FastFreeze lassen sich größere Mengen frisch eingelagerter Lebensmittel besonders schnell einfrieren – ideal für Vorratshaltung und das Einfrieren saisonaler Produkte. Vitamine, Geschmack und Struktur bleiben bestmöglich erhalten. Die SuperCool-Funktion senkt die Temperatur im Kühlteil kurzfristig ab und bringt neu eingelagerte Lebensmittel nach dem Einkauf schnell auf die optimale Temperatur. Für frisches Obst und Gemüse steht eine großzügige CrispZone mit integriertem Feuchte-regler zur Verfügung. Die individuell einstellbare Luftfeuchtigkeit sorgt für optimale Lagerbedingungen und hält empfindliche Lebensmittel länger knackig, frisch und aromatisch – ein wichtiger Beitrag zu bewusster Ernährung und weniger Lebensmittelverschwendung.

**Effizient, ganz ohne Abtauen:** Die



NoFrost Plus Technologie verhindert zuverlässig Eis- und Reifbildung im Gefrierfach. Manuelles Abtauen entfällt vollständig, der Energieverbrauch bleibt konstant niedrig, und der vorhandene Stauraum kann vollständig genutzt werden. Gleichzeitig sorgt das MultiFlow 360° Lüftungssystem für ein ideales Mikroklima in jedem Fach, das die Qualität der Lebensmittel nachhaltig erhält.

**Komfortable Steuerung, zeitloses Design:** Eine intuitive elektronische Steuerung via Touch-Display ermöglicht die präzise Kontrolle aller Kühlfunktionen. Die gleichmäßige LED-Innenbeleuchtung sorgt für eine optimale Übersicht auf allen Ebenen. Optisch präsentieren sich die Modelle in einem modernen, zeitlosen Design – NRM819D61X in hochwertiger Edelstahloptik, NRM819D61BX in angesagtem Schwarz – und lassen sich flexibel in unterschiedliche Küchenumgebungen integrieren. Ein weiteres Plus: Dank moderner Inverter-Kompressoren und SuperSilent Technologie arbeiten beide Modelle besonders geräuscharm. Damit eignen sie sich ideal für offene Küchen- und Wohnkonzepte, bei denen leise Haushaltsgeräte unerlässlich sind.



**Minimierter Kühlverlust:** im Gefrierbereich sorgen die zwei getrennten Türen für geringeren Kälteverlust. Der großzügige Kühlbereich sorgt für Ordnung und Übersicht.



**Convert FreshZone** – sie kann je nach Bedarf für Obst und Gemüse oder Fleisch und Fisch mit unterschiedlicher Kühlung genutzt werden.



**Ordnung ganz einfach** – zwei Schubladen in den Gefrierfächern bieten den schnellen Zugriff auf eingefrorene Lebensmittel, die so kompakt gelagert werden können.



## De'Longhi mit Premium-Strategie Wachstum durch Innovationen

Premium entsteht nicht durch Superlative, sondern durch Beständigkeit: in der Produktqualität, im Markenerlebnis und in dem Anspruch, den Alltag einfacher und genussvoller zu machen. Dieser markante Satz von **Susanne Harring**, Geschäftsführerin De'Longhi Deutschland und Österreich, kennzeichnet die Strategie, mit der das Unternehmen 2026 für seine Marke und auch für den Handel ein nachhaltiges Wachstum schaffen will. Die De'Longhi Group startet 2026 mit genau diesem Verständnis in ein Jahr, das ganz im Zeichen markt- und kundengerechter Innovationen steht – über alle Marken hinweg.

### Starkes Fundament für 2026

Im vergangenen Jahr war De'Longhi mit seinen Marken auf allen Kanälen sehr gut sichtbar: 365 Tage Marken- und Reichweitenpräsenz über alle Kanäle, 37 Millionen erreichte Menschen – 52 % der kaufkräftigen Deutschen – sowie über 42 Millionen Kontakte. Parallel wurden die digitalen Markenwelten konsequent ausgebaut: Über 338 Millionen Social-Media-Kontakte unterstreichen die Relevanz von Inhalten und Formaten, von Always-on bis Kampagnenpeak. Diese Wirkung zeigt sich auch im Markt: Während De'Longhi als starker Taktgeber im deutschen Kaffeemarkt die Nummer 1 bei Kaffeefullautomaten, Espresso-Siebträgern sowie im Bereich Kapsel/Pad bleibt, erobert die Unternehmensgruppe mit Kenwood nun auch die Marktführerschaft im Bereich Food Preparation (GfK, Marktanteile Jan–Dez 2025 vs. Vorjahr). Damit wird deutlich: Premium setzt sich dort durch, wo Konsumenten Auswahl, Qualität und Verlässlichkeit erwarten, getragen von Innovationen mit echtem Mehrwert.

### Tests bestätigen Qualität

Unabhängige Tests liefern zusätzliche Orientierung im Premium-Segment: Mehrere Produkte der De'Longhi Group wurden von der Stiftung Warentest ausgezeichnet. Bei De'Longhi wurde die Rivelia EXAM440.55.B als Testsieger prämiert; die Magnifica Start Milk ECAM220.60.B erhielt den „Preis-Leistungs-Tipp“, und



Susanne Harring: „Für De'Longhi Deutschland ist Premium seit langem Maßstab über alle Marken hinweg – 2026 untermauert das Unternehmen diesen Anspruch durch konsequente Qualität, Design, Technologie und Service. Gemeinsam mit dem Fachhandel sowie starken Marken- und Formatpartnern werden wir Reichweite, Relevanz und Markterfolg weiter ausbauen.“

die Magnifica Evo Next ECAM310.80.SB überzeugte mit der Bewertung „gut“. Auch Braun setzt starke Qualitäts-Statements: Der Power Blend Standmixer wurde Testsieger bei Stiftung Warentest – ebenso die PurShine Glas-Filter-Kaffeemaschine und die CareStyle 7 Dampfbügelstation. Damit bestätigt sich der Anspruch, Premium nicht nur zu kommunizieren, sondern im Alltag konsequent zu integrieren – ein wichtiges Signal für Konsumenten und Handel gleichermaßen.

Susanne Harring sieht sich durch die Auszeichnungen in ihrem Anspruch bestätigt: „Für uns ist Premium kein Etikett, sondern ein Leistungsversprechen. Wir investieren kontinuierlich in Produkte, Services und Kommunikation – damit unsere Marken im Alltag spürbar besser werden und unsere Handelspartner nachhaltiges Wachstum erzielen können.“

### Premium am PoS erleben

2026 baut De'Longhi Deutschland die Markenkommunikation weiter aus und macht die Marken entlang der gesamten Customer Journey sichtbar – über alle Kanäle hinweg. Always-on-Strategien und reichweitenstarke Kampagnen mit klarer Produktszenierung stärken die Markenwelten und erhöhen das Engagement in Social Media; gleichzeitig bleibt die konsequente Arbeit am Point of Sale ein zentraler Wachstumshebel – dort präsent zu sein, wo Käufer entscheiden. Einen weiteren Schwerpunkt bilden Creator und Influencer-Programme, die Brand Building und Creator-Power nahtlos verbinden, sowie langfristige Partnerschaften als Wachstumsmotor: Neben der engen Zusammenarbeit mit dem Fachhandel werden auch Markenkooperationen konsequent ausgebaut – darunter die ex-



## Das Lieblingscafé zu Hause De'Longhi Eletta Ultra:

Als konsequente Weiterentwicklung der erfolgreichen Eletta Explore richtet sich die Eletta Ultra an alle, die klassische Kaffee-Expertise ebenso schätzen wie kreative Getränkekreationen. Sie eröffnet eine Rezeptwelt, die von beliebten Klassikern aus aller Welt bis hin zu modernen Signature Drinks reicht. Ob kräftig und pur, cremig und soft oder erfrischend modern – mit über 50 heißen und kalten Rezepten passt sich der Kaffeegenuss dem individuellen Lebensstil an, nicht umgekehrt.

Für Liebhaber von Milchgetränken bietet das System LatteCrema Hot und LatteCrema Cool auf Knopfdruck Milchschaum für heiße und kalte Kreationen. Das LatteCrema Eye zeigt auf dem Display mit spezifischer Visualisierung, welche Karaffe aktiv ist.

Mit der Eletta Ultra stärkt De'Longhi seine Premium-Positionierung. Italienisches Design, hochwertige Materialien sowie die charakteristisch geschwungene Form machen den Vollautomaten zu einem ästhetischen Highlight. Die integrierte Silent Technology macht die Kaffe Zubereitung um bis zu 65 % leiser als bei De'Longhi Kaffeefullautomaten ohne Silent Technology.

Neben vier individuellen Nutzerprofilen sorgt das neu konzipierte Familienprofil für maximalen Komfort. Es bündelt die Vorlieben aller Mitglieder und bietet direkten Zugriff auf das persönliche Lieblingsgetränk. Wer sich inspirieren lassen will, findet auf dem Display unter Collections eine einfache Orientierungshilfe durch die Vielzahl an Getränken. Das Spektrum reicht von Spezialitäten wie dem Cold Tiramisù Espresso bis zum zeitlosen Filterkaffee, wobei die Cold Extraction Technology sogar erfrischenden Cold Brew in weniger als fünf Minuten zubereitet. Auf diese Weise verwandelt die Eletta Ultra technologische Vielfalt in ein persönliches Genussenerlebnis.

## PANASONIC MIT NEUEN MIKROWELLE HEISSLUFT-FRITTEUSEN Fünf neue Modelle zum Jubiläum 60 Jahre Mikrowelle

klusive Partnerschaft mit Sally über alle Marken hinweg sowie die Fortführung etablierter Formate wie „Das große Backen“ für Kenwood. Auch live setzt De'Longhi Deutschland Akzente: nutribullet baut seine Präsenz auf der FIBO in Köln – der weltweit führenden Messe für Fitness, Wellness und Gesundheit – weiter aus. Im April präsentiert die Marke dort ihre Produktneuheiten; die Standfläche wird gegenüber dem Vorjahr auf rund die dreifache Größe erweitert.

„Erfolg ist für uns ein Gemeinschaftsprojekt. Wir wachsen dann am stärksten, wenn wir Innovation, Kommunikation und PoS gemeinsam mit unseren Handelspartner zu einem echten Markenerlebnis verbinden“, sagt **Katja Wendel**, Marketing Director.

### De'Longhi Group Highlights 2026

Neben der Eletta als Neuheit im Bereich Kaffee – mehr über diesen neuen Kaffeevollautomat Spalte links – wollen sich auch die anderen De'Longhi-Marken mit neuen Produkten profilieren.

- **Kenwood: Multi Tasker** – der Alleskönner für jede Küchenaufgabe. Kenwood stärkt seine Wachstumsagenda mit neuen Lösungen, die Vielseitigkeit und Komfort verbinden. Der Multi Tasker (Launch März 2026) ist als kompakter Allrounder für vielfältige Küchenaufgaben konzipiert – mit praktischen Features wie der integrierten Aufbewahrung für Rührelemente und der Einhand-Bedienung.

- **Braun: FreeStyle 7 & TwinCook 5** – Performance und Komfort für moderne Routinen. Braun treibt Wachstum über Vielfalt und Alltagsauglichkeit: Das FreeStyle 7 Dampfbügeleisen (Launch April 2026) bringt Performance und Ressourcenbewusstsein zusammen – unter anderem mit integrierter Pumpe für gleichmäßigere Dampfleistung sowie Eco iCare Technologie. Die Airfryer TwinCook 5 / TwinCook 5 Pro (Launch März 2026) überzeugen mit bis zu 10 Liter Fassungsvermögen, Keramik-beschichteten, PFAS-freien Garkörben sowie Match & Sync Funktion. Damit hebt sich Braun im inzwischen etablierten Airfryer-Segment mit einem klaren Fokus auf Qualität, Komfort und Kapazität ab.

- **nutribullet:** Flexibilität und Hypefaktor – von portable bis premium. nutribullet setzt 2026 auf hohe Investments in Digital/Social, Events und PoS – und auf Produkte, die gesunde Ernährung einfach machen. Ein Highlight ist die nutribullet Chill (Launch ab März 2026): eine kompakte Lösung für Eiscreme, Frozen Yogurt, Smoothies und Sorbet mit intuitiven Programmen und einfacher Reinigung. Ergänzend treibt nutribullet unter anderem mit dem Portable Blender „Flex“ und neuen Standmixer-Impulsen.



1946 entdeckte ein Ingenieur beim Testen eines Magnetrons, dass die Schokolade in seiner Tasche geschmolzen war. Dies war der Anstoß für Experimente, die zur Entwicklung der ersten Mikrowellenöfen führten. 1966 brachte Panasonic seine erste Haushaltsmikrowelle auf den Markt und brachte damit erstmals Schnelligkeit, Effizienz und Komfort in die Familienküchen.

Heißluftfrittieren hat sich rasant zu einem der größten Kochtrends in modernen Küchen entwickelt, und die Erwartungen der Verbraucher steigen stetig. Laut einer Studie von Panasonic nutzen 81 % der Anwender ihre Heißluftfritteuse mehr als dreimal pro Woche.

### Die nächste Generation der Heißluftfritteusen-Mikrowellen

Das Topmodell der nächsten Generation Panasonic Heißluftfritteusen-Mikrowelle ist die NN-CD88 mit 34 Litern Garraum – eine Premium-Kombinationsmikrowelle

mit einem 36-cm-Drehteller, auf dem bis zu 900 g Pommes frites zubereitet werden können. Es verfügt außerdem über fortschrittliche Funktionen wie Genius Sensor Cook und One-Push-Aufwärmen für stets gleichbleibende Ergebnisse.

Aufbauend auf dem Erfolg dieses Modells erweitert Panasonic die Air-Fry-Technologie nun auf die gesamte Slimline 27L Kombi-Mikrowellen-Serie und ersetzt damit die bisherige Produktreihe. So ist die Air-Fry-Funktion bei allen Slimline-Modellen standardmäßig integriert. Wie das Modell NN-CD88 bietet auch jedes dieser Geräte vier Kochfunktionen in einem (Air Fry, Backofen, Grill und Mikrowelle) und damit beispiellose Flexibilität.

Dank des leistungsstarken Ventilators an der Oberseite der Air-Fry-Mikrowelle wird – wie bei einer herkömmlichen Heißluftfritteuse und anders als bei einem herkömmlichen Kombi-Backofen – eine gleichmäßige Luftzirkulation für knusprige und optimale

Ergebnisse erzielt. Mit den Kombinationsmodi garen Ofenkartoffeln bis zu 40 % schneller als mit der Air-Fry-Funktion allein, und ein ganzes Hähnchen ist bis zu 36 % schneller gar. Mit den neuen Inverter Slimline Kombi-Mikrowellen lässt sich die Garzeit um bis zu 70 % und der Energieverbrauch um bis zu 50 % reduzieren, indem gleichzeitig Heißluft, Grill oder Airfryer genutzt werden – im Vergleich zu herkömmlichen Backöfen.

Mit 1.000 W Mikrowellenleistung, sieben Leistungsstufen, bis zu 19 Automatikprogrammen, einem 1.300 W Quarzgrill, bis zu 220 °C Heißluft und einem Temperaturbereich der Heißluftfritteuse von 180 °C bis 220 °C wird Kochen zum Kinderspiel – von frittiertem Fisch über Tiefkühlpizza bis hin zum Aufwärmen von Resten per Knopfdruck. Der separate Frittierkorb fasst bis zu 800 g Tiefkühlpommes und ist ideal für die Lieblingsgerichte der Familie, ohne dass separate Mikrowellen- und Heißluftfritteusergeräte die Küche überladen.

## PANASONIC 70 Jahre Slow Juicer

Panasonic feiert 70 Jahre Saftinnovation und setzt mit dem neuen Slow Juicer neue Maßstäbe für gesunde, selbstgemachte Ernährung im modernen Leben.

Die Jubiläums-Slow-Juicer bieten höchsten Komfort dank weniger Schneiden und Reinigen. Mit der extra breiten 12-cm-Einfüllöffnung und dem 1,5-Liter-Fassungsvermögen entfällt das Schälen und Vorbereiten der Zutaten. Ganze Äpfel, die meisten großen Früchte und stückiges Gemüse können direkt hineingegeben werden – das spart Zeit und Mühe und macht es leicht, jeden Tag frischen Saft zu genießen. Die asymmetrisch geformte Mahlschnecke



zerkleinert ganze Lebensmittel langsam und schonend, um den Saft zu extrahieren. So bleiben Nährstoffe erhalten, Oxidation

wird minimiert und der natürliche Geschmack bewahrt – für Saft, der so gut schmeckt, wie er aussieht.