



Liebherr mit neuem Energieeffizienz-Highlight BluRoX-Technologie spart Strom und bietet mehr Raum



Liebherr war 2022 die am stärksten wachsende Marke im Segment Kühlen/Gefrieren mit einem Marktanteil von 14,2 Prozent, plus 1,4 Prozent. Das wertmäßige Wachstum lag sogar bei 13,8 Prozent. Der Abstand zum Marktführer Siemens ist nur noch marginal, und Liebherr ist auf dem besten Weg, auf dem deutschen Markt mit seinen Kühl-/Gefriergeräten bei den Stückzahlen wie auch beim Umsatz die Nummer 1 zu werden.

Diese Position erreichte Liebherr mit einem auf die Bedürfnisse seiner Kunden optimierten Innenleben der Geräte und einer konsequenten Umsetzung der Forderung nach optimaler Energieeffizienz.

Überhaupt steht Nachhaltigkeit bei Liebherr ganz oben auf der

Aufgabenliste. Den Erfolg zeigt die an Liebherr verliehene EcoVadis-Medaille in Gold. Mit einer Gesamtpunktzahl von 73 Punkten gehören die Produktionsstandorte des Herstellers zu den besten 3 Prozent aller von EcoVadis bewerteten Unternehmen weltweit. Liebherr ist aktuell der einzige Hersteller von Kühl- und Gefriergeräten für den privaten und gewerblichen Gebrauch, der eine Goldmedaille erhalten hat.

Neben dem Motor ist beim Kühlen und Gefrieren die Isolierung das wichtigste Element, um Energie einsparen zu können. Hier konnte Liebherr entscheidende Fortschritte erreichen. So beispielsweise beim von BVT ausgezeichneten Gefrierschrank mit

der neuen BluRoX Isolierung. BluRoX nutzt zur Isolierung anstatt der herkömmlichen Schaumelemente ein Vakuum in Verbindung mit fein gemahlenem Lavagestein, so genanntem Perlit. Ein Vakuum bietet energietechnisch die bestmögliche Isolierung. Perlit besitzt aufgrund seiner kristallinen Mikrostruktur eine sehr geringe Wärmeleitfähigkeit. Durch diese Kombination entsteht die unübertroffen energieeffiziente und gleichzeitig kompakte Lösung zur Kälteisolierung. Das fein gemahlene Lavagestein kann nach Lebenszeitende des Gerätes komplett wiederverwendet werden. Damit macht Liebherr als Spezialist für Kühlen und Gefrieren einen entscheidenden Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft.

Aber auch der Nutzer kann sein Sparen von Energie beeinflussen, und das besonders komfortabel. Dabei hilft ihm das Liebherr SmartDevice, die Steuerung des mitdenkenden Kühlschranks. Mit der App kann nicht nur die Temperatur in den verschiedenen Kühlbereichen gesteuert werden, sie warnt auch, wenn die Tür nicht geschlossen ist, und sogar, wann die Sektflasche aus dem Gefrierfach geholt werden muss, damit sie nicht wegen Eisbildung explodiert. Liebherr Kühlschränke sind entweder direkt ab Werk schon vernetzt oder können mit der SmartDeviceBox nachgerüstet werden. Die App gibt es für iOS und Android.

Weiter lesen auf Seite 6

Mit Coolness an der Spitze

Top-Testergebnisse in Folge



Stiftung Warentest **SEHR GUT (1,5)** ³
 Produktgleich mit Samsung RB38A7B6AS9/EG
 Im Test: 10 Kühl-Gefrier-Kombis freistehend
 Qualitätsurteil: 2x sehr gut, 8x gut
 Ausgabe 09/2022 www.test.de
 Samsung RL38A7B6AS9/EG

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

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

A ↑ G **A**

E A ↑ G

A A ↑ G

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

NAMEN & ZITATE / INHALT

BEKO GRUNDIG

Die Eschborner Beko Grundig Deutschland GmbH hat sich im Bereich Presse- und Medienarbeit neu aufgestellt. Ab sofort verantwortet die Frankfurter Agentur markenzeichen sämtliche Kommunikationsmaßnahmen des zum türkischen Arçelik-Konzern gehörenden Unternehmens für Home Electronics. Die Zusammenarbeit umfasst die Bereiche B2B und B2C, online und offline. Dazu gehören die Umsetzung von externen PR-Maßnahmen, Corporate Communications auf LinkedIn, das Influencer Management sowie die Beratung bei der strategischen Ausrichtung der Kommunikationsmaßnahmen. Das Themenspektrum umfasst die Nachhaltigkeitskommunikation, die Unternehmensentwicklung und die Positionierung des



Geschäftsführers **Marius Stoica**. „Die Pressearbeit ist innerhalb unserer Marketingstrategie ein wichtiger Pfeiler, um die Position von Beko und Grundig zu festigen und die beiden Marken sowie unser Unternehmen, die Beko Grundig Deutschland GmbH, weiter nach vorne zu bringen. Ich bin überzeugt, dass wir mit markenzeichen eine PR-Agentur an Bord geholt haben, die unsere Visionen teilt, versteht und authentisch an



unsere Zielgruppen kommuniziert“, sagt **Jens Grubert**, Director Brand Management North EU.

www.beko.com

SMEG



Claudia Rehmstede soll künftig bei Smeg den Vertriebsinnendienst und die Logistik weiter stärken. Sie führt seit März das Backoffice-Team für die Länder Deutschland und Österreich und verantwortet zudem den Bereich Logistik. „Mit Claudia Rehmstede haben wir eine branchenerfahrene Managerin und Macherin gewinnen können“, freut sich Geschäftsführer **Olaf Nedorn**.

GRAEF



Sebastian Ullmann verstärkt das Key-Account-Management rund um **Ralf Heinritz**, Vertriebsleiter Deutschland der Gebr. GRAEF GmbH & Co. KG. Er übernimmt die Kundenbereiche MSD, Warenhäuser, Großhandel, Versender sowie Loyalty-Programme. „Mit Sebastian Ullmann haben wir einen Vollprofi mit fundiertem Vertriebs-Know-how und die Idealbesetzung für unsere Wachstumsstrategie gefunden“, so Ralf Heinritz.

KITCHENAID



Emanuel Spulak, bisher als „Marketingleiter Deutschland/Österreich“ beim amerikanischen Küchengerätehersteller Kitchenaid tätig, ist zum „Head of Marketing Direct Markets“ befördert worden. „Ich freue mich auf die neue Aufgabe und die Herausforderung, neue Chancen und Möglichkeiten zu erkennen und so einen nachhaltigen Mehrwert für Kitchenaid und unsere Vertriebspartner zu schaffen“, betont Spulak.

EURONICS



Martin Sprenger leitet seit Anfang dieses Jahres bei der Euronics Deutschland eG den Bereich Strategie, Expansion und Transformation. Er ist knapp vier Jahre bei Euronics in verschiedenen Fachbereichen an der Weiterentwicklung, Optimierung und Digitalisierung der Verbundgruppe tätig; er berichtet direkt an **Michael Rook**, Vorstand Strategie, Expansion und Einkauf der Euronics Deutschland.

SEVERIN



Harald Kaiser übernimmt als langjähriger Vertriebsexperte bei Severin neben dem europäischen auch den deutschen Markt. **Tobias Scheideler** leitet das Key Account Management Germany. Mit einem dedizierten Fachhandels- und neuem Außendienst- samt Promotion-Team werden Beziehungen zum Fachhandel nicht zuletzt durch die gesicherte Flächenbetreuung nachhaltig gestärkt.



Martin Ludwig: Sparsam Kühlen und Gefrieren mit neuer Lieberr-Isolation. **Seite 6**



Sage Café Flair: Aga Rojewska, World Barista Champion 2018, zeigt den Weg zum besten Kaffee und Espresso. **Seite 8**

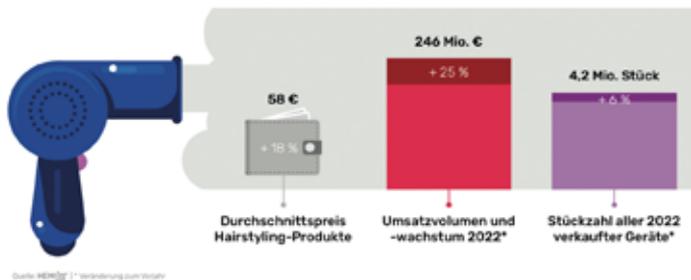
Inhalt

Personen: Wirtschaft	3
gfu: Boom bei Haarstyling	4
Jura: Kaffee und Espresso ganz einfach	4
Braun: Premium Testwochen	4
Graef: Messerschärfer	4
Leifheit: Pollenflug bekämpfen	5
Tineco: Nass-/Trockensauger	5
Liebherr: Sparsam Kühlen	6
Siemens: Shop-in-Shop-System	7
SMEG: Designlinie Selezione	7
Gorenje: StiWa Preistipp	7
Sage: Café Flair auch zu Hause	8
Miele: 25 Jahre Kaffeekompetenz	8
Philips: Flip&Juice Blender	9
Oral-B: Google Pixel Buds Zugabe	9

Unternehmen	Personen
Beko/Grundig	Torsten Clausen 8
Braun	Jens Grubert 3
Gorenje	Ralf Heinritz 3
Euronics	Harald Kaiser 3
Graef	Martin Ludwig 6
Jura	Christoph Luis 7
Kitchenaid	Olaf Nedorn 3,7
Leifheit	Horst Nikolaus 3
Liebherr	Claudia Rehmstede 3
Miele	Aga Rojewska 8
Oral-B	Michael Rook 3
Philips	Tobias Scheideler 3
Sage	Julia Schwartz 9
Severin	Martin Sprenger 3
Siemens	Emanuel Spulak 3
SMEG	Marius Stoica 3
Tineco	Anna Stuber 7
	R. Tsanakalotis 7
	Sebastian Ullmann 3

Wachstumsmarkt Haarpflege Höherwertige Produkte im Aufwind

gfu Consumer & Home Electronics



UMSATZANSTIEG UM 25 PROZENT Haarpflege und -styling stark nachgefragt

Nach teilweise starken Rückgängen in den Pandemie-Jahren hat sich die Marktsituation im vergangenen Jahr gedreht, und die Nachfrage nach diesen Geräten ist im Jahr 2022 wieder gestiegen. Mit einem Umsatzzuwachs um 25 Prozent bei einem Stückzahlwachstum von sechs Prozent zeigte sich auch eine Entwicklung zu höherwertigen Geräten. So ist der Durchschnittspreis um 18 Prozent auf 59 Euro gestiegen. Konsument:innen sind verstärkt bereit, höhere Preise für qualitativ hochwertige Geräte zu bezahlen. Für die tägliche Routine stehen verschiedene Geräte für Haarpflege und -styling in allen Preissegmenten zur Verfügung: Haartrockner/ Fön, Glätteisen, Lockenstäbe, Warmluft-/ Stylingbürsten, Trockenhauben. Insgesamt wurden 2022 in Deutschland knapp 4,2 Millionen Haar-Styling-Geräte verkauft und damit ein Umsatzvolumen von knapp 246 Millionen Euro erzielt.



JURA ONO BRINGT ECHTE BARISTA-MOMENTE Einfach nur Kaffee und Espresso

Die neue ONO ist die perfekte Lösung für alle, die eine praktische und individuelle Kaffeezubereitung mit besonderem Flair suchen. Sie spricht alle Personen an, die genug von der Abhängigkeit bestimmter Systeme haben. "Mit der ONO hat JURA ab sofort eine weitere Innovation im Programm: ein Erlebnis für alle Sinne und gleichzeitig ein Modell mit unverkennbarem Kult-Charakter. Die Bedienung vermittelt ein ganz besonderes Gefühl bei der Zubereitung, das Geräusch bei der Extraktion steigert die Vorfreude auf das Resultat in der Tasse", erklärt **Horst Nikolaus**, Geschäftsführer der JURA Elektrogeräte Vertriebs-GmbH. Die UVP der ONO liegt bei 349,00 Euro, die Mühle ist zu einer UVP von 159,00 Euro erhältlich.

BRAUN PREMIUM TESTWOCHEN Braun Qualität testen und sparen

Braun startet mit einer attraktiven Testwochen-Aktion in die Frühlingssaison und lädt Verbraucher*innen ein, seine Bestseller-Produkte rund um Rasur und Haarentfernung auszuprobieren. Wer Braun Rasierer und Epilierer oder IPL-Geräte (Intense Pulsed Light) beim Händler kauft, profitiert von bis zu 40 Euro Geld zurück. Die Cashback-Aktion läuft bis zum 31. Mai 2023 und wird mit aufmerksamkeitsstarker Instore-Kommunikation und Online-Präsenz begleitet. Zu den Aktionsprodukten zählen die Braun Modelle Series 9 Pro, Series 8, Series 7 Rasierer, Silk-expert Pro 5 IPL, Silk-épil 9 Flex und Silk-épil 9 Epilierer. Als PoS-Materialien stehen Einleger, Poster und Regalstecker zur Verfügung. „Braun ist der Nummer eins Wachstumstreiber in der Kategorie elektrische Haarentfernung und verfügt im Segment Herrenrasur über einen wertmäßigen Marktanteil von 64 Prozent, bei der Epilation sind es 81 Prozent“, sagt **Benno Stan**, Verkaufsdirektor Elektro-Channel für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Procter & Gamble.



GRAEF MESSERSCHÄRFER TESTSIEGER „Sehr gut“ für scharfe Messer

Haus & Garten Test nahm drei elektrische Messerschärfer von GRAEF unter die Lupe und vergab den Testsieg für den CX125 und die Note „sehr gut“ für das Modell CC150 und die Note „gut“ für den CC120. Dank den diamant- und keramikbeschichteten Schleifscheiben und dem

mehrstufigen, bogenförmigen Klingenaufbau bei exakter Winkelführung der elektrischen Messerschärfer von GRAEF lassen sich Klagen perfekt nachschärfen. Mit ihren verschiedenen Schleifwinkeln sind die Messerschärfer auch für asiatische Klagen perfekt geeignet.



MIT LEIFHEIT DEN HEUSCHNUPFEN BESIEGEN Nase voll vom Frühlings-Pollenflug

Die Nase läuft und nichts hilft dagegen – von Allergien geplagte Menschen kennen das Problem. Mehr als die Hälfte der Befragten (58 Prozent) leidet unter Allergien. Am häufigsten verbreitet sind der Klassiker, die Pollenallergie (65 Prozent) und eine Unverträglichkeit gegen Hausstaubmilben (65 Prozent). Damit einem das nötige Übel – also eine gründliche Putzroutine gerade für Allergiker – erleichtert wird, sorgt Leifheit mit seinen smarten Putzsystemen für ein rückstandsloses Putzergebnis ohne doppelte Arbeit. Der Dampfreiniger CleanTenso Power entfernt mit

Wasserdampf zuverlässig jede Art von Pollen und Staub, ganz ohne Chemie. Das Bodenwischsystem Clean Twist kann dank der Drill-Stiel-Mechanik bequem im Stehen ausgeschleudert werden. Ebenfalls ein echter „Body-guard“: der Luftreiniger Airfresh Clean von Soehnle. Dieser hilft, bis zu 99,95 Prozent der Allergene, Viren und Schadstoffe aus der Luft zu filtern und verhindert eine hohe Allergiebelastung zu Hause, bevor diese überhaupt entsteht. Perfekt also für alle, die im wahrsten Sinne des Wortes die Nase voll von Allergien haben!



PLUS X AWARD FÜR TINECO FLOOR ONE S5 EXTREME Beste Marke im Segment Nass- und Trockensauger

Tineco, Anbieter von intelligenten Haushaltsgeräten, erhält gleich zwei Auszeichnungen des renommierten PLUS X AWARDS. Die erste Auszeichnung geht an den FLOOR ONE S5 Extreme, Tinecos leistungsstarken Bodenreiniger, der speziell für die Reinigung von harten Böden wie Fliesen, Parkett und Laminat entwickelt wurde. Der Nass- und Trockensauger konnte dabei in den Kategorien High Quality, Design, Bedienkomfort und Funktionalität überzeugen. Damit schließt der FLOOR ONE S5 Extreme direkt an die Erfolge des vergangenen Jahres an, denn erst im November 2022 erhielt das Gerät bereits das Siegel „Sehr gut“ vom ETM Testmagazin. „Wir sind sehr stolz darauf, gleich zwei Auszeichnungen des PLUS X AWARD für Tineco gewonnen zu haben. Dies ist eine wichtige Anerkennung für die Innovation und die harte Arbeit unserer Teams,“ so **Marco Getz**, General Manager Germany bei Tineco.

Alle reden von Nachhaltigkeit. Wir bauen sie ein.

Die Grundig Nachhaltigkeits-Serie – mit Trommelgehäusen aus recycelten PET-Flaschen.

Es ist die vermutlich sauberste Art, Plastikmüll zu recyceln: Bis heute haben wir den Kunststoff von über 25 Millionen Plastikflaschen in mehr als 400.000 innovativen Trommelgehäusen aus recyceltem PET-Material verbaut. Auch sonst präsentieren unsere Waschmaschinen und Wäschetrockner sich in jeder Hinsicht umweltfreundlich: Sie sparen Wasser und Energie – und sind dabei auch noch besonders leise. Sie sehen: Die Grundig Nachhaltigkeits-Serie ist eine rundum saubere Sache.

GRUNDIG

Alles beginnt zuhause



Energieeffizienz der Extraklasse



LIEBHERR KÜHLT SPARSAM Silica Vakuum-Isolierung

Energie sparen und umweltbewusst leben, eine wichtige Frage unserer Zeit. Daraus will Liebherr-Hausgeräte mit seinen langanhaltend energieeffizienten Frischelösungen eine Antwort geben. Der Spezialist für Stand- oder Einbaukühlschränke über Kombinationen bis zu Gefrierschränken, will dies mit neuer Technologie erreichen. Besonders Geräte, die im Alltag im Dauereinsatz sind, können einen echten Unterschied in der Stromrechnung und in der Klimabilanz erreichen. Daher liefern die Kühllösungen von Liebherr ausgezeichnete Frischeleistung bei dauerhaftem geringem Energiebedarf.

Das erreicht Liebherr mithilfe innovativer Technik: In den Geräten werden ausschließlich hochwertige Vakuum-Isolationspaneele mit Silica (Kieselsäure) eingesetzt. Die Kieselsäure sorgt dafür, dass der Energieverbrauch selbst nach vielen Jahren der Nutzung weiterhin gering bleibt. Auch die optimal abgestimmte Elektronik und Kompressorleistung trägt dazu bei, dass die Geräte wenig Strom trotz durchgängigem Betrieb benötigen.

Die aktuellen Geräte punkten durch hohe Effizienz bis ins letzte Detail – dank Features wie dem EnergySaver und HolidayMode. Natürlich bieten die aktuellen Kühlgeräte die bewährte BioFresh-Technologie, die Obst, Gemüse, Fleisch, Fisch oder Milchprodukte besonders lange frisch hält.

Dazu gehören Features wie HydroBreeze. Ein kalter Nebel um 0°C,



Martin Ludwig, Head of Business Liebherr Deutschland: „Die Kombination von optimaler Lagerung der Lebensmittel mit niedrigem Energieverbrauch ist das Ziel unserer Entwicklung, verbunden mit einem langen Lebenszyklus unserer Geräte.“

Optimale Isolierung – statt Schaumstoff verwendet Liebherr hochwertige Vakuum-Isolierpaneele mit Silica, die zudem gegenüber geschäumter Isolation den Vorteil haben, über Jahre hinweg die gleiche Isolation zu bieten.

der sich wie Balsam über das Obst und Gemüse legt. Er sorgt für knackige Frische und verbessert die Struktur – der besondere Wow-Effekt für Obst und Gemüse im BioFresh Professional-Safe. HydroBreeze aktiviert sich alle 90 Minuten für 4 Sekunden und für 8 Sekunden bei Türöffnung.

Mit BioFresh lagern Lebensmittel unter optimalen Klimabedingungen. Obst und Gemüse bei einer Temperatur knapp über 0°C, Fleisch, Fisch oder Meeresfrüchte deutlich kälter bei -2°C.

Werbematerial für alle Kanäle von Handelspartnern: Eine Anzeigenkampagne sowie Beihefter in weitverbreiteten Publikumszeitschriften bringt die

Vorteile der energieeffizienten Geräte von Liebherr direkt an den Endkunden. Für den PoS steht eine zusätzliche Version des Prospekts zur Verteilung, das vom Handel neben anderen Materialien bestellt und vor Ort verteilt werden kann. Als neues Format setzt der Kühlschrankspezialist für seine Energieeffizienzoffensive auf deutschlandweit ausgespielte Radiospots. Auch diese stellt Liebherr seinen Handelspartnern zu Anpassungen und Ausspielungen in ihrer Region bereit. Für Onlinemarketing platziert Liebherr ein umfangreiches Content-Paket mit unterschiedlichen Bannern und Videomaterial auf Webseiten im Premium-Umfeld.

Weinkühler für Genießer: Liebherr-Hausgeräte bringt neue Weinlagerschränke für die Aufbewahrung und den Genuss von rundum perfekt gelagertem Wein für zu Hause auf den Markt. Für höchste Anforderungen an die Weinlagerung schaffen die Geräte eine Umgebung wie in einem echten Weinkeller. Ganz gleich, um welchen Wein es sich handelt, eine störungsfreie Aufbewahrung ist für sein Reifen und die geschmackliche Entwicklung unerlässlich. Für die Gewissheit, dass keinerlei Temperaturveränderungen im Geräteinneren auftreten, misst TempProtect Plus mittels zwei Sensoren permanent die Temperatur. Die präzise elektronische Steuerung in allen GrandCru-Weinlagerschränken gewährleistet die konstante Einhaltung der zwischen +5°C bis +20°C einstellbaren Temperatur, die mühelos über das Touch-Display eingerichtet werden kann. Mit HumiditySelect kann die Luftfeuchtigkeit in zwei Stufen eingerichtet werden, sodass die GrandCru-Weinlagerschränke entfeuchtet oder befeuchtet werden.





Siemens Hausgeräte begeistert mit neuem Shop-in-Shop-System den Elektrofachhandel

Hausgeräte von Siemens stehen für Fortschritt und einen modernen Lebensstil. Das soll künftig auch am Point of Sale noch besser zum Ausdruck kommen. Deshalb präsentiert die Marke ein modulares Shop-in-Shop-System für den Elektrofachhandel, das ab August 2023 mit seinem eleganten Look & Feel Lust auf ein „Mehr“ an Technologie, Vernetzung und Design macht.

Das neue System umrahmt ausgewählte Premium-Geräte durch hochwertige Wand- und Inselemente. Dabei setzt Siemens auf edle Materialien in Eichenholz-, Marmor- und Betonoptik. So entsteht eine lebendige Shopping-Atmosphäre, die das zeitlose Design des Produktangebots unterstreicht. Kundinnen und Kunden können sich auf diese Weise leicht

vorstellen, wie ein Backofen, ein Induktionskochfeld mit integriertem Dunstabzug oder ein großzügiges Kühlgerät von Siemens in ihrem eigenen Zuhause wirken könnten. Welche Mehrwerte in den Geräten stecken, bringen ihnen Produktvideos und -animationen an den eingebetteten Screens nahe.

Flexibilität ist Trumpf: Alle Module lassen sich in nahezu jeden Verkaufsraum integrieren: Voraussetzung ist lediglich eine ausreichend große Fläche und Personal für die Beratung. Von Wand- bis Inselementen, vom Hochschrank über Displayeinbauten bis zum Bodenbelag hat Siemens dabei an alles gedacht. „Es war uns wichtig, dass unser neues Shop-in-Shop-System so flexibel ist, wie

nur möglich“, sagt **Christoph Luis**, Vertriebsleiter für Elektrofachhandel bei Siemens Hausgeräte. „Denn ob in der Stadt oder auf dem Land: Wir wollen es Elektrofachhändlern in ganz Deutschland erleichtern, höherwertig zu verkaufen und damit ihren Umsatz zu steigern.“

Rundum sorglos zum perfekten PoS-Auftritt: Um sich das neue PoS-System für ihr Ladengeschäft zu sichern, wenden sich interessierte Händler am besten an ihren regionalen Außendienst. Nach Vertragsabschluss kümmert sich Siemens Hausgeräte um die gesamte Organisation: von Aufmaß und Planung bis hin zu Gerätelieferung und Aufbau. Damit die Fläche immer auf dem neuesten Stand bleibt, ist die kontinuierliche Pflege inklusive.



StiWa-Preistipp Gorenje OptiBake Backofen:

Elf Pyrolyse Backöfen wurden in der Märzauflage von *test* unter die Lupe genommen. Der Einbaubackofen BPS6737E14BG von Gorenje überzeugt besonders in puncto Preis-Leistung. Er erhielt die Note 2,6 bei einem aktuellen Marktpreis von 490 Euro. Im Fokus des Backofen-Tests standen Kategorien wie Backen, Grillen, Temperatur und Dauer, Handhabung und Reinigung. Insbesondere beim Grillen und beim wichtigen Thema Sicherheit konnte der Gorenje Einbaubackofen zweimal mit der Bestnote „sehr gut“ punkten. Da im Pyrolyse-Programm extrem hohe Temperaturen bis zu 500 Grad erreicht werden, legten die Tester ein besonderes Augenmerk auf eine gute Isolation der Backofentür. Gorenje überzeugte in diesem Punkt auf ganzer Linie.

„Wir freuen uns über die erneute Auszeichnung der OptiBake Einbaubackofen-Reihe. Nach den diversen Design-Preisen bestätigt das Ergebnis der Stiftung Warentest jetzt auch das Preis-Leistungsverhältnis. Ziel der Marke Gorenje ist es, eine topmoderne und durchdachte Ausstattung in einem Preisrahmen anzubieten, der für eine breite Zielgruppe erschwinglich ist“, betont **Anna Stuber**, Produkt Marketing Managerin, Hisense Gorenje Germany.

Neben der Pyrolyse Selbstreinigungsfunktion bietet das von der Stiftung Warentest als Preistipp ausgezeichnete Modell viele weitere Features, die das Kochen und Backen im Alltag schneller und einfacher machen: Airfry, FastPreheat und Pizza-Funktion sind nur einige Beispiele. Die innovative HomeMade-Backofenform sorgt für eine ideale Luftzirkulation im Innenraum und schafft beste Voraussetzungen für gleichmäßige Back- und Gargenergebnisse. Dank des besonders großen Innenvolumens von 77 Litern ist der Backofen mit der Energieeffizienzklasse A+ ideal für den Alltag großer Familien geeignet.

SMEG erweitert seine Designlinie Selezione

Der italienische Hausgeräte-Hersteller Smeg erweitert sein Angebot für den Elektrofachhandel um vier zusätzliche Einbaubacköfen in der Designlinie Selezione. Mit dieser Designlinie richtet sich Smeg speziell an den Elektrofachhandel. Bislang gehörten mehrere Backöfen zum Programm. Nun baut Smeg das Sortiment um hochmoderne XL-Kombimikrowellengeräte, Dampfbacköfen sowie einen weiteren Backofen aus.

„Der qualifizierte Elektrofachhandel hat als Vertriebskanal für Smeg große Bedeutung“, be-

tont **Robert Tsanakaliotis**, bei Smeg Deutschland verantwortlicher Vertriebsleiter für den Elektrofachhandel. „Deshalb ist es uns besonders wichtig, ihn mit Geräten zu versorgen, die technisch auf dem neuesten Stand sind und gleichzeitig einzigartige Produktmerkmale wie den standardmäßigen Pizzastein bieten, um so den Abverkauf zu fördern.“

Olaf Nedorn, Geschäftsführer bei Smeg Deutschland, ergänzt: „In Italien ist Selezione als Designlinie ausgesprochen beliebt. Wohl auch, weil sich



schon in den Einsteigermodellen das kompromisslose Bekenntnis zu gutem Design widerspiegelt. Die Geräte haben daher auch in Deutschland großes Potenzial, neue Käufergruppen für die Marke Smeg zu begeistern.“



KAFFEEGENUSS ZELEBRIEREN Café Flair jetzt auch zu Hause

Vom Siebträger über French-Press bis hin zur klassischen Filterkaffeemaschine – die Wahl der Kaffeebereiter hängt von den eigenen, individuellen Vorlieben ab. Wer auf der Suche nach einer Siebträgermaschine ist, die den Einstieg in die Welt der Home Barista erleichtert, trifft mit der Sage Barista Express Impress die perfekte Wahl. Das neueste Modell überzeugt mit einem intelligenten Dosiersystem sowie einem Druckhebel für unterstütztes Tampen – optimal für jeden Barista-Neuling. Dank kompakter Größe und integrierter Mühle ist die Siebträgermaschine platzsparend.

Für alle, die eine Siebträgermaschine besitzen, ist eine Knock-Box im eigenen Barista-Universum unverzichtbar. Hat man den Abschlagbehälter einmal ausprobiert, möchte man nicht mehr darauf verzichten. Nicht zu groß für zu Hause, hat Sage mit der Knock Box Mini in Edelstahl eine praktische wie elegante Lösung parat.

Hochwertige Kaffeebohnen sind ein absolutes Muss. Denn jeder Kaffee ist nur so gut wie seine Bohne. Passend zur professionellen Espressomaschine sollte frisch gerösteter Spezialitätenkaffee zum Einsatz kommen.

Tipp: Infos zu Herkunft (Kaf-

Geschmackskombi, Maschine und Kaffee – Aga Rojewska, World Barista Champion 2018: „Die Sage Barista Express Impress kann nur mit dem richtigen Kaffee den vollen Geschmack entstehen lassen. Wer beim Kaffee spart, spart auch am Geschmack.“

feefarm, Produzentengruppe), Röstung, Röstdatum, Röstgrad und zum Geschmacksprofil auf der Verpackung sind ein Hinweis für Qualitätsbohnen. Außerdem sollte die Verpackung ein Aromaventil besitzen.

Agnieszka ‚Aga‘ Rojewska, World Barista Champion 2018:

„Für einen perfekten Kaffee genuss zu Hause sind zwei Dinge wirklich wichtig. Erstens: Achtet darauf, dass eure Siebträgermaschine die richtigen Parameter hat, um den Kaffee optimal zu brühen! Mit einfachen Worten: Sie muss eine stabile Temperatur haben, den

richtigen Druck erzeugen und in der Lage sein, eine ausreichende Kaffeemenge zu verwenden. Zweitens: Spart nicht an der Bohne. Qualitativ hochwertige, frische Kaffeebohnen aus einer zuverlässigen Quelle sind Voraussetzung für euer Spezialitätenkaffee-Erlebnis. Schaut euch unbedingt nach lokalen Spezialitätenröstern um. Die beziehen ihren Kaffee direkt von den besten Plantagen der Welt, rösten jede Woche frischen Kaffee und kontrollieren regelmäßig die Qualität. Viele rösten sogar jeden Tag - eine wichtige Voraussetzung, um zu Hause Kaffee in Barista-Qualität zu genießen.“



Miele feiert 25 Jahre Kaffeekompetenz mit attraktiven Angeboten: Zum Jubiläum bietet Miele seinen Kundinnen und Kunden noch mehr Leistung für ihr Geld: Allen Stand-Kaffeefüllautomaten ist ein Gutschein für Zubehör im Wert von bis zu 218 Euro beigelegt. Außerdem gibt es ein eigens aufgelegtes Aktionsgerät mit 160 Euro Preisvorteil. Die Aktion läuft bis zum 31. Juli 2023. Wer sich einen Stand-Kaf-

feefüllautomaten von Miele zulegen möchte, hat die Wahl zwischen drei attraktiven Baureihen: der besonders kompakten und preisgünstigen Einstiegsreihe CM5 Silence, dem komfortablen und vielseitigen CM6 Milk Perfection oder dem Spitzenmodell CM7 Coffee Passion mit seinen drei Bohnenbehältern und selbstständiger Entkalkung.

Eines jedoch haben alle diese Geräte gemeinsam: „Sie sind darauf



ausgelegt, für jeden Geschmack die perfekte Tasse Kaffee zuzubereiten, und dies wollen wir unseren Kundinnen und Kunden mit unseren Jubiläumsangeboten noch näherbringen“, sagt **Torsten Clausen**, Category Manager für Getränkezubereitung bei Miele.

Beim Kauf eines Geräts der Einstiegs-Baureihe CM5 gibt es einen ebenso praktischen wie eleganten Milchbehälter für die Zubereitung

heißer Milch oder cremigen Milchschaums im Wert von 65 Euro als kostenlose Zugabe in Form eines Gutscheins. Käuferinnen und Käufer eines CM6 erhalten das CoffeeCare Pflegeset für beste Hygiene und ein langes Geräteleben im Wert von 53,99 Euro. Wer sich für den CM7 entscheidet, erhält eine Edelstahl-Isolierkanne sowie je ein Kilogramm Miele-Kaffee der Mischungen „Café Crema“. Hier beträgt der Gesamtwert 218 Euro.



Philips Flip&Juice Blender: Smoothies, Saft oder Nussbutter im Handumdrehen

Smoothies und selbstgepresste Säfte sind längst von Trendgetränken zu festen Alltagsbegleitern geworden. Doch die vorgefertigten Fruchtgetränke im Supermarkt entsprechen nicht immer den persönlichen Vorstellungen. Die beste Variante? Selbst herstellen! Der neue Philips Flip&Juice Blender mit Entsaftermodul richtet sich nach den Vorlieben der Nutzerinnen und Nutzer und zaubert Smoothies und Säfte mit und ohne Fruchtfleisch, aber auch Suppen, Soßen, Desserts und Nussbutter in der gewünschten Konsistenz.

„Im ‚Handumdrehen‘ ist beim Flip&Juice Blender wortwörtlich zu verstehen. Für den Wechsel vom Mixer zum Entsafter muss nur der Becher umgedreht werden und los geht's!“, so **Julia Schwartz**, Marketing Manager Kitchen Appliances DACH bei Philips Domestic Appliances. „Durch dieses 2-in-1 Feature wird das Gerät zum platzsparenden Küchenhelfer, der auch einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leistet: Neben der stromsparenden Auto-Abschaltung fällt der Verbrauch von Einweg-Plastikflaschen für Fertig-Smoothies und -Säfte weg“, erklärt Schwartz weiter.

Der Philips Flip&Juice Blender arbeitet mit der bewährten ProBlend Ultra Technologie, die für einen gleichmäßigen und klumpfreien Mixfluss sorgt. Sie vereint drei speziell aufeinander abgestimmte Elemente: den 1.500 Watt starken Motor, den einzigartig gerippten 2-Liter-Tritan-Becher und die scharfen, gezackten Klingen. Das PowerTrio zerkleinert Lebensmittel bis ins Feinste und führt sie immer wieder zurück in den Mixstrom. Dank Schnellreinigungsfunktion ist eine nahtlose Zubereitung unterschiedlichster Lebensmittel möglich. Auch die abschließende Reinigung

Schneller Wechsel – um vom Entsafter zum Mixer zu wechseln, muss nur der Becher umgedreht werden. Also ein Gerät kaufen und quasi zwei bekommen.

ist schnell erledigt, da alle abnehmbaren Teile spülmaschinenfest sind. Die kleineren, ebenfalls 100 Prozent BPA-freien, Becher, die im Lieferumfang des Produktmodells HR3770/10 enthalten sind, können als Mixbehälter und To-Go-Trinkbecher verwendet werden.

Zusätzlich bietet die NutriU App über 200 Rezeptideen für Drinks, Gerichte und Snacks, die mit Hilfe des Philips Flip&Juice Blenders zubereitet werden können.

UVP Philips Flip&Juice Blender – HR3770/00 219,99 Euro. Philips Flip&Juice Blender – HR3770/10 249,99 Euro.

Oral-B iO kaufen und Google Pixel Buds als Geschenk sichern: Im Mai haben Kunden gleich doppelt Grund zur Freude: Das aktuelle „Wow“-Angebot von Oral-B rund um seine elektrischen Premium-Zahnbürsten bringt nicht nur die Zähne zum Strahlen, sondern verwöhnt auch die Ohren. Wer bis zum 31. Mai 2023 eine Oral-B iO Serie 7 bis 10 kauft, erhält die Bluetooth-Kopfhörer Pixel Buds A-Series von Google als Geschenk dazu. Für die Online-Registrierung und das Hochladen des Kaufbelegs haben die Käufer bis zum 14. Juni 2023 Zeit. Die Oral-B iO ist die erste elektrische Zahnbürste von Oral-B mit Magnetantrieb. Das System kombiniert die bewährten oszillierend-rotierenden Bewegungen mit einzigartigen Mikrovibrationen – für eine sanfte und präzise Reinigung. Eine rundum gelungene Mundpflege macht

JETZT GESCHENKT*:
Google Pixel Buds A-Series

Oral-B iO™

HOL DIR DEIN DOPPELTES WOW

* Nur Kauf einer Oral-B iO Serie (ausgenommen Oral-B iO 10) bis zum 31.05.2023. Nur solange der Vorrat reicht. Details auf oralb-wow.com.

der Newcomer von Oral-B innerhalb der revolutionären iO-Serie möglich: die Oral-B iO10 mit iOsense – ein Smart Gadget, das das Zähneputzen noch stärker personalisiert und so eine neue Ära

der täglichen Mundpflege einleitet. Die intuitiven LEDs des iOsense zeigen den Putzfortschritt an und signalisieren, welche Bereiche im Mund noch mehr Aufmerksamkeit benötigen.