



JURA Z10 Aluminium Midnight Blue Elegance und Komfort

Einem besonderen Akzent setzte JURA durch die Stilikone Z10 in neuer Farbvariante Aluminium Midnight Blue. Inspiriert vom nächtlichen Sternenhimmel strahlt sie eine besondere Faszination aus und zeigt sich als Blickfang, der niemanden kaltlässt. Die Z10 bietet 32 Spezialitäten – dank des Cold-Brew-Verfahrens auch als kalte Erfrischungen. Optisch ist der Vollautomat der Spitzenklasse geprägt von kompromissloser Qualität, hochwertigen Materialien sowie höchster Verarbeitungspräzision.



Gespräche über Kaffee – wir wollten von den Managern der wichtigsten Hersteller für Kaffeevollautomaten erfahren, wie es um den Markt steht und welche Argumente die Kunden für einen Kauf überzeugen. Ihre Meinungen sagten uns Susanne Haring, Geschäftsführerin De'Longhi Deutschland und Österreich, Horst Nikolaus, Geschäftsführer JURA Elektrogeräte Deutschland, und Bastian Schwenke – Management Beverage and Breakfast, Bosch Siemens Hausgeräte.

Genießen vereinfacht. Frische verdreifacht.

Bio
Fresh

+13 Tage*

+3 Tage*

+10 Tage*

Bei einer Temperatur von knapp über 0 °C und optimaler Luftfeuchtigkeit bleiben Lebensmittel in den BioFresh-Safes von Liebherr bis zu drei Mal länger frisch. Gut für Vitamine und Nährstoffe. Und gut für Ihre Kunden: kein überflüssiges Wegwerfen und selteneres Einkaufen, dafür mehr Zeit und Geld zum Genießen der Lieblingslebensmittel. BioFresh von Liebherr ist eben mehr als bis zu drei Mal längere Frische.

Genuss auf ganzer Linie. Mit BioFresh von Liebherr.



Erfahren Sie mehr:
home.liebherr.com/biofresh

LIEBHERR

*Die Tagesangaben beziehen sich auf den Vergleich zum normalen Kühlteil

NAMEN & ZITATE / INHALT

HDE

Der Handelsverband Deutschland (HDE) bewertet positiv, dass sich die Bundesregierung in ihrem 10-Punkte-Papier für den Wirtschaftsstandort Deutschland zur Förderung von künstlicher Intelligenz (KI) als Zukunftsinvestition bekennt. Auch der angekündigte Einsatz für pragmatische Lösungen im Zusammenhang mit der angedachten KI-Verordnung der EU ist aus Sicht des Verbandes ein wichtiges Signal. „Künstliche Intelligenz kann zum Erfolgsgaranten des modernen Einzelhandels werden. Mehr als zwanzig Prozent der Handelsunternehmen setzen KI bereits in einzelnen Bereichen oder unternehmensübergrei-



fend ein“, so **Stephan Tromp**, stellvertretender HDE-Hauptgeschäftsführer. In der Branche sei KI bereits ein Megatrend, der ein flexibles und personalisiertes Einkaufserlebnis sowie optimierte Prozesse und Entscheidungen verspreche. In Verbindung mit großen Datenmengen (Big Data) bieten sich dem Handel Tromp zufolge ungeahnte Möglichkeiten. „Die Politik ist gefordert, hier gezielt mit Investitionshilfen zu unterstützen und die Entwicklung auf diese Weise weiterzutreiben“, so Tromp weiter. Gleichzeitig warnt der HDE vor einer Überregulierung im Bereich KI, die Deutschland wieder weit hinter Unternehmen beispielsweise in den USA zurückfallen lassen würde. „Das darf nicht passieren. Wir brauchen faire und sachlich begründete Regeln für KI, die weder naiv noch ängstlich mit KI-Anwendungen umgehen“, betont Tromp.

www.einzelhandel.de

MIDEA



Erling Haaland, Top-Stürmer bei Manchester City, wirbt jetzt für den Hausgerätehersteller. „Midea ist ein stolzer Partner von Manchester City. Ich fand es bereits während meiner bisherigen Zeit bei City super, wenn ich bei Kampagnen mit Midea dabei sein konnte. Nachdem ich noch mehr über die Größe und Ambitionen des Unternehmens erfahren habe, freue ich mich, nun sogar Global Brand Ambassador zu werden.“

FALMEC



Lukas Simon und **Irina Stan** sind als neue Verkaufsberater für Baden-Württemberg (PLZ 70 bis 79) beziehungsweise Süd Bayern (PLZ 80 bis 89) beim Lüftungsexperten Falmece zuständig. Die Hotelfachfrau Irina Stan war als Verkaufsberaterin erfolgreich in der Möbelbranche, sie folgt auf **Korbinian Meisetschläger**; Küchenfachberater Lukas Simon kommt von Grimm Küchen, er folgt auf **Dennis Pflaum**.

SAGE



Gerd Holl, bisheriger Managing Director Central & East Europe, verlässt nach sechs Jahren in der Geschäftsführung die Sage Appliances GmbH. **David Gubbin**, Präsident EMEA Sage Appliances, betont: „Insbesondere der erfolgreiche Ausbau von Kundenbeziehungen, die Etablierung eines profitablen Geschäfts sowie der Aufbau und die Führung des Teams sind auf seine Fähigkeiten und Qualitäten zurückzuführen.“

SIEMENS



Oliver Hartmann vertritt künftig als regionaler Repräsentant die Belange der Siemens AG in der Metropolregion. „Oliver Hartmann ist ein aktiver Netzwerker in der Region und bringt als überzeugter Protagonist der Transformation zum fokussierten Technologie-Unternehmen alle Voraussetzungen mit, die Zukunft von Siemens in der Region zielgerichtet mitzugestalten“, so Siemens-Finanzvorstand **Ralf P. Thomas**.

JUNG



Jürgen Kitz, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, scheidet mit sofortiger Wirkung aus dem Unternehmen aus, das gibt die Albrecht Jung GmbH & Co. KG aus Schalksmühle bekannt. Wie das Unternehmen mitteilt, war es „trotz gemeinsamer Bemühungen [...] nicht möglich, die unterschiedlichen Vorstellungen in Einklang zu bringen. Dieser Schritt erfolgt in gegenseitigem Einvernehmen und Respekt“.



Horst Nikolaus: Der Jura-Geschäftsführer spricht im Interview über die Chancen des Handels im Weihnachtsgeschäft.

Seite 11



Susanne Harring: Die De'Longhi-Chefin Deutschland und Österreich spricht im Interview über das Ziel, die Marktführerschaft weiter auszubauen.

Seite 11

Inhalt

Personen: Wirtschaft	3
Moccamaster: Kaffee frisch gebrüht	4
LG: Net-Zero House	4
Braun: Series 9 Pro+ Rasierer	5
Oral-B: Jugendliche Zahnpflege	5
Samsung: SmartThings Aktion	6
Samsung: Bespoke Life	7
Samsung: Jet Portfolio	7
Ninja: 370 Grad Woodfire	8
WMF: Perfection 600 Serie	9
Jura: J8 twin mit zwei Mahlwerken	10
Jura: Interview Horst Nikolaus	11
De'Longhi: Trendkaffee Cold Brew	11
De'Longhi: Interview Susanne Harring	12
Siemens: EQ900 Kaffeefullautomat	12

Unternehmen	Personen
Braun	5
De'Longhi	12
Falmece	3
HDE	3
Jung	3
Jura	10
LG	4
Midea	3
Miele	5
Moccamaster	4
Ninja	8
Oral-B	5
Sage	3
Samsung	5
Siemens	3, 12
WMF	9
Benjamin Braun	6
Tom Brown	8
Charlie Cox	6
Diana Diefenbach	7
David Gubbin	3
Erling Haaland	3
Susanne Harring	12
Oliver Hartmann	3
Gerd Holl	3
Jürgen Kitz	3
Korbinian	
Meisetschläger	3
Horst Nikolaus	11
Dennis Pflaum	3
Bastian Schwenke	13
Lukas Simon	3
Irina Stan	3
Ralf P. Thomas	3
Stephan Tromp	3

Moccamaster

Frisch gebrüht, Filterkaffee-Maschine

Filterkaffee, wie Oma ihn machte, davon träumt auch im Zeitalter der Kaffeefull-automaten noch mancher. Diesen Traum will Moccamaster aus den Niederlanden wieder wahr werden lassen. Das Design der Maschinen ist rund 50 Jahre alt und wurde noch wenig modifiziert. Die Moccamaster gilt bereits als Designklassiker. Doch viel wichtiger als die farbigen Maschinen ist wohl das Ergebnis. Ganz einfach gesagt, sie brüht das Kaffeepulver wie es auch Oma schon gemacht hat. Das 96 Grad heiße Wasser wird in Intervallen durch mehrere Öffnungen, vergleichbar mit einer Dusche, auf den gemahlene Kaffee gesprüht. Das sorgt für eine gleichmäßige Durchfeuchtung des Pulvers und damit für den perfekten Auszug des Kaffeegeschmacks. Die Brühzeit beträgt etwa sechs Minuten für eine volle Kanne. Die Kapazität liegt bei 1,25 Liter, was in etwa zehn Tassen Kaffee entspricht. Natürlich wird der



Kaffee auch warm gehalten, doch nach 40 Minuten schaltet sich diese Funktion ab. Verständlich, denn noch länger aufgewärmter Kaffee ist für Genießer im wahrsten Sinn des Wortes ungenießbar. Das Angebot von Moccamaster umfasst drei Maschinen, von denen die KBG Select in 21 Farben angeboten wird. Die UVPs reichen von 215 Euro für die Ein-Becher-Maschine bis zu 249 Euro für das Topmodell.

www.moccamaster.de

LG präsentierte im „Net-Zero House“ auf der IFA 2023 ein umfangreiches Sortiment an Haushaltsgeräten mit der Energieeffizienzklasse A und besser. Die neuesten Küchen-, Wasch- und Wohnlösungen von LG sind für ein nachhaltigeres Leben entwickelt und bedienen das



EFFIZIENZ MIT LG "Net-Zero House" Innovative Haushaltsgeräte energie-sparend bei herausragender Leistung



Ebenso effizient die LG Kühl-/Gefrierkombination mit unterem Gefrierfach und der Energieeffizienzklasse A -20 Prozent. Sie wird vom LG Smart Inverter Compressor angetrieben, der durch seine Geschwindigkeitsanpassung an den tatsächlichen Verbrauch eine beeindruckende

wachsende Bedürfnis vieler Kunden, den Stromverbrauch, die Betriebskosten und die Umweltbelastung zu senken. Das neue Duo aus Frontlader-Waschmaschine und Trockner sorgt für saubere und trockene Wäsche, ohne die Stromrechnung in die Höhe zu treiben. Die Waschmaschine hat eine Energiebewertung von A -40 Prozent erhalten, der Trockner wurde mit A+++ -20 Prozent bewertet. Die intelligente Waschmaschine ist mit dem neuen LG Waschprogramm AI Wash ausgestattet. Mithilfe dieser Technologie wählt sie das optimale Waschmuster aus, um den Gewebeschutz um bis zu zehn Prozent zu erhöhen und so die Lebensdauer der Kleidung zu verlängern. Die AI Dry-Funktion des Trockners kann das Gewicht der Wäsche, die Stoffart und den Feuchtigkeitsgehalt erkennen und darauf basierend die optimale Trocknungszeit und -temperatur für die individuelle Ladung einstellen.

Energieeffizienz bietet und mit einer zehnjährigen Garantie aufwartet. Der äußerst zuverlässige Kompressor erzeugt weniger Lärm als jeder andere Kompressor seiner Klasse. Um die Frische der Lebensmittel zu verlängern, beschränkt LGs LINEARCooling Temperaturschwankungen auf $\pm 0,5$ Grad Celsius, während das DoorCooling+ für eine schnelle und gleichmäßige Kühlung in jeder Ecke des Kühlschranks sorgt.

Die Energieeffizienzklasse A++ des neuen 24-Zoll-Einbaubackofens (60 Zentimeter) von LG ist vor allem den verbesserten Isolierungen, der optimierten Heizungssteuerung und der vierschichtigen Glastür zu verdanken. Auch der LG QuadWash-Geschirrspüler ist besonders energieeffizient: Er ist mit einem stromsparenden Inverter Direct Drive Motor ausgestattet und bietet eine Energieeffizienzklasse von A -10 Prozent.



MIELE WÄSCHEPFLEGESCHRÄNK Frische Brise für die Kleidung

Der Anzug oder der Pulli riecht nach Pizza und Spagetti Aglio Olio vom Besuch beim Italiener, oder man wurde von einem Regenschauer überrascht. Statt gleich die Reinigung zu bemühen, empfiehlt Miele jetzt seinen Wäschepflegeschränk Aerium. Bereits nach 45 Minuten (PowerFresh und DryFresh) können die Kleidungsstücke wieder entnommen werden. Eine manuelle Anpassung der Zeit ist, je nach Fasern, Geruchsintensität und Anzahl der Gegenstände, ebenfalls möglich. In allen Programmen werden die Textilien optional durch das Miele-Feature FragranceDos mit exklusiven Düften wie zum Beispiel Aqua oder Nature beduftet. Der Grad der Intensität kann individuell angepasst werden. Zu jedem der drei Programme lässt sich die Option Hygiene hinzuwählen. Hier wird mit der innovativen Hionic Plasma Technologie ionisierte Luft erzeugt, mit der fast alle Allergene, Bakterien und Viren unschädlich gemacht werden – bei niedrigen Temperaturen, sodass auch empfindliche Textilien schonend aufgefrischt oder getrocknet werden. UVP 3.959 Euro.



ORAL-B MyWay Zahnpflege für Jugendliche

In enger Zusammenarbeit mit Zahnärzt:innen entwickelt, ermöglicht die Oral-B iO MyWay eine gezielte Reinigung, auch speziell für Jugendliche mit kieferorthopädischen Maßnahmen wie Zahnspangen und Retainer. Durch die revolutionäre iO-Technologie verwandelt die Oral B iO MyWay die für Jugendliche oft lästige Aufgabe einer sorgfältigen Mundhygiene in ein echtes Highlight – mit dem großartigen Ergebnis von 100 % saubereren Zähnen und gesünderem Zahnfleisch. Fast die Hälfte (45 %) aller Kinder ab 10 Jahren trägt eine Zahnspange, 96 % von ihnen entwickeln Krankheiten von Zähnen und Zahnfleisch. Die neue Oral-B iO MyWay widmet sich den speziellen Bedürfnissen und Herausforderungen der jugendlichen Zahnpflege. UVP 149,99 Euro.



BRAUN RASIERER SERIES 9 Pro+ Rasieren mit Massage

Der neue Braun Series 9 Pro+ Rasierer überzeugt vor allem durch sein besonderes Plus an Gründlichkeit und Präzision. Mit dem ProComfort-Aufsatz wird die Haut zunächst mit 387 Massage-Noppen sanft massiert, um sie so perfekt auf die Rasur vorzubereiten. Durch den Massage-Effekt werden die Härchen leicht aus ihrem Haarkanal herausgezogen, und da sie sich erst sehr langsam wieder in den Haarkanal zurückziehen, können sie tiefer abgeschnitten werden, was eine gründlichere Rasur bewirkt. Der Scherkopf sorgt dann mit seiner Sonic-Technologie und 10.000 Mikroviibrationen pro Minute für eine makellose Rasur.

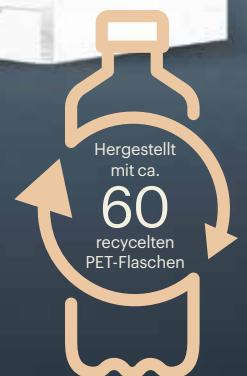
Alle reden von
Nachhaltigkeit.
Wir bauen sie ein.

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



grundig.de

MIT SAMSUNG SmartThings EIN SMARTES ZUHAUSE SCHAFFEN

Eine App für Energiesparen, Sicherheit und mehr Lebenskomfort

Eine im Auftrag von Samsung durchgeführte Studie von Opinion Research zeigt die Wünsche europäischer Verbraucher bei der Entscheidung für Haushaltsgeräte. Besonders wichtig sind ihnen Energiesparen, Sicherheit, mehr Effizienz im Alltag und der Zugang zu erstklassigen Entertainment-Angeboten. Ideale Voraussetzungen dafür schafft das ständig wachsende SmartThings-Ökosystem von Samsung mit seinen aktuell 185 Millionen Nutzern weltweit.

Die Idee hinter SmartThings ist, dass das smarte Zuhause einfach per App kontrolliert und gesteuert werden kann – auch ohne technische Expertise. Damit will Samsung nahtlose Unterhaltungsmomente verschaffen, genauso wie ein Gefühl von Sicherheit geben. Das hat mehr Bedeutung denn je, denn in ganz Europa ist der Stellenwert für das eigene Zuhause gestiegen. Das liegt nicht zuletzt daran, dass es mehr Funktionen erfüllt: vom Home-Office bis hin zum Rückzugsort für Entspannung und Unterhaltung. Dabei zeigt die Studie, dass der Enthusiasmus für Technologie im eigenen Heim groß ist: Sieben von zehn der Befragten (71 %) stimmen zu, dass Technologie einen positiven Einfluss auf ihr tägliches Leben hat. Dabei hat Technologie Auswirkungen darauf, wie wir mit Familie und Freunden interagieren, Hausarbeit erledigen und unseren Hobbys nachgehen.

Genießen in einer neuen Dimension

Für all diejenigen, die eine Leidenschaft für Kulinarisches haben, gibt es gute Nachrichten: Sie können künftig ihre Freude am Kochen und Essen mit Samsung Food voll ausleben und mit anderen teilen. Die neue All-in-One-App bietet umfangreichen Support: vom Stöbern, Speichern und Teilen von Rezepten über die gemeinsame Planung von Mahlzeiten bis hin zum Einkaufen der Lebensmittel und letztlich zur Zubereitung. Die auf der IFA vorgestellte App ist in 104 Ländern und acht Sprachen verfügbar. Weltweites Wissen zu Lebensmitteln und 160.000 Rezepte sind damit nur einen Fingertipp entfernt. Alle Nutzer haben die Möglichkeit,

Teil der Community zu werden und eigene Rezepte einzustellen und zu teilen. Dabei bietet die App vor allem all jenen hilfreiche und individuelle Unterstützung, die Wert auf bewusste Ernährung und gesundes Kochen legen. Denn sie verbindet Informationen zu Nährwertangaben für Mahlzeiten über die Funktion „Healthy You“ mit konkreten Anleitungen für die richtige Zubereitung. Die App schickt Garzeiten und -temperatur direkt an den kompatiblen Samsung Ofen.

Bis Ende des Jahres wird



Samsung Food mithilfe von Food AI auch personalisierte Rezepte bereitstellen, die zu den Ernährungsgewohnheiten passen. Damit kann beispielsweise ein Rezept per Knopfdruck in eine vegane Variante gewandelt werden. In einer zusätzlichen Erweiterung, die noch in diesem Jahr erfolgen soll, wird die App mit Samsung Health verlinkt, sodass maßgeschneiderte Ernährungspläne an Vorlieben und Bedürfnisse angepasst werden können, um die individuellen Ernährungsziele zu unterstützen. Für 2024 kündigt Samsung an, dass Samsung Food dank Vision AI-Technologie Fotos von Mahlzeiten automatisch auswerten kann, um Nährwertangaben abzurufen, Zutaten zu erkennen und passende Rezepte zu empfehlen.

Ressourcen sinnvoll einsetzen und sparen

Bei der Entwicklung von Produkten und Services legt Samsung Wert darauf, dass sie Menschen dabei helfen können, Geld zu sparen und einen Beitrag zum Schutz der Umwelt zu leisten. Das sind Themen, die auch europäische Verbraucher besonders beschäftigen: Mehr als drei Viertel (77 %) der Befragten geben an, dass

sie nach technischen Produkten suchen, die Energie sparen. Nicht nur, um ihr Budget zu schonen, sondern auch um die Umwelt zu schützen. Über zwei Drittel (67 %) der Studienteilnehmenden finden es außerdem wichtig, dass sie neue Geräte mit einer App verbinden können, um ihren Energieverbrauch zu überwachen und zu reduzieren.

Angesichts der europaweit steigenden Energiepreise sind 72 % der Befragten zudem besorgt über die Kosten für den Betrieb ihrer Hausgeräte. Hier kann

SmartThings Energy helfen, den Verbrauch an die individuellen Bedürfnisse anzupassen und ihn damit zu senken. Der AI Energy Mode in SmartThings Energy ermöglicht es beispielsweise, den Stromverbrauch einer Waschmaschine zu überwachen und anzupassen, was letztlich zu Energieeinsparungen von bis zu 70 % führen kann.

Samsung hat sich außerdem mit der internationalen Meeresschutzorganisation Ocean Wise und dem Bekleidungshersteller Patagonia zusammengetan, um Lösungen für das Problem der Mikrofaserablösung zu finden. Der Mikroplastik-Filter ist ein externer Waschmaschinenfilter, der die Mikroplastik-Emissionen bei Waschgängen um bis zu 98 % reduzieren kann. **Charlie Cox**, Manager of Microplastic Solutions bei Ocean Wise, sagte auf der IFA: „Im Rahmen unserer Zusammenarbeit mit Samsung und Patagonia konnte Ocean Wise dabei helfen, der Industrie einen Weg aufzuzeigen, wie der Anteil von Mikrofasern, die durch Waschvorgänge in die Ozeane gelangen, eingedämmt werden kann. Durch Neuheiten wie den Mikroplastik-Filter geben wir Menschen eine einfache Lösung für den Alltag an die Hand, mit der sie ihren Mikrofaserverbrauch redu-

zieren können. Ganz im Sinne der Ozeane.“

Großes Thema Sicherheit

Die Umfrage offenbarte noch ein weiteres wichtiges Thema für Menschen in Europa: Sicherheit. Dabei zählen die Befragten die Überwachung des eigenen Zuhauses, wenn man nicht da ist (54 %), das Gefühl von Sicherheit, wenn man allein zu Hause ist (39 %) und die Sicherheit der Familie, wenn man nicht zu Hause ist (39%), zu den wichtigsten Vorteilen beim Einsatz intelligenter Technologien.

Zum SmartThings-Ökosystem gehören eine Reihe von Partnern, die Menschen dabei helfen, für sich und ihre Familien ein sicheres Zuhause zu schaffen. Dazu zählt jetzt auch Yale, ein Experte für Heimsicherheit. Das Yale Linus Smart Lock und der neue Smart Opener für Tor und Garage, mit dem sich Türen und Tore aus der Ferne über die App verriegeln lassen, können zu einem Gefühl von Sicherheit für alle Familienmitglieder beitragen.

Durch die Integration der Produkte von ABB sowie SMA in SmartThings Energy können Häuser sicherer und intelligenter werden und zu einem bewussteren Umgang mit Ressourcen beitragen. Damit eröffnen sich eine Reihe spannender Szenarien: Zum Beispiel laufen die Geräte dann zur optimalen Zeit, der Energieverbrauch wird überwacht, um ihn an die Energiepreise und das Verbrauchsverhalten anzupassen, und die Energienutzung wird auf Grundlage der Solarproduktion abgestimmt.

„Wir möchten, dass unsere Nutzer Zeit haben für die Menschen, Orte und Aktivitäten, die ihnen am wichtigsten sind“, sagt **Benjamin Braun**, Chief Marketing Officer, Samsung Europe. „Daher werden wir auch weiterhin das Potenzial neuer Technologien ausreizen, um das SmartThings-Ökosystem weiterzuentwickeln und zu vergrößern. Unser Ziel ist es, dass Menschen noch stärker von einer vernetzten Umgebung profitieren und sich den Dingen widmen können, die am meisten Bedeutung für sie haben – ganz einfach ‚Connections that Matter‘.“



Sparsam, smart und stilbewusst

Samsung hat sein Waschen- und Svielfach ausgezeichnetes Kühlen-Portfolio weiter ausgebaut und auf der IFA 2023 die aktuellen Geräte vorgestellt. In den Bereichen Waschen/Trocknen und Kühlen stehen Energieeffizienz, Konnektivität, der Einsatz von künstlicher Intelligenz mit SmartThings sowie Bespoke Life im Fokus. Mit den neuen intelligenten, vernetzten Geräten soll die alltägliche Arbeit im Haushalt leichter von der Hand gehen. Energie und Ressourcen werden dank besserer Energieeffizienzklassen, angepasstem Energieverbrauch und dem Einsatz des AI Energy Mode eingespart. Weiteren Ressourcenschutz ermöglichen beim Waschen zudem das Mikroplastik-Programm sowie der Mikroplastik-Filter für die Frontlader-Modelle und Waschmaschinen anderer Hersteller.

„Unser erweitertes Portfolio vereint Komfort, Ressourcenschutz und Lifestyle. Die Geräte sind noch intelligenter, vernetzter und ressourcenschonender geworden“, sagt **Diana Diefenbach**, Senior Manager Technical Product Management and Communication bei Samsung Electronics. „Energieeffizienz und nachhaltige Technologien sind weiterhin zentrale Kaufkriterien für Verbraucher und Verbraucherinnen, das belegt nicht zuletzt der jüngste GfK Nachhaltigkeitsindex. Mit unserem breit aufgestellten Portfolio haben sie nun eine größere Auswahl, um das für ihre Lebens- und Wohnsituation passende Gerät zu finden.“

Kühlschranktür auf – Kühl-schranktür zu: Kaum eine Tür im Haushalt wird häufiger bewegt als die

des Kühlschranks. Und jedes Mal entweicht kalte Luft. Ein klassischer Fall für den SmartThings AI Energy Mode. Die KI analysiert, dass am Abend die Tür besonders häufig und lange geöffnet wird – denn das Abendessen wird vorbereitet. Sie steuert dementsprechend den Kompressor und hat aus dem Nutzungsverhalten gelernt, wann es sich lohnt, den Kühlschrank wieder vollständig herunterzukühlen.

Zudem kommt im Rahmen des erweiterten Line-ups eine Reihe von Modellen mit besseren Energieeffizienzklassen als ihre Vorgänger. Ausgeweitet wird die erfolgreiche Serie der RS8000 Side-by-Sides, die bereits über die für Side-by-Sides zurzeit beste Energieeffizienzkategorie C verfügt, um die Farbe Premium Black Steel.

Der möglichst sparsame Umgang mit Energie ist bei Waschmaschinen ein zentraler Aspekt. Die WiFi-fähigen Samsung Waschmaschinen können helfen, dieses Ziel zu erreichen. So können Nutzer den Energieverbrauch ihrer Waschmaschinen über SmartThings Energy tagesaktuell einsehen. Der Dienst kann dabei unterstützen, den Verbrauch auf intelligente Weise zu reduzieren. Dazu analysiert der AI Energy Mode die Verbrauchsdaten und erstellt individuelle Energieprofile, um personalisierte Tipps zur Anpassung des Energieverbrauchs zu geben.

Das aktuelle Waschmaschinen Line-up mit der Energieeffizienzkategorie A mit ihren intelligenten Digital Inverter Motoren wurde außerdem ergänzt um neue Modelle mit einem Fassungsvermögen von 8 kg (WW5100T) bzw. 9 kg (WW5300T).



Das Samsung Jet Portfolio

Zur IFA hat Samsung seinem Akkuhandstaubsauger-Portfolio ein Upgrade verpasst. Höhere Saug- und Akkuleistungen und verbesserte Bürsten machen die heimische Bodenpflege effizienter und komfortabler. Mit den Staubsaugern der Jet-Familie hat sich Samsung als Vollsortimenter über alle Preisklassen etabliert. Mit dem Bespoke Jet AI, das Flaggschiff des Premium-Segments, setzte Samsung zuletzt hohe Maßstäbe in der Bodenpflege dank KI-getriebener Bodenerkennung, die automatisch Einstellungen wie die Saugleistung und Rotationsgeschwindigkeit der Bürsten der Bodenart anpassen kann. Die Staubsauger Modelle Jet 65, Jet 75E, Jet 85 und Jet 95 profitieren von der Weiterentwicklung und bieten eine noch komfortablere Reinigung.

Samsung hat die Motor- und Saugleistung der Modelle Jet 95, Jet 85 und Jet 75E nach oben geschraubt. So wurde beispielsweise beim Jet 75E im Vergleich zum Vorgängermodell die Motorleistung um satte 140 Watt gesteigert und die Laufzeit um beeindruckende 20 Minuten erhöht.

„Unser Ziel ist es, Staubsaugen so effizient und angenehm wie möglich zu machen. Dabei ist es uns besonders wichtig, dass nicht nur unsere Premium-Produkte, sondern unser gesamtes Portfolio von unseren neuesten Technologien profitiert. Welche Anforderungen dabei im Zentrum stehen, wissen wir durch den Austausch mit dem Fachhandel und laufende Kundendialoge. So konnten wir jedes Modell gezielt verbessern“, sagt **Diana Diefenbach**.

Die aktualisierten Modelle des Jet 95 und Jet 85 haben neben der verbesserten Motorleistung auf bis zu 580 Watt auch die Slim LED Brush. Die Bürste ist besonders gut für Hartböden geeignet und ist mit weichen, wollarigen und antistatischen Silberfasern ausgestattet – so bleibt selbst empfindliches Parkett auch bei starkem Unterdruck kratzerfrei. Dank der Wendigkeit der Slim LED Brush können Nutzer auch gut getarnte Wollmäuse in dunklen Ecken und hartnäckige Frühstückskrümel unterm Tisch entdecken und beseitigen. Außerdem bringt der Jet 95 mit der Z Station eine freistehende Ladestation für das Aufladen der Akkus, so ist volle Leistung für die spontane Reinigungsaktion gesichert. Der Jet 85 wiederum glänzt mit seiner 2-in-1 Ladestation, die eine flexible Aufbewahrung und Installation ermöglicht. So sind Nutzer mit dem Bodenpflege-Update noch besser für die kurze Reinigung zwischendurch oder den großen Wohnungsputz vor Besuch ausgestattet und einsatzbereit.

Aber nicht nur die Ecken und Winkel auf dem Boden wollen effizient gereinigt werden, sondern auch schwer zugängliche Sofaritzen und aufwendig zu reinigende Teppiche. Deshalb hat Samsung seine Pet Tool Bürste weiterentwickelt und die neuen Modelle Jet 95, Jet 85 und Jet 75E damit ausgestattet. Die motorisierte Pet Tool+ Bürste beseitigt einfach hartnäckig haftende Tierhaare, egal ob auf dem Teppich oder Sofa, Bett oder der Matratze. UVPs: Jet 95 599 Euro, Jet 85 499 Euro, Jet 75E 449 Euro und Jet 65 349 Euro.



NINJA WOODFIRE 370° C Outdoor Pizza-Ofen

Pizza ist eines der beliebtesten Gerichte der Deutschen – im Jahr 2022 wurden in Deutschland fast 400.000 Tonnen Tiefkühlpizza verzehrt – im Schnitt isst jeder Bundesbürger rund 15 Fertigpizzen pro Jahr. Tendenz steigend. Und das umfasst noch nicht mal die Millionen Pizzen, die jedes Jahr in deutschen Haushalten liebevoll selbst zubereitet werden. Mit dem Ninja Woodfire Outdoor Ofen erhalten alle Pizzafans eine Zubereitungsmöglichkeit, die fast an die klassisch-italienische Zubereitung im echten Steinofen heranreicht. Dank der präzisen Hochtemperatursteuerung erreicht der Outdoorofen eine Temperatur von bis zu 370 Grad Celsius, bei der man eine Pizza in ca. 2,5 Minuten fertig backen kann – ideal für große Familien oder die legere Gartenparty. Und das ist erst der Anfang der Geschmacksexplosionen im Garten!

Auch mit Rauchgeschmack

Dank integriertem Smoker mit echtem Holzfeueraroma bietet dieser Outdoor-Ofen die authentische Geschmackswelt eines traditionellen Steinofens mit der Funktionsvielfalt eines hochmodernen Backofens. Denn der Ninja Woodfire Outdoor Ofen kann nicht nur backen, sondern dank seiner gradgenauen Temperatursteuerung auch hochtemperaturrösten und smoken. So eröffnen sich ganz neue Geschmackswelten für die nächste BBQ-Party im eigenen Garten, auf der Terrasse oder dem Balkon – echtes Grillerlebnis, voller Geschmack, und das ohne offene Flamme.



Tom Brown, President SharkNinja-EMEA, stellte auf der IFA das umfangreiche Programm des US-Unternehmens vor. Neben den Woodfire-Öfen ist SharkNinja auch stark in den Bereichen Beauty und Wellness sowie Hausreinigung engagiert.

Pizza in 150 Sekunden – mit bis zu 370 Grad wird die Pizza wie beim Italiener in seinem HighEnd-Ofen gebacken. Die Temperatur ist von 40 bis 370 regelbar, also immer richtig für Gemüse, Fisch oder Fleisch. Hier kann man schnell und heiß grillen oder mit der Smoker-Funktion bei niedriger Temperatur schön langsam mit einem angenehmen Rauchgeschmack.



Denn Ninja Produkte zeichnen sich stets durch eine große Funktionsvielfalt aus: Der neue Outdoorofen verfügt über acht Garfunktionen: Pizzabacken, Schmoren, Max Roast, Oberhitze, Backen, Smoken, Dörren und Warmhalten. So macht der elektrische Outdoorofen jeden Garten oder Balkon im Handumdrehen zur echten Outdoorküche. Die präzise Temperatursteuerung von 40 bis 370 Grad Celsius und die konstante Hitzeentwicklung ermöglichen ganz neue Zubereitungsarten im heimischen Freigelände. Vom Char-roasted Gemüse, in 15 Minuten mit der Roast-Funktion zubereitet, bis hin zum gegrillten Hähnchen oder den aromatisch-würzigen BBQ-Spareribs aus dem Smoker – der Rezeptfantasie sind keine Grenzen gesetzt. Die Besonderheit: Mit der innovativen Woodfire-Technologie des neuen Outdoorofens gelingt das selbst Hobbyköchen spielend leicht: Die Echtholzpellets werden in die integrierte Smokerbox gegeben und dort direkt verbrannt, und der Rauch

wird dem Grillgut zugeführt – so entsteht das beliebte Holzfeueraroma. Das alles funktioniert völlig automatisch, sicher und bei jeder Temperatur. Und das Beste: Es muss nicht ständig überwacht werden, da der Ninja Woodfire vollautomatisch arbeitet und mit nur einem Messlöffel Pellets das unvergleichliche Holzfeueraroma zaubert.

Der Ninja Woodfire Elektrischer Outdoor Ofen (OO101DE) ist zum Preis von 399,99 Euro erhältlich. Zum Lieferumfang gehören ein Pizzastein, ein Bratrost, ein Preheat-Blech, eine herausnehmbare Pelletbox, eine Pelletschaufel und ein passendes Rezeptheft mit Kurzanleitung.

Etwas weniger heiß, aber ebenso perfekt für das Outdoor-Grillen ist der Woodfire Grill & Smoker, ebenfalls mit authentischem Holzfeueraroma durch das Verbrennen von Holzpellets. Er bietet Platz für acht Burger oder 16 Bratwürste. Zudem ist er eine Heißluft-Dritteuse mit sechs Kochfunktionen. UVP 349,99 Euro.

www.ninjakitchen.de



WMF PERFECTION 600 SERIE Premium im Kompaktformat

Ein Kaffeevollautomat steht auf vielen Wunschlisten ganz oben. Doch oft fehlt in der Küche der Platz. Das Problem löst WMF jetzt mit der Perfection 600 Serie. Der kompakte Kaffeevollautomat ist nur 25 cm breit und 37 cm hoch und macht sich so ganz schmal. Groß dagegen Leistung und Funktionsvielfalt.

Die edle Front der Perfection 600 Serie zeigt das klare WMF-Design. Gebürstetes Cromargan® erzeugt zusammen mit einem großen Touch-Display mit Glasoberfläche und dezenter Ambient-Front-Beleuchtung einen zurückhaltenden, modernen Look. Die Perfection 600 Serie bietet bis zu 21 voreingestellte Getränkerezepte schon beim ersten Einschalten. Italian Cappuccino, Americano oder doch lieber einen White Tea? Das richtige Getränk für den richtigen Anlass ist im Handumdrehen zubereitet. Neben den klassischen Kaffeevarianten überraschen der Perfection 660 und 680 darüber hinaus exklusiv mit bis zu drei neuen Kaltgetränkesspezialitäten: Der „Chilled Coffee“ ist eine ideale Basis für Eiskaffee, während die Varianten „Iced

Latte“ und „Nitro Coffee“ zum Experimentieren mit weiteren Zutaten und Aromen einladen. Besondere Vorlieben in puncto Temperatur, Kaffeestärke, Vorinfusionszeit, Volumen oder Milchschaum lassen sich in bis zu 64 individuellen Favoriten abspeichern, sodass der Lieblingskaffee immer nur einen Knopfdruck entfernt ist. Zusätzlich gibt es den Expertenmodus. Mit ihm lässt sich die gewünschte Vorinfusionszeit in drei Stufen manuell einstellen, um den Geschmack und die Qualität des Kaffees zu perfektionieren – ganz den persönlichen Vorlieben entsprechend. Um eine langlebige Qualität sicherzustellen, ist die Perfection 600 Serie mit WLAN-Funktion ausgestattet. Dadurch können beispielsweise Software-Updates durchgeführt, und zukünftige neueste Features heruntergeladen werden. Nicht weniger smart sorgen das WMF Click-and-Clean Reinigungssystem und die patentierte selbstreinigende Brüheinheit aus Metall für die einfache Reinigung und hervorragende Pflege. UVP ab 1.199 Euro.

Er beansprucht nur wenig Platz, liefert bis zu 21 Kaffeespezialitäten, die zudem an den individuellen Geschmack angepasst werden können. Für perfekte Kaffeequalität.



Perfekter Milchschaum – in optimaler Konsistenz für cremigen Cappuccino – auch mit Milchvariationen wie Soja- oder Mandelmilch.

WMF Perfection 600 Serie: Design und Funktionen:

- **Große Auswahl an Getränke-Optionen** mit bis zu 21 voreingestellten Milch-, Tee- und Kaffeevarianten sowie neuen Kaltgetränkesspezialitäten (ab 660)
- **Individualisierbarkeit** durch speicherbare Benutzerprofile und Getränkefavoriten
- **Besonders kompakte Maße** (mm) H×B×T: 371×250×414
- **Überragende Kaffeequalität** durch einzigartige WMF Doppel-Thermoblock-Technologie
- **Beeindruckendes Aroma** dank WMF Aroma-Perfection-System
- **Premium-Design** aus Cromargan®-Front, mattschwarzem ABS-Gehäuse und LED-Ambient-Light
- **Einfache Bedienbarkeit** dank intuitivem Glas-Touchscreen und WMF Click-and-Clean Reinigungssystem
- **Barista Experten Modus** zur Vorinfusion in drei möglichen Stufen
- **WLAN-Konnektivität** für automatische Software-Updates
- **Wassertank** mit 3 Liter Fassungsvermögen
- **Kaffeebehälter** für 250 Gramm Kaffeebohnen mit Aromaversiegelung



Nahezu unendliche Auswahl – für Kaffee- oder Tee-Spezialitäten wie beispielsweise Americano, Latte Macchiato, Caffé Latte oder Espresso Macchiato.



KAFFEE ODER ESPRESSO, MIT DER JURA J8 twin GANZ EINFACH Der neue Kaffeefullautomat mit zwei Mahlwerken

Dank der neuen JURA J8 twin ist Schluss mit „Entweder-Oder“, denn Kaffeekenner können künftig unterschiedliche Sorten oder Blends aus einer Maschine genießen. Ob mit oder ohne Koffein, hell oder dunkel geröstet, pur oder gemischt – die J8 twin sorgt dank ihrer Spitzentechnologie für besonders abwechslungsreichen Genuss. Mit ihrem komprimierten Format zeigt sie echte Top-Performance auf kleinstem Raum und bietet gleichzeitig den gewohnt hochklassigen Komfort der JURA-Kaffeefullautomaten.

Sechs Mahlstufen pro Mühle

Die J8 twin ist mit zwei Präzisionsmahlwerken ausgestattet. Das heißt, es besteht die Möglichkeit, zwei verschiedene Kaffeesorten zu verarbeiten, was eine Vielzahl an Kaffeekreationen für jeden Geschmack bietet. Die P.A.G.3+-Stahlkegelmahlwerke – sogenannte Winkelmahlwerke – verfügen über eine aktive Mahlgradüberwachung (Aroma-Kontrolle), die Programmierung und Einstellung miteinander abgleicht. Abhängig von der Produktwahl empfiehlt die J8 twin eine Einstellung des Mahlgrads von mild bis intensiv. Pro Mühle stehen sechs Mahlstufen zur Wahl. Vor und nach der Zubereitung befinden sich die Mahlwerke in Ruheposition – das sorgt für maximale Langlebigkeit und konstanten Spitzengeschmack. Damit bietet die J8 twin die Vorzüge zweier Vollautomaten in einem einzigen Kompaktgerät.

Der Weg zu 32 individualisierbaren Kaffeespezialitäten führt über das Coffee Panorama Panel. Hier star-



Neben der Farbvariante Diamond Black (Bild ganz oben) ist die neue JURA J8 twin auch in Diamond White verfügbar. Obwohl der Vollautomat mit zwei Mahlwerken ausgestattet ist, wurde die Maschine nicht breiter, sondern hat auch das kompakte Format der anderen JURA Kaffeefullautomaten.

ten Genießer die Zubereitung ihrer Wunschspezialität einfach per Fingertipp – mit einer stringenten, selbst erklärenden Bedienführung. Ein besonderes Geschmackshighlight bietet außerdem die Sweet-Foam-Funktion. Der Sirup-Aufsatz aromatisiert den Milchschaum direkt bei der Zubereitung je nach Geschmacksvorlieben und verleiht der Kaffeespezialität damit besondere Süße und Intensität. Vom puristischen Espresso bis hin zum hippen Sweet Latte, das Genussspektrum der J8 twin lässt keine Fragen offen.

Auch optisch setzt die neue J8 twin Maßstäbe: Ihr Erscheinungsbild ist geprägt von Klarheit, Harmonie, Symmetrie und Eleganz, gepaart mit höchsten Fertigungsstandards und maximal präziser Verarbeitung. Hier überzeugt jedes Detail, von der Inszenierung der frischen Kaffeebohnen über das einladende Bedienerinterface bis hin zur Beleuchtung des Kaffeeressultats. Funktionalität und Form verschmelzen zu einer symbiotischen Einheit, die vom neuen, an die Formel 1 angelehnten Sound-

Design eindrucksvoll unterstrichen wird und durch das 2KDesign in Diamond Black und Diamond White die Kompetenz in Vollendung inszeniert.

Mit der JURA-App bedienen

Auch über die Innovationen hinaus ist die JURA J8 twin optimal ausgestattet. Das Spektrum reicht vom Puls-Extraktionsprozess (P.E.P.) zur Optimierung der Extraktionszeit über die 3D-Brühtechnologie und das intelligente Vorbrühsystem (I.P.B.A.S.©) bis hin zur aktiven Mahlgradüberwachung und dem automatischen One-Touch-Milchsystem-Reinigungsprogramm. Nicht zuletzt ist die J8 twin kompatibel mit der JURA App J.O.E. und einem weiteren Peripheriegerät, wie dem Cool Control 1,0 l.

Die JURA J8 twin ist ab November 2023 über das flächendeckende Netz der von JURA autorisierten Fachhändler in den Farbvarianten Diamond Black und Diamond White verfügbar. Die UVP liegt bei 2.199,00 Euro.

JURA J.O.E-App – der Lieblingskaffee auf Abruf mit der App für Android und iOS ab Version 11.0. Zudem kann die JURA Kaffeemaschine auch mit der Apple Watch ab Version 5.0 gesteuert werden. Zudem sind Informationen über Wasser- und Bohnenstand abrufbar.



Herr Nikolaus, werden in diesem Jahr wieder viele Kaffeefullautomaten unter den Weihnachtsbäumen stehen, oder ist schon ein Grad der Sättigung erreicht?



Horst Nikolaus – Geschäftsführer, JURA Elektrogeräte Vertriebs-GmbH.

Kaffeefullautomaten gehören zu den beliebtesten und besonders begehrten Produkten. Trotz der starken Verkäufe der letzten Jahre besitzt weniger als ein Drittel der Haushalte in Deutschland einen Kaffeefullautomaten. Das bedeutet: Der Markt ist noch weit von einer Sättigung entfernt.

Wie groß ist das noch vorhandene Marktpotenzial für Kaffeefullautomaten?

Das lässt sich nicht so einfach beziffern. In Anbetracht der enormen Popularität von Kaffeefullautomaten ist es jedoch sehr groß. Es geht um Kaffeegenuss und damit auch um Emotionen. Es geht um mehr Nachhaltigkeit, da kein Müll in Form von Kapseln oder Pads anfällt – es gibt gute Gründe für immer mehr Menschen, sich für einen Vollautomaten zu entscheiden.

Nach wie vielen Jahren wird Ihrer Erfahrung nach ein Kaffeefullautomat ersetzt?

Laut einer Marktstudie wird durchschnittlich alle sechs bis sieben Jahre ein Kaffeefullautomat neu angeschafft.

In welcher Preisklasse werden die meisten Kaffeefullautomaten verkauft?

Innovationen treiben bekanntermaßen den Markt, weshalb die Verkäufe über 1.000 Euro stetig zunehmen. Hier spielt die Vielfalt an Kaffeespezialitäten und die Art und Weise der Kaffeezubereitung eine wichtige Rolle.

Welcher Jura Kaffeefullautomat ist der Top-Seller?

Mit weltweit mehr als 1 Million verkaufter Geräte ist die JURA E8 unser bestverkauftes Modell.

Werden die Verkaufsfaktionen im November auch die Jura-Preise beeinflussen?

Grundsätzlich ist die Gestaltung des Verkaufspreises Sache des Handels. Wir haben darauf keinen Einfluss. JURA steht für Innovation, Tradition, Qualität und Design – das sind unsere besten Argumente zu jeder Zeit und in jedem Kontext.

Plant Jura für die verkaufsaktiven Wochen vor Weihnachten spezielle Aktionen?

Unsere Kommunikationskampagne generiert und erhöht die Nachfrage – und unterstützt den Fachhandel in dieser so umsatzrelevanten Zeit. Das gilt auch für unsere Zugabe-Aktionen.

Welcher Kaffeefullautomat von Jura ist Ihr persönlicher Favorit und warum?

Mein persönlicher Favorit ist die JURA Z10. Dabei spricht mich ihr Design ebenso in besonderem Maß an wie die verwendeten Materialien, aber auch das komfortable Bedienkonzept – und natürlich das Ergebnis in der Tasse, ganz gleich, ob heiße Kaffeespezialitäten oder Cold Brew.



DE'LONGHI TRENDKAFFEE COLD BREW Kaffeegenuss jetzt neu erleben

Cold Brew ist nicht einfach „Kalter Kaffee“, es ist eine völlig andere Art, Kaffee zuzubereiten. Traditionell dauerte es bis zu 18 Stunden, den kalten Kaffee aus dem Kaffeemehl zu extrahieren, bei den beiden De'Longhi-Kaffeemaschinen Eletta Explore und der Siebträgermaschine La Specialista Maestro dagegen genügt ein Knopfdruck und nach wenigen Minuten ist das Trendgetränk des Jahres fertig.

Insbesondere jüngere Menschen greifen inzwischen immer öfter zur kalten Kaffee-Variante. Denn: Cold Brew schmeckt erfrischend, ist leicht und anregend – und eröffnet eine gänzlich neue Kaffeeerfahrung, nicht nur als belebendes Getränk für den Sommer. Laut Umfrageergebnis hat rund ein Drittel der befragten Kaffeefans Cold Brew bereits probiert, und gerade bei warmen Temperaturen würden mehr als 92 Prozent Cold Brew gerne trinken. Wurde bisher der kalt zubereitete Kaffee wegen seiner langen Zubereitungszeit jedoch häufiger auswärts als zu Hause getrunken, so ist dies jetzt auch in den eigenen vier Wänden ganz einfach möglich. Die Befragten sehen deshalb in einer Funktion für Cold Brew auf Knopfdruck einen echten Mehrwert.

Gemeinsam mit Kaffee-Expert:innen und Baristi hat De'Longhi die Cold Extraction Technology entwickelt. Damit lässt sich Cold Brew in nur wenigen Minuten und auf Knopfdruck zubereiten. Das funktioniert so: Kaltes Wasser, nicht wärmer als Raumtemperatur, wird mit sehr leichtem Druck direkt zum Kaffeemehl geleitet. Eine Pumpe lässt das Wasser leicht pulsieren, dadurch verlängert sich die Extrahierungszeit und ermöglicht eine optimale Extraktion in wenigen Minuten. Serviert auf Eiswürfeln, ist das Ergebnis vergleichbar mit Cold Brew nach der traditionellen, langwierigen Zubereitungsart.

Eletta Explore mit Cold Brew

Im Herbst 2022 erhielt die De'Longhi Eletta Explore als Testsiegerin die Bestno-

te im Vergleichstest der Stiftung Warentest. Nun kommt das neueste Modell des beliebten Kaffeefullautomaten mit Cold Brew-Funktion und sechs erfrischenden neuen Getränken auf den Markt – dank des LatteCrema Cool Milchsystems auch mit kaltem Milchschaum.

Wie ihre ausgezeichnete Vorgängerin kommt die neue Eletta Explore ausgestattet mit LatteCrema Hot und LatteCrema Cool System für köstliche heiße und kalte Kaffeetränke zu Hause – oder to go. Um die Kaffee-Kreationen auch unterwegs genießen zu können, lässt sich die Abtropfschale abnehmen und so Platz für große To-go-Becher schaffen. Mit mehr als 50 Getränkeoptionen auf Knopfdruck steht die neue Eletta Explore für Getränkevielfalt und echtes Coffeeshop-Feeling. Dabei ist sie mit dem 3,5 Zoll großen TFT Full Touch Display leicht zu bedienen und speichert bis zu vier Nutzerprofile.

La Specialista Maestro Cool Brew

Mit der La Specialista Maestro stehen insgesamt acht Getränke auf Knopfdruck zur Auswahl. Neu dabei: Cold Brew und Espresso Cool. Wie Cold Brew wird auch Espresso Cool kalt extrahiert, allerdings unter hohem Druck. Das Ergebnis ist ein erfrischendes Kaffeetränk mit besonderer, weicher Textur. Neben dieser Neuerung bleibt die beliebte La Specialista Maestro ihren Werten treu: Sie ist ausgestattet mit der Bean Adapt Technology für individuellen Genuss und gleich zwei Milchsystemen, MyLatte Art für alle, die Milch manuell aufschäumen möchten, und LatteCrema Hot für Liebhaber:innen von cremigem Milchschaum auf Knopfdruck.

UVP: Eletta Explore Titan 1.249 Euro, La Specialista Maestro 1.599 Euro.

Lesen sie ein Interview mit De'Longhi-Geschäftsführerin Susanne Harring auf der nächsten Seite.

Frau Haring, haben Sie die Anfang des Jahres definierten Ziele für De'Longhi Kaffeemaschinen erreicht?

Mit dem klaren Ziel, unsere Marktführerschaft im Bereich Kaffee weiter auszubauen, sind wir ins Jahr 2023 gestartet – und dabei lag die Latte hoch mit zwei StiWa Testsiegern bei den Kaffeevollautomaten und als Nummer eins im Siebträgermarkt. Unsere ambitionierten Ziele haben wir trotzdem erreicht: Wir fahren auch beim neuesten Test aus 2023 Bestnoten bei der Stiftung Warentest ein, haben im Siebträgermarkt noch deutlich zulegen können und unsere Marktführerschaft bei Kaffeevollautomaten weiter ausbauen können. Mit der Einführung der Cold Extraction Technology für Cold Brew und andere erfrischende Getränkevariationen haben wir den Zeitgeist getroffen und den Konsument:innen eine Getränkevielfalt eröffnet, die enorm gut ankommt. Cold Brew mit (Gin) Tonic und Rosmarin war das Getränk des Sommers! Nun steht unsere neue Kampagne in den Startlöchern und verspricht, dass auch die letzten Monate des Jahres verdammt stark werden.

Was erwarten Sie in den kommenden, verkaufstarken Wochen für Ihre Kaffeevollautomaten?

Wir werden auch in den kommenden, verkaufstarken Wochen deutliche Impulse im Handel setzen. Im Oktober startet unsere neue Kampagne mit und um Brad Pitt – und dieses Mal lassen wir unseren Star sogar sprechen, denn wir konnten seinen deutschen Synchronsprecher, Tobias Meister, für den Spot gewinnen. So klingt es, als spräche Brad Pitt selbst, was den Spot noch authentischer und nahbarer macht. Auch das restliche Team gehört zur Crème de la Crème Hollywoods: Star-Regisseur Bennett Miller, Komponist Justin Hurwitz, Kameramann Greig Fraser und Fotografie-Ikone Lachlan Bailey haben an der neuen Kampagne mitgewirkt – und wir sind sehr stolz auf das Ergebnis. Der TV-Spot ist stimmungsvoll, spannend und vielschichtig, er unterstreicht das italienische Lebensgefühl unserer Marke. Natürlich belassen wir es dabei nicht, sondern unterfüttern den Erfolg der Kampagne mit starken Maßnahmen für den Abverkauf im Handel. Gemeinsam mit Lavazza bringen wir italienisches Dolce Vita nach Deutschland und starten eine Vielzahl verschiedener Promotions, wie einer neuen Auflage unseres erfolgreichen Genuss-Sets,



Susanne Haring – Geschäftsführerin De'Longhi Deutschland und Österreich.

Verkostungsaktionen im LEH und Kaffeeabos, die eine Leihgabe einer De'Longhi-Maschine beinhalten. Übrigens: Erstmals werden wir dieses Jahr auch unsere für ihr Design prämierte Siebträgermaschine, die La Specialista Maestro, im TV bewerben.

Welcher De'Longhi Kaffeevollautomat wird der Topseller sein?

Zum dritten Mal in Folge haben wir mit unseren Kaffeevollautomaten Bestnoten bei der Stiftung Warentest eingefahren. Das heißt, über die verschiedenen Preissegmente hinweg, können wir Konsument:innen das Passende für ihre Wünsche anbieten. Im Premiumsegment über 1.000 Euro ist das die PrimaDonna Soul, die 2021 von der StiWa ausgezeichnet wurde. Preislich etwas darunter, im Preissegment über 900 Euro, ist die Eleta Explore bei Konsument:innen enorm beliebt, egal ob das Testsieger-Modell aus 2022 oder die neuere Variante, die zudem Cold Brew zubereiten kann. Im unteren Preissegment um die 499 Euro hat zuletzt die Magnifica Evo mit dem LatteCrema Hot System im Test der Stiftung Warentest überzeugt und 2023 1,9 Bestnoten erreicht. Den durchschlagenden Erfolg dieser Modelle sehen wir auch in den Absatzzahlen.

Werden die „farbigen“ Tage und Wochen im November die Preise Ihrer Kaffeevollautomaten beeinflussen, wird es spezielle Preisaktionen geben?

Unsere Handelspartner entscheiden selbst, ob und in welcher Form sie die farbigen Tage und Wochen bespielen. Wir unterstützen begleitend mit unserer großen Kampagne und setzen insbesondere mit unserem schon in der Vergangenheit erfolgreichen Genuss-Set Kaufanreize. Wer eines der Aktionsmodelle kauft, erhält ein Paket, das von Italien träumen lässt, mit Kaffeebohnen von Lavazza,

Schokolade von Venci sowie Espresso- und Cappuccino-Gläsern von De'Longhi.

Welchen Stellenwert hat der Fachhandel und werden Sie ihn in den kommenden verkaufstarken Wochen durch besondere Aktivitäten unterstützen?

Der Fachhandel ist und bleibt eine zentrale Säule in unserer Vertriebsstruktur. Deshalb unterstützen wir unsere Handelspartner schon immer kontinuierlich, freuen uns aber besonders, wenn wir das im Rahmen einer großen Kampagne mit umso mehr Schlagkraft tun können. Wenn die Perfetto-Kampagne mit Brad Pitt live geht, unterstützen wir das über den gesamten Kaufentscheidungsprozess, von Online bis an den PoS. Alle PoS-Materialien sind auf die neue Kampagne angepasst, wir setzen Anreize mit dem Genuss-Set, planen Aktivitäten in Social Media und generelle Online-Marketingmaßnahmen. Alles mit dem Ziel, den Fachhandel umfassend und nach Kräften zu unterstützen.

De'Longhi verkauft seit Jahren erfolgreich Kaffeevollautomaten, nähert sich dieser Markt bereits der Sättigung oder wie hoch schätzen Sie das noch verfügbare Marktpotenzial ein?

Wir gehen von einer Marktdurchdringung von ca. 30 bis 35 Prozent aus, sehen also noch ein immenses Potenzial im Markt und planen, das auch in Zukunft mit Innovationen und einer starken Markenkommunikation zu erschließen.

Konnte sich die neue Funktion „Cold Brew“ bei De'Longhi zu einem Verkaufsargument entwickeln?

Die Funktion ‚Cold Brew‘ war von Anfang an ein starkes Verkaufsargument, sowohl für Kaffeevollautomaten als auch bei Siebträgermaschinen. Konsument:innen schätzen die Getränkevielfalt, die De'Longhi ihnen bietet, insbesondere, wenn wir Trendthemen treiben und für eine breite Zielgruppe zugänglich machen. Bereits jetzt ist knapp die Hälfte der von uns verkauften Kaffeevollautomaten im Preissegment von 900 bis 1100 Euro mit der Cold Extraction Technology ausgestattet und können Cold Brew zubereiten. Ein Erfolg, der für sich spricht. Deshalb halten wir konsequent an unserer Strategie fest, auch kommende Produktneuheiten mit der Cold Extraction Technology auszustatten.



Siemens EQ900 Kaffeevollautomat mit maximalem Komfort

Frischer Kaffeeduft steigt in die Nase und verspricht perfekten Geschmack und eine Pause vom Alltag. Mit dem EQ900 plus kann nichts diesen Moment stören, nicht einmal der Gedanke an die Reinigung und Entkalkung des Kaffeevollautomaten. Denn die übernimmt er einfach selbst. So geht maximaler Komfort bei der Kaffe Zubereitung.

Ganz persönlicher Kaffeegenuss: Stärke, Brühtemperatur, Milchanteil – der perfekte Kaffee erfüllt eine ganze Reihe individueller Anforderungen. Dank des baristaMode können Wasser- und Kaffeemenge, der Mahlgrad, die Brühtemperatur und -geschwindigkeit sowie die Milchmenge beim EQ900 plus ganz nach den eigenen Vorlieben eingestellt und angepasst werden. So bleibt nichts dem Zufall überlassen. Und ist die perfekte Kombination gefunden, wird sie ganz einfach im persönlichen Profil gespeichert und steht so jederzeit zur Verfügung. Wer sich erst noch mit den verschiedenen Einstellungsmöglichkeiten vertraut machen möchte, wählt den comfortMode und erhält so auf Knopfdruck perfekt abgestimmten Kaffee. Internationale Spezialitäten gibt es in der Siemens coffeeWorld. Zusätzlich zu den bis zu 9 klassischen Getränken, bietet diese Kaffeetrinkenden die Auswahl aus bis zu 10 Spezialitäten aus acht verschiedenen Ländern und bei Bedienung per App sogar bis zu 21 länderspezifische Getränke.



Siemens EQ900 – mit seinen zwei Kaffeebehältern ist die Wahl zwischen dem Morgenkaffee und einem Espresso auf Knopfdruck ganz einfach (Bild links). Das Display zeigt die Auswahl der verschiedenen Kaffee-Spezialitäten, (Bild mitte). Per App können bis zu 21 länderspezifische Spezialitäten ausgewählt werden. Praktisch und komfortabel die Automatische Reinigung und die Wahl des Entkalkungsprogramms (Bild links).

Technologische Extras für noch mehr Individualität: Morgens kommen ein entkoffeinierter Cappuccino und ein extrastarker Espresso auf den Frühstückstisch? Mit dem dualBean System ist das kein Problem. Dank der separaten Bohnenbehälter kann jederzeit zwischen zwei Kaffeesorten gewählt werden. Jeder Behälter verfügt zudem über ein eigenes elektronisch einstellbares Mahlwerk. Der eGrinder gibt volle Kontrolle über den Mahlgrad für jeden Getränkewunsch. Und wer mal nicht weiterweiß, nutzt das intelligente beanIdent System. Das passt alle Einstellungen optimal an die gewählte Kaffeebohne an und holt das Beste aus ihnen heraus.

Reinigung ganz von alleine: Damit jederzeit perfekter Kaffeegenuss möglich ist, muss der Kaffeevollautomat regelmäßig gereinigt und entkalkt werden. Der EQ900 plus übernimmt das ganz von alleine und ohne die Kaffe Zubereitung zu beeinträchtigen. Ist eine Reinigung nötig, startet der EQ900 plus diese erst, wenn er ausgeschaltet wird. Und wenn eine Entkalkung erforderlich wird, macht der EQ900 plus vorab darauf aufmerksam und ermöglicht es, den Startzeitpunkt frei zu wählen. Das Programm startet dann automatisch, und der EQ900 plus schaltet sich nach der Entkalkung wieder aus.

Maximaler Komfort bei der Bedienung: Bei so viel Auswahl verliert man schnell den Überblick – nicht so beim EQ900 plus. Er verfügt über ein 6,8 Zoll großes iSelect Display und ist intuitiv per Touch-and-Slide zu bedienen. Das übersichtlich gestaltete Menü bietet Zugriff auf alle Funktionen und sorgt für schnelle Orientierung. Und wer seinen Kaffee schon aus dem Bett heraus zubereiten lassen möchte, nutzt dafür die Home Connect App. Dort können Kaffeewünsche und Timings eingegeben werden, und der EQ900 plus übernimmt den Rest. Wissbegierige finden dort auch weitere Informationen zu Herkunft und Zusammensetzung der internationalen Kaffeespezialitäten. Der Siemens EQ900 plus ist voraussichtlich Anfang 2024 erhältlich. UVP 2.899 Euro

Herr Schwenke, wie stark ist die Position von Siemens Kaffeevollautomaten im deutschen Markt?

In Deutschland haben wir seit langer Zeit eine feste Position im Markt, die wir erfolgreich halten. Bezogen auf die Marktanteile im Solo-Kaffeevollautomatenbereich sind wir der zweitgrößte Anbieter.

Welche Rolle spielt der Fachhandel im Vertriebskonzept der Siemens Kaffeevollautomaten?

Der Fachhandel ist für uns eine sehr wichtige Säule in unserem Vertriebsportfolio. Mit vielen exklusiven Kaffeevollautomatenvarianten, PoS-Lösungen sowie einem starken regionalen Vertriebsteam versuchen wir stets, Unterstützungen anzubieten.

Welcher Siemens Kaffeevollautomat ist das meistverkaufte Modell?

Auf Baureihenebene ist dies unser EQ6 plus. Aber auch die höherwertigen Varianten, wie zum Beispiel unser im September 2022 gelaunchter EQ900, erfreuen sich sehr großer Beliebtheit.

Was erwarten Sie in den kommenden verkaufsstarken Wochen für den Verkauf von Kaffeevollautomaten?

Bisher beobachten wir dieses Jahr bei unseren Endkonsumenten eine Zurückhaltung, wenn es um Käufe geht. Wir sind aber sehr zuversichtlich, dass gerade das vierte Quartal wieder stärker ausfallen und die Endkonsumenten unsere Kaffeevollautomaten suchen und kaufen werden.

In welchen Preisklassen werden sich Ihrer Meinung nach die Kunden vornehmlich orientieren?

Aktuell beobachten wir, dass Kaufentscheidungen bewusster und überlegter pas-



Bastian Schwenke – Category Management Beverage and Breakfast. Sales D/A/CH/HU/LU. Bosch Siemens Hausgeräte GmbH.

sieren. Der deutsche Markt für Kaffeevollautomaten ist aber ein Markt, in dem die Verbraucherinnen und Verbraucher Wert auf Qualität legen und bereit sind, in Genuss zu investieren. Zudem ist die sogenannte Third Wave Kaffee Bewegung auch in Deutschland angekommen und bewirkt, dass die Zubereitung von Kaffee immer stärker in den Fokus rückt. Siemens bietet daher eine breite Range an Kaffeevollautomaten, die für jeden Kaffeetrinker das optimale Gerät bietet. So finden Interessierte vom kompakt-schlichten EQ300 bis hin zum EQ900, der kei-

ne Wünsche übriglässt, das Gerät, das ihren Bedürfnissen und ihren Erwartungen entspricht.

Wird Siemens den Abverkauf seiner Kaffeevollautomaten in den kommenden Wochen durch besondere Marketingaktivitäten unterstützen?

Im Oktober startet unsere große Herbstkampagne, in deren Fokus der EQ900 steht. Die Multi-Channel-Kampagne beinhaltet Online-Banner, Werbeplatzierungen auf Native-Plattformen und Anzeigen auf allen relevanten Social-Media-Kanälen. Außerdem gehören Spots für Connected TV und Amazon Fire TV zur Kampagne. Ein besonderes Highlight ist die Ausspielung von Werbespots am Flughafen München. Und auch am Point of Sale wird unsere Herbstkampagne mit passendem Material verlängert.

Wird es in den verkaufsaktiven Novembertagen mit ihren Sonderangebotstagen spezielle Aktionen von Siemens für seine Kaffeevollautomaten geben?

Unser Vertriebsteam konnte bereits viele Werbungen über sämtliche Verkaufskanäle fixieren. Wir werden also weiterhin sichtbar und vertreten sein.