



<https://hometec.ce-trade.de>

JURA Z10, die zweite Generation des Premium-Kaffeevollautomaten

DIE VOLLKOMMENE



Mit dem Z10 Kaffee-Vollautomat hat JURA eine Maschine der absoluten Spitzenklasse vorgestellt. Der Z10 in seiner zweiten Generation vereint vier Genusswelten und bietet seinen Besitzern 51 Kaffeespezialitäten auf Knopfdruck. Mit neuen Features und seiner Vielfalt hebt er den Bedienungskomfort auf den nächsten Level. Neu ist der innovative Koffeinregler. Will man einen wirklich guten Kaffee trinken, möchte aber einen hohen Anteil an Koffein vermeiden, ist entkoffeiniert der Kaffee nicht die zwingende Alternative. Durch Anpassung von Mahlgrad, Brühdauer und der richtigen Menge von Kaffee und Wasser liefert der Z10 seinen Kaffee mit deutlich geringerem Koffeingehalt bei trotzdem ausgezeichneten Geschmack.

[Mehr zur JURA Z10 auf Seite 8](#)

jura®

»Frisch
gemahlen,
nicht
gekapselt.«

R.F.



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

NAMEN & ZITATE / INHALT

MIELE

Um seine Position als Premium-Marktführer weiter zu festigen und das Kundenerlebnis auf das nächste Level zu heben, stellt Miele Deutschland die Weichen



neu: Zum 1. Oktober 2025 hat **Danijel Vladimirov** (links im Bild) die Position des Vice President Sales übernommen und läutete damit eine neue Phase der strategischen Weiterentwicklung ein. Danijel Vladimirov ist kein Unbekannter in der Miele Gruppe. Seit sechs Jahren im Unternehmen, hat er bereits maßgebliche Akzente gesetzt. Zuletzt verantwortete er als Leiter des Teams Sales Channel and Account Management das internationale Projektgeschäft sowie die Zusammenarbeit mit wichtigen Küchenmöbelherstellern. Durch seine Arbeit an der kanalbezogenen Produktdifferenzierung im Fachhandel kennt er die Bedürfnisse von Partnern und Kunden genau. Mit über 15 Jahren Erfahrung in der internationalen Elektronik- sowie der Groß- und Kleingeräteindustrie bringt er ein tiefes Verständnis für die Branche mit. Der Wechsel findet in bester Kontinuität statt,

denn der bisherige Vice President Sales, **Bernhard Hörsch**, bleibt dem Unternehmen in einer neuen, zentralen Rolle erhalten. Als künftiger Director Commercial Operations & Special Projects DACH wird er seine langjährige Erfahrung nutzen, um übergeordnete strategische Ziele zu verwirklichen. Bernhard Hörsch hat über viele Jahre das Wachstum von Miele entscheidend geprägt und das Geschäft in einem dynamischen Umfeld gestärkt. Sein neuer Fokus liegt nun darauf, die kommerziellen Prozesse zu optimieren und die Effizienz entlang der gesamten Customer Journey zu steigern. Ziel ist es, die Kundenzufriedenheit sowohl für Geschäftspartner (B2B) als auch für Endkunden (D2C) nachhaltig zu verbessern.

www.miele.de

DER KREIS



Gabriele Doerfert ist ab 1. November Vertriebsleiterin bei der Küchenverbundgruppe Der Kreis Deutschland. Die gelernte Schreinerin und staatlich geprüfte Betriebswirtin bringt mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Küchenbranche mit. Die zertifizierte Business-Trainerin hat in den vergangenen Jahren erfolgreich Vertriebsorganisationen in Handelsunternehmen der Branche weiterentwickelt.

AMICA



Florian Zyowitzke verstärkt seit 1. September das Küchenteam der Amica International GmbH als Area Development Manager. Mit seiner breiten Expertise aus Handel, internationaler Teamführung und Prozessmanagement bringt er wertvolles Know-how mit. Zyowitzke startete seine Karriere als IT-Systemkaufmann und übernahm später Führungsverantwortung als Abteilungsleiter im Bereich Multimedia.

EXPERT



Dr. Birger Gröblinghoff wurde im Nachgang zur expert-Hauptversammlung zum Aufsichtsratsvorsitzenden und der bisherige Vorsitzende **Friedrich Wilhelm Ruf** zum stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt. „Durch die Wahl wird der eingeleitete Generationenwechsel in Ruhe fortgesetzt, Stabilität und Berechenbarkeit werden sichergestellt“, betonen Dr. Birger Gröblinghoff und Friedrich Wilhelm Ruf in einem gemeinsamen Statement.

BEKO



Akin Garzanli, seit 2022 als Chief Marketing Officer bei Beko tätig, wird Chief Executive Officer (CEO) von Beko Europe sowie Chief Commercial Officer (CCO) für die Region Europa. Als CMO leitete er zuvor ein weltweit tätiges Marketing-Team, das 22 globale und lokale Marken in mehr als 55 Ländern betreute. In dieser Rolle verantwortete er die globale Markenführung sowie das Industriedesign und das Produktmanagement.

ELECTRONIC PARTNER



Jörn Gellermann, Geschäftsführer von ElectronicPartner Österreich, ist am 7. Oktober 2025 unerwartet verstorben. Nicht nur für die Mitgliedsunternehmen in Österreich, auch für die gesamte EP-Verbundgruppe sowie zahlreiche Partner ist diese Nachricht ein Schock. Er startete im Alter von 35 Jahren seine Laufbahn innerhalb der Verbundgruppe ElectronicPartner als Controller in der Zentrale Düsseldorf.



De'Longhi: Neue Marketing-Kampagne mit italienischem Flair. [Seite 6](#)



Nivona: Die neue 9000er Serie Kaffeevollautomaten. [Seite 10](#)



Bosch: Selbstständiger Wisch- und Saugroboter. [Seite 11](#)

Inhalt

Personen: Wirtschaft	3
Shark: Multistyler	4
Oral-B: Sonderaktion mit Sony-Speaker	4
Beurer: 2-in-1 Luftreiniger	4
Polti: Vaporeto Smart Dampfreiniger	5
Russell Hobbs: Dampfbürste	5
Polti: Bunte Kaffeemaschinen	5
Kärcher: Fleckenferner	5
WMF: Smoothie-Maker	5
De'Longhi: Marketing perfetto	6
De'Longhi: Coffee Lounge	7
Jura: Der „Vollkommene“	8
Nivona: Interview Christian Fritsch	10
Nivona: 9000er Serie	10
Bosch: Saug-Wischroboter	11
Samsung: Diamond Sicherheitslevel	11

Unternehmen Personen

Amica	3	Gabriele Doerfert	3
Beko	3	Christian Fritsch	10
Beurer	4	Akin Garzanli	3
De'Longhi	6	Dr. B. Gröblinghoff	3
Der Kreis	3	Susanne Harring	8
Expert	3	Bernhard Hörsch	3
Jura	1,8	Jörn Gellermann	3
Kärcher	5	Horst Nikolaus	6
Miele	3	Brad Pitt	6
Ninova	0	Friedrich W. Ruf	3
Oral-B	8	Danijel Vladimirov	3
Polti	5	Florian Zyowitzke	3
Russell Hobbs	5		
WMF	5		
Shark	4		

SHARK GLAM PREMIUM-MULTISTYLER

Trocknen, glätten, glamouröser Glanz

Mit dem Glam will Shark das Haarstyling jetzt auf ein neues Level bringen: Der Shark Glam ist ein bahnbrechender Premium-Multistyler – einer der ersten seiner Art, der Haare trocknet, glättet, lockt, Frizz bewältigt und Glanz verleiht, ohne Hitzeschäden zu verursachen. Sein Geheimnis liegt in zwei neuen und innovativen Aufsätzen, die mit beheizbaren Keramikelementen ausgestattet sind und für ein schonendes und gleichzeitig effektives Styling sorgen. Das All-in-One-Styling-Tool ist für absolut jeden Haartyp geeignet und präsentiert sich im luxuriösen, stylischen Design. Mit dem Shark Glam Multistyler erweitert Shark Beauty das Hairstyling-Portfolio um ein neues Premium-Produkt, das den Shark FlexStyle ergänzt, der in Deutschland längst Kult-Status genießt. Der Shark Glam setzt neue Maßstäbe im Bereich des Heißluft-Stylings und kreiert glatte, voluminöse und lockige Glam-Looks für alle Haartypen, indem er leistungsstarke Luft mit hitzekontrollierter Keramik kombiniert. Kurz gesagt: Er bietet die Vorteile eines Hitzestylers, ganz ohne gefürchtete Hitze schäden. UVP 399,99 Euro.



ORAL-B, ZÄHNE PUTZEN MIT MUSIK

Bis 31. Dezember mit Sony Lautsprecher

Technik-Fans können eine Premium-Zahnbürste der Oral-B iO Serie 9 oder 10 erwerben und sich einen kabellosen, tragbaren Lautsprecher ULT FIELD 1 von SONY als Geschenk sichern. Mit der Gratis-Zugabe-Aktion rund um die Oral-B iO Serie möchte Oral-B das vierte Quartal stärken und den Umsatz im Handel weiter ankurbeln. Attraktive Werbematerialien wie Einleger, Poster und Wobbler sorgen für erhöhte Aufmerksamkeit am PoS. Die revolutionäre iO-Magnettechnologie kombiniert sanfte Mikrovibrationen mit dem bewährten runden Bürstenkopf von Oral-B – für ein außergewöhnlich sauberes Mundgefühl, vergleichbar mit einer professionellen Zahncleaning. Echtzeit-Coaching mit 3D-Tracking zeigt präzise, welche Zahnflächen bereits gereinigt wurden – inklusive Innen-, Außen- und Kauflächen. So wird eine gleichmäßige und gründliche Reinigung unterstützt. Die smarte Andruckkontrolle schützt das Zahnfleisch: Sie leuchtet rot bei zu starkem Druck und grün bei optimalem Druck – für exzellenten Zahnfleischschutz bei jeder Anwendung. Aktion läuft bis 31.12.2025, Registrierung bis 14.2.2026.



BEURER LV 500 PUREFLOW 2-IN-1 GERÄT

Air Purifier and Fan

Der LV 500 PureFlow sorgt für gereinigte Luft und angenehme Kühlung an heißen Tagen. Dafür sorgt ein dreischichtiges Filtersystem aus Vorfilter, HEPA H13 Filter und Aktivkohle. Es kann bis zu 99,95 % der Partikel wie Pollen, Feinstaub, Bakterien und Gerüche aus der Raumluft herausfiltern und ist damit ideal für Allergiker. Dabei fügt sich das moderne Design ohne Rotorblätter stilvoll in jedes Wohnumfeld ein. Der LV 500 bietet fünf individuell wählbare Programme: Basic, Nature, Sleep, Child und Automatic. Im smarten Automatikmodus erkennt das Gerät Partikel mit einer Größe von 2,5 Mikrometern und passt die Reinigungsleistung automatisch an die Raumluft an. Ein farbiger LED-Indikator zeigt dabei jederzeit die Luftqualität an. Zwölf Lüfterstufen und eine 130° Oszillation sorgen für eine optimale Luftverteilung im Raum. Die Lights-Off Funktion ermöglicht das vollständige Ausschalten



von Display und Indikatorlicht – ideal für den Einsatz im Schlafzimmer. Dafür spricht auch der geräuscharme Betrieb in niedrigen Stufen. Weitere Komfortfunktionen: Timerfunktion von 1 bis 12 Stunden, Anzeige der aktuellen Raumtemperatur sowie die magnetische Fernbedienung. UVP 299,99 Euro.



„STEAM MAKES YOU FEEL GOOD“!

POLTI Vaporetto Smart 110 Eco

Als führender Hersteller von Dampftechnologien für den Haushalt sorgt POLTI mit dem Vaporetto Smart 110 Eco nicht nur schnell und einfach für natürliche Sauberkeit, sondern für ein rundum gutes Gefühl. Der POLTI Vaporetto Smart 110 Eco verwandelt Wasser in kraftvollen Heißdampf, der bis zu 99,99 % aller Keime beseitigt und hygienische Sauberkeit schafft. Dabei verzichtet er vollständig auf chemische Zusätze und sorgt so für rückstandslose Reinheit, die selbst für empfindliche Kinderhaut, Allergiker und neugierige Tiernasen unbedenklich ist. Die ECO-Funktion reduziert den Wasser- und Energieverbrauch um bis zu 23 %, ohne die Reinigungsleistung zu beeinträchtigen. Mit einer Keimabtötung von 99,99 %* ist er besonders für Haushalte mit Haustieren oder Allergikern geeignet. Zudem bindet der Heißdampf Allergene und hat somit sogar einen luftreinigenden Effekt. UVP 249 Euro.



RUSSELL HOBBS VacuSteam

Die neue Steam Genie VacuSteam Dampfbürsste kombiniert erstmals Dampfkraft mit intelligenter Saugtechnologie und macht das lästige Bügeln zu einer schnellen, mühelosen Angelegenheit. Sie hält Kleidungsstücke durch Saugkraft sanft in Position, während leistungsstarker Dampf und eine keramische Bügelsohle selbst hartnäckige Falten in nur einem Durchgang glätten. UVP 99,99 Euro.

POLTI COFFEA PAD-MASCHINE

Welche Farbe darf es denn sein?



POLTI SpA stellt seine Pad-Maschine POLTI Coffea in vier neuen Trendfarben vor, die jeder Küche ein „Pop“ an Stil und Charakter verleihen. Kräftiges Rot, sanftes Türkisgrün, zartes Hellblau und elegantes Creme ergänzen die zeitlosen Farbvarianten Schwarz und Weiß. Die einfache Bedienung, das platzsparende Design und die Kompatibilität mit allen gängigen 44-mm-E.S.E.-Pads sorgen auf Knopfdruck für besten italienischen Kaffeegenuss mit einer immer perfekten Crema. Zwei Tasten für die gewünschte Ausgabemenge und drei Temperaturstufen ermöglichen die Zubereitung von Espresso und anderen Kaffeevariationen je nach individuellem Geschmack. UVP ab 139 Euro.

KÄRCHER WASCHSAUGER SE 2 SPOT Fleckentfernung leicht gemacht

Der kompakte und leistungsstarke Waschsauger eignet sich für die punktuelle Reinigung von kleinen Flächen sowie verschmutzten Stellen auf Teppichen, Sofas oder Auto- und Kindersitzen. Dank der effektiven Sprühextraktionstechnologie sprüht und saugt er in einem Schritt, sodass Polstermöbel und Teppiche ohne direkten Schmutzkontakt faszientiv gereinigt werden können.



WMF Mix & Go Touch Smoothie-Maker

Der WMF Mix & Go Touch beeindruckt mit hoher Leistung und Funktionalität. Ein 500-Watt-Motor sorgt in Kombination mit der WMF Perfect Cut Technologie und sechs präzise geschliffenen Klingen aus rostfreiem Edelstahl für feinste Mixergebnisse. Selbst vor Eiswürfeln macht das kompakte Kraftpaket keinen Halt – in Windeseile entsteht perfektes Crushed Ice für kalte Drinks. Wer beim Mixen kurze, kraftvolle Impulse benötigt, betätigt den Mixer in kurzen Intervallen für mehr Kontrolle beim Mixvorgang. Das 600 ml Mixbehältnis kann auch als Flasche verwendet werden. UVP 79,99 Euro

KAFFEE PERFETTO FÜR

BRAD PITT

De'Longhi Marketing-Kampagne mit italienischem Flair

„Buongiorno Brad“ – so beginnt der neue De'Longhi-Spot, in dem Hollywood-Star **Brad Pitt** auf Knopfdruck nicht nur einen perfekten Cappuccino, sondern auch ein Stück italienisches Lebensgefühl entdeckt. Der Italiener aus dem Off führt ihn charmant durch das Ritual: Bohnen wählen, Knopf drücken, den Kaffee riechen – und natürlich „perfetto“ üben. Fingerspitzen zusammen, die Geste, die Aussprache – erst dann wird aus dem Cappuccino ein echtes Stück Italien. Mit der dritten Zusammenarbeit setzt De'Longhi die Erfolgsgeschichte nun fort. Regie führte Oscar-Preisträger **Taika Waititi**, bekannt für seinen unkonventionellen Stil und cineastisches Augenzwinkern. Oder wie Brad Pitt es selbst beim Dreh beschrieb: „Taika sorgte für den Humor, De'Longhi für das Ritual – zusammen war das perfetto.“

Die neue Kampagne ist eine Hommage an Rituale, Gesten und das italienische Lebensgefühl hinter jedem Kaffee. Mit Storytelling, Star-Power und innovativen Produkten zeigt die Marke, wie aus Kaffee ein Lifestyle wird. Oder um es mit den Worten der Kampagne zu sagen: Es geht nicht nur darum, perfekt zu sein. Es geht darum, perfetto zu sein.

Strategiewechsel bei De'Longhi

Die „italienische“ Kampagne startete Anfang September 2025 in Deutschland und markiert zugleich einen wichtigen Strategiewechsel. Während De'Longhi in der Vergangenheit vor allem einzelne Produktlaunches mit eigenen Kommunikationsmaßnahmen begleitete, setzt die Marke inzwischen bewusst auf ein Brand-First-Prinzip. Das bedeutet: weg von singulären Produktkampagnen, hin



Susanne Harring: „Wir sind ein italienisches Unternehmen und unsere Intention ist der perfekte Kaffee, ganz einfach perfetto.“

zu breit angelegten Markenauftritten, die Strahlkraft auf das gesamte Portfolio entfalten.

Die Vorteile liegen auf der Hand: höhere Wiedererkennung, stärkere Abstrahleffekte, eine engere Bindung an die Marke und mehr Präsenz im relevanten Kaufmoment. „Brad Pitt hat sich für uns als Gesicht und Botschafter der Marke absolut bewährt. Er verleiht De'Longhi nicht nur Glamour, sondern vermittelt Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit – Attribute, die für unsere Kunden beim Kauf genauso entscheidend sind wie Design und Technologie. Diese Kampagne ist ein starkes Bild nach außen und ein klares Signal an den Markt: De'Longhi ist die Marke, die italienische Kaffeelidenschaft weltweit zum Lebensgefühl macht“, betont **Susanne Harring**, Geschäftsführerin De'Longhi Deutschland und Österreich.

Von TV bis DIVA

Die neue Kampagne ist ein klares Bekenntnis zu Storytelling, prominenter Strahlkraft, innovativen Produkten – und einer Strategie, die Marke und Abverkauf gleichermaßen in den Fokus rückt. Neben dem prominenten Testimonial überzeugt die Kampagne auch durch ihren interaktiven Ansatz. De'Longhi bespielt klassische TV-Kanäle ebenso wie digitale Touchpoints, Social Media, Influencer-Kooperationen und den Handel. Besonders im digitalen Bereich setzt das Unternehmen auf eine Always-on-Strategie, die datengetriebene Insights und intelligentes Targeting nutzt, um die richtige Botschaft zum richtigen Zeitpunkt bei der richtigen Zielgruppe zu platzieren. Auf TikTok kommt erstmals ein speziell entwickelter „DIVA Voice Filter“ zum Einsatz, der an den populären Sound-Trend des Sommers



La Specialista Touch

– Kaffee-Favoriten auf Knopfdruck. Der intuitive 3,5-Zoll-Touchscreen führt Schritt für Schritt zum perfekten Kaffee, ganz ohne Aufwand [l].

PrimaDonna Aromatic

– 5-Zoll-Touchdisplay plus Smartphone-Konnektivität per App. 35 warme und kalte Spezialitäten [r].



anknüpf. Nutzer können damit spielerisch in die Rolle eines italienischen Baristas schlüpfen – und ihre eigene Stimme im Perfetto-Style filtern lassen. Zudem startet auf der De'Longhi-Website die „Perfetto Challenge“, ein gamifiziertes Lead-Generation-Tool: Teilnehmer nehmen per Video eine italienische Phrase auf, eine KI bewertet ihre „Italianità“ und vergibt Punkte. Je besser das Ergebnis, desto größer der Gewinn. Damit verbindet die Marke Branding und Performance auf intelligente Weise – ein Spagat, der in der heutigen Marketingwelt essenziell ist.

Rampenlicht für die Hero-Produkte

Im Zentrum der Kampagne stehen vier Hero-Produkte: Eletta Explore, Rivelia, PrimaDonna Aromatic und die La Specialista Touch. Sie repräsentieren die ganze Spannbreite des De'Longhi-Portfolios – vom smarten Vollautomaten bis zum traditionellen Siebträger – und zeigen, wie vielfältig perfetto sein kann. Alle Modelle beherrschen die Zubereitung vom klassischen Espresso bis zum Cold Brew und sind in unterschiedlichen Designs und Farben erhältlich. Ausgewählt wurden sie, weil sie verschiedene Kaffeepersönlichkeiten ansprechen: die Eletta Explore als vielseitige Allrounderin, die Rivelia für flexible Coffee-Lover, mit Lust auf Sortenvielfalt, die PrimaDonna Aromatic als innovativer Premium-Vollautomat mit intelligentem Touch-Display und die La Specialista Touch für alle, die Barista-Feeling zu Hause erleben wollen. Eine intuitive Bedienung und die Speicherung von bis zu vier Nutzerprofilen werden dank 5 TFT Full-Touch-Farbdisplay möglich. Gepaart mit der WiFi-Funktion für die Konnektivität zur neuen My



Coffee Lounge

Willkommen in der Welt für Kaffeeliebhaber

Für De'Longhi ist Kaffee nicht nur ein wichtiger Teil des täglichen Lebens, es ist mehr. Doch der Tag braucht auch Abwechslung. Natürlich bieten die De'Longhi Kaffeemaschinen eine Vielzahl von Kaffeearianen, doch die Coffee Lounge von De'Longhi bietet den Nutzern der Kaffeemaschinen der Italiener noch viel mehr, nämlich die permanente Kommunikation mit einer Vielzahl von anderen Besitzern, die ihre Erfahrungen und ihre Rezepte austauschen. Ein Blick auf die Website der Coffee Lounge (coffeelounge.delonghi.com/de/) zeigt, De'Longhi Kaffeautomaten können mit Kaffee wirklich zaubern.

Zum Beispiel den Warm Cinnamon Apple Strudel. Ein wärmend-winterlicher Kaffeegenuss mit Zimt, Apfel und Dattelsirup (Bild oben). Nur ein Beispiel der Rezeptvielfalt der Community auf De'Longhi Coffee Lounge.

JOY to Use 2.2 – auf dem TFT-Touch-Display der De'Longhi Kaffeemaschinen werden Getränke je nach Nutzung angezeigt, sodass Lieblingsgetränke der Nutzer, entsprechend dem gespeicherten Profil, immer sofort auf Knopfdruck zur Verfügung stehen.

Coffee Lounge App (iOS & Android) entstehen umfangreiche Personalisierungsmöglichkeiten

Preislich deckt die Range den gesamten Markt ab – vom Einstiegsmodell bis zum Premium-Siebträger-Gerät. Damit wird deutlich: perfetto gibt es bei De'Longhi für jede Zielgruppe und jeden Lifestyle.

Promotion & PoS: Perfetto 3.0 direkt erlebbar

Ab Oktober startete die Genuss-Set-Promotion, die Konsumenten beim Kauf ausgewählter De'Longhi-Maschinen mit einem hochwertigen Set belohnt – darunter doppelwandige Cappuccino- und Espresso-Gläser, Lavazza-Bohnen sowie eine verlängerte Garantie. Damit verbindet De'Longhi Genuss mit einem klaren

Mehrwert und schafft zusätzliche Kaufanreize in der umsatzstarken Jahreszeit.

Parallel sorgt der neue Perfetto 3.0-Auftritt am Point of Sale für starke Sichtbarkeit. In über 105 Stores mit mehr als 4.500 Einsatztagen bringen geschulte Berater die Marke direkt zu den Menschen, machen das Sortiment erlebbar und übersetzen die Kampagnenbotschaft in echte Beratungssituationen. Ergänzt wird dies durch gezielte Trainings für Handelspartner sowie flankierende Trade-Marketing-Maßnahmen und PR-Aktivierungen. So stärkt De'Longhi nicht nur das Markenimage, sondern unterstützt Handel und Abverkauf gleichermaßen – ein integrierter Ansatz, der zeigt, wie Premium-Markenführung heute funktioniert.

Eletta Explore – mit

mehr als 50 heißen, kalten und Cold Brew-Getränken. Cold Extraction Technology für erfrischendste Cold-Brew-Getränke. Dank LatteCrema Hot & Cool Technology automatisch heißer und kalter Milchschaum. [l.]

Rivelia – der Clou, einfacher Kaffee-Wechsel durch Austausch des Kaffeebehälters. Die Maschine aus dem Brad Pitt Spot, ganz einfach, Kaffee perfetto mit einem Knopfdruck. [r.]





Jura Z10 Information – das Display der Jura Z10 zeigt nicht nur die Auswahl der möglichen Kaffeespezialitäten, es führt auch durch alle anderen Bedienfunktionen wie Reinigen, Entkalken, Einbinden in ein Netzwerk oder die speziellen Einstellungen von Kaffeestärke und -menge oder Mahlgrad und Milchschaum.

HAT JURA MIT SEINER Z10 DIE VOLLKOMMENE GESCHAFFEN? Kaffee-Vielfalt umfangreicher als in einem Wiener Kaffeehaus

Vor einem Jahr wurde die Jura Z10 im vom Sternenhimmel inspirierten Midnight Blue vorgestellt. In diesem Jahr hatte auf der IFA die zweite Generation der Z10 Premiere. Trotz der gleichen Typenbezeichnung handelt es sich um ein weiterentwickeltes Gerät, bei dem auch Erfahrungen der Kunden eingeflossen sind. Jura hält es bei seinen Modellen ähnlich wie beispielsweise Mercedes. Auch die S-Klasse wird von Jahr zu Jahr weiterentwickelt und bekommt trotz der fortlaufenden Optimierung keine neuen oder geänderten Typenbezeichnungen.

In Berlin aber bekam die jetzt neue Z10 einen weiteren Namen, „Die Vollkommene“- Ein Kaffee-Vollautomat, der aber auch wirklich alle Kaffeevarianten beherrscht und seinen Besitzer vollkommen zufriedenstellt. Den Entwicklern im Schweizerischen Stammhaus in Niederbuchsiten im Kanton Solothurn wird die Bezeichnung wohl weniger gefallen, denn an etwas Vollkommenem gibt es nichts mehr weiterzuentwickeln. Trotzdem aber ist zu erwarten, dass in einem Jahr zur IFA 2026 die Vollkommene noch etwas mehr vollkommen werden wird.

Das Wiener Kaffeehaus in einem Vollautomaten

Wer einmal in einem Wiener Kaffeehaus mit Unverständnis der Aufzählung von Kaffeevarianten



Horst Nikolaus:
„Die vier Kaffee-Genusswelten von JURA bieten unseren Fachhandelpartnern starke Verkaufsargumente und eröffnen neue Wege, individuelle Kaffeewünsche zu erfüllen. Wir freuen uns darauf, unsere Partner im Fachhandel mit inspirierenden Maßnahmen im bevorstehenden Weihnachtsgeschäft zu unterstützen.“

durch den Kellner gelauscht hat, kann jetzt auch zu Hause aus dieser Vielfalt wählen, denn die Jura Z10 bietet auf Knopfdruck 51 Kaffeespezialitäten. Und nicht nur die Kaffeevarianten der Wiener, sondern ganz spezielle Varianten, von denen man bislang noch nie etwas gehört hat, geschweige denn, sie verkostet hat.

Da wäre zum Beispiel Cold Brew, der so gar nichts mit kaltem Kaffee zu tun hat. Dank des Cold Extraction Prozess bereitet die Z10 echte Cold-Brew-Spezialitäten zu. Während viele konventionelle kalte Kaffegetränke meist aus heiß gebrühtem, abgekühltem Kaffee bestehen, erfolgt die Extraktion bei der Z10 mit kaltem Wasser, pulsierend, unter hohem Druck und tendenziell größer gemahlenem Pulver. Das Resultat in der Tasse ist ein natürliches, energiespendendes Erfrischungsgetränk, in dem die Fruchtaromen des Kaffees vorzüglich zur Geltung kommen, ohne von Bitterstoffen überlagert zu werden. Alles andere wäre wirklich bloß kalter Kaffee.

Oder wie wäre es mit einem ganz besonderen Genuss, wenn der Kaffee durch Zusätze einen ganz besonderen Geschmack bekommt? Ein Sirupaufsatzt für den Kombiauslauf ergänzt die Z10 als Zubehör und bringt die Bereicherung von subtil gesüßtem Milchschaum in die Spezialitätenpalette des Premium-Vollautomaten. Der Aufsatz ermöglicht es, jede Spezialität von leicht süß bis süß-aromatisch zu genießen – ob

Hot Brew oder Cold Brew. Wer es nicht ganz so süß mag, der kann auch zu einem alkoholischen Upgrade greifen. Die Genussvielfalt lädt zum Probieren ein und unterstreicht mit 40 Spezialitäten die Superlative der Z10.

Cold Sweet Nitro

Naheliegend wird bei Jura mit Kaffee auch experimentiert. Eines der Ergebnisse ist Cold Sweet Nitro, ein kalter Kaffee, der aber eine völlig neue Geschmackswelt eröffnet.

Das Aufschäumen von Milch für einen Cappuccino oder einen Kaffee Latte ist eine alltägliche Aktion. Ähnlich verhält es sich auch beim Cold Sweet Nitro. Dazu wird die Z10 mit dem Cold Sweet Nitro Kit aufgerüstet. Der wird an die Milchschaum-Düse angeschlossen, die andere Seite kommt in das Glas für den Kaffee. Während der kalt gebrühte Kaffee ins Glas läuft, strömt über die Milchschaumfunktion Luft in den Kaffee und schafft so ein erfrischendes, kühles und samiges Geschmackserlebnis.

„Mit dem Cold Sweet Nitro Kit ermöglichen wir Spezialitäten, die sich ideal in die moderne Kaffeekultur einfügen. Es ist die gute Wahl für alle, die auf der Suche nach etwas Besonderem sind – einer harmonischen Kombination aus Innovation und Tradition“, so **Horst Nikolaus**, Geschäftsführer der JURA Elektrogeräte Vertriebs-GmbH.



Individuell – Auswahl, Stärke und Menge auf Knopfdruck. Bei der Z10 kann sich der Nutzer seinen ganz persönlichen Kaffee komponieren.



Vielfalt – Spezialitäten mit Sirup als Farbvarianten und spezieller Süße oder Mocaccino und Schokoschaum mit dem Schokoaufsatz.



Recognising Grinder – elektronisch stellt sich das Präzisionsmahlwerk in Sekundenbruchteilen individuell auf den vordefinierten Mahlgrad ein.

Die JURA Z10, Kaffee-Vielfalt in vier Dimensionen:

Die Z10 ist ein Premium-Kaffeeverkäufer, der mit seinem eindrücklichen Spektrum alles bietet, was Kaffee-Liebhaber begehrten. Hot, Cold, Light und Sweet – in zweiter Generation vereint die Z10 vier Genusswelten und 51 Kaffeespezialitäten und hebt mit ausgefeilten neuen Features Qualität, Vielfalt und Bedienkomfort auf das nächste Level.

Vollkommener Genuss

Ob klassischer Espresso, erfrischender Cold Brew, fruchtiger Light Brew oder ein Hauch von Süße dank der Sweet-Foam-Funktion – die Z10 komponiert mit vier JURA-Genusswelten eine beeindruckende Geschmackssymphonie. Ihre Sweet-Foam-Welt ist zudem mit einem neuen, unvergleichlichen Charakter angereichert: Dank des Schokoauflatzes sind Mocaccino und Schokoschaum mit der Z10 nur einen Fingertipp vom Hochgenuss entfernt. Auch der Long Black, der sich in Australien und Neuseeland großer Beliebtheit erfreut, reiht sich in die Auswahl des Premium-Vollautomaten aufgrund seines milden Profils ein.



Herausragende Technologien, exzellente Ergebnisse

Die Z10 überzeugt mit wegweisenden Features, die nur ihr vorbehalten sind: Der Coffee Timer ermöglicht über die JURA-App J.O.E. die Vorbereitung des Lieblingskaffees ohne Zutun – der frisch gebrühte Kaffee steht direkt

Präzision macht den Unterschied

Herausragender Kaffeegenuss ist das Ergebnis bester Zutaten und einer perfekten Zubereitung. Das Herzstück der Z10 bildet daher das Präzisionsmahlwerk P.R.G.2+, das Mahlgrad und -menge automatisch steuert und auf das Aromaprofil des

Design, das begeistert

Mit ihrem ikonischen Design, hochwertigen Materialien und einem großzügigen 4,3“-Farbdisplay verkörpert die Z10 nicht nur zeitlose Eleganz und kompromisslose Funktionalität, sondern erfüllt auch alle Ansprüche an einen Designklassiker. Ihr edles Wellendesign akzentuiert den Wassertank und formt die Frontseite konvex-konkav. Das nach außen gewölbte Bedienfeld lädt zum Interagieren ein, während die Tassenplattform eine imposante Bühne bildet. Die intuitive Menüführung mit den farblich hervorgehobenen Genusswelten macht die Auswahl der gewünschten Spezialität dank einfachem Antippen und Swipen zum Erlebnis. In die Einstellungen gelangt man rasch und unkompliziert über den Easy Mode.

Das Design und die gezielte

Wahl der richtigen Werkstoffe tragen aktiv zur Nachhaltigkeit eines Produktes bei. Hochwertige, langlebige Materialien sowie höchste Präzision in der Verarbeitung sorgen über das gesamte Maschinenleben sowohl für kulinarischen wie auch ästhetischen Hochgenuss. Wer die Z10 anfasst, begreift im wahrsten Sinne des Wortes, was JURA unter Wertigkeit versteht. UVP 2.499 Euro.



JURA Z10 die 2. Generation – jetzt in den Farbvarianten Aluminium Black und Aluminium White und noch mehr Vielfalt bei den Kaffeespezialitäten. Der Besitzer kann jetzt unter 51 Kaffeevarianten auswählen.

nach dem Aufstehen bereit. Der innovative Koffeinregler erlaubt die individuelle Anpassung des Koffeingehalts in drei Stufen und bietet in Sachen Personalisierung einen kleinen, aber feinen Unterschied. Unterstützt wird der Komfort durch Assistenzfunktionen wie den Milk Assistant und den Quality Assistant, die für eine unkomplizierte Pflege und Reinigung sorgen.

gewählten Getränks abstimmt – von fein für kurze Klassiker bis grob für verlängerte Kaffeespezialitäten oder Cold Brew. Dank der Aroma Selection lässt sich der Mahlgrad zudem spontan auf jede Zubereitung individuell abstimmen. Fünf verschiedene Brühprozesse garantieren, dass jede Spezialität ihr charakteristisches Aroma entfaltet – von kräftig-intensiv bis mild oder fruchtig.

NIVONA SETZT AUF DEN FACHHANDEL Beratung zählt

Nivona ist eine Fachhandelsmarke mit mittlerweile mehr als 2.000 Händlern. Die Marke will nur dort präsent sein, wo gut beraten wird. Also im Fachhandel. Vor 20 Jahren startete Nivona mit der Vision, Kaffeemaschinen ausschließlich über den Fachhandel zu vertreiben, da man überzeugt ist, dass Kaffee-Liebhaber nur im Fachhandel individuell und professionell genug beim Kauf eines Vollautomaten unterstützt werden können. Wir sprachen mit dem Geschäftsführer **Christian Fritsch** über die Position des Unternehmens im deutschen Kaffee-Markt und die Positionierung im Fachhandel.

Der Markt für Kaffeemaschinen ist gut besetzt. Was zeichnet Nivona hier besonders aus?

„Wir haben uns erfolgreich mit innovativen Automaten positioniert. Unsere Vollautomaten bieten mit ihrer Aroma-Technologie Kaffeegenuss wie aus dem Siebträger, verbunden mit einfacher Bedienung. Sie sind langlebig und durch unkomplizierte Reinigung gekennzeichnet. Neu hinzu kamen Features wie Chilled Brew bei unserer NIVO 8'107 im vergangenen Jahr. Oder perfekter Milchschaum bei unserer neuen 9000er-Serie in diesem Oktober – abgestimmt auf Kuhmilch, Hafermilch oder andere pflanzliche Milchalternativen.“

Unser Fokus liegt auf nachhaltigem Wachstum. Das Ergebnis: ein Sortiment, in dem jeder Kunde seinen Automaten findet. Wir sind Kaffee-Nerds, die Konsumenten eine Lösung bieten wollen, die sie nie bereuen. Kaffeegenuss, ganz nach dem Geschmack des Kunden.“

Welche Bedeutung hat der Fachhandel in Ihrer Vertriebsstrategie?

„Nivona gibt es nur dort, wo auch gut beraten wird. Also im Fachhandel. Nach 20 Jahren sind wir etabliert bei unseren Handelspartnern. Sie wissen, was sie bekommen: wertige, gut ausgestattete Geräte mit exzellentem After-Sales-Service.“

Der beratende Fachhandel ist unser wichtigster Partner. Bei jeder Präsentation betone ich: Wir haben Erfolg, weil IHR uns unterstützt. Deshalb ist der Fachhandel für uns die Nummer eins, und alle Aktionen sind auf ihn ausgerichtet.“

Mit welchen Marketingmaßnahmen unterstützen Sie den Fachhandel?

„Wir stellen PoS-Material zur Verfügung und unterstützen mit Ideen und Lösungen bei Außenwerbung oder auf der Verkaufsfläche. Unsere Kommunikation Richtung Konsumenten haben wir in den vergan-



Christian Fritsch:
„Wir legen sehr viel Wert auf gute Beratung unserer Kunden, und wirklich gute Beratung gibt es im Fachhandel. Wir sind seit 20 Jahren Partner des Fachhandels und das hat sich für beide Seiten bestens bewährt.“



genen Jahren ausgebaut – von Magazinen mit Special Interest-Themen über Instagram bis zu Kooperationen mit Influencern im Bereich Backen und Genuss.“

Kaffeemaschinen werden stark beansprucht. Wie sieht es bei Nivona mit dem Service aus?

„Unser Service ist ein wichtiger Baustein. Die Menschen erhalten ein verlässliches und nachhaltiges Produkt. Unsere Geräte sind durch die Bank reparaturfähig – das sorgt für Zufriedenheit bei Händlern und Konsumenten. Wer einmal einen Nivona-Kaffeemaschine hatte, wird nicht wechseln, denn bei uns stimmt die Qualität beim Gerät und beim Service.“

Welche Aktionen sind für die kommenden Monate geplant?

„Wir bieten derzeit mit der NICR 793 ein attraktives Sondermodell mit Erweiterung der gesetzlichen Gewährleistung von zwei auf insgesamt fünf Jahren in Zusammenarbeit mit Wertgarantie – eine Aktion bis Ende des Jahres. Ein Preisgeschenk vergisst der Konsument schnell, aber eine verlängerte Garantiezeit gibt ein gutes Gefühl, in ein verlässliches Produkt investiert zu haben.“

Ein zentrales Thema ist aktuell Milchkaffee mit pflanzlichen Milchalternativen. Der Milchschaum aus den Automaten der neuen 9000er-Serie ist immer sensationell

– ob aus Kuhmilch, Hafermilch oder anderen pflanzlichen Alternativen. Auch unsere Einführungsaktion mit Moelk, einem wichtigen Anbieter pflanzlicher Milchalternativen, zahlt darauf ein.“

Die neue 9000er Serie

Auf der IFA stellte Nivona die neue 9000er Serie mit den Modellen NIVO 9'101 und NIVO 9'103 vor, die nahezu alle Wünsche der Kaffeeliebhaber erfüllen. Herzstück der 9000er Serie bildet das innovative LattePreSelect-System, das ein bisher nicht ganz gelöstes Problem der Kaffeebranche angeht: Das Aufschäumen pflanzlicher Milchalternativen liefert oft keine optimalen Ergebnisse. Bei der 9000er Serie können Nutzer gezielt zwischen tierischer Milch, Hafermilch und anderen pflanzlichen Milchalternativen wählen. Die Maschine passt das Dampf-Milch-Verhältnis automatisch an die jeweilige Milchart an und holt so das Optimum aus jeder Milchsorte heraus – für perfekte Cappuccino und andere Milchkaffee-Spezialitäten.

Praktisch ist die automatische Reinigung mit Easyclean+ mit Doppelmilchschlauch. Das innovative System verbindet den Kaffeemaschinen mit dem externen Milchbehälter und ermöglicht eine vollautomatische Reinigung des Milchsystems – ohne dass der Milchbehälter entfernt werden muss. Das Gerät übernimmt die Reinigung selbstständig und sorgt so für maximalen Komfort und Hygiene.

Einfache Bedienung wie beim Smartphone: Als einzige Maschine im Nivona-Sortiment erfolgt die Bedienung der 9000er Serie ausschließlich über ein großes, farbiges 7-Zoll-Touchdisplay. Das intuitive Interface macht die Kaffe Zubereitung so einfach wie möglich und bietet gleichzeitig Zugang zu exklusiven Rezepten wie Flat White und Espresso Macchiato, die um 16 eigene Rezepte ergänzt werden können.



„Diamond“-Level Sicherheitsbewertung für Samsung:

Die neue Saug- und Wischroboter-Modellserie Bespoke AI Jet Bot Steam wurde mit der „Diamond“-Level Sicherheitsbewertung von UL Solutions ausgezeichnet. Damit erhalten Samsung Hausgeräte in diesem Jahr – nach verschiedenen Bespoke AI Kühlgeräten und Bespoke AI Wäschepflege-Geräten – zum dritten Mal die begehrte Auszeichnung.

„Da das Smart Home immer mehr Gestalt annimmt und gleichzeitig die Bedenken im Hinblick auf den Datenschutz und die Datensicherheit weiter zunehmen, suchen Verbraucherinnen und Verbraucher nach sicheren Produkten, denen sie vertrauen können“, sagt **Jeong Seung Moon**, EVP und Head of the R&D Team for Digital Appliances Business bei Samsung Electronics. „Samsung bietet leistungsstarke Sicherheitsarchitekturen, die ihre persönlichen Daten über alle unsere AI-gestützten Geräte hinweg sicher schützen.“

Der Bespoke AI Jet Bot Steam Ultra4, das Premium-Modell der Serie, nutzt während des Betriebs eine Kamera und bietet Kontroll-Funktionen auf Basis seiner SmartThings-Konnektivität. Damit ist das Gerät vergleichbar mit anderen Hausgeräten, die ebenfalls mit Displays ausgestattet sind und zur Steuerung weiterer Geräte im Smart Home eingesetzt werden können. Diese Geräte können Benutzerinformationen im Webbrowser speichern und brauchen daher robuste Sicherheitslösungen. Um dies zu gewährleisten, werden die Hausgeräte durch Samsung Knox, einer mehrschichtigen Sicherheitsarchitektur, geschützt. Mit ihr ist eine verschlüsselte Kommunikation ebenso möglich wie die robuste Abwehr externer Bedrohungen.

SPOTLESS SAUG- UND WISCHROBOTER ÜBERNEHMEN DEN HAUSPUTZ Bosch stellt zwei neue Premium- und zwei Basic-Modelle vor

Die neuen Spotless Saug- und Wischroboter nehmen mit ihrer Carbon Power Brush zuverlässig Staub und Schmutz vom Boden auf. Das Besondere daran: Die Fasern der Bürste bestehen aus verschiedenen Materialien. Die Carbonfasern sorgen für eine hervorragende Hartbodenreinigung und die Kunstfasern für eine zuverlässige Teppichreinigung. Da Carbonfasern außerdem sehr dünn sind, können sie in hoher Dichte in die Bürste integriert werden und lassen dadurch keinen Schmutz entkommen. Die Bürste ist zudem für weniger Haarverwicklung optimiert und kann dank EasyClean Mechanismus mit nur wenigen Handgriffen gereinigt werden. Mit einer optimal auf die Bürste abgestimmten Saugleistung von 11.000 Pa erzielen die Spotless Saugroboter beste Reinigungsergebnisse.

Alle Spotless Modelle können nicht nur saugen, sondern auch wischen. So werden auch Flecken und Feinstaub effizient entfernt – und auch dieser Punkt kann von der eigenen To-

Do-Liste gestrichen werden. Die Basic-Modelle Spotless und Spotless + sind mit einem statischen Wischpad ausgestattet, die Modelle Spotless Max und Spotless Max Cam verfügen über zwei rotierende Wischpads für eine noch effizientere und gründlichere Reinigung. Zusätzlich fährt bei diesen beiden Modellen eines der Wischpads automatisch aus, um auch Kanten und Ecken problemlos zu erreichen.

Zum Aufladen verfügt jeder Spotless Saugroboter über eine praktische Servicestation. Je nach Modell ist diese mit verschiedenen Extras ausgestattet. Die Trocken-Servicestation des Spotless + leert automatisch die Staubbox des Roboters. Der entnommene Staub wird in die 1,5l-Staubbox der Station überführt, ein Staubbeutel ist nicht nötig. Der Spotless Max und Spotless Max Cam verfügen über eine Nass-Trocken-Servicestation, die die Wartungsaufgaben selbstständig übernimmt. Sie reinigt und trocknet die Wischpads, entleert die Staubbox des Roboters und füllt

den Wassertank auf. Der Staubbeutel der Station hat ein Fassungsvermögen von 3 Litern, der Frischwassertank fasst 4 Liter und der Schmutzwassertank 3,5 Liter. Die Wischpads werden in der Station mit bis zu 70 °C heißem Wasser gereinigt und anschließend mit Heißluft getrocknet.

Alle Spotless Saugroboter sind vollständig in die Bosch Home Connect App integriert. Das sorgt für hohe Sicherheitsstandards für Daten und deren Zugriff. Die Daten verbleiben in der EU und unterliegen damit deren Datenschutzrichtlinien. Die geprüfte IT-Sicherheit wird mit dem BSI IT-Sicherheitskennzeichen bestätigt. Auch die Bedienung innerhalb der App ist intuitiv. In der Bosch Home Connect App können Nutzende alle nötigen Einstellungen für ihren Saugroboter vornehmen und diesen gezielt starten. Dort können auch Sprachbefehle aktiviert werden, sodass eine Bedienung des Spotless über Alexa oder Google Home und das Apple HomeKit möglich ist.



Praktisch – Staub und Schmutz werden abgesaugt und in der Basisstation gesammelt.



Tauschen – die Wischpads können einfach gewechselt werden.