



digitalMarkt

Consumer Electronics · Digital Imaging · Personal Computing + Telekommunikation

CE&TRADE homeTec

März/April 2023



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

**Samsung
Energieeffizienz-Offensive**

**MIT SMARTER
TECHNOLOGIE
STROM UND
WASSER SPAREN**

Energy Heroes



Das Thema Umweltbewusstsein begleitet uns entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Unternehmen bis hin zu der Nutzungsdauer unserer Geräte“, sagt **Diana Diefenbach**, Senior Manager Technical Product Management and Communication bei Samsung Electronics. „Die Technologien unserer Produkte sollen dazu beitragen, nicht nur unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren, sondern auch den der Nutzer.“

Die neuen Waschtrockner sind dank der elektronischen Steuerung ihres Digital Inverter Motors auf der Energieeffizienzleiter im Vergleich zu den Vorgängermodellen weiter nach oben gestiegen: Statt E/B bei den Vorgängermodellen erreichen die neuen Waschtrockner ab Q2/2023 die Einstufung in D und A für Waschen bzw. Waschen und Trocknen. Auch das aktuelle Waschmaschinen Line-up verfügt über die smarte Steuerungstechnologie.

Das Samsung Modell WW11B-B945AGM beispielsweise verbraucht 10 % weniger Energie als der Grenzwert der Energieeffizienzklasse A.

Auch Kühlgeräte von Samsung sind Spar-Meister. So werden eintürige Vollraumgefrierschränke im Bespoke Design nun in der Energieeffizienzklasse D3 angeboten. Auch das neue Side-by-Side-Modell mit Beverage Center, welches bisher in E angeboten wurde, erhält zukünftig

eine höhere Energieeffizienzklasse in D. Ausgeweitet wird die erfolgreiche Serie der RS8000 Side-by-Sides, die bereits über Energieeffizienzklasse C verfügen, um die Farbe Schwarz. Somit haben Fachhändler mehr Flexibilität in ihren Beratungsgesprächen zu energieeffizienten Samsung Kühlgeräten. Neue Kühl-Gefrierkombinationen, die ab Ende März 2023 verfügbar sind, erreichen die Energieeffizienzklassen A und B.

Weiter lesen auf Seite 8

Mit Coolness an der Spitze

Top-Testergebnisse in Folge



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

NAMEN & ZITATE / INHALT

HAIER

Zum 1. Februar 2023 trat **Thomas Wyschka** seine Stelle bei Haier als Business-Unit-Director Built-In DACH an – der letzte Baustein der seit Sommer letzten Jahres in der DACH-Region begonnenen Umstellung auf ein neues Managementmodell. „Ein wichtiger Schritt, um die Wachstumsziele von Haier im deutschsprachigen Markt zu erreichen und das Unternehmen erfolgreich in die Zukunft zu führen“, meint **Christian Burghardt**, CCO bei Haier Germany. „Unser Ziel ist es, in Europa zur Nr. 3 aufzusteigen. Die neue Struktur verschafft uns die Flexibilität, die wir benötigen, um dieses Ziel zu erreichen“, so Burghardt. CEO DACH **Thomas Wittling** hat sich allerdings noch während der Umstrukturierung vom Unternehmen mit unbekanntem Ziel verabschiedet, interimweise werden die Geschäfte



von **Jean Pascal Rey** (Foto), CCO Haier Europe, geführt. In der konkreten Umsetzung hat man sich indes in vier Geschäftsbereiche fokussiert, die nun jeweils als eigenständige MEs – Washing, Cooling, Consumables und Built-In – aktiv sind. Für die Kunden heißt das: Jede ME hat einen exakt definierten Ansprechpartner mit Entscheidungskompetenz: Der Bereich Washing, der die Waschgeräte der Marken Haier und Hoover umfasst, wird von **Claudia Kreps** geleitet. **Martin Heller** zeichnet für die Kühlgeräte verantwortlich, und beim Zubehör steht **Jörg Reichel** an der Spitze. Gestützt wird die Unternehmensstruktur von dem Bereich Kommunikation, für den **Cornel Frei** als Marketingleiter DACH verantwortlich ist. Bei ihm laufen die kommunikativen Fäden zusammen.

www.haier.de

BSH



Tanja Rückert ist seit dem 1. Januar Geschäftsführerin der Robert Bosch GmbH mit Zuständigkeit für den Bereich Digital Business and Services. Dazu gehören Bosch Digital, IT, Systemlandschaften und Digitalisierung, Cyber Security sowie Software and Digital Solutions. Darüber hinaus verantwortet sie den Bereich Global Business Services, den Geschäftsbereich Global Service Solutions sowie Bosch Connected Industry.

MSH



Hubert Kluske wird neuer Managing Director Sales bei MediaMarktSaturn. Vorgänger **Jörg Bauer** verantwortet zukünftig als Managing Director den Bereich Services & Solutions. Kluske kommt vom Touristikkonzern TUI, wo er fünf Jahre als Geschäftsführer Vertrieb und Marketing arbeitete. In einer früheren Station war Kluske als Geschäftsführer der Mobilcom-Debitel Shop GmbH aktiv.

EURONICS



Frank Schipper, neuer Aufsichtsratsvorsitzender bei Euronics, sieht zuversichtlich in die Zukunft: „Dafür sind wir bestens aufgestellt und stehen auch mit dem neuen Aufsichtsrat für strategische Kontinuität. Den eingeschlagenen Kurs wird der Aufsichtsrat im engen Austausch mit dem Vorstand konsequent begleiten und weiterentwickeln. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit im Aufsichtsrat und mit dem Vorstand.“

CONSTRUCTA



Eric Seiter ist neuer Vertriebsleiter der Marke Constructa für den Bereich Einbau und das Fachhandelsprogramm Constructa energy. Darüber hinaus verantwortet er die Vermarktung aller Marken bei Küchenmöbelherstellern. „Der besondere Reiz an dieser Position liegt für mich im Zweiklang aus dem Kerngeschäft rund um die Marke Constructa und dem Vertrieb aller BSH-Marken über spezifische Kanäle.“

VERSUNI



Henk S. de Jong, CEO von Versuni, seit neuestem Lizenznehmer von Royal Philips, betont, dass Versuni weiterhin die Marke Philips sowie die Marken Saeco, Gaggia und Philips Walita führen und zudem Produkte der Unternehmensmarken Preethi, L'Or Barista und Senseo anbieten wird. „Wir sind überzeugt, unseren Konsumentinnen und Konsumenten sowie unserer Kundschaft die besten Produkte bieten zu können.“



Anja Zankl: Gorenje mit German Design Award ausgezeichnet. **Seite 6**



Nedžad Gutic: Samsung Vertrieb wird neu organisiert. **Seite 8**



De'Longhi: Erfolg weiterführen, Susanne Haring und Anne Leonhardi. **Seite 10**

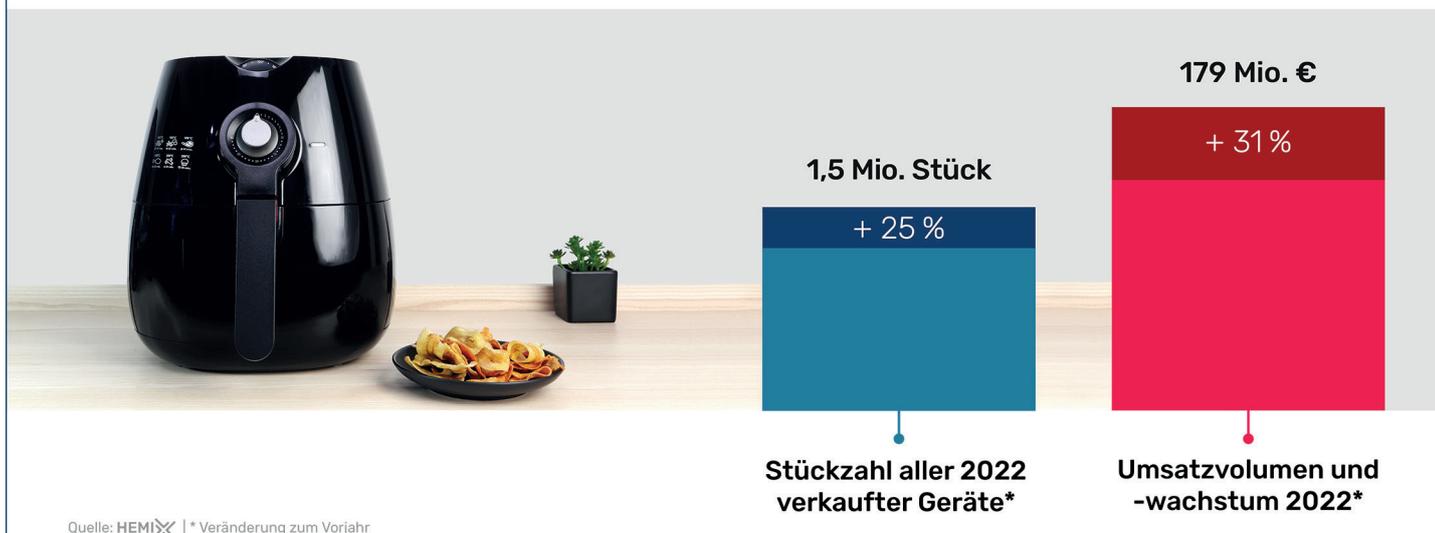
Inhalt

Personen: Wirtschaft	3
Air Fryer: Fettfrei frittieren	4
Severin: Neue Akku-Serie	4
Jura: Sehr gut im Test	5
Graef: Brotback-Automat	5
Gorenje: Gewinnt Design Award 2023	6
Gorenje: OptiBake Preistipp	7
Siemens: Cashback-Aktion	7
Samsung: Vertrieb neu aufgestellt	8
Samsung: Tim Raue weiter an Bord	8
Liebherr: Wein-Kühlschränke	9
De'Longhi: Weiter auf Erfolgskurs	10
Panasonic: Neue Epilierer-Generation	11
Panasonic: Reisebegleiter Multishape	11

Unternehmen		
BSH	3	D. Diefenbach 8
Constructa	3	Cornel Frei 3
De'Longhi	10	Henk S. De Jong 3, 4
Euronics	3	Nedžad Gutic 8
Graef	5	Susanne Haring 10
Gorenje	6	Martin Heller 3
Haier	3	Herbert Kluske 3
Jura	5	Claudia Kreps 3
Liebherr	9	Anne Leonhardi 10
MSH	3	Martin Ludwig 9
Panasonic	11	Matevž Popic 6
Philips	4	Tim Raue 8
Samsung	8	Jörg Reichel 3
Severin	4	Jean Pascal Rey 3
Siemens	7	Tina Rückert 3
Versuni	3, 4	Frank Schipper 3
Personen		Eric Seiters 3
Jörg Bauer	3	Thomas Wittling 3
Chr. Burghardt	3	Thomas Wyschka 3
		Anja Zankl 3

Fettarmes frittieren Air Fryer legen 2022 kräftig zu

gfu Consumer & Home Electronics



1,5 Mio. Air Fryer verkauft Fettfrei frittieren

Kalorienarmes garen, backen oder frittieren mit einer Heißluftfritteuse, einem sogenannten Air Fryer, hilft dabei. Aktuelle Marktzahlen belegen diese Entwicklung und stellen die stark gestiegene Beliebtheit dieser Geräte unter Beweis: So

wurden in Deutschland 2022 erstmalig mehr als 1,5 Millionen Heißluftfritteusen verkauft, ein Plus von 25 Prozent. Die Steigerung beim Umsatz im Jahr 2022 betrug sogar 31 Prozent auf knapp 179 Millionen Euro. Mit Air Fryern können alle Arten von Speisen zubereitet werden, begonnen beim Klassiker Pommes Frites, über Geflügel, Gemüse, Ofenkartoffeln bis hin zu vielseitigen Snacks. Bei den Heißluftfritteusen

erfolgt der Frittier- und Backprozess mit Luft und nicht durch Verwendung von Öl. Während beim traditionellen Frittieren die Speisen in heißem Fett schwimmen, spart die Zubereitungsart im Air Fryer Kalorien. Sie ist gesünder und zudem eine Alternative zum Backofen. Heißluftfritteusen zeichnen sich darüber hinaus durch einen geringen Energieverbrauch aus, in der aktuellen Zeit ein zusätzliches Argument.



SEVERIN CORDLESS EDITION Neue Akku-Serie mit Stab- und Handmixer

Das sauerländische Unternehmen setzt bei seinem Cordless-Programm auf kabellose Freiheit beim Kochen. Dazu gehört der Stabmixer mit seinem umfangreichen Zubehörprogramm zum UVP von 99,99 Euro. Zweiter im Team ist der Handmixer inklusive Kneithaken. Die exakte Steuerung der benötigten Leistung erfolgt mittels eines stufenlosen Reglers. Wie alle Produkte der neuen Cordless Edition überzeugt der Akku-Handmixer durch ein hochwertiges und ergonomisches Edelstahl-Design. UVP 89,99

Euro. Das lästige Zerkleinern übernimmt der Akku-Universalzerkleinerer mit innovativem Knoblauch-Schälensatz. So lassen sich mit einer Akkuladung zum Beispiel bis zu 120 Zwiebeln zerkleinern. Und wem das nicht reicht, mit der Schnellladefunktion ist er nach nur 15 Minuten bereits wieder startklar für weitere Aufgaben. Zum Lieferumfang gehören ein Messereinsatz mit vier Klingen, ein Knoblauch-Schälensatz, eine Emulgierscheibe für Saucenzubereitung und ein anti-Rutsch-Ring. UVP 89,99 Euro.

PHILIPS HA WIRD VERSUNI Domestic Appliances ist jetzt eigenständig

Auch wenn sich die visuelle Identität des Unternehmens ändert, bleibt der Leitgedanke „Turning Houses into Homes“ konstant. Als Lizenznehmer von Royal Philips wird das Unternehmen weiterhin die Marke Philips sowie die Marken Saeco, Gaggia und Philips Walita führen. „Nachdem wir uns zu einem eigenständigen Unternehmen entwickelt haben, beginnt für uns mit Versuni ein ganz neues Kapitel“, so **Henk S. de Jong**, CEO von Versuni. „Wir sind überzeugt, unseren Konsumentinnen und Konsumenten sowie unserer Kundenschaft die besten Produkte bieten zu können und weiterhin mit Innovationen zu begeistern, die das Leben zu Hause besser, einfacher und gesünder machen. Wir setzen unsere Reise nun als Versuni fort, und während wir unsere Marktführerschaft ausbauen und neue Geschäftsfelder erschließen, fühlen wir uns geehrt, Konsumentinnen und Konsumenten dabei zu unterstützen, aus ihren vier Wänden ein Zuhause zu machen.“

ETM TESTMAGAZIN

JURA
E6 (EC)

SEHR GUT 95,2 %

Einzeltest
Kaffeefullautomat 03/2023
www.etm-testmagazin.de



JURA E6 Sehr gut im Einzeltest

Die E6 ist ein Highlight im JURA-Sortiment, schon das erste Modell der E6-Linie wurde seit Markteintritt bereits mehrfach ausgezeichnet und war 2020 Testsieger bei der Stiftung Warentest. Sie überzeugt mit ihren technologischen Vorzügen und bringt Design, Funktionalität und Innovation in ein eigenständiges, unverkennbares Format. Nun hat das Erfolgsmodell das begehrte ETM-Testsiegel gewonnen: Ein weiterer Beleg für die Attraktivität dieses besonderen Vollautomaten. Nicht weniger als elf verschiedene Spezialitäten auf Knopfdruck bietet die E6 auf ihrem 2,8-Zoll-TFT-Farbdisplay. Dazu verfügt der Klassiker über den Puls-Extraktionsprozess (P.E.P.), der durch seine optimale Extraktionszeit den perfekten Espresso in höchster Kaffeebar-Qualität garantiert. Das ultraschnelle und sehr leise arbeitende Mahlwerk Professional Aroma Grinder erreicht ganze 12,2 Prozent mehr Aroma. Ferner ist die E6 mit einer Feinschaumdüse für besonders feinporigen, edlen Milchschaum ausgestattet. UVP ab 899 Euro.



GRAEF BROTBACK-AUTOMAT Allrounder mit 35 Brotback-Programmen

Der vollautomatische Brotbackautomat bietet gleichzeitig die Freiheit, eigene kreative Rezepte umzusetzen. Über das manuelle DIY-Programm können Hobbybäcker:innen Knet-, Geh- und Backzeiten für das ganz persönliche Lieblingsbrot individuell einstellen, und los geht's. Die Grundzutaten werden direkt in die Backform gegeben, und dann wird der Knetvorgang gestartet. Trockene Zutaten wie Nüsse, Saaten oder Rosinen lassen sich ganz leicht über die Nachfüllöffnung während des Knetprozesses hinzufügen. Ist der Teig fertig geknetet, wird der antihafbeschichtete Knethaken mit dem mitgelieferten Werkzeug herausgenommen. Der Teig darf jetzt nach vorgegebener Zeit etwas ruhen, bevor der Brotexperte ihm richtig einheizt. Über den 3-Stufen-Bräunungsgradregler können sogar Röstung und Knusprigkeit ganz nach persönlichem Gusto festgelegt werden. UVP 299,99 Euro.

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



GORENJE GEWINNT GERMAN DESIGN AWARD 2023 OptiBake-Einbaubacköfen und UltraClean-Geschirrspüler

Gorenje konnte sich gleich zweimal beim renommierten German Design Award durchsetzen: Die international hochkarätig besetzte Jury prämiert die innovativen OptiBake-Einbaubacköfen mit der „Winner“-Auszeichnung und vergibt eine „Special Mention“ an die vollintegrierten UltraClean-Geschirrspüler. Mit diesem Erfolg konnte Gorenje erneut seine Position als führender europäischer Hausgerätehersteller unter Beweis stellen.

„Mit gleich zwei Auszeichnungen war unsere diesjährige Bewerbung beim German Design Award überaus erfolgreich. Die Verleihung eines so angesehenen Designpreises ist der beste Beweis nicht nur für gutes Design, sondern auch für die Produktqualität und die außergewöhnliche Leistung der multidisziplinären Teams, die hinter den Projekten stehen! Wir freuen uns besonders, dass die neue Designausrichtung der Gorenje-Produkte so viel Anerkennung erfährt. In Zukunft werden wir darauf aufbauen und das neue Design in weiteren Produktgruppen umsetzen und durchgängige Gerätedesignlinien entwickeln“, unterstreicht **Matevž Popic**, Head of Product Design vom europäischen Gorenje-Headquarter im slowenischen Velenje.

BlackLine Einbaubacköfen

Die OptiBake-Einbaubacköfen der BlackLine-Serie überzeugten die Jury mit durchdachtem, intelligentem Design und edler Optik: „Die Einbaubacköfen der »Gorenje G650-



Anja Zankl: „Mit dem minimalistischen Design und dem zeitlosen Look unserer OptiBake-Einbaubacköfen wollen wir Kunden mit hohen Designerwartungen ansprechen, die zudem Wert auf Nachhaltigkeit und intuitive Bedienung mit praktischer Funktionsvielfalt legen.“

Serie« verfügen über Oberflächen aus dunklem Glas, wodurch sich die Geräte harmonisch in die Küchenfront integrieren lassen. Dadurch entsteht ein optisch ansprechendes Gesamtbild.“ Bewusst setzten die Gorenje-Designer auf die Küchentrendfarbe schwarz, betont **Anja Zankl**, Head of Marketing & Communications, Hisense Gorenje Germany: „Der minimalistische und zeitlose Look der multifunktionalen Einbaubacköfen adressiert die hohen Designansprüche unserer Kunden. Die Kollektion ausgewählter Geräte setzt hochwertige Küchen besonders gut in Szene.“

Das Besondere der G650-Backofenserie ist die unverwechselbare HomeMade-Backofenform, die an traditionelle Holzbacköfen erinnert und für eine bessere Luftzirkulation sorgt. Ein neues Heizungsdesign und eine verbesserte Verteilung der Lüftungsöffnungen halten die Temperatur stabil und verhindern ungleichmäßiges Backen. Mit der StepBake-Funktion haben die Benutzer mehr Kontrolle über den Garprozess, da sie mehrere Backschritte manuell programmieren können. Alle Backvorgänge können schnell und reibungslos über die ConnectLife-App auf dem Smartphone gesteuert werden. Mobile Benachrichtigungen, Fernsteuerung, nützliche Rezepte und Servicedienstleistungen sind somit nur einen Klick entfernt.

Besonderes Gütesiegel für Geschirrspüler

Die neue Generation der vollintegrierten Gorenje UltraClean-

Geschirrspüler wurde mit der Auszeichnung „Special Mention“ für herausragendes Küchengeräte-Design geehrt. Die Begründung der Jury spricht für sich: „Die vollintegrierten Gorenje-Geschirrspüler der Serie Ultraclean/DW50 versprechen durch ihre spezielle technische Ausstattung nicht nur ein effizientes und sauberes Spülergebnis, sondern dank des Ventilationssystems und der automatischen Türöffnung auch trockenes Geschirr“. Mit dieser TotalDry-Trocknungsfunktion öffnet sich nach dem Spülvorgang die Gerätetür automatisch so weit, damit überschüssiger Dampf entweichen kann. „Ein interessantes Feature ist die UV-Lichtfunktion, die 99,9 Prozent der Bakterien beseitigt und hierdurch für eine besondere Hygiene sowohl beim Geschirr als auch im Geräteinnenraum sorgt. Dass die Spüler mit ihren flexibel verstellbaren Körben auch für sperriges Geschirr Platz bieten, zeigt, wie umfassend durchdacht das dahinterstehende Designkonzept ist“, heißt es in der Würdigung.

Ein weiteres Highlight ist die SmartDosing-Funktion, welche das Reinigungsmittel in jedem gewählten Programm automatisch dosiert. SmartDosing umfasst etwa 20 Spülgänge.

Umweltfreundliches Design mit intuitiver Bedienung

Die mit dem German Design Award ausgezeichneten Produktserien wurden auf modularer Basis entwickelt: „Die Anzahl der Bauteile und die Materialmenge konnten wir dank

durchdachter Formgebung deutlich reduzieren. Das ist entscheidend, um in der Produktion schneller und flexibler zu sein, um Nutzern eine bessere Zugänglichkeit zu unseren Produkten zu ermöglichen und um umweltfreundlicher zu agieren“, erklärt Matevž Popic. Gleichzeitig verbessert das Produktdesign das Benutzererlebnis durch eine Vielzahl wichtiger Features, deren Bedienung durch die ConnectLife-App noch komfortabler wird.

Die mit dem German Design Award ausgezeichneten OptiBake-Einbaubacköfen wird Gorenje ab Q2/2023 im deutschen Markt

introduzieren. Aus der prämierten Geschirrspüler-Baureihe sind ausgewählte Modelle in Deutschland demnächst erhältlich. Die Ultra-clean-Geschirrspüler überzeugen mit durchdachten Features: Platz für 16 Maßgedecke, moderner Inverter-Motor für hohe Leistung bei niedrigem Energieverbrauch, Intensive Clean-Zone für perfekte Spülergebnisse und einem Wasserverbrauch von weniger als 10 Liter im Eco-Programm. Zwei der Modelle lassen sich per ConnectLife-App und dem Smartphone mobil steuern.



Preistipp Stiftung Warentest Gorenje OptiBake Backofen

In der März-Ausgabe (03/2023) Ihres test Magazins nahm die Stiftung Warentest elf Pyrolyse Backöfen unter die Lupe. Der Gorenje OptiBake Einbaubackofen BPS6737E14BG überzeugt besonders in puncto Preis-Leistung. Mit der Testnote 2,6 und einem aktuellen Marktpreis von 490 Euro geht das Gorenje-Modell als Preistipp aus dem Test hervor.

Im Fokus des Backofen-Tests der Stiftung Warentest standen Kategorien wie Backen, Grillen, Temperatur und Dauer, Handhabung und Reinigung. Insbesondere beim Grillen und beim wichtigen Thema Sicherheit konnte der Gorenje Einbaubackofen zweimal mit der Bestnote „sehr gut“ punkten. Da im Pyrolyse-Programm extrem hohe Temperaturen bis zu 500 Grad erreicht werden, legten die Tester ein besonderes Augenmerk auf eine gute Isolation der Backofentür. Gorenje überzeugte in diesem Punkt auf ganzer Linie.

„Wir freuen uns über die erneute

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

Neben der Pyrolyse Selbstreinigungsfunktion bietet das von der Stiftung Warentest als Preistipp ausgezeichnete Modell viele weitere Features, die das Kochen und Backen im Alltag erleichtern. Die innovative Home-Made-Backofenform sorgt für eine ideale Luftzirkulation im Innenraum und schafft beste Voraussetzungen für gleichmäßige Back- und Garergebnisse. Dank des besonders großen Innenraums von 77 Litern ist der Backofen mit der Energieeffizienzklasse A+ ideal für den Alltag großer Familien geeignet.



Siemens Cashback-Aktion soll Kauffreude ankurbeln:

Die Hochsaison für Kältegeräte beginnt bei Siemens schon im April. Denn dann startet der Hausgeräte-Spezialist seine neue Frisch-Bonus-Aktion. Vom 1. April bis zum 31. Juli 2023 erhalten Kunden beim Kauf eines Extraklasse-Kühlgeräts 100 Euro zurück. Dafür hat die Marke 21 Produkt-Highlights ausgewählt, darunter auch den Energiespar-Champion MK69KGNI-AA.

Wie kann ich den gestiegenen Verbrauchspreisen entgegenwirken? Wie schafft man es, den Energieverbrauch im Haushalt zu senken? Wie bringt man Klimaschutz mit Lebensqualität in Einklang? All diese Fragen bewegen Menschen in diesem Frühjahr so stark wie lange nicht mehr. Händler, die in diesen Zeiten gut verkaufen wollen, müssen daher passende Angebote parat haben. Eines davon will Siemens Hausgeräte nun dem Handel bieten. Die neue Extraklasse-Aktion verbindet 21 effiziente Kältegeräte mit einem großzügigen Cashback-Versprechen von 100 Euro retour beim Kauf.

Kaufen, registrieren, Cashback sichern: Alles, was man dafür tun muss, ist die Registrierung bis spätestens 31. August 2023 im My Siemens Portal, um das neue Produkt zu registrieren. Innerhalb von sechs Wochen erhalten die Kunden dann eine Überweisung direkt auf das von ihnen angegebene Konto. Darüber können sich auch die Händler freuen: Die Aktion sorgt für frischen Umsatz in ihrem Shop, während Siemens sich um die komplette Organisation kümmert. Dazu gehört nicht nur die Abwicklung der Rückvergütung, sondern auch ein aufmerksamkeitsstarkes Kommunikations-Paket, das vom Newsletter über PoS-Werbemittel bis zum Handelsmarketing reicht.

Wo Extraklasse draufsteht, sind viele Extras drin: Bei allen Aktionsgeräten können sich Händler wie Kunden selbstverständlich auf das Extraklasse-Versprechen verlassen: Das „gewisse Extra“ an innovativer Technologie, Ausstattung und Service ist selbstverständlich inklusive. Typisches Beispiel: die freistehende Kühl-Gefrierkombination MK69KGNIAA. Bei über 360 Litern Gesamtlagervolumen verbraucht sie pro Jahr durchschnittlich nur 104 Kilowattstunden und ist damit ein echter Energiespar-Champion der Energieeffizienzklasse A. Dazu macht das über zwei Meter hohe Solo-Gerät in Edelstahl auch optisch eine gute Figur. Dank hyper-Fresh Frischetechnologie halten Fisch und Fleisch, Obst und Gemüse darin deutlich länger, und dank noFrost ist lästiges Abtauen Geschichte. Nicht zuletzt trägt der silberne Kühlriese mit nur 29 dB (A) auch noch die beste Geräusch-Effizienzklasse A im EU-Label.

SAMSUNG REORGANISIERT SEINEN VERTRIEB Fachhandel im Fokus

Samsung hatte Ende Februar seine Händler zur World of Samsung in den alten Güterbahnhof nach Bad Homburg eingeladen. Neben der Vorstellung der 2023-Produkte präsentierte Nedžad Gutic, Director Samsung Home Appliances, die Reorganisation des Samsung Vertriebsteams für den Elektro-Fachhandel.

„Insbesondere in diesem Jahr liegt der Fokus des Marktes im Premium-Segment vor allem auf den Themen hohe Energieeffizienzklassen und Vernetzung“, sagte Nedžad Gutic. „Diese Premium-Produkte Endkunden anzubieten, geht nicht ohne den engen Schulterschluss mit dem beratenden Elektro-Fachhandel. Daher haben wir unser Vertriebsteam neu strukturiert. Nun ist es möglich, unsere Partner häufiger zu besuchen und intensivere Gespräche zu führen.“

Von besonderer Relevanz ist dabei das Smart-Dealer-Programm, das Samsung 2017 ins Leben gerufen hat. Mittlerweile zählt es mehr als 600 teilnehmende Händler. Seit seinem Start wächst deren Anzahl, was deutlich zeigt: Das Programm ist ein Erfolgsmodell, das Samsung auch in Zukunft gemeinsam mit dem Elektro-Fachhandel noch weiter ausbauen möchte. Teilnehmende des Smart-Dealer-Programms haben nicht nur Zugriff auf exklusive Smart-Dealer-Serviceangebote und Abverkaufsfaktionen von Samsung, sondern werden darüber hinaus durch Schulungsmaterial und Trainings in ihrer Funktion als Kundenberater unterstützt. Auch zu ganz bestimmten Themen, wie etwa Smart Home, können spezielle Trainingseinheiten gebucht werden. Außerdem wird Grundlagenwissen vermittelt, und es werden aktuelle Trends im Hausgerätebereich aufgezeigt. Diese Schulungsangebote am Point of Sale sollen noch weiter ausgebaut werden.

Insgesamt sieht Samsung nach wie vor großes Wachstumspotenzial in der Zusammenarbeit mit dem Elektro-Fachhandel. Mit der Unterstützung durch das neu aufgestellte Vertriebsteam soll dieses Potenzial weiter gehoben und die wachsenden Ansprüche der Kunden an eine gute und fundierte Beratung, insbesondere im Premium-Bereich, noch passgenauer erfüllt werden.



Sauber mit Samsung – Diana Diefenbach zeigt auf der World of Samsung das Programm an nachhaltigen Geräten, die Ressourcen, Strom und Wasser sparen und so nicht nur den Geldbeutel, sondern auch die Umwelt schonen.



Nedžad Gutic: „Wer Premium-Produkte verkaufen will, muss seine Händler auch mit Premium-Service unterstützen. Deshalb hat in Zukunft unser Außendienst mehr Zeit für den Fachhandel und wird ihn auch öfter besuchen, um aktuelle Aktionen persönlich mit ihm besprechen zu können.“



Tim Raue bleibt bei Samsung

Alle guten Dinge sind drei: Tim Raue wird auch 2023 im dritten Jahr in Folge als Markenbotschafter und Testimonial für Samsung Hausgeräte tätig sein. Außerdem wird der Sternekoch mit Samsung als offiziellem Partner in der neuen SAT.1-Kochshow „The sweet Taste“ als Jurymitglied zu sehen sein.

Tim Raue wird als Testimonial unter anderem für die Produktpalette der Infinite Line und Bespoke Serie werben. Die zwei Produktlinien der Samsung Hausgeräte bedienen mit ihrem minimalistischen Design, hoher Flexibilität und vielfältigen Funktionen – von AirFry bis zu Dampfgaren – die Trends in der Küche. Deshalb ist der Sternekoch auch privat mit dem Dual Cook Flex Backofen und Virtual Flame Kochfeld ausgestattet.

„In meiner Küche geht es um Teamwork, sei es zwischen mir und mei-

nen Mitarbeitenden oder zwischen uns Köch*innen und unseren Geräten“, sagt Tim Raue. „Und die letzten beiden Jahre haben gezeigt, dass die Samsung Hausgeräte und ich ein richtig starkes Team sind, von dem ich nach wie vor absolut überzeugt bin.“

Sternekoch Tim Raue wird sowohl am PoS als auch digital, auf Social Media, in Print-Veröffentlichungen und bei den Handelspartner*innen von Samsung als Markenbotschafter der Samsung Hausgeräte eingesetzt werden. Samsung stellt seinen Fachhandelspartner*innen darüber hinaus zusätzliche Werbemittel und Abverkaufsfaktionen mit Tim Raue zur Verfügung, wie zuletzt die „Meister ihres Faches“ Aktion. Tim Raue wird 2023 seine Kochkünste für Samsung dabei nicht nur im Fernsehen, sondern auch live präsentieren, unter anderem bei Events und Messen.



LIEBHERR GENUSS-KÜHLSCHRÄNKE Nur das Beste für edle Weine

Liebherr-Hausgeräte bringt neue Modelle ihrer GrandCru-Weinlagerschränke auf den Markt. Die Weingeräte bieten mittels innovativer Kühltechnologien nicht nur eine stabile Temperaturzone, sondern sorgen auch für eine ideale Luftfeuchtigkeit sowie den Schutz vor UV-Licht, Gerüchen oder Erschütterungen. GrandCru-Weinlagerschränke sind so konzipiert, dass sie diese fünf Kernbedingungen zur optimalen Weinlagerung auf kompaktem Raum und in modernem, eleganten Design vereinen. So kann der Wein auch zu Hause perfekt weiter reifen und seinen einzigartigen, wahren Geschmack ganz so wie im Weinkeller bewahren.

Die Weinlagerschränke gibt es in den Versionen GrandCru und GrandCruSelection. Die Geräte beider Ausführungen sind in edlem Schwarz absolute Designhighlights. Auch im Inneren bildet das Zusammenspiel aus höhenverstellbaren Holzborden und graphitgrauer Metall- oder Edelstahlrückwand optisch eine hochwertige Umgebung sowie eine stete Belüftung.

Die bloße Aufbewahrung von Weinflaschen kann schnell zu einer ausgewachsenen Sammlung werden. Die Weinlagerschränke von Liebherr bieten dafür ein größtmögliches Fassungsvermögen. Der Innenraum wurde so konzipiert, dass die Flaschen auf den Holzborden Hals-an-Hals gelagert werden können. GrandCruSelection kommt hinsichtlich des Platzangebots dem Weinkeller noch ein Stückchen näher: Im Volltürmodell mit 75 cm Nische und 200 cm Höhe können bis zu 324 Flaschen einge-

lagert werden. Zusätzlich sind ein mechanisches Schloss sowie eine SmartDeviceBox zur Steuerung via App in den Selection-Modellen ab Werk integriert, welche für GrandCru nachgerüstet werden können.

Für den vollen Überblick über das eingelagerte Flaschensortiment sorgt eine energie- und wärmesparende LED-Leuchte in der Decke von GrandCru-Geräten. Für eine ansprechende Ausleuchtung verfügen die GrandCruSelection-Modelle mit Glas-tür über die vertikal platzierte LightColumn mit LED-Licht. Sie kann zugleich als dimmbare Präsentationsbeleuchtung eingestellt werden und durchgängig Einblick auf die einsortierten Weine geben. Um sich auch akustisch angenehm in das eigene Zuhause einzufügen, haben die Weinlagerschränke von Liebherr einen äußerst niedrigen Geräuschpegel.

Bei der Wahl eines Glastürmodells schützt das spezielle dreifach beschichtete UV-Schutzglas die Weine vor Lichteinstrahlung. Für die Gewissheit, dass keinerlei Temperaturveränderungen im Geräteinneren auftreten, misst TempProtect Plus mittels zwei Sensoren permanent die Temperatur. Die präzise elektronische Steuerung in allen GrandCru-Weinlagerschränken gewährleistet die konstante Einhaltung der zwischen +5 °C bis +20 °C einstellbaren Temperatur, die mühelos über das Touch-Display eingerichtet werden kann.

Neben unerwünschten Vibrations-, Licht- und Temperatureinflüssen ist die Wahl der Luftfeuchte ein entscheidender Faktor in der Weinlagerung, denn sie stellt



Martin Ludwig, Head of Business Liebherr Deutschland: „Wein gewinnt bei den deutschen Verbrauchern immer mehr an Bedeutung, und für diese stetig wachsende Zielgruppe haben wir unsere GrandCru Weinkühlschränke für eine perfekte Weinlagerung entwickelt.“

Pluspunkte – über das Touchpanel werden die optimalen Lagerbedingungen eingestellt. Mit der Hals-an-Hals-Lagerung wird der Raum perfekt genutzt.

sicher, dass ein Korken unbeschadet bleibt und der Wein dauerhaft sicher verschlossen ist. Mit HumiditySelect kann die Luftfeuchtigkeit in zwei Stufen eingerichtet werden, sodass die GrandCru-Weinlagerschränke entfeuchten oder befeuchten. Modelle von GrandCru-Selection sind mit HumidityControl ausgestattet. Die Funktion erlaubt eine noch präzisere Regelung der gewünschten Luftfeuchte im Bereich von 50 % bis 80 % rF und zeigt die aktuelle Luftfeuchte durchgängig an. Fällt der Wert auf unter 50 % rF, weist das Gerät darauf hin. Ebenso machen sich die Weinlagerschränke bemerkbar, wenn der Wechsel des Aktivkohlefilters alle sechs Monate ansteht. So können unerwünschte Geruchseinflüsse auf den Wein stets unterbunden werden.

Liebherr bietet mit den neuen GrandCru-Weinlagerschränken Premiumqualität für die ebenso hochwertigen Qualitätsweine seiner Kundinnen und Kunden. Wenn es um die Lagerung geht, soll die Bewahrung des echten Geschmacks und die Pflege eines guten Weins durch ideale Bedingungen gewährleistet sein. Zugleich achtet der Spezialist für Kühlen und Gefrieren auch bei seinen Weingeräten auf verantwortungsbewusste Ressourcennutzung: Die verbesserten Glastürmodelle von GrandCru erreichen die Energieeffizienzklasse F – und die Volltürmodelle die nochmals effizientere Klasse E. Zudem sind die Geräte für eine besonders lange Lebensdauer entwickelt worden, sodass Weine nicht nur aufbewahrt, sondern über Jahre durchgängig sicher gelagert werden können.



DE'LONGHI WEITER AUF ERFOLGSKURS Alles, nur kein kalter Kaffee

Cold Brew ist das neue Trendgetränk in der Kaffee-Welt. Doch statt der traditionellen und mehrere Stunden dauernden Zubereitung des kalten Kaffees, schafft das die neue La Specialista Maestro Gold von De'Longhi schon in wenigen Minuten. Warum Cold Brew?

Insbesondere junge 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. Genossen wird dieser kalt zubereitete Kaffee jedoch häufiger auswärts als zu Hause, denn der Extraktionsprozess ist vielen zu aufwendig und langwierig. Immerhin dauern die traditionellen Zubereitungsarten bis zu 18 Stunden. Die Befragten sehen deshalb in einer Funktion für Cold Brew auf Knopfdruck einen echten Mehrwert.

Erfolgsmarken De'Longhi, Kenwood, Braun und nutribullet

„Nach einem fantastischen Rekordjahr 2021 haben wir es 2022 geschafft – trotz rückläufigen Marktes, unsere Marktanteile zu halten und in mehreren Fokuskategorien zu wachsen, nämlich bei Kaffeefullautomaten, Siebträgermaschinen und beim Bügeln“, sagt Geschäftsführerin **Susanne Harring**. „Geschafft haben wir das mit einem passionierten Team. Deshalb sind wir besonders stolz darauf, im Januar die Auszeichnung als Top Employer 2023 erhalten zu haben. Ein schöner Beleg dafür, dass wir nicht nur extern, sondern auch im Unternehmen und für unsere Mitarbeitenden die Weichen auf Erfolg gestellt haben.“



Erfolgsteam, Geschäftsführerin Susanne Harring (l.) und Marketing Director Anne Leonhardi: „Wir werden unseren Erfolgskurs mit den sozialen Medien fortsetzen. So gelingt es uns für jedes unserer Geräte, die ideale Zielgruppe direkt anzusprechen. Unsere perfekte Fachhandels-Unterstützung.“

Um die Erfolgsgeschichte 2023 weiterzuschreiben, setzt das Unternehmen auf Markenkommunikation aus einer Hand, eine klare strategische Ausrichtung und auf eine starke Partnerschaft mit dem Fachhandel als feste Säule der Vertriebsstruktur. Kommunikation entlang relevanter Konsumtrends und reichweitenstarke Kampagnen mit prominenten Testimonials stehen im Fokus der Marketingplanung.

Strategie 2023: Enge Partnerschaft mit dem Handel

„Wir waren laut und wir wollen es bleiben – über alle vier Marken hinweg“, so Anne Leonhardi, die Marketing Chefin bei De'Longhi Deutschland. „Unser Share of Voice im Markt ist jetzt schon deutlich größer als der unserer Mitbewerber, und das wollen wir weiter ausbauen, denn der Erfolg gibt uns Recht. Kontinuierliche und klare Kommunikation über alle relevanten Touchpoints hinweg ist unser Rezept, um unsere Handelspartner konsequent zu unterstützen und weiterhin Umsatzimpulse zu setzen.“

Mit gleich zwei StiWa Testsiegen im Bereich Kaffeefullautomaten war De'Longhi 2022 Publikumsliebling und außerdem weiterhin die Nummer eins im Siebträgermarkt. Diesen Status will die Marke auch in diesem Jahr



Neu für den Handel – Eletta Explore und der Siebträger La Specialista Maestro liefern auch den neuen Trend-Kaffee Cold Brew (l.). Mehr als Steaks kann der neue Braun Multigrill mit Grillplatten für Waffeln, Gemüse und mehr.

weiter festigen und legt den Fokus auf relevante Konsum-Trends sowie reichweitenstarke Kampagnen mit Superstar-Testimonial Brad Pitt. „Cold Brew“ wird produktübergreifend ein Leitstern.

Kenwood konnte seine Marktanteile im Premiumsegment weiter deutlich ausbauen und hat zum Ziel, sich als starke Nummer zwei im Markt zu behaupten. Im Fokus stehen weiterhin passionierte Back-Fans, die Kenwood über Kooperationen mit prominenten Influencern und passenden Produkten über die gesamte Price Range erreicht. Zudem will Kenwood neue, junge Zielgruppen mit cleveren Produktlösungen wie der Kompaktküchenmaschine MultiPro Go erschließen.

Braun bleibt unangefochtene Nummer eins im Stabmixer-Markt und nimmt die Spitze im Bügelsegment in den Blick: Von Platz vier im Jahr 2019 hat sich die Marke bereits auf den dritten Platz durchgesetzt und strebt nun an, sich als Nummer zwei in der Kategorie Bügeln zu etablieren. Den Anspruch, übergreifend die Haushaltsmarke Nummer eins zu sein, unterstützt Braun zudem mit der Einführung eines Kontaktgrills und lädt Waffel- und BBQ-Fans zum Grillvergnügen für drinnen und draußen ein.

Die in Deutschland noch junge Marke nutribullet erreichte bereits im Jahr des Deutschland-Launches 2022 rund ein Drittel Marktanteil in der Premium-Preisklasse, also bei Geräten über 60 Euro, und erzielte damit ein Wachstum von rund 200 Prozent in Stück und Wert. Das Ziel für 2023: sich als Nummer eins im Smoothie-Maker-Markt zu etablieren.



PANASONIC EY SERIES Neue Epilierer-Generation

Panasonic hat Frauen in Deutschland und Frankreich gefragt: Was ist Ihnen bei der Epilation wichtig? Die Antwort: eine schnelle, gründliche Haarentfernung und eine einfache Anwendung. All dies finden Anwenderinnen ab sofort in der neuen „EY Series“ von Panasonic vereint. Mit ihrem verbesserten Epilierkopf, dem neuen Drucksensor und drei Epiliergeschwindigkeiten macht die neue Epilierer-Generation den Weg zu wochenlang glatter Haut noch angenehmer. Über unterschiedliche Wechselköpfe im Lieferumfang ermöglichen die sieben EY-Modelle zudem eine ganze Reihe weiterer Beauty Treatments vom Body Peeling bis zur Fußpflege.

Beim 7-in-1 Modell EY90 entscheiden sich Freundinnen glatter, gepflegter Haut für das Spa Komplettpaket. Es epiliiert, rasiert, trimmt und geht ebenfalls beim Bodypeeling und der Fußpflege zur Hand. Die gleiche Premium-Epilation wie das Topmodell bieten auch die sechs weiteren EY-Modelle. Hier orientiert sich das mitgelieferte Zubehör an unterschiedlichen Körperpflegevorlieben. Über einzeln erhältliche Wechselköpfe können Anwenderinnen allerdings jederzeit weitere Beauty Skills der EY-Serie für sich entdecken. Das Wechselkopf-Konzept trägt zudem zu einer langen Nutzbarkeit der EY-Epilierer bei: Anstatt das komplette Gerät zu ersetzen, wird nur der entsprechende Aufsatz ausgetauscht.

Die EY Series von Panasonic macht die Haarentfernung spürbar einfacher und bequemer. Wie halte ich den Epilierer richtig? Wie viel Druck ist in Ordnung? Über die richtige Handhabung müssen sich Anwenderinnen keine Gedanken machen. Der



neue Epilierkopf ist so designt, dass ein optimaler Hautkontakt beider Epilierrollen stets sichergestellt ist. Darüber hinaus folgt der um 90 Grad schwenkbare Kopf leicht jeder Körperkontur. So erfassen die 60 Pinzetten des Panasonic exklusiven 2-fach Epilierkopfes selbst kürzeste Härchen in einem Zug.

Der neue Drucksensor der EY Series trägt nicht nur zu mehr Hautschonung bei. Für eine effiziente Epilation hilft er, den Druck auf die Haut richtig zu dosieren. Ist der Kontakt zu stark, beginnt das integrierte LED-Licht, das die zu epilierende Hautpartie ausleuchtet, zu blinken.

Die UVPs bewegen sich zwischen 89 Euro für den 2-in-1 Epilierer EY30 und 149 Euro für den EY90 mit Rasierer, Langhaarschneider, Trimmer, Peelingbürste, Fußpflegeaufsatz und mehr.



Einer für alles – mit nur einem Akku und einem Motor werden alle Zubehörteile der MULTISHAPE betrieben. Die Elemente können einzeln gekauft werden oder das Basisset nach eigenen Wünschen einfach erweitert werden.



Einfaches Reisen mit dem Panasonic MULTISHAPE

Mit dem individuell zusammenstellbaren Panasonic MULTISHAPE hat Mann alles für seine persönliche Pflegeroutine dabei. Rasierer? Eingepackt. Schallzahnbürste? Unverzichtbar. Nasenhaarschneider? Check! Bart-/Haartrimmer? Dabei. Körperhaar-Trimmer? Auch dafür ist Platz. Beim modularen Panasonic Körperpflege-System teilen sich nämlich sämtliche Wechselaufsätze einen Akkugriff. Das ist nachhaltig und alles passt in ein Reisetui. Selbst, wer nur mit Handgepäck unterwegs ist, hat mit dem MULTISHAPE seine Körperpflege-Gadgets dabei.

Jede MULTISHAPE Reise fängt mit einem Basisgerät an. Das griffige, wasserfest designte Handstück gibt es wahlweise mit Lithium-Ionen-Akku (90 Minuten Laufzeit und Quickcharge) oder Nickel-Metallhydrid-Akku (50 Minuten Laufzeit). Darauf aufbauend stellt jeder Nutzer sein persönliches MULTISHAPE System zusammen. Hierfür sind aktuell fünf hochwertige Wech-

selaufsätze einzeln erhältlich. Sie decken alle wichtigen Disziplinen der Körperpflege ab: rasieren, Bart und Haare trimmen, Bodyrooming, Nasenhaare kürzen und sogar Zahnpflege.

Der Einstieg in das mehrfach mit „sehr gut“ getestete MULTISHAPE Konzept empfiehlt sich besonders über eines der attraktiven Starter-Kits. Beim ER-CKL1 (Lithium-Ionen-Akku) und ER-CKN1 (Nickel-Metallhydrid-Akku) gehört ein schmaler Trimmer für Bart und Haare bereits mit dazu. Weitere Aufsätze können nach Belieben jetzt oder später ergänzt werden – zum Beispiel, wenn sich der persönliche Look verändert oder ein vorhandenes Einzelgerät vorerst weitergenutzt werden soll.

Die Starter-Kits für das modulare Körperpflege-System sind ab UVP 69,99 Euro erhältlich. Die Wechselaufsätze kosten zwischen 14,99 Euro für den Nasenhaarschneider und 29,99 Euro beispielsweise für den 3-Klingen-Rasiereraufsatz.