

Ausgabe Nr. E 12/24 | Düsseldorf, 22. März 2024 | 53. Jahrgang | ISSN 1431-3340

Auch in diesem Jahr, werter Leserin, werter Leser, ist es der 'miE'-Redaktion ein echtes Anliegen, Ihnen mit einem Ausblick auf die wichtigsten Roadshow-Themen bei der Vorbereitung Ihres HEPT-Besuchs zu helfen: ■ Das einzigartige Format dieser Gemeinschafts-Tour findet bereits das 21. Mal statt ■ gastiert zwischen dem 9. und 29. April in zehn deutschen



Städten und ■ hat sich im Branchen-Kalender als hochkarätiger Pflichttermin fest etabliert. ■ AEG ■ Beurer ■ JURA ■ JURA Gastro ■ Kärcher ■ Liebherr und ■ Miele liefern Ihnen, wie schon in den zurückliegenden Jahren, in unserem 'HEPT-Special' in Form weitreichender Statements und Produkt-Previews zahlreiche 'Steilvorlagen' für Ihre Roadshow-Gespräche:

AEG: Den Ausbau der Fachhandelsstrategie weiter fest im Blick

Beim diesjährigen HEPT-Auftritt der zu Electrolux gehörenden Traditionsmarke AEG stehen insbesondere die Begriffe ■ 'Getestete Qualität' ■ 'Innovationskraft' ■ 'Nachhaltigkeit' und ■ 'Fachhandels-Dialog' im Mittelpunkt. Gleich zu Beginn wird von den Franken dazu explizit hergehoben:



„Die HEPT bietet die ideale Möglichkeit zum Austausch mit dem Fachhandel in einem ganz besonderen Ambiente und ist deshalb jedes Jahr ein Highlight im Kalender von AEG.“

„Unsere Vorfreude auf die HEPT ist groß“, erklärt **Daniel Köhn**, Sales Director Electrical Retail DE & AT bei Electrolux. „Die Roadshow ist für uns eine tolle Gelegenheit, unsere Premium-Strategie mit einem klaren Bekenntnis zum Fachhandel fortzuführen. Unser Messe-Team erwartet Besucher mit tollen Angeboten und zahlreichen Highlights wie der SaphirMatt-Kochfeldoberfläche, der Eco-Line mit unseren ressourcenschonendsten Geräten, den drei Wäschepflege-Testsiegern der Stiftung Warentest oder unseren beiden Akku-Staubsaugern, Testsieger der aktuellen ETM-Vergleichstests.“



Daniel Köhn
© Electrolux

Durch ständige Innovation und ein tiefes Verständnis für die Bedürfnisse der Anwenderinnen und Anwender setzt AEG laut eigener Aussage immer wieder neue Maßstäbe in der Hausgerätebranche. Das zeigten die beeindruckenden **Testsiege** der vergangenen Monate. Dass AEG folglich speziell diese ausgezeichneten Produkte live auf der HEPT ins Rampenlicht zu stellen gedenkt, liegt deshalb auch klar auf der Hand: „Im Bereich Wäschepflege können Besucher:innen die drei Testsieger der **Stiftung Warentest** in Aktion erleben. So überzeugten sowohl die

Waschmaschine der Serie 6000 ProSense®, ein Trockner der Serie 8000 AbsoluteCare® sowie ein Waschtrockner der Reihe 9000 AbsoluteCare® das führende deutsche Testmagazin. Die Modelle von AEG sind in ihren Kategorien Vorreiter in Sachen Effizienz, Handhabung und umweltschonender Betrieb.“ Aber das ist noch längst nicht alles, denn ebenfalls mit im Gepäck hat AEG die prämierte Weltneuheit **SaphirMatt**. Bereits auf der jüngsten IFA war die SaphirMatt-Oberfläche für Ihren Chefredakteur eine der Top-Innovationen im Bereich der Kochfelder.

„Die Kochfelder mit SaphirMatt-Oberfläche überzeugen durch ihre hohe Benutzerfreundlichkeit. Die Oberfläche bietet einen herausragenden Schutz vor Kratzern verglichen mit AEG Standard-Glaskeramikkochflächen und ist resistent gegen Fingerabdrücke und Flecken. Das mattschwarze Design macht SaphirMatt außerdem zu einem Hingucker in jeder Küche“, erfahren wir dazu aus der Nürnberger Electrolux-Zentrale, bevor es, nicht weniger spannend, mit einem Ausblick auf ein weiteres HEPT-Thema weitergeht, das AEG sehr am Herzen liegt:



Das kratzfeste SaphirMatt-Kochfeld | © AEG

„Im Segment der Bodenpflege präsentiert AEG die beiden Akku-Staubsauger **ULTIMATE 8000 Wet&Dry** sowie **ULTIMATE 7000**. In den aktuellen Vergleichstests des Magazins **ETM** erhielten beide Modelle die Note 'Sehr gut' und wurden als Testsieger ihrer jeweiligen Katego-



Doppelsieg im ETM-Vergleichstest | © AEG

Ihr direkter Draht zur Redaktion Elektro-Fachhandel: +49 (0) 211 6698-121

■ Fax: +49 (0) 211 6698-175 ■ E-Mail: elektro@markt-intern.de ■ www.markt-intern.de/elektro

gorie ausgezeichnet. Beide Geräte überzeugen durch ihre kraftvolle Reinigungsleistung, flexible Einsetzbarkeit und umfangreiches Zubehör. Der ULTIMATE 8000 Wet&Dry vereint Saugen und Wischen in nur einem Arbeitsschritt und ist so der perfekte Begleiter für alle, die trotz Zeitmangels ein perfektes Ergebnis bei der Bodenreinigung erwarten. Der ULTIMATE 7000 ist ein absolutes Leichtgewicht und daher ideal für das Saugen von Treppen, Decken oder anderen schwer zugänglichen Ecken.“

Und: Erstmals auf der HEPT dabei ist auch die **AEG EcoLine**. Auch von ihr war bereits in unserer IFA-Berichterstattung 2023 die Rede, doch eher in allgemeiner Form. Sehr viel konkreter greifbar ist dieses Line-up auf der HEPT: „Die Auswahl der ressourcenschonendsten Geräte von AEG umfasst unter anderem Backöfen, Kochfelder, Kühl- und Gefrierkombinationen im Bereich Küche, Waschmaschinen, Wäschetrockner und Wäschetrockner aus dem Sortiment der Wäschepflege sowie Staubsauger. Mit der EcoLine erweitert die Premiummarke ihre Nachhaltigkeitsstrategie und ermöglicht auch Endverbraucher:innen durch die Einsparung von Energie und Ressourcen mehr Nachhaltigkeit im Alltag – bei gleichbleibender Performance. Zusammen mit den eigenen Bemühungen



AEG EcoLine | © AEG

Produkt in den Fokus“, versprechen uns die AEG-Verantwortlichen und verbinden dies **mit einem erneuten, klaren Bekenntnis zum Fachhandel:**

„Mit der Teilnahme an der HEPT unterstreicht AEG ihr Bekenntnis zum Fachhandel, der ein wichtiger Erfolgsfaktor der Premiummarke ist. Ein Ausbau der Strategie in diesem Bereich soll die Verbindung zwischen AEG und dem Handel weiter stärken und den Fachhandelspartner:innen starke Argumente für den Verkauf an die Hand geben“, betonen Daniel Köhn und sein Team kurz vor dem Start der Tour gegenüber unserer Redaktion.

Erschließen Sie sich auf der HEPT neue Sortimente und Renditen mit Beurer!

Das Unternehmen **Beurer**, ein HEPT-Partner der ersten Stunde, stellt während der diesjährigen Roadshow insbesondere das Potenzial in den Mittelpunkt, das sich dem Fachhandel mit bestimmten Produkt-Themen eröffnet:



„Bei den mitgebrachten Produkt-Highlights und PoS-Lösungen rückt Beurer den modernen Mann in den Fokus. Denn Top-Thema am Beurer-Stand wird 2024 unter anderem die neue MenCare-Range sein. Eine komplette Pflegeserie, die auf die Bedürfnisse der Männerwelt ausgerichtet ist. Ergänzt wird die Produktkategorie Körperpflege durch die zwei elektrischen Zahnbürsten TB 30 und TB 50. On top wird es ein besonderes Highlight aus dem Massagebereich zum Thema Nachhaltigkeit geben. Mit dem Akku-Massagekissen MG 139 präsentiert Beurer ein neues Produkt der Beurer Homeline und Green Planet Range, das Technik, Style und Nachhaltigkeit gekonnt vereint“, verraten uns die Ulmer gleich zu Beginn ihrer HEPT-Vorschau:

Sebastian Kebbe
© Beurer

„Schon das 21. Mal sind wir mit auf Tour, und es ist jedes Mal ein Highlight! Unser Beurer-Team hat es wieder geschafft,

innovative Produkte und maßgeschneiderte PoS-Konzepte für unsere Kunden zu entwickeln. Bald geht es los!“

Dass auch kurzentschlossene HEPT-Gäste auf dem Stand der Ulmer sehr willkommen sind, stellt sodann deren Geschäftsführer **Sebastian Kebbe** heraus, bevor er und sein Team im Dialog mit 'markt intern' auf die Details dessen eingehen, was den Fachhandel bei Beurer erwartet: „Melden Sie sich für einen der Standorte als Besucher an. Unser Team ist startklar und freut sich auf Ihr Kommen und den persönlichen Austausch!“

„MenCare verspricht attraktive Zusatzerträge! Das gepflegte Äußere ist längst nicht mehr nur Frauensache. Seit Jahren ist der Markt für Männerstyling-Produkte stark wachsend.

Beurer reagiert auf diese Nachfrage mit professionellen Tools für individuelle Rasier- und Stylingbedürfnisse und hält für den Fachhandel gezielte Präsentationsmöglichkeiten bereit. Die



MenCare Series | © Beurer

Range besteht aus Präzisionstrimmer, Barttrimmer, Haarschneider, Rotationsrasierer sowie Multigroomer und überzeugt durch exzellente Schneideleistung. Auch optisch sind die Geräte ein Hingucker im Badezimmer, denn sie sind Teil einer ganz neu entwickelten visuellen Beurer-Designsprache. Den

unverwechselbaren Produkt-Look hat Beurer mit einem Designberater und einer Designagentur entwickelt. Die Signature Beurerline in Rot ist das Kernelement der Produktrange und spiegelt sich auch im Verpackungskonzept und PoS-Material wider. Das schafft einen Wiedererkennungswert und eine Wahrnehmung der Marke Beurer“, ist sich der **Seriengewinner unserer Leistungsspiegel-Umfragen in der Produktgruppe 'Personal Care und Gesundheit'** sicher. Dass sich Beurer Ihnen und Ihren Kollegen darüber hinaus seit Kurzem dabei auch als Geheimtipp und renditeorientierte Alternative zu den beiden Platzhirschen im Bereich **Zahnpflege** anbieten kann, macht diesen **'mi'-Fachhandelspartner Nr. 1'**-Titel natürlich noch runder:

„Mit der Einführung der elektrischen Zahnbürsten erschließt sich Beurer den laut **GFK** drittstärksten Markt im Elektroklein- geräte-Sortiment. Sowohl mit den gut ausgestatteten Produkten TB 30 und TB 50 aus dem Preiseinstiegs- und Mittelpreissegment als auch mit den Bürstenköpfen profitiert der Fachhandel von attraktiven Umsatzchancen. Mit diesen Produkten bietet Beurer zwei erstklassige Produkte in einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis an. Die Bürstenköpfe sind zudem kompatibel zu sämtlichen handelsüblichen Rotationszahnbürsten.



Markus Bisping
© Beurer

Auf der HEPT können sich die Besucher selbst davon überzeugen“, kündigen uns die Ulmer an. **Nutzen Sie auch dieses Informationsangebot unbedingt, denn:**

„Als Traditionsmarke und Partner des Fachhandels bauen wir unser Sortiment weiter strategisch aus. Neben dem bereits etablierten HairCare-Bereich stehen dem Handel mit Men-Care und DentalCare nun zwei weitere attraktive Produktsegmente aus dem Hause Beurer zur Verfügung. Beurer investiert weiter in den nachhaltigen Markenaufbau und verstärkt somit

die langjährige und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem Fachhandel. Aufbauend darauf wird die Bedeutung der Marke Beurer so in den kommenden Jahren weiter zunehmen“, sieht **Markus Bisping**, Head of Sales Buying Groups bei Beurer, zuversichtlich in die Zukunft, bevor unsere Gesprächspartner auf ihren dritten Themenschwerpunkt auf der diesjährigen Tour eingehen, der da lautet **'Massage trifft auf Nachhaltigkeit und Wohnstyle'**!

„Mit dem Launch des MG 139 Akku-Massagekissens mit Wärmefunktion gibt es ein weiteres Produkt in der Beurer Home-line, welches Funktion und Style optimal vereint. Das Füllmaterial und der innenliegende Stoffbezug bestehen aus recyceltem Material. Daher qualifiziert sich das Produkt ebenfalls für die Beurer Green Planet-Range, mit der Beurer den Ausbau seiner Nachhaltigkeitsstrategie unterstreicht. Gemeinsam mit dem Terra Institute aus Brixen in Südtirol wurde der Beurer-Nachhaltigkeitsbericht nach den aktuellen, internationalen GRI-Standards veröffentlicht. Das leistungsstarke Akku-Produkt verspricht dem Endkunden bis zu zwei Stunden flexible und ortsunabhängige Entspannung zu Hause und auch unterwegs und setzt dadurch neue Maßstäbe im Bereich Wellbeing und Wohnaccessoires.“ **Last, but not least, wird jedoch auch seitens Beurer wenige Tage vor HEPT-Start ein mindestens ebenso wichtiger Aspekt dieses Formats in den Mittelpunkt gerückt: Nicht Produkt-Präsentationen allein stehen im Mittelpunkt. Es geht auch darum, sich mit den Ausstellern über deren Vertriebspolitik und Marketing auszutauschen:**



MG 139 Akku-Massagekissen
© Beurer

„Haben Sie Bedarf an aufmerksamkeitsstarken PoS-Konzepten? Kontaktieren Sie dazu Ihren zuständigen Beurer-Außen-dienstmitarbeiter“, so das Angebot der Traditionsmarke!

Erleben Sie die Premiere der neuen Premium-Economy-Klasse auf der HEPT – dies (und vieles mehr) aus erster Hand von JURA

Für den Schweizer Premium-Kaffeefullautomaten-Spezialisten **JURA** gehört die HEPT seit mehr als zwei Jahrzehnten zu den Höhepunkten des Jahres. Sie hat Maßstäbe gesetzt – und **Horst Nikolaus**, Geschäftsführer der JURA Elektrogeräte Vertriebs-GmbH, ist sich sicher, dass sie dies auch in diesem Jahr wieder tun wird:



„Es ist vor allem die Innovationskraft, die JURA als Teilnehmer ebenso kennzeichnet wie die HEPT als Gesamtveranstaltung – und die beide in besonderer Weise miteinander verbindet. Tatsächlich wurden im vergangenen Jahr auf der HEPT so viele Neuheiten lanciert wie noch nie zuvor. Und genauso geht es in diesem Jahr weiter: mit jeder Menge Schwung und überzeugenden Neuerungen. Bei JURA stehen dabei unter anderem die Komplettierung der erfolgreichen E- und S-Linien im Fokus“, ver-

rät Nikolaus unseren Lesern vorab. Ein ganz besonderes JURA-Highlight wird ein Vollautomat sein, der eine völlig neue Kategorie eröffnet, nämlich die **Premium-Economy-Klasse**. Der Kaffeefullautomat orientiert sich am Prinzip des Minimalismus und schafft mit leistungsstarker Technik und charakteristischen Stilelementen ein vortreffliches Genusserebnis. **Wer die Neuheit schon vor der HEPT erleben möchte, hat als Fachhandelspartner bereits am 4. April die Möglichkeit dazu: JURA informiert per digitalem Event ausführlich über das Frühjahrs-Highlight und bietet auf diesem Wege schon vorbereitend die bestmögliche Unterstützung der Handelspartner.**

„Das ist wichtiger denn je, denn die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel ist Zentrum und Rückgrat der JURA-Vertriebsstrate-

gie. Und hier gilt: Je intensiver der Austausch zwischen Marke und Händler, desto größer der gemeinsame Erfolg. Das betrifft qualifizierte Beratungsangebote ebenso wie einen kontinuierlichen Kontakt als 'Stimmungsbarometer' im Hinblick auf Kunden, Services und andere Bereiche. Gerade in diesem Jahr will JURA die Beratungskompetenzen der Handelspartner noch einmal gezielt stärken und ausbauen. **Das Know-how und das Fachwissen der Händler sind eines der maßgeblichsten Instrumente für die Wertschöpfung – je höher die Messlatte liegt, desto größer die Wachstumspotenziale für alle Beteiligten.** Bereits heute gibt es eine Reihe ausgesprochen erfolgreicher



Horst Nikolaus
© JURA

Maßnahmen zur Unterstützung der Händler“, so die Jura-Verantwortlichen im Austausch mit 'miE'.

Das Spektrum reicht von den beliebten **'Fit for Coffee ... Erlebnis-Seminaren'** über **reichweitenstarke Kommunikationsmaßnahmen** **verkaufsfördernde Zugabeaktionen** und **hochwertige PoS-Präsentationen** bis hin zum **gut ausgebauten Partnernetz** mit seinen vielfältigen Angeboten. Die diesjährige HEPT und die flankierenden Aktivitäten markieren einen weiteren wichtigen Schritt im Rahmen der Partnerschaft. „Wir freuen uns schon jetzt auf den gemeinsamen Austausch und das Miteinander in der einzigartigen HEPT-Atmosphäre – die Tour startet am 9. April in Hamburg und endet am 29. April in Offenburg“, so Horst Nikolaus, bevor er das Wort an seinen Kollegen **Ralf Hüge**, Geschäftsführer der **JURA Gastro Vertriebs-GmbH**, übergibt:

Jura Gastro liefert Ihnen die 'ideale Vorlage für Akquisitionen im lokalen Bürobereich'

„Die Vorfreude auf die anstehende HEPT ist bei der **JURA Gastro** in diesem Jahr besonders groß. Wir reisen an mit gleich mehreren Neuheiten im Gepäck, die dem Handel die ideale Vorlage für die Akquisitionen im lokalen Bürobereich geben. Mit der neuen X10 bieten wir nun eine weitere Variante mit dem Cold Extraction Process für kalte Kaffeespezialitäten auf Knopfdruck – perfekter Türöffner zu den stilvollsten Büros vor Ort. Die neue X4 zielt auf die klassischen Schwarzkaffee-Genießer in Büros. Und unser Topseller für den Office-Bereich – die W8 – kommt mit neuen Features und ist noch bedienerfreundlicher geworden“, so **Ralf Hüge**, Geschäftsführer der **JURA Gastro Vertriebs-GmbH**, schon einleitend.



■ Die innovative X10 von JURA Gastro bezeichnet Hüge zunächst einmal als „das Multitalent für 35 Kaffeespezialitäten“ im Portfolio: „Mit dem vielseitigen Kaffeevollautomaten hat die **JURA Gastro Vertriebs-GmbH** aus Grainau – Profi-Tochter der renommierten Schweizer Marke – jetzt einen absoluten Alleskönner am Start. Ihr besonderes Talent ist der Cold Extraction Process für kalte Kaffeespezialitäten auf Knopfdruck. Ihr Repertoire umfasst 35 Kaffeespezialitäten, neun davon kalt extrahiert. Die vollautomatische Kaltextraktion macht die neue **JURA X10** zu einem Must-have in der Außerhaus-Kaffeerversorgung. Neben Vielfalt und Qualität überzeugen auch das Mahlwerk **P.A.G.2+** und eine elegante Optik. **Optimal ausgelegt ist der Profi-Vollautomat auf einen Bedarf von rund 100 Bezügen pro Tag.** Mit ihm halten Cold-Brew-Spezialitäten Einzug in Büros und Selbstbedienungsangebote“, entnehmen wir der Produktbeschreibung. Die neu gestaltete Front in Dark Inox betont Professionalität und zeitlose Eleganz. Außerdem über-

zeugt die X10 mit einem komfortablen und intuitiven Bedienkonzept über das 3,5-Zoll-Display. **Dabei legen, das wissen Sie bereits von der HEPT im vergangenen Jahr, viele Ihrer gewerblichen Kunden auch großen Wert auf zeitgemäße Bezahlmethoden für den Kaffeebezug.** Auch diesem Anspruch wird die Jura X10 natürlich gerecht, denn „sie lässt sich mit dem Pocket Pilot und der MDB-Schnittstelle von JURA optional ergänzen. Dadurch unterstützt sie die gängigsten Zahlungssysteme einfach und flexibel. Der **JURA-Vollautomat** lässt sich über Smart Connect und die



X10 | © JURA Gastro

J.O.E.-App für Smartphone, Tablet und Apple Watch nahtlos ins smarte, digitale Office- bzw. Gastroambiente integrieren. Wichtig für den Profikunden ist außerdem das Servicekonzept. Die 150 Service-Partner, die in Deutschland rund um JURA-Kaffeemaschinen flächendeckend den Service erledigen, bedienen neben der Gastronomie und Hotellerie auch den OCS-Bereich“, erfahren wir weiter.

■ Mit dem neuen Kaffeevollautomaten X4 setzt JURA Gastro sodann eigenen Ausführungen zufolge „den **Goldstandard für Schwarzkaffee-Spezialitäten**“. Der X4 ist optimal ausgelegt für rund 100 Tassen pro Tag. Zwei Qualitätsmerkmale werden von den Grainauern dabei besonders herausgestellt: „Zum einen bringt der neue Professional Aroma Grinder (P.A.G.2) die maximale Aromavielfalt jeder Kaffeesorte und -röstung in die Tasse. Zum anderen hält er für jeden Kaffeedurst den optimalen Brühvorgang bereit. Wir zielen damit auf eine optimale Heißgetränkeversorgung von Büros und mittelgroßen Gastgebern“, erläutert Hüge die Idee hinter dieser Maschine. Sie eigne sich ideal für Caterer, den Einsatz in Großraumbüros und in der

Selbstbedienung; insbesondere dank der auch hier implementierten flexiblen Zahlungsanbindung: „Ob Kreditkarte, Batch oder Mobile Payment – verbunden mit dem MDB-Interface 2.0 von JURA bietet sie höchste Flexibilität. Auch der JURA Pocket Pilot 2.0 erweist sich als überzeugende Lösung. Die kostenlose Software kombiniert die kontaktlose Bezahlung mit einem Abrechnungs- und Verwaltungssystem.“ Betriebsseitig überzeugt sie mit ihren zahlreichen Konfigurations- und Sperrmöglichkeiten. **Dank abschließbarem 5-Liter-Wassertank und Bohnenbehälter ist sie vor Fremdeinwirkung geschützt.**

■ Der meistverkaufte JURA Gastro-Kaffeevollautomat, konkret der WE8, wurde, last, but not least, weiter optimiert und erlebt nun einen Relaunch unter der Bezeichnung W8. Beispielsweise verfügt das auf täglich ca. 50 Tassen ausgelegte Erfolgsmodell jetzt über ein deutlich verbessertes Mahlwerk.

Kärcher: Neue Lösungen im Reinigungsmarkt!

Für den HEPT-Mitausrichter **Kärcher** steht der 'miE'-Redaktion auch in diesem Jahr wieder **Steffen Baum**, Vertriebsleiter Retail Deutschland, Rede und Antwort. Unseren Lesern verspricht er gleich einleitend:

„Der offene Austausch mit unseren Handelspartnern in besonderen Locations als Teil einer einzigartigen Marken-Familie – dafür steht für uns die HEPT, und wir freuen uns sehr, auch im 21. Jahr wieder dabei zu sein. Im Fokus der diesjährigen Roadshow stehen bei uns innovative Reinigungslösungen in etablierten sowie in neuen Anwendungsfeldern.“ Und weiter:

„Unsere bestehenden Produkte weiter zu verbessern, indem wir sie effizienter hinsichtlich Strom- und Wasserverbrauch machen, Rohstoffe recyceln oder ohne unnötiges Verpackungsmaterial auskommen, ist Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Gleichzeitig wollen wir aber auch Innovationstreiber bleiben und mit neuen Lösungen den Reinigungsmarkt prägen. Kunden fragen weiterhin nach Geräten, die das Reinigen erleichtern, smarter und flexibler machen – dem wollen wir selbstverständlich nachkommen. **Auf der diesjährigen HEPT stellt Kärcher einem ausgewählten Besucherkreis bereits den neuesten Hartbodenreiniger der Kärcher 'Signature Line' vor, der im Herbst 2024 auf den Markt kommt und die Anwendung dank App-Unterstützung noch komfortabler macht.**“



Steffen Baum
© Kärcher

KÄRCHER

„Er punktet damit vor allem in Büro und kleineren Gastronomiebetrieben, bewältigt aber auch spielend den Frühstücksansturm in kleineren Hotels“, so die Grainauer. Speziell der intelligente Tassensensor 'Coffee Eye' verspricht garantiertes Gelingen, denn nur wenn die Tasse richtig unter dem Auslass positioniert ist, fließt das Heißgetränk. Auch dieses Gerät kann natürlich mit den bereits weiter oben beschriebenen Bezahlssystemen betrieben werden. Die Gelegenheit, als Jura-Gastro-Partner bzw. als Fachhändler, der dies werden möchte, alle drei Geräte und vor allem die damit verknüpften Anwendungsmöglichkeiten an einem der HEPT-Standorte zu erleben, sollten Sie sich auf keinen Fall entgehen lassen. Unser Tipp: **Ihr Gastro-Engagement zahlt sich hier u. U. gleich doppelt für Sie aus, denn wer an seiner Arbeitsstätte seinen perfekt zubereiteten Kaffee aus Geräten von Jura bezieht, der neigt sicher auch als Privatperson zu dieser Marke!**

robuste Hartböden wie Fliesen oder PVC, sondern auch für empfindliche Böden wie Laminat und Parkett. Mit seiner intelligenten App-Anbindung und dem benutzerfreundlichen LCD-Display lassen sich Wassermenge und Walzengeschwindigkeit präzise auf die eigenen Anforderungen einstellen. **Auch dank der App-Unterstützung macht der neue Premium-Hartbodenreiniger der Winnender die Hausarbeit Ihrer Kundschaft zukünftig noch einfacher:**

„Das LCD-Display am Handgriff bildet das Herzstück des Modells und ermöglicht eine intuitive Steuerung aller Funktionen. Individuelle Einstellungen der Reinigungsparameter erlauben eine Anpassung an Räume und Bodenbeläge. Diese sowie bereits vordefinierte Modi, etwa für Fliesen oder versiegeltes Parkett, können über die App ausgewählt und via Bluetooth an



FC 8 Smart Signature Line | © Kärcher

das Gerät übertragen werden. Für eine gründliche und komfortable Reinigung sorgen die bewährte Kärcher-Walzentechnologie sowie das Zwei-Tank-System. Durch das geringe Gewicht sowie die gegenläufig rotierenden Walzen lässt sich der Hartbodenreiniger einfach manövrieren und arbeitet dabei besonders leise. Die Walzen können nach dem Putzen bei 60 °C in der Waschmaschine gereinigt werden. Der FC 8 hat eine Laufzeit von 45 Minuten und reinigt pro Akkuladung bis zu 175 m² Fläche. Die zugehörige App bietet umfassende Unterstützung von der ersten Einrichtung des Geräts bis hin zu nützlichen Putztipps. Je nach Bodenart lassen sich die Reinigungsparameter des FC 8 Smart Signature Line präzise auf die individuellen Anforderungen einstellen“, erfahren wir weiter. Ergänzt werde die wassersparende Reinigung z. B. mit dem ■ **Bodenreiniger RM 538N**, der sich dank der natürlichen Rezeptur ohne Silikone, Mikroplastik, Farbstoffe und synthetische Duftstoffe für Familien mit Kindern und Haus-

■ Der **Kärcher FC 8 Smart Signature Line** ist das neueste Flaggschiff im Bereich der Hartbodenreiniger. Er nimmt trockenen und feuchten Alltagsschmutz mühelos auf und wischt zugleich den Boden. Dank der sparsamen Verwendung von Wasser beim Wischen eignet er sich nicht nur für

tierbesitzer eignet. Er zeichnet sich durch eine pflanzenbasierte Formel und die Verwendung von nachwachsenden Inhaltsstoffen aus. Die eingesetzten Tenside sind biologisch abbaubar.

■ **Ein weiterer Schwerpunkt des HEPT-Auftritts von Kärcher resultiert aus der Feststellung: Akku-Lösungen bleiben weiterhin beliebt:** „Ob bei der Reinigung im Innen- oder Außenbereich – sie sorgen für die gewünschte Mobilität. Hierzu zählt auch der Akku-Handstaubsauger CVH 3 Plus, der schnell und ohne großen Aufwand dafür sorgt, dass alles wieder sauber wird.“



Der Akku-Handstaubsauger CVH 3 Plus
© Kärcher

Durch seine leichte Handhabung und die starke Saugleistung leistet der praktische Helfer nützliche Dienste. Der Akku-

Sauger CVH 3 Plus vereint ein besonders kompaktes Design mit hoher Saugkraft und kann so auch größere Krümel aufnehmen.“

Nachdem Kärcher bereits im Januar 2024 erfolgreich auf weiße Geräte im Indoor-Bereich umgestellt und die Premium-Produktlinie, die Kärcher 'Signature Line' eingeführt hat, erfahren wir von Baum zudem: „In einigen Produktkategorien, wie z. B. bei den Dampfreinigern, folgen im Jahresverlauf weitere Top-Modelle mit neuen Funktionalitäten. Als Anbieter von Reinigungslösungen ist es uns wichtig, dass wir auch für neu aufkommende Anwendungsgebiete eine Antwort parat haben. Hierzu zählt beispielsweise die mobile Reinigung im Bereich Outdoor und Camping. Auch dafür präsentiert Kärcher auf der HEPT verschiedene Lösungen.“ **Baum fiebert bereits dem Dialog mit Ihnen im Rahmen der HEPT entgegen und betont:** „In einem einzigartigen Roadshow-Format möchten wir mit dieser Themenvielfalt auf der HEPT Impulse für zahlreiche angeregte Gespräche setzen. Wir freuen uns auf den Austausch.“

Wie von Liebherr gewohnt: Überzeugende Argumente für Kühl- und Gefrierlösungen

Für **Martin Ludwig**, Head of Business Area Deutschland der **Liebherr-Hausgeräte Vertriebs- und Service GmbH**, gibt es keinen Zweifel: „Auch in diesem Jahr ist die HEPT wieder ein besonderes Branchen-Highlight. Die HEPT ist ideal auf den Handel zugeschnitten: Zehn Stationen im Bundesgebiet für einen intensiven und individuellen Dialog. **Genau dieser Dialog ist für uns bei Liebherr besonders wichtig und wertvoll – gerade in diesem Jahr haben wir eine sehr positive Entwicklung mit unseren Partnern im Handel zu kommunizieren:** ■ Wir verbessern mit unserem neuen Sortiment an Kühl- und Gefriergeräten die Energieeffizienz des gesamten Produktportfolios signifikant und ■ heben unsere kompromisslose Qualität zudem mit der **10-Jahre-Herstellergarantie** auf ausgewählte Produkte hervor. Gleichzeitig macht es uns stolz, dass es gelungen ist, den 'Effizienz-Mix' deutlich hin zu den Energieeffizienzklassen A bis C zu verschieben. Somit ist das Sortiment für 2024 das bisher sparsamste von Liebherr. Einige Geräte unterbieten jetzt selbst die Werte der besten Energieeffizienzklasse A. **Ein Highlight im Rahmen der Roadshow wird der neue Gefrierschrank FNA 6625 sein, der als erster Gefrierschrank die Energieeffizienzklasse A aufweisen kann.** Passender als in der aktuellen Zeit könnte eine erneute Verbesserung der Energieeffizienz für Kühl- und Gefriergeräte kaum kommen“, erfahren wir für Sie vom amtierenden 'mi'-Leistungsspiegel-Sieger 'Elektrogroßgeräte'. Daher lädt Martin Ludwig die Handelspartner ein, sich vor Ort ein eigenes Bild vom neuen Sortiment zu machen:

LIEBHERR



Martin Ludwig
© Liebherr

■ Wir verbessern mit unserem neuen Sortiment an Kühl- und Gefriergeräten die Energieeffizienz des gesamten Produktportfolios signifikant und ■ heben unsere kompromisslose Qualität zudem mit der **10-Jahre-Herstellergarantie** auf ausgewählte Produkte hervor. Gleichzeitig macht es uns stolz, dass es gelungen ist, den 'Effizienz-Mix' deutlich hin zu den Energieeffizienzklassen A bis C zu verschieben. Somit ist das Sortiment für 2024 das bisher sparsamste von Liebherr. Einige Geräte unterbieten jetzt selbst die Werte der besten Energieeffizienzklasse A. **Ein Highlight im Rahmen der Roadshow wird der neue Gefrierschrank FNA 6625 sein, der als erster Gefrierschrank die Energieeffizienzklasse A aufweisen kann.** Passender als in der aktuellen Zeit könnte eine erneute Verbesserung der Energieeffizienz für Kühl- und Gefriergeräte kaum kommen“, erfahren wir für Sie vom amtierenden 'mi'-Leistungsspiegel-Sieger 'Elektrogroßgeräte'. Daher lädt Martin Ludwig die Handelspartner ein, sich vor Ort ein eigenes Bild vom neuen Sortiment zu machen:

„Wir freuen uns auf einen regen Austausch mit Ihnen! Und die besten Argumente für Geräte, die Tag für Tag, rund um die Uhr in Betrieb sind, sind fraglos Langlebigkeit, Nachhaltigkeit und Energieeffizienz. Genau darauf beruht unser neues Sortiment. Für die HEPT halten wir attraktive Angebote vor. Kommen Sie vorbei – es lohnt sich: Für Sie und für Ihre Kundinnen und Kunden.“



PoS-Material zur 10-Jahre-Herstellergarantie | © Liebherr

Als perfektes Timing kann aus 'miE'-Sicht der Umstand bezeichnet werden, dass die HEPT 2024 quasi parallel zur Sortimentsumstellung im April 2024 über die Bühne geht. Wir erfahren dazu unter anderem:

„Liebherr-Hausgeräte gehen mit insgesamt 235 neuen Modellen an den Start. Allen neuen Kühl- und Gefriergeräten gemeinsam ist die erneute Steigerung der Energieeffizienz. Eine Zielsetzung, die bei Liebherr seit vielen Jahren konsequent und sehr erfolgreich von Generation zu Generation mit immer neuen Bestwerten umgesetzt wird. So kommen bei Liebherr nur hochwertige, langlebige Vakuumisulationspaneele aus Kieselsäure sowie die patentierte BluRoxTechnologie zum Einsatz. Beide Isolationstechnologien altern sehr langsam, sodass der Energieverbrauch auch

nach vielen Jahren der Nutzung noch nahezu konstant niedrig bleibt – ganz im Gegensatz zu anderen gebräuchlichen Isolationsmaterialien. Eine hohe Energieeffizienz ist umso wichtiger, da die größten Umweltauswirkungen während der Nutzungsphase von Kühl- und Gefriergeräten von deren Energieverbrauch verursacht werden. Sie sind täglich 24 Stunden im Einsatz. Mit der neuen Modellreihe verschiebt der Spezialist für Kühlen und Gefrieren sein Produktangebot deutlich in hohe Energieeffizienzklassen. Selbst die höchste Energieeffizienzklasse A wird von einigen Modellen der neuen Baureihen sogar zwischen zehn und 30 Prozent unterboten.“ Die HEPT bildet natürlich aber auch einen optimalen Rahmen, um als Fachhändler zum Beispiel mehr über die weiter oben angerissene 10-Jahre-Hersteller-garantie zu erfahren sowie mit Liebherr zu besprechen, wie besagte Sortimentsumstellung auch von Marketingmaßnahmen am PoS begleitet wird. **An dieser Stelle dazu nur so viel:**

„Zuverlässigkeit und Langlebigkeit sind für Liebherr nicht nur Schlagworte, jedes kleinste Detail muss höchsten Ansprüchen gerecht werden. Im Aktionszeitraum bis 31.12.2024 erhalten Kundinnen und Kunden für freistehende Kühl-Gefrierkombinationen in EEK A sowie für ausgewählte Einbaugeräte in EEK A und EEK B die zusätzliche kostenlose 10-Jahre-Hersteller-garantie. Die Sortimentsumstellung begleitet Liebherr-Hausgeräte mit umfangreichen Materialien für die Partner im Handel. Ein kanalübergreifendes Verkaufshandbuch beinhaltet das

komplette Sortiment für Deutschland. Alle Handelspartner werden zudem wieder mit ausreichend Verkaufshandbüchern für ihr Verkaufspersonal beschickt.“ Und: Für die Endkunden und den PoS gibt es erneut eine 60-seitige Broschüre, die 2024 neben Imagethemen und Technologien mit Listenansichten auch wieder einen Überblick über das komplette Sortiment gibt. Zusätzliche Printmaterialien werden zu ausgewählten Produktgruppen und Themen, zum Beispiel für das Wein-Sortiment oder zu den Monolith-Geräten, bereitgehalten.

Martin Ludwig selbst erklärt bzw. ergänzt dazu: „Liebherr-Hausgeräte unterstützt seine Handelspartner über das gesamte Jahr hinweg mit aufmerksamkeitsstarker Kommunikation im Rahmen vieler verschiedener Kampagnen.“ Die jeweiligen Kampagnen haben laut Auskunft von Liebherr die bekannten Kern-Botschaften des Kühl- und Gefrierspezialisten zum Thema und werden in Publikumsmedien, Fachmedien, Radio-stationen und über digitale Kanäle ausgespielt. **Unsere Empfehlung deshalb lautet: Informieren Sie sich direkt auf der HEPT bestmöglich über das umfangreiche Angebot an PoS-Material für den Fachhandel!** „An den Start gehen die ersten Kommunikations-Maßnahmen zum Liebherr-Jubiläum im zweiten Quartal 2024 – zusammen mit dem Branchen-Highlight HighEventProductTour.“ **Wie schon gesagt: Ein perfektes Timing für den Lieferanten und seine Partner gleichermaßen!**

125 Jahre Miele auf der HEPT: Jubiläumsmodelle, Preisvorteile und einiges mehr!

„HEPT trifft auf 125 Jahre Miele – und das ist in diesem Jahr ein besonderer Anlass, denn unser Jubiläum können wir erstmals gemeinsam mit unseren Handelspartnern vor Ort feiern. Mitgebracht haben wir mehr als 80 Jubiläumsgeräte über alle Produktgruppen in zwei unterschiedlichen Aktionsreihen. Gemeinsamer Nenner ist, dass unsere Aktionen ausgezeichnetes Umsatzpotenzial für den Fachhandel bieten“, kündigt **Christian Gerwens**, Senior Vice President Region DACH & Sales and Retail International, für **Miele** als siebten Mitausrichter der HEPT in unserer heutigen Roadshow-Vorschau an. Wir erfahren von den Ostwestfalen hierzu weiter:



mals gemeinsam mit unseren Handelspartnern vor Ort feiern. Mitgebracht haben wir mehr als 80 Jubiläumsgeräte über alle Produktgruppen

in zwei unterschiedlichen Aktionsreihen. Gemeinsamer Nenner ist, dass unsere Aktionen ausgezeichnetes Umsatzpotenzial für den Fachhandel bieten“, kündigt **Christian Gerwens**, Senior Vice President Region DACH & Sales and Retail International, für **Miele** als siebten Mitausrichter der HEPT in unserer heutigen Roadshow-Vorschau an. Wir erfahren von den Ostwestfalen hierzu weiter:

„Zu den Jubiläumsmodellen der '125 Edition' zählen attraktiv ausgestattete Geräte mit Preisvorteil und/oder kostenlosem Zubehör. Auch die Jubiläumsreihe der '125 Gala Edition' bietet besondere Vorteile bei der Ausstattung. Dazu gibt es eine exklusive Garantieverlängerung von 125 Wochen und damit verbunden ein klares Bekenntnis zu Qualität, Langlebigkeit – und damit auch Nachhaltigkeit. Das Motto dazu lautet 'Ein Versprechen, das bleibt.' Die Aktion läuft bis ins nächste Jahr.“ Natürlich ist es



Christian Gerwens
© Miele

'miE' nicht möglich, selbst im Rahmen dieses 8-seitigen HEPT-Special auf alle 80 Modelle einzugehen, doch einige Highlights unter den Aktionsmodellen verdienen es durchaus, hier etwas detaillierter erwähnt zu werden:

■ „Im Segment der Kücheneinbaugeräte zählen zu der Aktion Gala Edition die im letzten Jahr erstmals vorgestellten ArtLine-Einbaugeräte im edlen Farbton Obsidianschwarz matt – alle samt 'Grifflos'-Varianten aus unserem aktuellen Programm. Die Waschmaschine WWB380 WPS 125 Edition mit PowerWash wäscht 20 Prozent sparsamer als der Grenzwert für das Energielabel A – und ist damit das energieeffizien-



Geräte in Obsidianschwarz matt | © Miele

teste Gerät in unserem Portfolio. Auf dieses Produkt gibt es gegenüber vergleichbaren Modellen im Sortiment 80 Euro Preisvorteil. Zusätzlich ist das Aktionsmodell mit der Miele-App vernetzbar und mit dem Feature SteamCare ausgestattet, das Kundinnen und Kunden beispielsweise bei kurz getragenen Textilien dazu wählen können, um die Kleidung mit Dampf aufzufrischen oder zu glätten – ohne diese zu waschen. Die Geschirrspüler der Edition 125 haben einen Preisvorteil von 50 Euro sowie einen zusätzlichen Gutschein für ein Pflegeset.

Alle Geräte sind zudem vernetzungsfähig und mit dem patentierten Dosiersystem AutoDos mit PowerDisk ausgestattet“, so die Gütersloher, bevor sie uns auch noch auf zwei HEPT-Highlights aus ihrem Bodenpflegeprogramm hinweisen:

■ „Unser Staubsauger-Portfolio umfasst die von der **Stiftung Warentest** ausgezeichneten Testsieger in den verschiedenen Kategorien. Besonders stolz sind wir auf den Erfolg des Miele-Akku-Handsticks **Triflex HX2 Sprinter**, den die **StiWa** im letzten Jahr als 'neuen Spitzenreiter und einzigen guten Neuling' betitelt. Zum Start der HEPT freuen wir uns, dass die Auslieferung unseres neuen Familienmitglieds im Bereich der Bodenpflege begonnen hat: Der **Duoflex HX1**. Mit dem Gerät runden wir unser Sortiment weiter ab und sprechen neue, jüngere Zielgruppen an.“



Duoflex HX1 | © Miele

■ Auch Miele nutzt die HEPT freilich nicht nur zur Präsentation von Geräten, sondern auch dazu, Ihnen Maßnahmen vorzustellen, mit denen das Unternehmen Sie unterstützen will: Explizit hingewiesen werden wir von Christian Gerwens etwa auf das neue **Miele-Marketingportal mit umfangreichen Inhalten zur Vermarktungsunterstützung**. Direkt gerichtet an Sie und Ihre Kollegen betont er: „Zu finden sind dort etwa Verkaufsunterlagen, die die Kommunikation mit Ihren Kundinnen und Kunden erleichtern und noch ansprechender gestalten soll. Neben umfangreichem Werbematerial zu Kampagnen und Aktionen finden unsere Handelspartner dort Bilder, Texte, Anzeigen, Videos und Social-Media-Postings. Zusätzlich haben Sie hier die Möglichkeit, sich individuelle Prospekte zu erstellen und herunterzuladen. Ihr Vorteil: Alles übersichtlich und sofort zum Download verfügbar. Mit den erwähnten Maßnahmen profitieren Sie direkt von unserem selektiven Vertriebssystem: Die hochwertige Präsentation unserer Premiumprodukte am Point of Sale ist für uns genauso wichtig wie die hohe Beratungs- und

Servicequalität, die Sie, liebe Handelspartner, einbringen. **Wenn auch Sie an unserem breiten Angebot an Verkaufsunterstützung interessiert sind, melden Sie sich auf der HEPT bei unseren Ansprechpartnern, bei den Kolleginnen und Kollegen unseres Handelsmarketings per Mail (handelsmarketing@miele.de) oder telefonisch unter 05241 8966920. Wir beraten Sie gerne detailliert!**“

■ Ganz besonders gefreut hat sich die 'markt intern'-Redaktion, last, but not least, speziell aus der Feder von Herrn Gerwens, über dieses Signal an Sie und Ihre Kollegen: „Eine Roadshow wie die HEPT lebt natürlich vom Dialog an den insgesamt zehn Standorten. In diesem Jahr freuen sich 40 kompetente Kolleginnen und Kollegen aus unseren Vertriebsteams auf Gespräche mit Ihnen. Sprechen Sie uns also an, sagen Sie uns, wo wir besser werden können. Unser klares Ziel ist es, in möglichst vielen Kategorien Fachhandelspartner Nr. 1 zu bleiben oder es wieder zu werden, wo wir an Boden verloren haben.“ **Dass es mit den Ostwestfalen insofern Einiges zu besprechen gibt, muss von uns an dieser Stelle sicher nicht vertieft werden. Dass ein solches Gespräch auch seitens Miele ERWÜNSCHT ist, hingegen schon! Ebenso wie das auch im Namen aller anderen HEPT-Partner formulierte Schlusswort: „An dieser Stelle noch einmal ein herzliches Dankeschön für die gesamte Koordination der diesjährigen HEPT an unseren Partner Jura und auch an 'markt intern' für die wie immer kompetente kommunikative Begleitung!**“, so Christian Gerwens.

Die 'miE'-Redaktion gibt diesen Dank im Namen ihrer Leser hiermit freilich direkt an ■ **AEG** ■ **Beurer** ■ **Jura** ■ **Jura Gastro** ■ **Kärcher** ■ **Liebherr** und auch an ■ **Miele** zurück, denn: Die Vielzahl wertvoller Vorab-Infos stimmt uns extrem zuversichtlich, und direkt nach Ostern geht es los! Auch 'miE' freut sich auf eine für Aussteller und Fachbesucher gleichermaßen erfolgreiche HEPT 2024! **In diesem Jahr wird sich Ihr Chefredakteur dazu am Standort München umschaun und im Nachgang natürlich auch von dort nochmal einige Eindrücke 'nachliefern'.**

Das war's für heute,
Ihr




Ass. jur. René Efler
– Chefredakteur –

Streikkultur in Deutschland: Auch so kommt man auf eine 35-Stunden-Woche!

markt intern und **iiiDIREKT** – volle Leistung für Abonnenten!

Europas größte Brancheninformationsbrief-Verlagsgruppe kämpft für den Erhalt und die Stärkung des deutschen Mittelstandes. Nutzen Sie deshalb unsere umfangreichen Zusatzangebote durch den Bezug eines unserer klassischen Print-Briefe inkl. Digitalversion und Online-Zugang oder der rein digitalen Variante. Sie sind noch kein Abonnent? Informationen zu den Möglichkeiten (bei jährlicher Berechnung mit 15 % Nachlass, beim Bezug mehrerer Briefe mit weiteren 40 % Nachlass) und Urheberrechten finden Sie unter www.markt-intern.de. – Im **markt intern** Verlag erscheinen zumeist wöchentlich:

Steuern & Mittelstand:

- arbeitgeber intern
- GmbH intern
- immobilien intern
- steuerberater intern
- steuertip
- umsatzsteuer intern

Gesundheit & Freizeit:

- Apotheke/Pharmazie
- Augenoptik/Optomietrie
- Hörgeräteakustik
- in motion – Sport- plus Schuh-Handel
- Parfümerie/Kosmetik
- Spielwaren/Modellbau/Kreativ

Technik & Lifestyle:

- Automarkt & Tankstelle
- Büro-Fachhandel
- Consumer Electronics
- Elektro-Fachhandel
- Uhren & Schmuck

Bauen & Wohnen:

- Eisenwaren/Werkzeuge/Garten
- Elektro-Installation
- Installation Sanitär/Heizung
- Möbel-Fachhandel

International:

- EXCLUSIV (Schweiz)

Im **kapital-markt intern** Verlag erscheinen wöchentlich:

- Bank intern
- finanztip
- kapital-markt intern
- versicherungstip

