

Ausstellerfazit: Hochzufrieden!

Erste Messeindrücke von der „Ambiente“ in Frankfurt/M.

Erneut hochzufrieden äußerten sich die Aussteller von Elektro-Kleingeräten über das Messegesehen auf der diesjährigen „Ambiente“ in Frankfurt/M. Über 70 Hersteller der Branche hatten bekanntlich in diesem Jahr am Main Flagge gezeigt und ihre Neuheiten fürs Jahr vorgestellt. Im vergangenen Jahr waren es zehn Unternehmen weniger gewesen. Ein schöner Erfolg für den Messestandort 2008.

Auch die 18 teilnehmenden Firmen der Marketing-Initiative Pro Business Elektro-Hausgeräte konnten in den Reigen zufriedener Aussteller mit einstimmen. Für **Heinz Werner Ochs**, Vorsitzender von Pro Business Elektro-Hausgeräte, war das Messefazit eindeutig: „Die ‘Ambiente 2008’ war für den Kreis der Markenanbieter von Pro Business, der zum vierten Mal auf dieser weltgrößten Konsumgüterschau vertreten war, die bislang erfolgreichste. So konnte die Anzahl der internationalen Besucher gegenüber dem Vorjahr nochmals deutlich gesteigert werden und auch die Fachbesucher aus dem Inland sind der Einladung zum Messebesuch sehr zahlreich gefolgt. Dass wir auch durch unser Engagement mit dazu beitragen konnten, ein solch positives Ergebnis für den Bereich Elektro-Kleingeräte insgesamt zu erreichen, freut uns sehr.“



Heinz Werner Ochs

Bosch begrüßte seine Fachbesucher wie immer in der Galleria. Einer der Produkt-Höhepunkte für die Marke ist die neue „Tassimo“, die ab April an den Handel ausgeliefert wird. Gegenüber den Vorgänger-Modellen wurde die Bosch-Range weiter verbessert, brüht den Kaffee und Tee jetzt viel energiesparender und schneller



Von „Tassimo“ bis „green power edition“

Natürlich hat sich „eh“ auch in diesem Jahr wieder an vielen Ständen der Hersteller darüber informiert, was für den Elektro-Fachhandel von Interesse sein könnte. Nehmen Sie im Folgenden Teil an einem ersten kleinen Messerundgang und schauen sie auch nochmal in den Messe-Vorbericht im „eh“ 1-2/08, der bereits viele Produkt-Neuheiten vorstellte. **Über neue Küchenkleingeräte können Sie sich ab S. 31 dieser Ausgabe separat informieren.**

Der stets gut besuchte **Bosch**-Stand in der Galleria lenkte den Besucher in diesem Jahr vor allem auf die neue „Tassimo“-Range, das vollautomatische Heißgetränkessystem, das ab diesem Jahr von der BSH-Tochter gemeinsam mit Kraft Foods in den Markt kommt (s. „eh“ 1-2/08, S. 54). Die drei Modelle in neuem Design, neuen Farben und mit einer viel schnelleren Aufheizzeit dank Durchlauferhitzer-Technik werden ab April



Fotos: Bosch, H. W.

in den deutschen Einzelhandel kommen. Für Bosch stellt die „Tassimo“-Einführung das Kernthema im ersten Halbjahr 2008 dar.

Ein Produkt-Schwerpunkt am **Siemens**-Stand war das neue Dampfbügelisen „slider S3“. Dank seiner multi-direktionalen Bügelsohle – es ist das erste mit dieser Ausstattung – kann es faltenfrei in alle Richtungen bügeln. Die Sohle, die einer unregelmäßigen Ellipse ähnelt, besteht aus Titanium-glissée.

Über die neuen energiesparenden „compresso“-Bodenstaubsauger hatte „eh“ schon mehrfach berichtet. Auf der „Ambiente“ stellte Siemens nun sein neues Rundum-Marketing-Paket für die neue „green power edition“ vor, deren Modelle auf dieser Technologie basieren (mehr dazu auf S. 19 dieser Ausgabe).

Detailliertere Informationen über die beiden BSH-Töchter und ihren Vorhaben 2008 lesen Sie in der kommenden Ausgabe.

Neue Kaffee-Vollautomatengeneration

Bei **De'Longhi** hatten natürlich die neuen Kaffee-Vollautomaten der „Perfecta“-Linie Vorrang bei der Neuheiten-Präsentation. Ende des ersten Quartals wird es wohl drei Modelle dieser neuen „ESAM 5000“-Serie geben und fürs Weihnachtsgeschäft sind bereits weitere Varianten dieser und der anderen Linien avisiert. Bereits verfügbar ist die „ESAM 5500“ mit taubenblau



Fotos: Siemens, H. W.

Am Siemens-Stand konnte u. a. das neue Dampfbügelisen „slider S3“ in Augenschein genommen werden



BRITA®-Filter: Wirkungsvoller Schutz vor Verkalkung



Wie gut ein Kaffee schmeckt, hängt von der Qualität des verwendeten Wassers ab. Was viele Liebhaber von Espresso, Cappuccino & Co. nicht wissen: der Wasserfilter von BRITA verbessert deutlich den Geschmack von Kaffee. Denn gefiltertes Leitungswasser ist weicher. Bei der Kaffeezubereitung sorgt es für bessere Aroma-Entfaltung. Auch pur oder gekühlt – als Extra zum Kaffee – schmeckt gefiltertes Wasser hervorragend. Ein weiterer Vorteil: BRITA Wasser schützt Espressomaschinen und Kaffeevollautomaten wirkungsvoll vor Verkalkung. Positiver Effekt für die Geräte: eine längere Lebensdauer sowie ein geringerer Energieverbrauch.

Wieso sollte man Leitungswasser filtern? Durch die Filtration werden Kalk, Chlor und hausinstallationsbedingt vorkommende Schwermetalle wie Blei und Kupfer reduziert. Das Resultat ist wohlschmeckendes, weiches Wasser. Bei der Kaffeezubereitung gewährleistet es eine perfekte Aroma-Entfaltung. Und: Befüllt man Geräte ausschließlich mit gefiltertem Wasser, werden sie einfach, wirkungsvoll und preiswert vor Verkalkung geschützt. BRITA, weltweit Marktführer im Wasserfiltrationsmarkt, setzt dabei auf die hochleistungsfähige Maxtra Filterkartusche. Diese neue Kartuschen-Generation bietet eine fortschrittliche Filtrationstechnologie und trägt wesentlich zu einer verbesserten Kalkreduktion bei.

Design Glas-Wasserfilter

Wer bei Espressomaschinen auf Funktionalität und Design achtet, der stellt auch bei der Wahl eines Wasserfilters hohe Ansprüche. Für designorientierte Verbraucher bietet BRITA jetzt den hochwertigen Wasserfilter „Edition“: Edle Materialien wie Glas und Stahl in Verbindung mit einer klaren Formensprache gehen hier eine überzeugende Verbindung ein. Das formschöne Produkt wurde exklusiv für BRITA gestaltet. Dank seiner modernen Farbgebung in Schwarz und Chrom, der klassischen Form und einer hochwertigen Materialwahl ist der „Edition“ ein attraktives Accessoire für alle Kaffeeliebhaber.

Der „Edition“ verfügt über ein Fassungsvermögen von 1,2 Litern gefiltertem Wasser. Er besteht aus einer Glaskaraffe und einem praktischen Untersetzer. Die einfache Handhabbarkeit gewährleistet eine komfortable Einfüllklappe. Eine integrierte elektronische Memo-Anzeige erinnert an den rechtzeitigen Wechsel der Kartusche. Typisch BRITA: Form und Funktion ergänzen sich. Die leistungsstarke Maxtra Filterkartusche sorgt auch beim exklusiven Glas-Wasserfilter für eine optimale Filterleistung.

Der „Edition“ ist im Fachhandel erhältlich – 59,99 € (UVP).
Der Preis einer Maxtra Filterkartusche liegt bei 11,99 € (UVP).

www.brita.de



BRITA®



Fotos: De'Longhi, H.W.



Zwei Schwerpunkte für De'Longhi-Produktmanagerin Susanne Hauck für 2008: die neue „Perfecta“-Range und die Bügelstationen (und Foto zeigt die „VWX2200“)

lackierter Gehäusefront, ab Frühjahr folgen die „ESAM 5450“ sowie die „ESAM 5400“, beide im Preis darunter liegend. Mehr dazu und zu den neuen Farbvarianten für die Nespresso-Geräte in der kommenden Ausgabe.

Dass Dampfbügeln ab 2008 bei De'Longhi wieder groß geschrieben wird, machten die neuen Dampfbügelstationen der „Expression“-Serie deutlich. Sie bedampfen die Textilie kontinuierlich mit etwa 150 g/min und einem Druck von 5 bar. Ihr neues Anti-Kalk-System absorbiert 99,7 Prozent der Partikel, was die Lebensdauer der Modelle verlängert. Weiter war zu erfahren, dass sich De'Longhi künftig auch im Bereich der festinstallierten Klimageräte engagieren wird.

Kenwoods Kernkompetenz sind Premium-Küchenmaschinen. Sie standen deshalb auch im Messiefokus. So die „kMix“-Serie, für die ab Herbst neue Zubehörteile und weitere vier Farbvarianten ins Sortiment kommen werden sowie die „Titanium“-Modelle, in die jetzt ein Timer integriert wurde. Weitere Produkteinführungen von

Saeco-Geschäftsführer Norbert Kornettka konnte auf der „Ambiente“ neben Saeco-Sondermodellen auch erstmals Neuheiten der Marke Spidem zeigen. Rechts unten ist die neue „Rapid steam digital“ zu sehen

Kenwood betreffen Frühstücks-Sets, so ab Herbst die „Verde“-Serie, bestehend aus Kaffeemaschine, Toaster und Wasserkocher farblich passend zur „kMix“-Reihe.

Um die Marke Kenwood und ihre Produkte noch stärker beim Kunden bekannt zu machen, erscheint seit diesem Jahr vierteljährlich unter dem Titel „Lebensart by Kenwood“ eine 28-seitige Kundenzeitschrift. Sie bietet diverse Lifestyle-Themen und natürlich gebündelte Informationen über die Marke. Die Broschüre wird über den Fachhandel und die De'Longhi-Zentrale in Seligenstadt verbreitet.

Neuer Schulungsschwerpunkt „Beraten & Verkaufen“

Große Vorhänge vorm Saeco-Stand gaben zwar nicht mehr so viel Blicke ins Bereichsinnere frei wie in den Vorjahren, sie informierten aber über das Hauptanliegen, das



dem Unternehmen auf dieser Messe am Herzen lag: das Frische-Versprechen. Je frischer die Zutaten für einen Kaffee und je optimierter die Zubereitungsweisen, desto intensiver der Genuss, könnte das Motto für 2008 deshalb lauten. Um es am Markt spürbar zu machen, hat sich Saeco dafür mit den drei Marken Lavazza – für frischen Kaffee –, Brita – für frisches Wasser – und Bärenmarke – für frische Milch – verbündet.

Für den Elektro-Fachhandel interessant ist vor allem aber das neue Schulungskonzept, das seit Februar mit dem Schwerpunkt „Beraten & Verkaufen“ neue Maßstäbe setzen möchte. Dazu erhalten Verkäufer im Handel während eines zweitägigen Kurses an insgesamt 15 Standorten durch zertifizierte Trainer eine umfangreiche Verkaufsschulung. Interessenten für diese Weiterbildungsveranstaltung können sich an den Saeco-Außendienst wenden.

Neue Saeco-Geräte wurden nicht vorgestellt, dafür aber die der Marke Spidem, die am Stand in diesem Jahr erstmalig präsentiert wurde. Es handelt sich um die drei Modelle „Spidem My Coffee“, „Spidem My Coffee Rapid Steam“ und „Spidem My Coffee Rapid Steam digital“, die ab März bzw. Sommer in die Regale des Handels gelangen sollen. Mit Preisen (UVP) von 349,-, 399,- und 449,- Euro sind alle drei



ewt stellte das neue Kaminfeuer „Cube“ vor

Fotos: G. in Dampfex, Saeco, H.W.



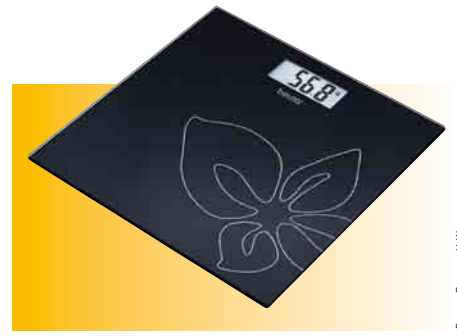
Am Stand von Glen Dimplex. **Michaela Schmidt**, Produkt-Managerin morphy richards, stellte u. a. die neue Kaffeemaschine „Café Mattino“ in Creme vor. Oben rechts der „Euro Champ“ aus der „EIO-Chassis-Line“



2500 W Leistungsaufnahme, neue umschaltbare Rollendüse sowie zusätzliche Hartbodendüse und effiziente Filtertechnik sind nur einige Kennzeichen dieses Gerätes.

ewt als deutscher Marktführer von Elektro-Kaminen setzt mit neuen Modellen vor allem auf junge Verbraucher. Das zeigt sich in modernen Formen und im Preis der Geräte. Ein Beispiel dafür ist das Kaminfeuer „Cube“, dass durch seine geringe Größe (47 x 49 x 21,5 cm) sogar in ein Regal eingepasst werden kann.

Salton stellte das Sortiment seiner Marke Russell Hobbs sowie der „fit for fun“-Ran-



Beurers neue Körperwaage „Strassflower“ aus der „Luxury-Collection“

Fotos: Beurer, H.W.

im Preiseinstiegsbereich positioniert. Sie arbeiten mit Saeco-Technik, unterscheiden sich jedoch durch eine Schnelldampffunktion und durch ein Display. **Mehr dazu in unserem „Special Kaffezubereitung“ in der kommenden Ausgabe.**

Vier Marken – viel Neues

Traditionsgemäß war **Glen Dimplex** mit den Marken morphy richards, EIO und ewt vertreten – und hatte wieder viel Neues im Portfolio. Stellte morphy richards neben Dampfgarer und Slow Cooker (s. S. 33) auch neue Frühstücks-Sets samt Kaffeemaschine „Café Mattino“ (mit Aromakonservierung, Timer, Papier- oder Permanentfilter) vor, bot EIO seine neu- und weiterentwickelte Bodenstaubsauger-Ränge. Sie setzt sich aus den Zielgruppengeräten der „New Generation“, dem „Vivo 1600 W“ und neuen Chassis-Modellen zusammen. Darunter z. B. der „Euro Champ“, der im ersten Quartal lieferbar ist und der Europameisterschaft im Fußball Rechnung trägt.



Salton-Geschäftsführer **Wilfried Pohl** war auf der Messe an zwei Ständen präsent. Links das neue „Powersteam“-Bügeleisen und die Frühstücks-Serie „White Style“

Fotos: Salton, H.W.

ANZEIGE



efbe Elektrogeräte GmbH • Gustav-Töpfer-Straße 6 • 07422 Bad Blankenburg • Tel.: 036741 70230 • www.efbe-schott.de



Beurers Schwerpunkt Körperwaagen, unten die „BF 66“



Und auch Salton bringt eine neue Frühstücks-Serie ins Sortiment – die „White Style“. Ihre drei Geräte in weiß lackiertem Edelstahl und kombiniert mit hochglänzendem oder gebürstetem Edelstahl kosten im UVP zwischen 39,99 und 89,99 Euro.

Beurer setzt auf Design-Waagen

„DesignLine – next generation“ hat **Beurer** seine neue Design-Reihe von Körperwaagen genannt, mit der das Unternehmen in diesem Jahr dem Markt weitere Impulse verleihen möchte. Designbetonte Körperwaagen sind nach wie vor begehrte Artikel. Die erstmals von Beurer auf der HEPT 2007 vorgestellte farbige Modell-Palette und ihr anschließenden



FOTOS: BEURER, SOLAC, H.W.

Solac zeigte neben dem neuen Kaffee-Vollautomaten „Espression“ auch den Akku-Bürstsauger „Minuetto Eco“

der Erfolg im Handel gab nun den Anstoß zur neuen, dreiteiligen Kollektion. So gehören sechs Modelle zur „Home Collection“, die auf einfache Weise, d.h. mit Grafiken oder farbigen Streifen Akzente im Bad setzt. Motive verschiedener Kulturen spiegeln sich in der „Style Collection“ wider und die „Luxury Collection“ verwendet edle Materialien wie Leder oder Strasssteine (Foto S. 23).

Neu im Waagen-Sortiment ist auch die „BF 66“ mit beleuchteten Direktwahltasten, Datums- und Zeitanzeige im Display. Sie misst neben dem Gewicht auch Körperfett, -wasser, den Muskelanteil, die Knochenmasse und den Kalorienbedarf.

Zu Besuch bei petra-electric und Solac

Die neue Strategie von **petra-electric** machte das Unternehmen neben verändertem Logo, vor allem auch durch einen völlig neuen Messeauftritt sowie etliche neue Geräte deutlich. Als Hersteller von Marken- und OEM-Produkten mit internationaler Vertriebsausrichtung steht das Thema „Kaffe Zubereitung“ an erster Stelle. Zum Neuheiten-Portfolio für dieses Jahr gehören deshalb auch zwei Geräte aus diesem Bereich: der Kaffeepad-Automat „KM 45“ und die Kaffeemühle „EL 70“. Hervorzuheben bei der „KM 45“, die voraussichtlich im September in den Handel kommt, ist vor allem ihre Zubereitung von Cappuccino und Latte macchiato mit einem Knopfdruck. 12 verschiedenen Mahlgrade können bei der neuen Kaffeemühle ein gestellt werden. Außerdem kann auch die zu mahlende Kaffeemenge bis zu zehn Portionen am Drehknopf variiert werden. Je nach Einstellung liefert das Gerät 40 bis 90 Gramm Kaffeepulver pro Minute. Der Vorratsbehälter fasst 300 Gramm.

Einen ebenfalls neu gestalteten Stand zeigte auch ProBusiness-Mitglied **Solac** in Halle 8.0. Wer wollte, konnte sich vom neuen Kaffee-Vollautomaten „Espression“ einen Cappuccino zubereiten lassen. Das Modell, in der Ausstattung und im Preis unter der „Espression Supremma“ angesiedelt, wird

über Tasten bedient, kann aber ebenfalls mit einem Vorbrühsystem und mit einer professionellen Brühgruppe aufwarten. Eingeführt werden soll in diesem Jahr auch der Akku-Bürstsauger „Minuetto Eco“. Er arbeitet beutellos, fängt den Schmutz in einem 0,6 Liter fassenden, auswaschbaren Staubbehälter auf. Hervorzuheben ist auch seine Turbobürste.

Grundig mit erweitertem Wellness-Sortiment

Mit neuen Körperanalyse-Waagen wird **Grundig** in diesem Jahr sein Wellness-Sortiment vergrößern. So kommt die „PS 8710“ mit abnehmbarem Display in den Handel, deren Messdaten per Funk bis zu drei Meter weit von der Waage auf die mobile Ablesereinheit übertragen werden. Für Daten von bis zu zehn Personen sind Speicherplätze vorhanden. Mit dem „LE 6820“ und dem „LE 8820“ werden auch zwei neue Epilierer eingeführt. Der „LE 8820“ epiliiert mit zwei Geschwindigkeiten und kann dank wechselbarem Rasierkopf auch als Shaver benutzt werden.

Soweit erste Eindrücke von der „Ambiente 2008“. Über neue Küchenkleingeräte der Messe können Sie ab S. 31 lesen. In der folgenden Ausgabe setzen wir diesen Rundgang fort. *H. W.*

Am neuen petra-electric Stand gab es u. a. die Kaffeemühle „EL 70“ zu sehen



FOTOS: PETRAELECTRIC, GRUNDIG, H.W.



Grundig zeigt u. a. die neue Körperanalyse-Waage „PS 8710“ und den Epilierer „LE 8820“ mit wechselbarem Rasierkopf