

ELEKTRO

Das Branchenmagazin
für den Elektro-Handel

EXTRA

MARKT

www.elektromarkt.de

**Unsere Top-
Themen für das
neue Jahr:**

- Neu in 2025
- Messe-Updates
- Markt 2025
- Personalgewinnung



wilfa

Die neue Zense
Alux Kaffeemaschine

wilfa.de



Filterkaffeemaschine und Kaffeemühle

DAS NEUE „ZENSE ALUX“- SET VON WILFA

Mit einem neuen Kaffee-Set lässt die norwegische Marke Wilfa Ästhetik und Funktionalität Hand in Hand gehen: Die neue Filterkaffeemaschine „Zense Alux“ und die passende Kaffeemühle kombinieren hochwertiges Design in Form eines Gehäuses aus gebürstetem Aluminium mit einer Technologie, die ein noch besseres Mahl- und Brüherlebnis garantieren soll und so Kaffeegenuss in seiner ganzen Breite möglich macht.



Das neue „Zense Alux“-Set:
Filterkaffeemaschine (vorne) &
Kaffeemühle (hinten links). © Wilfa

Wilfa verfügt über langjährige Erfahrung und Kompetenz in der Herstellung hochwertiger Elektrokleingeräte – „Zense Alux“ ist Ausdruck dieses Engagements für Design, Funktionalität und Nachhaltigkeit und soll nicht nur Kaffeegenuss der Extraklasse ermöglichen, sondern auch mit der Liebe zum Detail, mit der Wilfa seit 1948 alle seine Produkte gestaltet, bestechen. Bei „Zense Alux“ unterstreicht langlebiges Aluminium die Qualität der Maschinen und verleiht ihnen ein elegantes Äußeres. Ergänzt wird das ansprechende Design durch raffinierte Details, die das Gesamtbild harmonisch abrunden und gleichzeitig für eine ergonomische Handhabung von Filterkaffeemaschine und Kaffeemühle sorgen. Gerade diese Kombination von innovativer Technik und außergewöhnlichem Design macht die „Zense Alux“-Serie zu

einer Bereicherung für Design-Liebhaber mit einem Faible für Filterkaffee. Auf die Serie gewährt Wilfa, wie auf alle Geräte, zudem fünf Jahre Garantie.

„Zense Alux“-Filterkaffeemaschine

Entscheidendes Merkmal der „Zense Alux“-Filterkaffeemaschine ist die innovative Pumpentechnologie, die das System nach jedem Brühvorgang vollständig entleert. So wird sichergestellt, dass für die nächste Kaffeezubereitung nur frisches Wasser verwendet wird. Das ist besonders hygienisch und trägt dazu bei, dass das volle Aroma der frisch gemahlene Bohnen zur Geltung kommt. Dabei ist die „Zense Alux“ mit einem abnehmbaren Wassertank ausgestattet, ein Komfort, der bei Filterkaffeemaschinen nicht zum Standard gehört.

Die gut ablesbare Skala am Wassertank gibt präzise Dosierungsempfehlungen für ein perfekt abgestimmtes Verhältnis von Kaffee und Wasser.

Kaffeemühle „Zense Alux“

Die Kaffeemühle „Zense Alux“ ist mit einem konischen Stahl-Mahlwerk von 40 mm Breite ausgestattet und bietet insgesamt 30 Einstellungen. So kann der Mahlgrad von grob (für Filterkaffee) bis fein gemahlen (für Mokka) eingestellt werden. Die Mühle besticht zudem mit einem leisen Mahlgeräusch sowie ihrem schonenden Umgang mit den

Kaffeebohnen: Der Kaffeemehlbehälter aus Metall minimiert die statische Aufladung, eine spezielle Dichtung am Bohnenbehälter verhindert, dass die Bohnen an Aroma verlieren und der Silikonring am Trichter der Mühle unterstützt die Geräuschdämpfung. Ein automatischer Stopp-Sensor rundet die funktionalen Eigenschaften der Kaffeemühle ab.

 [wilfa.de](https://www.wilfa.de)



EDI-TORIAL

Mit dieser 20-seitigen Extra-Ausgabe heißen wir Sie, liebe Leserinnen und Leser, im Namen des Elektromarkts herzlich im Jahr 2025 willkommen! Ich wünsche Ihnen für das neue Jahr viel Erfolg und stets beste Gesundheit. Das gesamte Elektromarkt-Team freut sich auf ein spannendes Branchenjahr gemeinsam mit Ihnen. Für einen gut informierten Jahresstart haben wir vier Schwerpunkte vorbereitet: Neu in 2025, Messe-Updates, Markt 2025 und Personalgewinnung. Nebenstehend finden Sie zudem unsere Titelstory zum neuen „Zense Alux“-Kaffee-Set der Marke Wilfa. Viel Vergnügen mit Ihrem Elektromarkt, bleiben Sie zuversichtlich!



Patrick Stehle
Chefredakteur Elektromarkt

Neu in 2025

- 4 dittert: Eine neue Marke für den Fachhandel
- 5 Lieberr-Schulungsangebote für den Handel
- 6 Beurer: „Academy“-App / Miele: „LernPortal“
- 7 Wertgarantie erwirbt „Club.Weiss“
- 8 Hisense: Digitale Arbeitsabläufe für mehr Effizienz im Händler-Alltag
- 9 LG: „OLED evo“-Line-up für 2025
- 10 TV-News von Panasonic, TCL & Hisense
- 11 Samsung: Smarte & personalisierbare TV-Erlebnisse

Messe-Updates

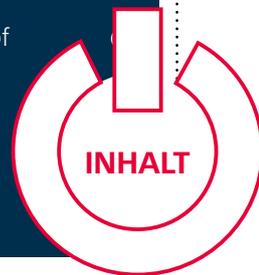
- 12 Gastbeitrag zur CES 2025: AI everywhere
- 14 IFA-Ausblick mit Leif Lindner
- 15 Termine der HighEventProductTour 2025

Markt 2025

- 16 Im Gespräch mit Rolf Bürkl, Head of Consumer Climate bei NIM
- 17 Gastbeitrag: Marktsituation 2025

Personalgewinnung

- 18 Best Practice: Beispiele aus dem Recruiting



ELEKTROMARKT

www.elektromarkt.de

Impressum

107. Jahrgang · Extra 1.2025
E-Termin: 29.01.2025

Herausgeber:	Meisenbach GmbH
Chefredakteur:	Patrick Stehle Tel.: +49 911 3 777 902 patrick.stehle@elektromarkt.de
Redaktion:	Kerstin Barthel (DW: -163) kerstin.barthel@meisenbach.de Susanne Böhm (DW: -119) susanne.boehm@meisenbach.de Katja Keienburg; (DW: -122) katja.keienburg@meisenbach.de Sabine Stenzel (DW: -181) sabine.stenzel@meisenbach.de
Redaktionsassistent:	Larissa Terwart (DW: -179) larissa.terwart@meisenbach.de
Digital Media Manager:	Sven Ramer (DW: -188) sven.ramer@meisenbach.de
Layout:	Timo Wiesmann Schleunungdruck GmbH
Mediaberatung:	Ariane Schlotter Tel.: +49 8341 9955850 ariane.schlotter@meisenbach.de
Exklusive Auslandsvertretung Türkei:	Feustel Fairs & Travel Y.Emre Yardimci Tel.: +90 212 2459600 emre.yardimci@feustelfairs.com.tr
Anzeigenverwaltung:	Pargol Mostofi (DW: -195) pargol.mostofi@meisenbach.de

V.i.S.d.P.:	Patrick Stehle (Geisfelder Straße 14, 96050 Bamberg)
Verlagsanschrift:	Meisenbach GmbH Geisfelder Straße 14 96050 Bamberg Tel.: +49 951 861-0 info@meisenbach.de www.meisenbach.de
Geschäftsführer:	Ulrich Stetter
Redaktionelle Gesamtleitung:	Sabine Stenzel
Gesamtleitung	
Online:	Daniel Keienburg
Druck:	Schleunungdruck GmbH Eltertstraße 27 97828 Marktheidenfeld
Vertrieb:	Ulla Schiel (DW: -101) vertrieb@meisenbach.de
Leserservice:	Meisenbach GmbH Leserservice Elektromarkt Geisfelder Straße 14 96050 Bamberg Tel.: +49 951 861-101 vertrieb@meisenbach.de
Erscheinungsweise:	vierteljährlich; 4 + 2 Ausgaben Zusammenlegung einzelner Hefte zu Doppelheften vorbehalten.

Bezugspreis:	Inland: 37,- € (inkl. Porto und 7 % MwSt) Ausland Normalpost: 42,- € Ausland Luftpost: 47,- € (in der EU bei fehlender Angabe der UID-Nr. zzgl. MwSt.) Bei Lieferverzögerungen oder Leistungsausfall infolge höherer Gewalt besteht kein Ersatzanspruch.
---------------------	---

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Annahme des Manuskriptes gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Verlag über. Jede Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. In der unaufgeforderten Zusendung von Beiträgen und Informationen an den Verlag liegt das jederzeit widerrufliche Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw. Informationen in Datenbanken einzustellen, die vom Verlag oder von mit diesem kooperierenden Dritten geführt werden.

Hinweis der Redaktion: Zur besseren Lesbarkeit verwenden wir das generische Maskulinum, außer in Zitaten. Die Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 80.

Inhaber des Verlages Meisenbach GmbH ist die Schleunungdruck GmbH, Marktheidenfeld.

© Meisenbach GmbH Verlag, 2025

 www.elektromarkt.de
 [instagram.com/elektromarkt.de/](https://www.linkedin.com/showcase/elektromarkt-magazin)
<https://www.linkedin.com/showcase/elektromarkt-magazin>

ritterwerk-Eigentümerfamilie gründet dittert

NEUE FACHHANDELS-EXKLUSIVE MARKE GEHT AN DEN START

Mit dittert geht eine neue Marke an den Start und zwar mit einem klaren Bekenntnis „pro Fachhandel“: So sollen die designorientierten und konsumigen Küchen(klein)geräte ausschließlich an autorisierte Fachhändler vertrieben werden. Ihre Premiere feierte die neue Marke bereits auf der EK Live in Bielefeld.

dittert ist eine Neugründung durch die Familie Schüller, wobei die zweite Generation in Person von Moritz (Mitgründer von Beezer Technologies) und Lorin (früher Key Account Manager für den Fachhandel bei BSH Constructa energy) die Geschäftsführung übernimmt. Der Beirat setzt sich zusammen aus Michael Schüller (langjähriger Geschäftsführer und Gesellschafter von ritterwerk sowie ZVEI-Vorsitzender des Gesprächskreises Mittelstand),

Selektiver Vertriebsansatz

Die beiden Schüller-Brüder unterstreichen diesen Ansatz: „Keep it dittert ist die Antwort auf die Frage, wie man mit dem Verkauf von Küchengeräten heute im Fachhandel erfolgreich sein kann. Wir haben bewusst eine neue Marke gegründet, die von Anfang an eine stringente Markenpositionierung, ein fokussiertes Vertriebsmodell, ein einheitliches ‚Family-Design‘ und schlanke Prozesse ermöglicht. Hierbei richten wir alles an den Bedürfnissen des Fachhandels aus.“ Folgerichtig werden die Produkte ausschließlich an autorisierte Fachhändler vertrieben. Der Fokus liege dabei auf Beratung am PoS, Service, einer langfristigen Partnerschaft mit regelmäßigen Schulungen und auf Produkten mit hoher Umschlagsgeschwindigkeit. Mit dieser bewusst gewählten Nischenstrategie wolle man nachhaltig Mehrwert für Konsumenten und Handelspartner schaffen und sich gleichzeitig vom Wettbewerb differenzieren.

Ihre erste Feuuertaufe hat die Marke indes auf der EK Live Mitte Januar schon bestanden: Laut den Verantwortlichen sei das Feedback sehr gut gewesen, viele EK-Händler hätten bereits ihre Bestellungen getätigt. Auch mit den anderen Verbundgruppen sei man bereits in guten Gesprächen, folglich wird das dittert-Team beispielsweise auch auf der KOOP und beim EP-Kongress präsent sein.

Produkte ab Q2/2025 verfügbar

Ein Mehrwert soll sich auch durch die Produkte selbst erschließen: Statt mit möglichst vielen, neuen Funktionen sind dittert-Geräte auf das Wesentliche reduziert, aber dennoch qualitativ hochwertig und in einem ästhetischen Produktfamilien-Design gehalten. dittert will keine Standard-Ware liefern, sondern setzt auf eigene Entwicklung. Diese Ansätze sollen sich auch in der Kommunikation widerspiegeln, mit lösungsorientierten Headlines, die im Kopf bleiben. dittert will die Probleme der Kunden direkt ansprechen und die eigene Markenphilosophie über die Verpackung transportieren.

Die ersten Produkte („dittert Serie ONE“) sollen im zweiten Quartal gelauncht werden. Wir stellen die Serie, die u. a. Toaster, Kaffeemaschine, Wasserkocher, Mixer, Eierkocher und Saftpresse umfassen wird, in der nächsten Elektromarkt-Ausgabe (01-2025) ausführlich vor.



Moritz (links) und Lorin Schüller mit den ersten dittert-Geräten.
© Meisenbach GmbH

Erwin Rupp (Vertriebsleiter von ritterwerk), Dr. Joyce Gensing (ehemalige Geschäftsführerin von Severin) sowie Anna Mothes (Eigentümerin der Marketingagentur idamo). Der Name dittert soll dabei eine Hommage an den Pionier des deutschen Industriedesigns, Professor Karl Dittert (Gründungsrektor der führenden Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd) sein. Die Marke orientiere sich an seiner Designphilosophie, die für Leichtigkeit, Reduktion, Ästhetik und deutsche Werte stehe. Mit dem Claim „keep it dittert – mit einem Küchengerät von dittert machen Sie alles richtig“ sollen sich Tradition und Moderne in einem klaren und wiedererkennbaren Markenauftritt sowie im „Family-Design“ der Produkte wiederfinden.

 [dittert-germany.com](https://www.dittert-germany.com)

Liebherr-Schulungsangebote für den Handel



Liebherr-Hausgeräte geht auch 2025 wieder mit Schulungen zur Unterstützung der Handelspartner an den Start: Wie gewohnt stehen dabei viele spannende Themen rund um das Kühlen und Gefrieren mit Liebherr auf dem Programm. Das Angebot umfasst sowohl Online- als auch Präsenz-Schulungen, wobei ein neues Stufenmodell den Lernweg von Grundlagen über Fachwissen, vertiefendes Fachwissen und Expertenwissen bis hin zum Liebherr-Experten führen soll. Abgerundet werden die Schulungen von Fokusthemen wie speziellen Features und Funktionalitäten der Liebherr-Produkte.

Onlineschulungen finden immer dienstags im 45-Minuten-Format statt. Dazu kommen Online-Trainings über zwei bis drei Stunden mit kundenspezifisch aufbereiteten Inhalten.

Neu im Online-Angebot sind zudem Experten-Tipps und hilfreiche Hinweise für die Handelspartner zu Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen Online und auf Social Media. Für eine Anmeldung kann einfach der QR-Code gescannt werden.

Auf Wunsch und nach Absprache mit den Partnern im Handel können zudem kundenindividuelle Schulungen und Werksfahrten zu den Liebherr-Produktionsstätten für vertiefende Einblicke und Wissensvermittlung organisiert werden.



Neu: „Liebherr Explorers Club“

Neu ist auch der „Liebherr Explorers Club“ als Angebot der Präsenzs Schulungen direkt in einer Geräteausstellung. Das emotionale Trainingsformat in Event-Locations oder Liebherr-Showrooms soll einen spannenden Mix aus Produkttraining, Verkaufcoaching und Beratungskompetenz bieten. Die „Explorers Club Tour“ ist im Frühjahr und Herbst an verschiedenen Standorten geplant, Termine und Locations sollen in den kommenden Wochen bekanntgegeben werden.

 home.liebherr.com

Plakate
1 Stück

ab 14,82 € inkl. MwSt



DIN A1 (59,4 x 84 cm),
4/0-farbig, 115 g Affichenpapier

**FÜR ALLE,
DIE MEHR
KUNDEN
WOLLEN!**



FLYERALARM

Ihr Marketing- und Druckpartner