

ELEKTRO

Das Branchenmagazin
für den Elektro-Handel

0|2018

MARKT

www.elektromarkt.de

Aus dem Inhalt
IFA 2017:
Mehr Platz für Trends

80 Jahre
ElectronicPartner



"BEST OF" DER SIEMENS
WÄSCHEPFLEGE

SIEMENS

ELEKTROMARKT



Wir machen das Zuhause smart!

Herzlich willkommen beim neuen Elektromarkt! Darin stellen wir, passend für das Lebensumfeld der Endverbraucher, Sortimente und Marken vor: Wie in einem Concept Store ordnen wir Produkte nicht verschiedenen Sortimentsbereichen, sondern Wohnräumen zu. Begleiten Sie uns auf einen Streifzug durch das Zuhause! Denn egal ob in der Küche, im Büro oder im Garten – überall erleichtern Elektrogeräte den Alltag ihrer Nutzer.

Im Wohnzimmer beispielsweise kommt das TV-Gerät ebenso zum Einsatz wie der Staubsauger oder die Dampf-

bügelstation. In der Küche hat man und frau mit Frühstückssets, Küchenmaschinen und Espressovollautomaten kleine praktische Helfer an der Hand. Nicht minder entbehrlich sind aber auch die „Großen“, wie Herde, Kühlschränke & Co.

Im Bad liegen Rasierer, Föhn und Lockenstab bereit, während Waschmaschine und Trockner sich um die Kleidung kümmern. Und im Garten warten Rasenmäher, Laubsauger und elektrische Heckenschere auf ihren Einsatz. Nicht zu vergessen das große Ganze: Smart Home!



LIEBE LESER,

der Elektromarkt ist zurück. Nach kurzer Pause bei den Print-Ausgaben soll Sie dieser Dummy auf den Relaunch des Elektromarkts einstimmen und neugierig machen. Denn ab 2018 erscheint das Fachmagazin für den Elektro-Handel auch wieder in gedruckter Form: in neuer Optik und mit verändertem Konzept.

Was erwartet Sie? Seit über 90 Jahren sorgt der Elektromarkt als B2B-Pflichtlektüre der Branche für Kommunikation zwischen Menschen und Märkten. Dieser Tradition sind wir uns bewusst und wollen sie mit neuem Leben füllen. Eine neue Website mit tagesaktuellen Berichten, Produktvorstellungen und Social Media Monitoring der Branche ist seit Ende August 2017 online. Das neue Konzept unseres Printtitels ist die inhaltliche Vertiefung und Erweiterung unseres digitalen Angebots und sieht neben bewährten Beiträgen und Reportagen noch mehr Fach- und Brancheninformationen vor sowie noch mehr (Produkt-)Inspirationen und Trendberichte. Dabei laden wir Sie auf einen Streifzug durch ihr künftiges Zuhause ein. Denn egal ob in der Küche, im Büro oder im Garten – überall erleichtern Elektrogeräte den Alltag ihrer Nutzer. Deshalb präsentieren wir die Produkte nicht mehr nach Themen-, sondern nach Wohn- und Lebensräumen.

Ein spannendes neues Konzept also, mit dem die Verweildauer der Leser auf den Seiten erhöht und das redaktionelle Umfeld für Anzeigen noch attraktiver wird. Lassen Sie sich mit den folgenden Seiten überraschen! Wir freuen uns auf Ihr Feedback und auf die Zusammenarbeit beim neuen Elektromarkt.



Ulrich Stetter
Geschäftsführer Meisenbach Verlag

ZUHAUSE IST, WO HD+ IST.



**Nur mit HD+ ExtraScreen
gibt's für Ihre Kunden**

- ✓ **mobiles HD-Fernsehen im gesamten Heimnetzwerk**
- ✓ **auf TV, Smartphone und Tablet**
- ✓ **mehr Detailschärfe, knackige Kontraste und brillante Farben**



**Empfehlen Sie jetzt den
HUMAX UHD 4tune+
inklusive HD+ für 6 Monate.**



hd-plus.de



Dr. Christian Göke, CEO der Messe Berlin, bei der IFA Global Press Conference in Lissabon.

IFA 2017: MEHR PLATZ FÜR TRENDS

Auf der weltweit größten Messe für Consumer Electronics und Home Appliances vom 1. bis 6. September 2017 in Berlin steht den Ausstellern mehr Ausstellungsfläche denn je zur Verfügung.

Wie Dr. Christian Göke, CEO der Messe Berlin, anlässlich der IFA Global Press Conference in Lissabon ankündigte, wird zudem die Ausstellungsfläche im Rahmen der IFA Global Markets verdoppelt. IFA Global Markets richtet sich exklusiv an Fachbesucher und hat von Sonntag bis Mittwoch (3. bis 6. September) parallel zur IFA geöffnet. Zwischen dem IFA Messegelände und der Event-Location Station Berlin nahe Potsdamer Platz, mitten im Herzen der Stadt, pendelt ein Shuttle-Service.

IFA Next

Eine neue Innovations-Plattform für Start-ups, Forschungslabors und Unternehmen bringen die Verantwortlichen mit IFA Next an den Start. Sie erhält einen eigenen Bereich in Halle 26. Hier finden auch die IFA-Keynotes und das IFA Konferenzprogramm statt.

„Die Produkte und Märkte der Home Appliances und Consumer Electronics wachsen mehr und mehr zusammen“, erklärt Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu Consumer & Home Electronics GmbH. „Die IFA hat diesen Trend in einzigartiger Weise bereits frühzeitig erkannt und umgesetzt.“ Der stetige Erfolg der IFA spiegelt sich u. a. in einem kontinuierlich steigenden Ordervolumen von zuletzt mehr als 4,5 Milliarden Euro wider.

Kaffee auf Kommando

Geprägt wird die Entwicklung im Markt von „Always on“, ob zu Hause oder unterwegs. „Mit dem Smartphone werden alle Bereiche des täglichen Lebens verbunden, vom Fernsehgerät im Wohnzimmer bis zur Waschmaschine, Kaffeemaschine oder Badezimmerwaage“, so Jürgen Boyny, Global Director Consumer Electronics, GfK Retail and Technology. Hier weitere Trends bei Elektrogeräten:

- Nachhaltigkeit, Energie-Effizienz, Ressourcenschonung
- Speisenzubereitung (Food Preparation): kraftvolle Standmixer mit unterschiedlichem Fassungsvermögen, multifunktionelle Küchenmaschinen
- Kaffee-Vollautomaten, auch mit zwei Bohnenbehältern, die vielfach per App steuerbar sind; Portions- und Espressomaschinen, klassische Filterkaffeemaschinen und Teebereiter, Wasserkocher
- Geräte für das perfekte Klima zu Hause, wie Luftreiniger, Luftwäscher, Luftbefeuchter und Aroma-Diffusoren
- vernetzte Kleingeräte zur Überwachung der Körperfunktionen, wie Personenwaagen und Wearables
- Sprachsteuerung, z. B. für Kaffee auf Kommando.

NEU



WMF KÜCHENminis[®]

Die 4. Generation.

Maximale Vielfalt - auf kleinstem Raum.
Gesund, selbst zubereitet und natürlich to go.



Platzersparnis
Ressourcenersparnis
Energieersparnis
100 % Leistung



KOMFORTABLE KOCHKULTUR

Raffinierte Kuchen, süße Eiscrème oder herzhaft Nudeln: Leckere Köstlichkeiten zaubert man mithilfe modernster Küchenhelfer und praktischer Maschinen im Handumdrehen. Doch gerade auch im Bereich der Elektrokleingeräte gilt: Qualität macht den Unterschied. Denn sowohl Küchenchef als auch Hobbykoch erzielen die besten Ergebnisse mit verlässlichem und professionellem Equipment. Und während der eine gerne kocht, entspannt der andere gemütlich bei einem Kännchen – Zeit für Genuss muss eben auch sein.

Klein, aber oho!

Die Wahl zwischen zwölf verschiedenen Kaffeespezialitäten hat der Nutzer mit den Geräten der „Evidence“-Serie von Krups, zudem kommen dank der optimal angepassten Wassertemperatur auch Teetrinker auf ihre Kosten. Dennoch sind die vielfältigen Vollautomaten nur so groß wie nötig und somit äußerst platzsparend.

 info.de@goupeseb.com,
www.krups.de



Ausgezeichnetes Design

Das Induktionskochfeld KY-T936SL von Panasonic wurde mit dem iF Design Award 2017 ausgezeichnet. Der Genius-Sensor misst Temperaturen zwischen 120 °C und 230 °C per Infrarot direkt am Boden des Kochgeschirrs und hält die gewünschte Kochtemperatur konstant – auch bei niedrigen Temperaturvorgaben.

 panasonic.de@eu.panasonic.com,
www.panasonic.com/de



Ein Herz für Teigwaren

Fans frischer Pasta-Kreationen kommen mit dem „Pastamaker VivaPlus“ von Philips auf ihre Kosten: In nur 18 Minuten schafft der schlanke Helfer 450 g Nudelteig. Ob Penne, Spaghetti, Fettuccini oder Lasagne – durch die vier verschiedenen Formscheiben ist für jeden Geschmack etwas dabei.

 unternehmenskommunikation@philips.com,
www.philips.de



Im Handumdrehen püriert

Mit fünf Geschwindigkeitsstufen und integrierter Turbofunktion ist der „kMix Stabmixer“ von Kenwood ein richtiges Powerpaket. Er kommt mit einem Drei-Flügel-Messer aus Edelstahl und einem hochwertigen Zubehör-Set. Erhältlich ist der praktische Helfer in den Farben Schwarz, Weiß oder Rot.



kenwood@delonghi.de,
www.kenwoodworld.de

Innovative Küchentechnik

Der „WineChefPro 126-2D“ von Caso Design lässt sich durch die „Caso WineControl“-App bequem von fast überall steuern. In dem Schrank ist Platz für bis zu 126 Flaschen, die in zwei getrennten Temperaturzonen zwischen 5 °C und 22 °C gelagert werden können.

info@caso-design.de,
www.caso-germany.de

Mix und weg

Wer wenig Stauraum hat, muss dank Russell Hobbs auf eine gut ausgestattete Küche nicht verzichten. Der Glas-Standmixer, der 3-in-1 Stabmixer sowie der Handmixer aus der „EasyPrep“-Speisenzubereitungsserie zeichnen sich durch eine einfache Handhabung aus und lassen sich platzsparend lagern.

service@eu.russellhobbs.com,
www.russellhobbs.de



SIEMENS AVANTGARDE WÄSCHEPFLEGE

„Seamless Life“ ist das Motto von Siemens bei der IFA 2017.

„Seamless Life steht für ein Leben, in dem intelligente Technologie, Design und Vernetzung mehr Möglichkeiten und Freiräume schaffen. Das gelingt, wenn diese drei Säulen immer besser zusammenarbeiten – sowohl untereinander als auch mit externen Systemen und Dienstleistern – und dadurch das Leben und den Alltag leichter machen“, so Siemens Geschäftsführer Roland Hagenbucher.

Die neue avantgarde Wäschepflege-Reihe von Siemens soll dies möglich machen. Kernpunkte sind eine futuristische Bedienung und Design sowie bis zu 10 Kilogramm Ladekapazität und neue Technologien wie sensoFresh oder das intelligentCleaning System.

Siemens avantgarde Wäschepflege

Besonders auffällig ist der blaue Leuchtring, der das Fenster umgibt und über den aktuellen Programmstatus informiert. Bedient werden Waschmaschinen und Trockner über ein farbiges 5-Zoll-TFT Full-Touch-Display, das auf einer abgeschrägten Blende sitzt. Zusätzlich lässt sich die neue avantgarde auch über die Home Connect App von Mobilgeräten aus bedienen.

10 Kilo-Trommel und sensoFresh

Mit 10 Kilogramm Fassungsvermögen stoßen die avantgarde Waschmaschinen bei üblicher Gerätebreite in ein neues Größensegment vor. Erstmals haben avantgarde-Besitzer die Wahl zwischen i-Dos und sensoFresh. Das i-Dos Gerät übernimmt mit Hilfe von Sensoren die Dosierung des Waschmittels und muss alle ca. 20 Wäschen mit Flüssigwaschmittel befüllt werden.

Mit der alternativen sensoFresh Waschmaschine ist es möglich, Gerüche aus Kleidung zu entfernen, die nicht gewaschen werden darf. Dabei wird natürlicher Aktivsauerstoff zur Geruchsbeseitigung eingesetzt.



Auch die avantgarde Trockner versprechen Innovationen

Mit 9 Kilogramm Fassungsvermögen wächst auch beim Trockner die Kapazität. Ein neues intelligentCleaning System spült das Flusensieb bei jedem Trocknungsgang automatisch. Die Flusen wandern in ein Depot, wo sie komprimiert werden. Damit ist es nur noch etwa alle ca. 20 Trocknungszyklen nötig, dieses Depot zu leeren. Das Kondenswasser muss sogar gar nicht mehr manuell geleert werden.

Das i-Dos Gerät muss nur ca. alle 20 Wäschen mit Flüssigwaschmittel befüllt werden.



„Seamless Life“: Die neue avantgarde Wäschepflege-Reihe von Siemens soll dies möglich machen.



Das dreistufige System wischt zusätzlich im letzten Schritt mit einem feuchten Mikrofaser Tuch.

Foto: Philips

Philips SmartPro Easy: **SAUGEN OHNE HANDSCHLAG**

Neuer Saugroboter soll autonomes und gründliches Reinigen ermöglichen.

Verbessert wurde laut Philips beim neuen SmartPro Easy die integrierte Orientierungshilfe „Smart Detection System“. Dadurch soll der Roboter den Boden auch in schwer erreichbaren Ecken gründlich reinigen. „Dank der intelligenten Erkennungstechnologie mit 25 integrierten Sensoren versteht der SmartPro Easy die Umgebung, wählt die optimale Reinigungsstrategie und kehrt selbstständig zu seiner Ladestation zurück“, erklärt Michiel Kerckhaert, Marketing Director Domestic Appliances DACH bei Philips.

Zwei Varianten

Erhältlich ist der neue Saugroboter Philips SmartPro Easy ab Januar 2017 und in zwei Varianten: mit zwei- und dreistufigem Reinigungssystem. Während beim zweistufigen System seitliche Bürsten den Schmutz und Staub vom Boden nach innen rotieren, wischt das dreistufige System zusätzlich im letzten Schritt mit einem feuchten Mikrofaser Tuch.

115 Minuten Betriebszeit

Philips verspricht beim SmartPro Easy eine langlebige Li-Ion Batterie. Insgesamt soll eine Betriebszeit von 105 Minuten möglich sein, bevor der Saugroboter wieder geladen werden muss.

Produkte

THE GLOBAL INNO- VATIONS SHOW

OFFICIAL PARTNER OF THE FUTURE
SINCE 1924



IFA-BERLIN.DE

Braun vs. Philips:

WER MACHT DAS GESCHÄFT?

Mehr als 1.000 Rasierer verkauft die Internetplattform amazon.de täglich. E-Commerce-Marktforscher metoda untersuchte das Segment – mit klaren Ergebnissen.

Wer macht im Millionenbusiness elektrische Rasierer das Geschäft? Um diese und weitere Fragen zu beantworten, hat metoda vom 1. bis 30. September 2016 die Amazon.de-Kategorie „Elektrische Rasierer“ untersucht.

Eines machen die Daten sofort deutlich: elektrische Rasierer sind hierzulande ein gutes Geschäft. Im September wurden über die Plattform Amazon.de inklusive Marketplace 30.897 Produkte der Kategorie „Elektrische Rasierer“ verkauft. Das sind rund 1.030 Verkaufsbewegungen am Tag. Und ein neuer Rasierer ist keine billige Anschaffung. Im Schnitt investierten die Konsumenten 92,85 Euro in ein neues Gerät. Allein im September wurden in der untersuchten Kategorie somit laut metoda mehr als 2,8 Millionen Euro umgesetzt.

Zwei Platzhirsche

Dabei dreht sich der Markt um zwei feste Pole. Denn an der Spitze liefern sich die beiden alteingesessenen Marktgrößen Braun und Philips ein Duell. 17.430 Rasierer der

Marke Braun wurden im September über die Plattform Amazon.de verkauft. Dabei realisierten die Produkte der Marke einen Durchschnittspreis von 103,30 Euro. Braun-Geräte für etwas mehr als 1,8 Millionen Euro wechselten im untersuchten Zeitraum den Besitzer.

Damit setzten Geräte der Marke Braun rund eine Millionen Euro mehr um als Rasierer des großen Konkurrenten aus den Niederlanden. Denn trotz großer Marketingpower und einer attraktiveren Preissetzung bleibt Philips nur der zweite Platz. Für einen der insgesamt 9.255 verkauften Philips-Rasierer mussten im Mittel nur 91,15 Euro ausgegeben werden. Rund 843.000 Euro investierten die Amazon-Kunden im untersuchten Zeitraum in Philips-Geräte.

Braun und Philips dominieren auch beim Umsatz. Sind diese Ergebnisse an sich schon recht eindeutig, zeigt erst die Einordnung in den Gesamtmarkt, wie stark Braun und Philips tatsächlich aufgestellt sind. Bei zusammen 26.685 verkauften Rasierern entfiel 86,4 Prozent der Nachfrage auf die Marken Braun und Philips. Noch erdrücken-

80 JAHRE ELECTRONICPARTNER

Als Familienunternehmen verwurzelt, in Europa angekommen und in insgesamt 16 Ländern aktiv.



Am 18. Januar feiert ElectronicPartner Firmenjubiläum.

Heute ist ein besonderer Tag für ElectronicPartner. Genau vor 80 Jahren, am 18. Januar 1937, meldete Karl Friedrich Haubrich den „Radio- und Elektrogroßhandel Karl Fr. Haubrich“ an. Später gründeten auf dieser Basis seine Söhne Edgar und Hartmut Haubrich die Verbundgruppe ElectronicPartner – und sind dem Unternehmen bis heute eng verbunden. Aktuell vertritt Michael Haubrich als Vorstandmitglied die Inhaberkolonie in dritter Generation im operativen Geschäft.

So läuft es aktuell

„ElectronicPartner ist von spannenden Kontrasten geprägt: Wir sind in Düsseldorf als Familienunternehmen verwurzelt, aber in Europa angekommen und in 16 Ländern aktiv. Wir kombinieren die Stärken des stationären Handels mit den Chancen im Online-Geschäft“, erklärt Karl Trautmann, Vorstand ElectronicPartner selbstbewusst und ergänzt „Unser Erfolgsrezept lautet, Veränderungen als Chance zu begreifen und uns sowie unser Handelskonzept immer weiter zu verbessern.“

LEIFHEIT WÄCHST WEITER

Vor allem die positive Entwicklung im Markengeschäft lässt Umsatz und EBIT steigen.

Leifheit verkündet eine Steigerung von Umsatz und Ergebnis (EBIT) für das Geschäftsjahr 2016: Insgesamt stieg der Konzernumsatz um 2,3 Prozent auf 237,1 Mio EUR gegenüber 231,8 Mio EUR im Vorjahr. Das EBIT erreichte 22,1 Mio EUR im Vergleich zu 21,7 Mio EUR im Geschäftsjahr 2015. Ausschlaggebend für die positive Entwicklung ist vor allem der Umsatz im Markengeschäft von Leifheit sowie Soehle, der 2016 ein Zuwachs von 4,1 Prozent verzeichnete.

Wie geht es 2017 weiter?

Auch für das laufende Jahr erwartet Leifheit ein stabiles Wachstum und plant, den Vertrieb neu zu ordnen: „Wir gehen im Jahr 2017 mit einer ganzen Reihe von neuen, verbraucherorientierten Produkten an den Start. Sie sind das Ergebnis unserer Innovationsstrategie und ergänzen unsere etablierten Sortimente, um neue Zielgruppen zu gewinnen, neue Märkte zu erschließen und unsere Marktpositionen auszubauen“, so Thomas Radke, Vorstandsvorsitzender der Leifheit AG.

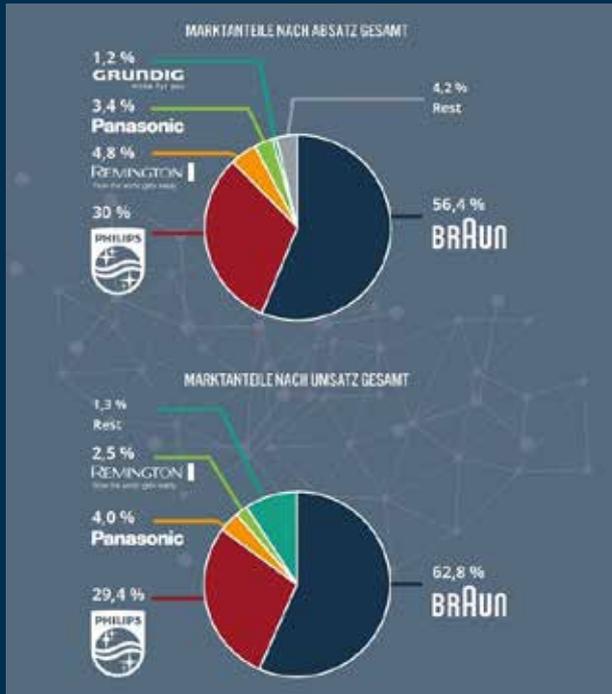


Foto: metoda

An der Spitze liefern sich Braun und Philips ein Duell.

der sieht es beim Umsatz aus: 92,2 Prozent der gemessenen Umsätze der Kategorie „Elektrische Rasierer“ hat das Spitzenduo für sich verbuchen können.

JURA WÄCHST ZWEISTELLIG

Rekordzahlen aus der Schweiz: Der Kaffee-Spezialist Jura verkaufte 2016 insgesamt 321.000 Vollautomaten und steigerte den Umsatz um 11,7 Prozent auf 421 Millionen CHF.

2016 war damit das erfolgreichste Geschäftsjahr der Firmengeschichte: „Wachstumstreiber sind neu lancierte Produktlinien sowie eine verstärkte Präsenz an unseren weltweiten Verkaufspunkten“, erklärt General Manager Emanuel Probst.

Erfolgsfaktoren E-Linie und Z-Linie

Vor allem die Lancierung der neuen Produktlinien E- und Z- im Haushaltbereich sowie ein verstärkter Fokus auf den Office- und Professional-Bereich mit der GIGA-X- und der WE-Linie trugen zum Erfolg bei.

2017 will Jura weiter wachsen

Das Ziel des Unternehmens für das laufende Jahr sind über 330.000 verkaufte Vollautomaten. Gleichzeitig soll die Zahl an Shop-in-Shops und Jura-Stores weiter steigen. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Videoverkaufsberatung Jura Live, die eine kompetente Fachberatung direkt vom Jura-Hauptsitz aus gewährleisten soll.



Foto: Jura

Jura Live: Seit 2016 werden schweizweit Tablets an Verkaufspunkten im Fachhandel platziert.

Die 1931 gegründete Schweizer Jura Elektroapparate AG mit Hauptsitz in Niederbuchsiten sieht sich als Innovationsleader bei Kaffeespezialitäten-Vollautomaten.

ELEKTROMARKT

Vier Ausgaben pro Jahr*

Auflage: 10.000 Stück

Herausgeber:

Meisenbach GmbH
Franz-Ludwig-Straße 7a
96047 Bamberg
Postfach 20 69
96011 Bamberg
Tel.: +49 951 861-0
Fax: +49 951 861-158
elektromarkt@meisenbach.de
www.elektromarkt.de

Geschäftsführer:
Ulrich Stetter

Redaktionelle
Gesamtleitung:
Sabine Stenzel

Gesamtleitung Online:
Daniel Keienburg

Gesamtleitung
Anzeigenverkauf:
Christian Matthe

Anzeigen und Vertrieb:

Anzeigenverkauf:
Ariane Schlotter
Tel.: +49 8341 99 55 850
a.schlotter@meisenbach.de

Anzeigenverkauf:
Viola Kügler
Tel.: +49 951 861-122
Fax: +49 951 861-149
v.kuegler@meisenbach.de

Vertrieb:
Ulla Schiel
Tel.: +49 951 861-101
Fax: +49 951 861-158
vertrieb@meisenbach.de

Anzeigenverwaltung:
Monika Schmidt
Tel.: +49 951 861-100
Fax: +49 951 861-158
m.schmidt@meisenbach.de

Anzeigenformate und Preise:

Größen	Formate	Farben	Preis
1/1	S: 175 x 260 mm B: 210 x 297 mm	4c	4.450,- €
1/2	S: 175 x 127 mm B: 210 x 139 mm S: 85 x 260 mm B: 100 x 297 mm	4c	2.650,- €
1/3	S: 175 x 81 mm B: 67 x 297 mm S: 85 x 171 mm	4c	1.850,- €
1/4	S: 175 x 59 mm S: 59 x 194 mm S: 85 x 127 mm	4c	1.350,- €

Zuschläge Titel- und 4. Umschlagseite 10.040,- €
Platzierung: Titelseite 6.955,- €
2. Umschlagseite 5.505,- €
3. Umschlagseite 5.150,- €
4. Umschlagseite 5.725,- €

Heftformat: 210 mm breit x 297 mm hoch

Abo-Angebot:



TESTEN SIE
ZWEI AUSGABEN
ZUM PREIS VON
12,- EURO
(STATT 18,50 EURO)

LESER-Service
Meisenbach GmbH
ELEKTROMARKT
Ulla Schiel
Franz-Ludwig-Straße 7a
96047 Bamberg
Tel.: +49 951 861-101
Fax: +49 951 861-158
E-Mail: vertrieb@meisenbach.de

Fokusthemen und Termine:



Ausgabe 1, Erscheinungs-
termin KW 12
Ausgabe 2, Erscheinungs-
termin KW 24
Ausgabe 3, Erscheinungs-
termin KW 34
Ausgabe 4, Erscheinungs-
termin KW 41

Besuchen Sie uns online unter:
www.elektromarkt.de



Menschen.
Märkte.
Meisenbach.



Wir führen Menschen und Märkte zusammen.