

hitec

DAS FACHMAGAZIN FÜR HOME-
UND CONSUMER ELECTRONICS

OFFIZIELLES ORGAN DES BUNDESVERBANDS TECHNIK DES EINZELHANDELS e.V. (BVT)

GRILL-SPECIAL

Bereit für den Partysommer

ÄPFEL+ BIRNEN

Erntebericht

LG ELECTRONICS

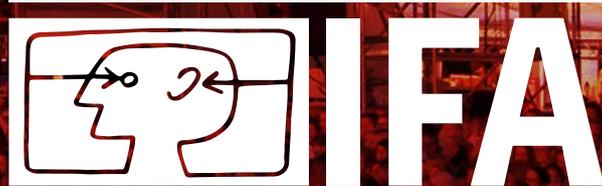
Neues TV Line-up 2024



IM GESPRÄCH:
MICHAEL WAFZIG
TELING

APRIL . 4 / 2024

Wir feiern 100 Jahre technische Innovation auf der IFA 2024 in Berlin



CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

BERLIN, 6-10 SEP 2024

Voranmeldungsformular



ifa-berlin.com



DENN SIE WISSEN NICHT, WAS SIE TUN

FOTO: SHUTTERSTOCK/NOVINO

Sie verkaufen auch Lego, Toniebox & Co.? Dann sind Sie davon demnächst auch betroffen.

Gibt es bald einen riesigen Spielzeug-Müllberg in Europa? Ab 2027 gilt eine neue Spielzeugverordnung, nach der Spielzeug noch sicherer für Kinder werden soll. Ein schönes Ziel – aber die bittere Realität: Sie bekommen nur knapp zwei Jahre Zeit, um das gesamte „alte“ Spielzeug (nach alter Regulierung) aus Ihrer Spielwaren-Abteilung abzuverkaufen. Den Rest müssen Sie entsorgen ... Schriil: Denn kein Händler kann zum Stichtag wissen, welches Spielzeug alt oder neu ist. Aber sind viele Politiker nicht inzwischen Meister darin, Regeln zu erfinden, die den Realitätscheck nicht bestehen?

Das Europäische Parlament (EP) zeigte sich zuletzt generös und verlängerte die Abverkaufsfrist um 8 Monate auf 20 Monate. Aber auch dann noch müssten alle Händler in Europa schätzungsweise mindestens ein Drittel ihres Spielwarensortiments – mit riesigem bürokratischem Aufwand - vernichten. Dabei entstünde ein Müllberg von mehreren tausend Tonnen neuwertigem Spielzeug. Die Handelsverbände hatten schon seit Monaten sowohl im Gespräch mit der EP-Berichterstatterin Marion Walsmann als auch in den Stellungnahmen ihrer nationalen und europäischen Dachorganisationen die „unrealistische Abverkaufsfrist“ als No-Go für den Handel erklärt.

Spielzeug, das heute noch verkauft werden darf, soll 20 Monate später unverkaufbar sein? Mit dem Argument des Verbraucherschutzes? Ihr Handelsverband hat jetzt noch einmal die Bundesregierung dazu aufgerufen, Vernunft walten zu lassen. Neues Spielzeug aus Ihren Regalen einfach vernichten zu lassen ist nicht nur wirtschaftspolitischer und ökologischer Unsinn, sondern einfach nur dumm. Die Welt wird über Europa den Kopf schütteln.

Damit Sie nicht Neuware aus Ihren Regalen vernichten müssen, wäre eine Abverkaufsfrist von 10 Jahren am praktikabelsten. Das haben im Übrigen auch andere EU-Staaten so vorgeschlagen. Denn spätestens dann dürften Sie die letzten Ladenhüter abverkauft haben ...

Mit dem frommen Wunsch, dass Sie im Alltag nicht über zu viele unsinnige oder weltfremde Regulierungen stolpern, grüßt Sie

Steffen Kahnt
BVT-Geschäftsführer

TITEL



Die neuesten Generationen der OLED-TV- und Soundbar-Portfolios trumpfen dank verbesserten KI-Prozessoren und innovativen Features gemeinsam auf. Vor allem das Duo aus OLED evo G4-Serie und der Soundbar DSG10TY geht als neues Dreamteam ins Rennen. Mit ihnen werden Bild und Sound noch präziser und realistischer. Die kabellose Verbindung überträgt den Sound dank Wowcast in Echtzeit und High-End-Qualität vom TV an die Soundbar. Die KI-Prozessoren der neuesten Generation von LG heben das Seh- und Klangerlebnis im OLED-Segment auf ein neues Niveau. (Foto: LG Electronics)

4/24

BBQ-ZEIT 14

- BRANCHE & MARKT**
- 5 **Telekom:** Familienbande
 - 6 **LG:** Teamspieler
 - 8 **Magazin:** Branchennews

- INTERVIEW DES MONATS**
- 10 **Michael Wafzig,** Aufsichtsratsvorsitzender telering

- ÄPFEL & BIRNEN (NR. 31)**
- 12 **Frisch gepflückt:** Die reifsten Früchte mit den saftigsten Argumenten

- SPECIAL**
- 14 **BBQ-Zeit:** Bereit für den Partysommer



10 INTERVIEW DES MONATS

Michael Wafzig, Aufsichtsratsvorsitzender telering, über die Herausforderungen mittelständischer Unternehmer



18 ANTWORTEN

„Garfield’s Lieblingsbeschäftigung“
Dr. Sara Warneke, Geschäftsführerin der gfu Consumer & Home Electronics GmbH

- ANTWORTEN**
- 18 **„Garfield’s Lieblingsbeschäftigung“**
12 Fragen an Dr. Sara Warneke, Geschäftsführerin der gfu Consumer & Home Electronics GmbH

- STÄNDIGE RUBRIKEN**
- 3 **Editorial**
 - 4 **Impressum**

WWW [TAGESAKTUELLE NEWS AUF UNSERER HOMEPAGE HITEC-MAGAZIN.DE](https://www.hitec-magazin.de)

Offizielles Organ des Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT)

Copyright und Verlag:
Handels-Servicegesellschaft mbH (HSG)
An Lyskirchen 14
50676 Köln
0221 27166-0

IBAN: DE20 3705 0299 0000 2823 23
SWIFT/BIC: COKS DE 33

Internet: www.hitec-magazin.de

E-Mail: info@hitec-magazin.de

Geschäftsführung: Steffen Kahnt

Redaktion:

Joachim Dünkemann, 0221 27166-14
Steffen Kahnt (V.i.S.d.P.), 0221 27166-10
Franziska Köster, 0221 27166-15
Annika Schmitz, 0221 27166-13

Redaktionsassistent: Katharina Albiez, 0221 27166-11

Autor: Roland Stehle

Redaktionsadresse: hitec-Magazin, c/o HSG,
An Lyskirchen 14, 50676 Köln

Administration: Annika Schmitz, 0221 27166-13

Anzeigen:

Verlagsbüro Felchner
Julia Pagelkopf
Alte Steige 26
87600 Kaufbeuren
08341 96617-83

Druck und Litho:

Strube Druck & Medien GmbH
Stimmerswiesen 3
34587 Felsberg
05662 9487-0

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Köln.

Mit Namen gekennzeichnete Artikel stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion dar.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt.

Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar.

Sitz der Gesellschaft: Köln
Handelsregister B Köln / HRB 54544
Steuer-Nr.: 214 / 5807 / 1898
Umsatzsteuer-ID: DE239779099

Familienbande

Die Partner aus dem Fachhandel gehören für Georg Schmitz-Axe zur Telekom-Familie. Für das laufende Jahr ist für die „Magenta-Family“ noch mehr Unterstützung für den PoS und das B2B-Geschäft zu erwarten.

„Das beste Jahr, das der Handel je hatte“: Aus Sicht der Telekom war 2023 für ihre Partner ein Jahr der Rekorde. Umsatz, Absatz, ausgezahlte Jahresziele, Weiterempfehlungsrate – alle Kennziffern liegen deutlich über Vorjahr, so Georg Schmitz-Axe, Leiter Telekom Partner bei der Telekom. „Das Engagement für unsere Marke zahlt sich für unsere Partner aus. Die Auszahlungen für unsere Händler lagen in Summe 5 Prozent über 2022. Die Auszahlungsbeträge der Jahresziele steigen damit 40 Prozent über die Werte von 2019“, so Schmitz-Axe. „Wir haben einen richtig guten Lauf und ich freue mich, dass die eingeschlagene Strategie für uns und unsere Partner aufgeht.“

In Zahlen ausgedrückt: Beim Neugeschäft im Bereich Mobilfunk und Festnetz legte der Handel in 2023 bei Privatkunden um 33 Prozent, im Geschäftskundenumfeld um 23 Prozent zu. Zudem erreichte der Net Promoter Score, mit dem man die Weiterempfehlungsbereitschaft der Telekom Kunden im Handel misst, mit 71 einen neuen Rekordwert. Schmitz-Axe: „Wir sind sazufrieden mit 2023 und gehen mit Demut,

aber selbstbewusst ins neue Jahr, um auf Augenhöhe mit dem Handel den Markt zu erobern.

ARBEITEN IM BESTAND

Für die Bestandsaufwertung sehen die Bonner reichlich Gelegenheit. Mit Upgrades und Tarifberatung über die eigentlichen Kundenanfragen hinaus lasse sich neben der Neukundengewinnung noch viel Wachstum generieren. So können Händler die Datensätze von der Telekom für Terminvereinbarungen erhalten, Chancen für ein Zusatzgeschäft „frei Haus“. Innerhalb der Gruppe, die Bestandskundenmanagement betreibt, liegt die Einwilligungquote der Kunden bei über 50 Prozent. Starke Chancen sieht man hier für MagentaTV. „Weiterhin sind dort riesige Chancen für den Handel“, sagt Schmitz-Axe, „denn 10 Millionen Kunden in unserem Breitbandnetz haben noch kein MagentaTV.“ Argumente liefert der Sportkalender: Alle EM-Spiele werden über MagentaTV in UHD übertragen. So lässt es sich die Telekom nicht nehmen, im ersten Halbjahr explizit für das TV-Produkt

zu werben und die EM-Rechte werblich „voll auszuschlachten“. Der Fall des Nebenkostenprivilegs zum 1. Juli birgt ebenfalls Potenzial. Schmitz-Axe: „Hier liegt eine riesige Vertriebschance.“ Zudem wächst die Zahl der Haushalte, die einen reinen Glasfaser-Anschluss erhalten können, auf zwischenzeitlich rund acht Millionen weiter an. Mit den Telekom PlusKarten will man die Haushaltspenetrations im Mobilfunk steigern und Potential für Cross- und Upsell schaffen.

BUSINESS-BOOSTER

Die Telekom setzt nach wie vor geradezu besessen auf Beratungskompetenz. Zur Verbesserung der Qualifikation im Handel weitet man beispielsweise die Partner Sales Coachings weiter aus. Über 2.000 Sales Coaching-Tage wurden im vergangenen Jahr investiert. In diesem Jahr wird Sales Coaching auf bis zu 3.000 Tage gesteigert und auch Geschäftskunden-Produkte und -Tarife in das Qualifizierungsprogramm integriert. „Im Bereich Geschäftskunden haben wir uns auch für 2024 viel vorgenommen, mit passenden und attraktiven Produkten und Aktionen wollen wir dies unterstützen“, so Schmitz-Axe. Ebenfalls neu im Schulungsprogramm für Partner die sehr technisch ausgelegte „Magenta Garage“. Damit wird theoretisches und praktisches Wissen über den Aufbau des Festnetzes der Telekom und zu Glasfaser vermittelt. Die „Garage“ steigert so die Kompetenz der Partner und stärkt gleichzeitig die Vernetzung von Händler und Telekom Technik. ■

Die beste Empfehlung? Für Georg Schmitz-Axe ist es die, alle EM-Spiele „bei uns auf MagentaTV“ in UHD zu sehen





Zukunftssichere Symbiose aus Bild- und Klangwelt: Das webOS Re:New-Programm sichert für die neuen OLED-Modelle vier weitere Updates in den kommenden Jahren

Teamspieler

Auf der diesjährigen LG Convention präsentierte LG Electronics sein neues OLED TV Line-up. Nicht nur Sound und Bild sind dabei bestens abgestimmt, so LG-Director Home Entertainment Daniel Schiffbauer.

LG Electronics präsentierte das volle Programm im Rahmen der LG Convention im Deutsche Bank Park Frankfurt. Den rund 1.200 angemeldeten Besuchern aus dem Handel präsentierte man die Innovationen für die kommende Saison. Einen Schwerpunkt bildete das OLED-TV-Portfolio für 2024 und ein um viele neue Modelle erweitertes Soundbar-Sortiment. Beeindruckende Bild- und Klangwelten sollen sich als Team künftig auch auf Vermarktungsseite noch

besser ergänzen. „Wir haben es geschafft, im Fachhandel stärker Flagge zu zeigen“, so Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment. Mit dem neuen OLED Line-up sieht der Manager jede Menge gute Gründe, positiv nach vorne zu blicken. Vor allem in der Verbindung aus OLED-TV und Soundbar sieht er noch Potenziale. „Wir wollen dem Handel einen Anreiz geben, Bild und Ton als Paket zu verkaufen“, so Schiffbauer. Nicht nur den Anteil der TV-Modelle, zu denen eine Soundbar verkauft wird, will man steigern. Vor allem der gleichzeitige Verkauf soll sich für die Handelspartner auch finanziell lohnen.

MIT ALLEN SINNEN

Gemeinsam überzeugen als „perfect match“: Die neuesten Generationen des OLED-TV- und Soundbar-Portfolios trumpfen dank verbesserten KI-Prozessoren und

Ein harmonisches Pärchen: Die OLED evo G4 Serie mit passender Soundbar liefert das „perfect match“ für die beste Bild-Ton-Kombination

innovativen Features gemeinsam auf. Vor allem das Duo aus OLED evo G4- sowie M4-Serie und der Soundbar DSG10TY geht als neues Dreamteam ins Rennen. Mit ihnen werden Bild und Sound noch präziser und realistischer. Die kabellose Verbindung überträgt den Sound dank WOWCAST Built In in Echtzeit und High-End-Qualität vom TV an die Soundbar. Das im Design auf die ultradünnen LG OLED evo Serien M4 und G4 abgestimmte Modell DSG10TY eignet sich damit ideal als kabellose Erweiterung für wandmontierte Fernsehgeräte. Die KI-Prozessoren der neuesten Generation von LG heben das Seh- und Klangerlebnis im OLED-Segment auf ein neues Niveau. TV-Erlebnisse wirken so lebendig wie nie zuvor. Die Technologie Dynamic Tone Mapping Pro verbessert die räumliche Tiefe und sorgt dafür, dass Details noch besser zur Geltung kommen. Zu diesem Zweck wird das Bild in Blöcke eingeteilt und jeder einzelne in Echtzeit analysiert. Im Anschluss folgt die Feinjustierung von Helligkeit und Kontrast, um eine präzise HDR-Optimierung zu liefern.

Neben den visuellen Verbesserungen bietet der brandneue $\alpha 11$ 4K AI-Prozessor zusätzliche akustische Mehrwerte: Dafür wandelt AI Sound Pro den 2.0-Kanal-Sound in einen virtuellen 11.1.2-Surround-Sound um und verstärkt das immersive Eintauchen in eine realistische Filmumgebung. AI Sound Pro trennt darüber hinaus Stimmen effektiv von Hintergrundgeräuschen und sorgt so für kristallklare Dialoge. Für Spielernaturen bieten die neuen LG OLED-Fernseher mit einer 4K-Bildwiederholungsrate von 144 Hz



und umfassenden HDMI 2.1-Funktionen sowie Game Optimizer auch perfekte Gaming-Voraussetzungen. Tearing und Ruckeln werden durch die Unterstützung von NVIDIA G-SYNC und AMD FreeSync vermieden. Dabei eröffnet die Zero-Connect-Technologie neue Chancen bei der Raumgestaltung. Die LG OLED evo M4-Serie, in den Größen 65 bis 97 Zoll erhältlich, macht dank Zero-Connect-Box Kabel (vom Strom abgesehen) überflüssig.

KURZER PROZESS

Der neue Prozessor in den OLED evo M4- und G4-Serien holt das Maximum in Sachen Bild- und Tonqualität raus: Der α11 (sprich: Alpha Elf) 4K AI-Prozessor liefert nicht nur eine viermal bessere KI-Leistung im Vergleich zu seinem Vorgänger. Mit Deep-Learning Algorithmen und zahlreichen AI-Funk-

tionen wird das Entertainment-Erlebnis noch eindrucksvoller. Die automatische Bildoptimierung dank „AI Picture Pro“ und die Klangverbesserung mittels „AI Sound Pro“ veredeln die Originalinhalte maximal. Hinzu kommt der „Brightness Booster Max“ für bis zu 70 Prozent hellere Bilder mit bis zu 150 Prozent mehr Spitzenhelligkeit im Vergleich zu konventionellen OLED TVs. Bei Eingangssignalen mit geringerer Auflösung sorgt das α11 AI Super Upscaling in Echtzeit für Umrechnung in beeindruckende Bilder mit 4K-Auflösung. Ein über lange Zeit hinweg bestens abgestimmtes TV-Erlebnis stellt künftig das webOS Re:New-Programm sicher. Alle neuen OLED-Modelle (evo M4 und G4, aber auch C4 und B4) erhalten in den kommenden Jahren vier weitere Updates auf die jeweils neueste webOS-Version. ■

OPTIMISMUS UND ZUVERSICHT

Der TV-Markt 2024 „schlummert“ – gemeinsam mit dem Fachhandel will LG die Nachfrage aktivieren. Der persönliche Dialog und die individuelle Betreuung der Handelspartner stand auf der diesjährigen LG Convention 2024 Mitte März einmal mehr im Mittelpunkt. „Jeder Handelspartner, der sich mit LG beschäftigen möchte, erhält auch einen persönlichen Ansprechpartner“, erörtert Daniel Schiffbauer. „Klar, dass das beste Produkt am Markt nicht das günstigste ist. Deshalb braucht es Demonstration und Beratung für die Vermarktung, die der Fachhandel sicherstellen kann. Wir haben das beste Produkt und wir setzen weiterhin auch auf

den Fachhandel“, versichert Schiffbauer. Rund um das EM-Geschäft, die Olympischen Spiele und die IFA in Berlin sehen die Koreaner für das laufende Jahr vielfältige Chancen, das Geschäft zu beleben.

Stadion-Atmosphäre und BBQ:
Rund 1.200 Gäste aus dem Handel trafen sich auf der LG Convention 2024



FOTOS: LG, HITEC

Unser Reparaturkostenschutz:

So stark wie nie!

WERTGARANTIE Komplettschutz – Qualität und Leistung ohne Kompromisse.



Einfach anrufen unter
0511 71280-111

Partner werden und profitieren:

- Starke Kundenbindung
- Höhere Erträge
- Mehr Nachhaltigkeit

Der Spezialist für Geräteschutz und Garantiever sicherung für alles, was einen Akku oder Stecker hat.

Since 1963 | Made in Germany | wertgarantie.com



Kunden-zufriedenheit - Kundenbetreuung

www.tuv.com
ID 9105052129

 **WERTGARANTIE**[®]
Einfach. Gut. Geschützt.

ZUR PERSON

FOTO: SMEG



Smeg Deutschland erweitert mit **Bernd Schrock** das Vertriebsteam. Er betreut ab sofort als Key Account Manager die Partner im Bereich Online-Pure-Player und koordiniert das Kleingeräte-Geschäft des italienischen Hausgeräte-Herstellers. In dieser neu geschaffenen Funktion betreut er

Partner aus dem Distanzhandel und übernimmt zudem eine Koordinationsfunktion für das Segment Kleingeräte. Schrock kommt von Samsung, wo er viele Jahre in verschiedenen Positionen für den Vertrieb weißer Ware zuständig war. Nach fünf Jahren im Außendienst stieg er dort zum stellvertretenden Regionalleiter der Region Süd auf.

FOTO: SONY



Tadato Kimura (Foto oben) ist seit dem 1. April neuer Country Head von **Sony Deutschland**. Der bisherige Deputy Country Head übernimmt die Leitung von John Anderson, der Ende März 2024 nach 33 Jahren auf eigenen Wunsch das Unternehmen verlassen hat. Kimura ist seit September 2023 Deputy Country Head von Sony Deutschland und seit über 25 Jahren bei Sony in verschiedenen Führungspositionen in Europa und Asien. Mit dem Wechsel in der Geschäftsleitung von Sony Deutschland wird **Steffen Feuerpeil**, bislang Director of Sales Strategy and

Mobile Business, die Position des Marketing Head übernehmen. Feuerpeil wird auch weiterhin für den Vertrieb über Mobilfunknetzbetreiber zuständig sein. Er folgt als Marketing-Chef auf Naoki Sugaya, der nach zwei Jahren in dieser Funktion in die Unternehmenszentrale nach Tokio zurückkehren wird.

FOTO: TELERING



Bereits mit Wirkung zum Jahresanfang wurden zwei Positionen im **Telering** Aufsichtsrat neu besetzt. Durch die Mandatsaufgabe von Ulf Haderthauer (Sonepar Deutschland GmbH) und Robert Drosdek (Brömmelhaupt Großhandels-GmbH) waren die beiden Positionen vakant. **Matthias Gaydoul** (Geschäftsführer Uni Elektro Fachgroßhandel, Foto oben) und **Andreas Brand** (Bereichsleiter Konsumgüter Emil Löffelhardt) rücken in das Führungsgremium nach. Beide haben seit mehreren Jahrzehnten in ihren Unternehmen das Geschäft des Konsumgüter-Warenbereiches maßgeblich mitgestaltet und können Teling aufgrund ihrer Expertise bestens verstehen und einschätzen. Der Teling Aufsichtsrat ist nun wieder vollständig besetzt. Die Fachhandelsseite wird vertreten durch Michael Wafzig (Vorsitzender), Marcus Herold sowie Achim Schultze. Der Großhandel wird durch Frank Schweizer, Matthias Gaydoul und Andreas Brand repräsentiert.

FOTO: TP VISION



TP Vision verstärkt sich mit einem Vertriebsprofi für den Bereich Fachhandel. **Steffen Trautmann** ergänzt seit dem 1. März als Head of Key-Account Expert das deutsche Team von Philips TV & Sound. Trautmann ist seit vielen Jahren in verschiedenen Positionen in der CE-Branche bei Herstellern und für den Handel aktiv, wobei er zuletzt für die Vertriebsleitung Fachhandel bei TechniSat verantwortlich war. Die langjährigen Stationen waren zuvor 14 Jahre bei Sony als Account und Key Account und weitere 10 Jahre bei Samsung als Senior Key Account Manager.

FOTO: PRIVAT



Anfang März ist **Christian Burghardt** als neuer Head of Sales bei der **Loewe Technology GmbH** gestartet. Er verantwortet seitdem den Vertrieb in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Burghardt verfügt über vielfältige Erfahrung durch seine langjährigen Managementtätigkeiten für die BSH und Haier. Auch für die Marke Loewe war er bereits von 2011 bis 2013 als Gebietsverkaufsleiter tätig und kennt daher auch das Unternehmen.

WERTGARANTIE

Tolle Bilanz und neuer Komplettschutz

Das Jahr 2023 war für die Wertgarantie ein Erfolg auf ganzer Linie. Mit dem Rückenwind des Jubiläumskomplettschutzes, der bis Ende März dieses Jahres verlängert wurde, legt der Garantiedienstleister mit dem neuen Komplettschutz 2024 nahtlos nach. Beim neuen Produkt behält der Spezialversicherer das Erfolgsrezept des Vorgängers bei: Die preisliche Gleichsetzung von Neu-, Gebraucht- und Refurbishedgeräten bleibt bestehen. Zudem werden weitere Features und neue Tarife den Versicherungsschutz auf. Die Premium-Option für 2,50 Euro im Monat war bisher vor allem mit den Kernfunktionen Diebstahl- und Cyberschutz auf mobile Geräte zugeschnitten. Nun erhält sie zusätzlich Features für die braune und weiße Ware, wie den Schutz vor Folgeschäden bei Wäsche, Gefriergut oder Möbeln im Wert von bis zu 600 Euro und den Leitungsschutz – vom versicherten Gerät bis zum Sicherungskasten. „Die Tarife sind weiterhin einfach und marktgerecht. Unsere Partner können sich über noch mehr Leistungen in der Premium-Option freuen – jetzt auch für Geräte der braunen und weißen Ware, gleiche Prämien für neue, gebrauchte und refurbished Geräte und höheren Provisionen in der Einstiegspreisklasse“, so Thilo Dröge

(Bild), Geschäftsführer Vertrieb bei Wertgarantie.

Das „Rezept“ hat im vergangenen Jahr blendend funktioniert: Mit 1,8 Millionen Neuverträgen im Geschäftsbereich CE und ein Bestand von 7,4 Millionen Verträgen blickt die Wertgarantie auf eine erfolgreich Bilanz 2023. Der Versicherer liegt trotz eines leicht rezessiven Marktes beim Neugeschäft fast 10 Prozent besser als im Vorjahr. Größter Wertgarantie-Partner in den Märkten ist und bleibt der Fachhandel. Hier wird weiter auf Qualifikation gesetzt: Wertgarantie hat unter anderem intern neue Stellen für Online-Präsenztrainer geschaffen. Die Wertgarantie-Produktschulungen oder das bewährte Profitraining, das mittlerweile über 35.000 Verkäufer erfolgreich abgeschlossen haben, wurden aktualisiert. Zudem gibt es ein Entwicklungsprogramm für Führungskräfte im Handel, das Wert-Management. „Wir haben seit vielen Jahren große Expertise im Verkaufstraining. Unsere Partner haben uns gesagt, dass sie Bedarf für ein Entwicklungsprogramm für die Führung haben. Mittlerweile haben über 200 Teilnehmer die verschiedenen Module erfolgreich absolviert“, sagt Patrick Döring, Wertgarantie-Vorstandsvorsitzender.



„Wir schaffen durch die Integration unseres Gebäudeschutzes noch mehr Argumente für den Handel, um die Premium-Option auch bei Produkten anzubieten.“

THILO DRÖGE, GESCHÄFTSFÜHRER VERTRIEB BEI WERTGARANTIE



„Nicht nur die 60 Jahre Wertgarantie im vergangenen Jahr waren ein guter Grund zu feiern. Unser Jubiläumskomplettschutz hat am Markt eine absolute Erfolgsgeschichte geschrieben.“

PATRICK DÖRING, WERTGARANTIE-VORSTANDSVORSITZENDER



Das gab's noch nicht: Mit vier zusätzlichen Funktionen und einem um 50 Prozent größeren Zubereitungsbehälter will die neue Ninja CREAMi Deluxe zur Eis-Sensation des Jahres werden

SHARKNINJA

Hot and Cold

Der Marktauftritt von SharkNinja ist alles, nur nicht leise: Seit dem Start des amerikanischen Elektrogeräteanbieters in Deutschland gibt das Unternehmen unter Führung von Michael Maier, Geschäftsführer SharkNinja Germany, Vollgas. Dabei geht SharkNinja das Elektrogerätesortiment aktuell mit Grill und Eismaschine einmal mehr von allen Seiten an. Der Newcomer bringt mit dem Deluxe-Modell der TikTok-Sensation „CREAMi“ eine neue Eismaschine mit innovativer „CREAMify“-Technologie an den Start. Mit ihr lassen sich unzählige Dessertvariationen für Eisliebhaber kreieren. Die Ninja „CREAMi Deluxe“ läuft sich als „10-in-1-Eiscreme-und-Frozen-Drink-Maschine“ schon jetzt für das Sommergeschäft warm. Von Proteineis über alkoholische Sorbets bis hin zu veganen Smoothie-Bowls ist alles drin, vier zusätzliche Funktionen eröffnen noch mal ganz neue Möglichkeiten für gekühlte Desserts und eiskalte Getränke. Außerdem verfügt das Modell über einen 50 Prozent größeren Zubereitungsbehälter und ist damit im wahrsten Wortsinn familientauglich. Gleiches gilt für die Großvariante im Elektrogrill-Sortiment: Der Ninja Woodfire Pro Connect XL Outdoor Grill & Smoker nimmt mit seinem größeren Fassungsvermögen 30 Prozent mehr Grillgut auf. Die App macht das Kochen und Grillen im Freien intuitiver und benutzerfreundlicher als zuvor. Sie kann den BBQ-Grill bequem aus der Ferne programmieren und bietet Echtzeit-Benachrichtigungen über den Garstatus. Außerdem bietet sie Zugang zu einer ganzen Reihe von In-App-Grillanleitungen und Videos.



Platz für Zwei: Im um 30 Prozent vergrößerten Ninja Woodfire Pro Connect XL Outdoor Grill & Smoker finden auch ein Grillvögel-Duo locker Platz

LIEBHERR

Range auf Sparkurs

Mit einem ebenso sparsamen wie vielfältigen Lineup startet Liebherr Hausgeräte in die Saison 2024. Dabei verbessert der Anbieter die Energie-Effizienz des gesamten Sortiments mit insgesamt 235 neuen Kühl- und Gefriergeräte-Modellen signifikant. Einige Standgeräte unterbieten selbst die Werte der besten Energie-Effizienzklasse A. „Mit der neuen Modellreihe verschieben wir unsere Produkte deutlich hin zu den hohen Energie-Effizienzklassen. Selbst die höchste Energie-Effizienzklasse A wird von einigen Modellen der neuen Baureihen sogar zwischen zehn und 30 Prozent unterboten“, erklärt Martin Ludwig, Head of Business Area Deutschland der Liebherr-Hausgeräte Vertriebs- und Service GmbH. Die Sortimentsumstellung im April begleitet Liebherr-Hausgeräte mit umfangreichen Materialien für die Partnerunternehmen im Handel. Ein kanalübergreifendes Verkaufshandbuch beinhaltet das komplette Sortiment für Deutschland. Alle Handelspartner werden bis April mit Verkaufshandbüchern beschickt. Für die Endkundinnen und -kunden sowie den PoS gibt es eine 60-seitige Broschüre, die 2024 neben frischen Themen zur Marke und Technologien mit Listenansichten einen Überblick über das komplette Sortiment gibt. Zu ausgewählten Produktgruppen wie z.B. Wein und Monolith wird es zusätzliche Printmaterialien geben.



Freuten sich über die gute Resonanz auf das gemeinsame Branchenforum (im Bild v.l.n.r.): Thorsten Niebuhr, EK; Dominique Ewert, Messe Frankfurt; Sandra Rohlf, BVT; Nicole Brüggemann, EK; Martin Wolf, EK

LIGHT + BUILDING

Branchenforum in Frankfurt

Zur Light + Building präsentierten Anfang März in Frankfurt 2.169 Aussteller die neuesten Entwicklungen in der Gebäudetechnik und Trends für innovatives Lichtdesign. Es reisten trotz Streiks bei Bahn und Luftverkehr über 151.000 Besucher zur Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik. Handelsverband Technik (BVT) und EK Retail zogen gemeinsam ein positives Fazit der Light + Building. Die Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik in Frankfurt war aus Sicht von Verband und Verbundgruppe für die Mitglieder erfolgreich. Elektrifizierung, Digitalisierung, Vernetzung und Nachhaltigkeit zogen sich als rote Fäden durch die Messehallen und bestimmen für den Fachhandel der Branche die Geschäftsmodelle der Zukunft. „Bei all diesen Herausforderungen braucht der Lichthändler starke Partner: Kooperationen wie die EK, Verbände wie den BVT, Messen wie die Light + Building sowie zuverlässige Partner auf Lieferantenseite – einer davon wird hier im Rahmen des Branchenforums Licht ausgezeichnet“, so Sandra Rohlf, Lichtbeauftragte des BVT-Vorstandes. Großen Zuspruch fand das gemeinsame Branchenforum Licht, das BVT und die EK-Fachgruppe licht+concept mit Unterstützung der Messe Frankfurt am Messerontag durchgeführt haben. Licht- und Leuchtenprofis trafen sich hier zu einem lockeren Meinungs- und Erfahrungsaustausch. Im Rahmen des Get-Togethers auf dem Design Plaza in Halle 3.1 wurde unter anderem von der Bielefelder Kooperation die Firma Knikerboker als Lieferant des Jahres ausgezeichnet. Die nächste Light + Building findet vom 8. bis 13. März 2026 in Frankfurt am Main statt.

Er ist Technikprofi und das mitten auf dem Land kurz vor der Grenze zum Elsass. Seit 1993 präsentiert sich der gelernte Radio- und Fernsehtechniker-Meister in Trulben mit Ladenlokal und Service. Obwohl **Michael Wafzig** als Unternehmer im Familienbetrieb alle Hände voll zu tun hat, engagiert er sich als Aufsichtsratsvorsitzender in seiner Verbundgruppe telering – und nicht nur da. Mit der hitec-Redaktion sprach Wafzig über die Herausforderungen mittelständischer Unternehmer.

Ist man als Nahversorger im ländlichen Raum eher Händler oder mehr Dienstleister und Handwerker?

In unserem Einzugsgebiet fühlen wir uns als Problemlöser in vielen Belangen. Wir sind Ansprechpartner, wenn es um die Anschaffung neuer Geräte geht, aber genauso, wenn Reparatur-, Installations- oder Wartungsarbeiten anstehen. Unsere Meinung ist gefragt und oft werden unsere Produktempfehlungen oder Lösungsvorschläge angenommen.

Wie wichtig ist für Sie als kleiner Familienbetrieb der Auftritt mit eigenem Ladenlokal?

Für uns ist ein Ladenlokal Grundlage für gute Beratung im persönlichen Gespräch, auch im kleinen Betrieb. Eine entsprechende Produktpalette wird von uns vorgehalten und ist direkt greifbar. Unsere Kunden können sich darauf verlassen, dass zu den bekannten Öffnungszeiten ein persönlicher Ansprechpartner anzutreffen ist. Interessierte können Geräte sehen und „anfassen“ und sich ein Bild machen, wie eine Lösung zu Hause aussehen und funktionieren kann.

Wie findet man auf dem flachen Land denn qualifiziertes Personal?

Das ist tatsächlich schwierig. Zum einen ist der „Run“ auf das Handwerk nicht riesig, zum anderen kämpfen wir auch gegen ein meiner Meinung nach unberechtigtes, schlechtes Image im Handwerk. In vielen Köpfen existiert ein Bild vom immer schmutzigen, körperlich schwer arbeitenden, schlecht bezahlten

Handwerkern. Das ist mit unseren modernen Handwerksberufen gar nicht mehr deckungsgleich. Wir haben traditionelle Berufe, die heute mit Hightech ausgeführt werden. Und wir haben gerade auf dem Land auch die Situation, dass junge Menschen nicht immer mobil sind. Eine flexible ÖPNV-Versorgung existiert nicht.

Beim alten telering Markenauftritt „Immer Qualität“ waren Sie nicht dabei, bei „Technik Profi“ haben Sie sofort mitgemacht – warum?

Ich bin ehrlich: Wir konnten uns im alten telering Markenauftritt gar nicht finden. Bei der neuen Variante verbinden unsere Kunden Elektro- und Elektronik-Fachleute mit uns als Handwerker und Ansprechpartner. Wir werden als Technik-Profis erkannt und anerkannt. Viele Kunden sprechen uns positiv auf die Veränderung unseres Erscheinungsbildes an. Somit hat offensichtlich die Zentrale die richtigen Weichen gestellt und letztlich haben wir auch richtig gehandelt.

Sie engagieren sich als Aufsichtsratsvorsitzender in Ihrer Verbundgruppe, in der Handwerkskammer vor Ort und sind auch sonst vereinsmäßig aktiv – warum investieren Sie als Unternehmer hier so viel Zeit?

Weil das Unternehmergehen nicht alles ist. Ich versuche trotz Selbständigkeit im ehrenamtlichen und privaten Bereich auch da zu sein und dort auch Verantwortung zu übernehmen. Als Ausgleich zur Arbeit ist mir das wichtig. Ich habe auch in allen Vereinen und Gremien Menschen kennengelernt, die es wert sind, mit ihnen Zeit zu verbringen. Ich finde dort einen guten Austausch mit Leuten aus der Branche und auch aus ganz anderen Lebensbereichen. Eines ist mir schon lange klar geworden: Man geht niemals „dümmer“ aus einer Sitzung heraus, als man in eine Sitzung reingeht.

Auf der Großhandelsseite hat sich in der telering, beziehungsweise Weltfunk, in den letzten Monaten einiges getan, Ihr bisheriger Großhandelspartner hat die Gruppe verlassen. Wie klappt es denn jetzt mit Betreuung und Lieferung?

Erfreulicherweise sehr gut. Wir Fachhändler fühlen uns, was uns selbst angeht und was ich höre, gut durch die Mainzer Zentrale beraten. Es gibt bei Fragen rund um die Kooperation immer ein offenes Ohr. Glücklicherweise gibt es auch andere Großhändler, die in unserem Gebiet aktiv sind. Hier werden wir auch täglich beliefert, haben feste Ansprechpartner für die verschiedenen Bereiche, können ein gutes Weiterbildungsangebot nutzen usw. Also hier sind wir rundum zufrieden. Die Reduktion der Großhandelspartner kam für alle überraschend und ist auch noch immer ein großes Thema. Es bereitet dem Team in Mainz viel Arbeit und beschäftigt alle noch sehr. Hier hat man aber schnell reagiert und klärt die Fachhändler auch in regionalen Treffs auf bzw. gibt Hilfestellungen bei offenen Fragen.



»Neben allem Internet-handel braucht es doch am Ende des Tages Menschen, die mit Menschen sprechen.«

»Nur mit unseren zusätzlichen Dienstleistungen wie Installation, Bedienungserläuterung, Wartung und Reparatur lässt es sich gut leben.«



Ist Ihre Verbundgruppe zukunftssicher aufgestellt?

Grundsätzlich muss man feststellen, dass der Bedarf am Fachhandel nach wie vor riesig ist. Neben allem Internethandel etc. braucht es doch am Ende des Tages Menschen, die mit Menschen sprechen, Bedürfnisse klären, Angebote machen, Arbeiten ausführen usw. Auf unsere Gruppe heruntergebrochen sehe ich es wie folgt: Wenn die Zusammenarbeit mit dem Großhandel und der Industrie fortgeführt wird, sehe ich keine großen Probleme für die Zukunft der Verbundgruppe. Wir haben ja auch wache Köpfe, die Entwicklungen erkennen und auf diese reagieren können.

Wenn Sie von der derzeit verhaltenen Marktentwicklung bei Home und Consumer Electronics hören: Merken Sie das auch in Ihrem Geschäft?

Glücklicherweise können wir momentan noch keine großen Auswirkungen einer Marktschwäche erkennen. Vielleicht ist es da tatsächlich vorteilhaft im ländlich geprägten Bereich zu agieren. Hier kommen Veränderungen oft erst etwas später an. Durch den Wegfall einiger Händler im Einsatzgebiet ist da für uns noch sehr viel zu tun.

Sie setzen auf Lieferanten wie Miele und Siemens, TechniSat und Metz. Kann man mit der „Hardware“ überhaupt noch Geld verdienen?

Nur mit unseren zusätzlichen Dienstleistungen wie Installation, Bedienungserläuterung, Wartung und Reparatur lässt es sich gut leben. Dieser „Rundum-Service“ ist unsere größte Existenzberechtigung. Nachhaltige, langlebige Produkte stehen bei unseren Kunden im Fokus. Das können wir beispielsweise mit TechniSat, Metz und so weiter guten Gewissens umsetzen.

Wie wichtig sind Markennamen für Ihre Kunden?

Die Kunden, die gute Erfahrungen mit Markenprodukten gemacht haben, greifen auch wieder darauf zu. Bei den Mitnahmeartikeln und Kleingeräten wird weniger Wert auf Markennamen gelegt. Daneben gibt es aber auch Waren, die für längere Nutzungszeiten angeschafft werden. Da setzen unsere Kunden oft auf bekannte Marken.

Wie finden Sie es, wenn Hersteller auch direkt an Ihre Kunden verkaufen?

Das ist der Zahn der Zeit und natürlich nachvollziehbar. Jeder will am Gesamtmarkt partizipieren. Wir als Fachhandel messen einem mehrstufigen Vertrieb

eine große Bedeutung bei. Wir Händler vor Ort mit Lagerunterstützung durch den Großhandel in Verbindung mit guter Verfügbarkeit von Ware und Fachhandelsgeräten sind Grundlage für eine zuverlässige Versorgung unserer Kunden.

Wenn Sie mit Kollegen diskutieren: Das Jammern wird lauter, oder?

„Wenn ein Pfälzer leise bis mittellaut jammert, ist das fast ein Ausdruck von Zufriedenheit. Wenn er nicht schimpft, ist das ein Lob.“ Ja, es wird stellenweise gejammert. Dass früher alles besser war, wissen wir auch. Ich glaube, dass das Niveau unseres Jammerns immer noch hoch ist. Wir haben einerseits natürlich Probleme, wie zum Beispiel Fachkräftemangel, Nachwuchs, Übernahme und Weiterführung von Betrieben, Handelsspannen, Energiekosten und Bürokratie, andererseits haben wir eine gesunde Mischung aus Planung, Verkauf, Installation, Reparatur und Kundenbetreuung, die uns Spaß macht.

Warum soll sich heute ein junger Mensch in unserer Branche selbständig machen?

Hier gibt es mehrere Gründe:

Es gibt zig Betriebsinhaber, die eine Nachfolge suchen. Es ist bei entsprechender Qualifizierung recht einfach, bestehende Unternehmen fortzuführen.

Es ist möglich, auch als Selbständiger Beruf, Freizeit und Familie zu vereinen.

Der Bedarf an cleveren Handwerkern wird auch künftig nicht kleiner werden.

Es gibt so viele Bereiche, in denen man erfolgreich arbeiten kann, zum Beispiel Smart Home-Themen, Alarmsysteme, Kameratechnik, der EDV-Bereich neben den klassischen Themen wie Braune Ware und Weiße Ware. Wer hier engagiert ist, wird mit allergrößter Wahrscheinlichkeit auch Erfolg haben.

Sehen wir uns auf der IFA in Berlin?

Ja, sehr gerne. Da neben dem allgemeinen Interesse an der Messe auch unsere Jahreshauptveranstaltung der Verbundgruppe auf der IFA stattfinden wird, sind wir wieder vor Ort dabei. Wir freuen uns jetzt schon auf den Austausch mit anderen Akteuren unserer Branche und sind gespannt was es Neues zu entdecken gibt.

Herr Wafzig, vielen Dank für das Gespräch.



Die Fragen gestellt hat:
Joachim Dünkemann
j.duenkelmann@hitec-magazin.de

Äpfel & Birnen

Nr. 31

Frisch gepflückt: Die reifsten Früchte mit den saftigsten Argumenten



FOTO: EINHELL

HOOGO

Standhalterung orga-nicer
für Stielstaubsauger

Gefundener Preis: UVP 49,99 Euro

- „Effiziente Aufbewahrungslösung für Zubehör, Filter und Ersatzakkus.“
- „Passt sich flexibel allen gängigen Stielstaubsaugermodellen mit oben positioniertem Handgerät an.“
- „Die integrierte Kabelführung ermöglicht zudem das Laden von Staubsaugern und Akkus.“



FOTO: HOOGO

EINHELL

Akku-Hartbodenreiniger CLEANEXXO

Gefundener Preis: UVP 169,95 Euro

- „Dank Wechselakku-System unbegrenzt einsetzbar.“
- „Zwei Tanks für 400 ml Frischwasser und 300 ml Schmutzwasser.“
- „Mit BOOST-Modus für hartnäckige Flecken.“



FOTO: BRAUN

BRAUN

Skin i-expert IPL

Gefundener Preis: UVP 719,99 Euro

- „Die KI-Technologie führt über eine App in Echtzeit durch die Anwendung.“
- „Ein integrierter Hautsensor scannt den Hautton 80-mal pro Sekunde und passt die Intensität jedes einzelnen Lichtimpulses automatisch an.“
- „Das System erkennt den richtigen Aufsatz für den ausgewählten Körperbereich (Standard-, Präzisions- oder extrabreiter Aufsatz) und gibt eine personalisierte Empfehlung.“

www.sharkclean.de

HAMA

2K-QHD-Webcam C-850 Pro

Gefundener Preis: UVP 99 Euro

- „Ringlicht kann in drei Farbtemperaturstufen hinzugeschaltet werden.“
- „Passt auch auf alle gängigen Stative.“
- „Mit Autofokus, Belichtungskorrektur, Stereo-Mikrofon und Fernbedienung.“



FOTO: HAMA

Shark STRATOS

Ideal für Haustierbesitzer:

Der Shark STRATOS – dank selbst-reinigender Bürstenrolle ist kein Haare entfernen von Hand mehr nötig.

8 von 10 Haustierbesitzern würden das Modell STRATOS weiterempfehlen.*

*Basierend auf einer im Auftrag von Shark im Februar 2023 mit 55 Testhaushalten durchgeführten Umfrage.

Stark wie Shark



Clean Sense iQ - erkennt Verschmutzungen



Flexology - flexibles Saugrohr



DuoClean + PowerFins Plus



Bis zu 60 Min. **Akkuleistung****

** Im ECO-Modus mit nicht-motorisiertem Aufsatz

BBOQ-ZEIT



SEVERIN

Kontaktgrill
SEVINI PRO KG 2395

Gefundener Preis:
UVP 159,90 Euro

- „Es wird kein zusätzliches Öl oder Fett benötigt.“
- „Die abnehmbaren Grillplatten machen die anschließende Reinigung zum Kinderspiel.“
- „Die spezielle ILAG Antihaft-Keramikbeschichtung steht für besondere Kratzfestigkeit und garantiert Langlebigkeit auch bei intensiver Nutzung.“

BRAUN

MultiGrill CG9167

Gefundener Preis: UVP 369 Euro

- „Drei Positionen: Als Kontaktgrill, geöffnet oder als Ofen nutzbar.“
- „Die in den Grillplatten integrierten Heizstäbe sorgen für eine gleichmäßige Wärmeverteilung, herausragende Grillergebnisse und eine reduzierte Vorheizzeit.“
- „Die Temperatur der beiden Heizplatten lässt sich individuell steuern.“



JUDITH UNGER, PRODUCT MANAGERIN BEI BRAUN HOUSEHOLD:

„Mit dem MultiGrill 9 Pro haben wir einen absoluten Allrounder im Sortiment. Egal ob saftiges Fleisch, knusprige Gemüsespieße oder luftige Waffeln – durch die verschiedenen Kontaktgrill-Positionen und die separat temperierbaren, großen Kochplatten gelingt jedes Gericht. Das Beste: Die integrierte Boost-Funktion schenkt dem Grillgut das gewisse Röstaroma.“



FOTO: CASO DESIGN

CASO DESIGN

Vakuumierer VRH 690 advanced

Gefundener Preis: UVP 199,99 Euro

- „Das Grillgut lässt sich im Handumdrehen marinieren, denn durch den entstehenden Unterdruck werden Aromen schneller und intensiver aufgenommen.“
- „Vielseitige Funktionen: z.B. regulierbare Schweißzeit für trockene und feuchte Lebensmittel, Pulse-Funktion für weiche und empfindliche Lebensmittel, außerdem Multi-Zyklus: bis zu 125 Schweißvorgänge non-stop.“
- „Doppelte Schweißnaht (2,5 mm) für Beutel bis max. 30 cm Breite bei beliebiger Länge.“

TEFAL

OptiGrill 4in1 XL

Gefundener Preis: UVP 459,99 Euro

- „Mit 12 automatischen Programmen.“
- „Zusätzlich manueller Modus mit vier verstellbaren Temperaturen.“
- „Im aufgeklappten Zustand können ganze Mahlzeiten zubereitet werden.“



FOTO: TEFAL

Frische ohne Kompromisse

Die besten Dinge im Leben wünschen wir uns ohne Kompromisse! Vertrauen Sie im Verkauf deshalb auf unsere Rundum-Sorglos-Geräte, die Ihre Kund:innen dank erstklassiger Energieeffizienz, zeitlosem Design und bester Frischetechnologien dauerhaft begeistern.

Unsere kompromisslose Qualität unterstreichen wir bei ausgewählten Stand- und Einbaugeräten zudem mit einer kostenlosen 10-Jahre Herstellergarantie. Weitere Informationen, Garantiebedingungen sowie Geräteregistrierung unter home.liebherr.com/garantie



LIEBHERR

10 Jahre
Herstellergarantie

SHARKNINJA

Woodfire Pro Connect XL
Outdoor Grill & Smoker

Gefundener Preis:
UVP 499,99 Euro

- „Mit sieben Funktionen: Grillen, Räuchern, Heißluftfrittieren, Braten, Backen, Aufwärmen und Dörren.“
- „Dank des eingebauten Thermometers können zwei verschiedene Fleischsorten auf zwei verschiedenen Garstufen gleichzeitig zubereitet werden.“
- „Die Ninja Pro Connect App informiert, wenn das Fleisch perfekt gegart ist.“



FOTO: SHARKNINJA

ROMMELSBACHER

BBQ 2025

Gefundener Preis:
UVP 139,99 Euro

- „PFAS-freie Keramik-Antihaftbeschichtung.“
- „Austretendes Fett läuft mittig in eine herausziehbare Fettauffangschale.“
- „Alle Teile sind sehr leicht zu reinigen und für die Spülmaschine geeignet.“

**WMF**

Lono Tischgrill flach & gerippt

Gefundener Preis: UVP 154,99 Euro

- „Auf den zwei verschiedenen Grillplatten – eine flach, eine gerippt – können eine Vielzahl von Speisen zubereitet werden.“
- „2.300 Watt sorgen für leistungsstarkes und schnelles Grillen.“
- „Regulierbare Temperatureinstellung mit komfortabler LED-Beleuchtung.“



FOTO: WMF

OONI

Pizzaofen „Karu 12G“

Gefundener Preis: UVP 429 Euro

- „Erreicht eine Höchsttemperatur von 500° C und kann Pizzen in nur 60 Sekunden backen.“
- „Neben Pizza können auch weitere Speisen zubereitet werden, z.B. Steak, Fisch, Gemüse, Brot.“
- „Kann wahlweise mit Holz, Holzkohle oder Gas betrieben werden.“



FOTO: OONI

GASTROBACK

Design Tischgrill Plancha & BBQ

Gefundener Preis: UVP 169,99 Euro

- „Zwei professionelle Grill-Wendeplatten aus massivem Alu-Druckguss, getrennt regelbar in 6 Stufen: von 30° – max. 250° C (+/- 10° C).“
- „Extra große Grillfläche ca. 1.300 cm² (2 x 650 cm²).“
- „Profi-Grill mit 2.000 Watt Leistung.“



FOTO: GASTROBACK

HEPT

Innovationen vor Ort

21. HighEvent
ProductTour

Save the date!
9. – 29. April
2024



Die sieben Premium-Marken der HighEventProductTour sind wieder unterwegs und präsentieren Ihnen, an einem der zehn Standorte bundesweit, die Frühjahrs-Innovationen 2024.

AEG beurer

jura KÄRCHER

jura | GASTRO Miele

LIEBHERR



Jetzt anmelden
unter

HEPT.DE

>> GARFIELD'S LIEBLINGS- BESCHÄFTIGUNGEN <<

NAME: SARA WARNEKE

POSITION: GESCHÄFTSFÜHRERIN DER
GFU CONSUMER & HOME ELECTRONICS GMBH

HERKUNFT: DEUTSCHLAND

Was war Ihr Berufswunsch als Kind?

Ich kann mich nicht daran erinnern, mir als Kind überhaupt gewünscht zu haben, zu arbeiten.

Wohin fahren Sie gerne in den Urlaub?

Ich liebe Großstädte. Aber ich bin ebenso von den Bergen fasziniert, meine Wanderung um den Kailash und eine Geländewagentour auf dem Altiplano in Bolivien zählen zu den Höhepunkten meiner Reisen.

Was war Ihr schönster Lustkauf?

Der steht mehrmals jeden Sommer an: bei schönem Wetter spontan ein Eis!

Ich bin Fan von ...

Garfield. Seine beiden Lieblingsbeschäftigungen, essen und schlafen, sind auch meine. Zu letzterem komme ich allerdings meist zu wenig.

Am liebsten esse ich ...

nicht wie Garfield nur Lasagne, sondern vielseitig: Je nach Gemütslage genieße ich einen Hot Dog von Ikea oder ein klassisches Pastagericht genauso wie ein Mehrgängemenü.

Kaum jemand würde annehmen, dass ich ...
in einem Chor singe.

Ich würde gerne mal ...

wieder mit dem Rucksack auf Reisen gehen. Meine Kinder sind dafür aber noch nicht im richtigen Alter – außer man würde neben ihren Rucksäcken gleich auch noch sie tragen.

Welche Freiheit nehmen Sie sich?

Ich teile meine Arbeit so ein, dass ich an Tagen, an denen ich im Frankfurter Büro arbeite, mit meinen Kindern zu Abend esse und sie anschließend ins Bett bringe.

Welchen Klang/Geräusch/Musik mögen Sie am liebsten?

Ganz unterschiedlich, ich mag Lieder von Willie Nelson, Adele oder Amy Winehouse, die frühen Alben von Coldplay, aber auch Klassiker wie Simon & Garfunkel.

Wie entspannen Sie am besten?

Ich schaue gerne amerikanische Serien und Filme, dank Netflix und Co. in Originalsprache.

Wer sagt Ihnen die Wahrheit?

Seit über 20 Jahren mein Mann.

Haben Sie ein Lebensmotto?

Don't give up.



Der Kitec-Klassiker

Stereo Kassettenrecorder nach dem Dolby-System

A-350



TEAC
TEAC CORPORATION
Tokio, Japan
TEAC EUROPE B.V.
Amsterdam, Holland

1972

+1

JAHR

**GARANTIE-
VERLÄNGERUNG****

KÄRCHER



HEPT
Innovationen vor Ort

21. HighEvent
ProductTour

9. - 29. April 2024

**ENTSCHEIDEN
SIE SICH FÜR
DAS BESTE.***



Der **FC 7 Signature Line** entfernt alle Arten von trockenem und feuchtem Alltagsschmutz und reinigt Böden zu einer makellosen WOW-Sauberkeit.
karcher.de



Alfred Kärcher

* Das beste Produkt der jeweiligen Kärcher Produktkategorie.

** Beim Kauf eines Geräts der Kärcher Signature Line erhalten Sie nach Registrierung über die Kärcher Home & Garden App oder online unter www.karcher.de/garantie innerhalb von 4 Wochen nach Kauf 1 zusätzliches Jahr Garantie. Für die Registrierung sind die Angabe der Bestell- und Seriennummer des Neugeräts, die Angabe Ihrer Daten sowie der Upload des Kaufbelegs erforderlich. Vollständige Garantiebedingungen unter: www.karcher.de/garantiebedingungen.