



Fotos: Beurer, Remington, H.W.



Der Beurer-Stand war wie immer sehr gut bestückt. Oben ist die neue Solar-Körperwaage „GS 41-Solar“ zu sehen, darunter der Luftbefeuchter „LB12“



Berthold Niehoff,
Vertriebsleiter
der Beurer GmbH



Thomas Klüsener, Sales
Director Appliances
Germany für
Remington und
Russell Hobbs

und „GS50 Solar“ als Lichtquelle. Beide bestehen auch zu 50 Prozent aus recyceltem Kunststoff. 100 cm² umfasst die Solarfläche des „GS41 Solar“ und es reichen bereits 10 Sekunden unter schwacher Beleuchtung aus, um ihren Energiespeicher aufzuladen. Mit einer Zifferngröße von 34 mm ist das breite LC-Display gut zu lesen.

Beim zweiten wichtigen Thema geht es um Luftwäscher und -befeuchter. Beim Luftbefeuchter „LB12“ wird eine handelsübliche Kunststoffflasche mit Wasser gefüllt und auf den Luftbefeuchter aufgesteckt. Hochfre-

quente Schwingungen lösen mikrofeine Tröpfchen von der Wasseroberfläche, während der Luftstrom des Ventilators die befeuchtete Luft nach außen transportiert. Mit einer Vernebelungsleistung bis 80 ml/h ist das kleine Gerät ideal für Räume bis 20 m².

Zwei Marken – ein Team

Der Gemeinschaftsstand von **Remington** und **Russell Hobbs** stand unter dem Motto „Zwei Marken – ein Team“ und machte damit auch auf den immer noch währernden Inte-

grationsprozess von Russell Hobbs in das Markenportfolio von Spectrum Brands aufmerksam. *Thomas Klüsener*, Sales Director Appliances Germany, erläuterte gegenüber der Redaktion einige der vielfältigen Aufgaben, die es dabei zu lösen gilt. So werde derzeit z.B. der Rhythmus der jährliche Neuenteneinführungen bei Russell Hobbs auf den von Remington umgestellt. Das heißt, es werden künftig nur im Frühjahr und im Herbst neue Produkte beider Marken starten. *„Geregelt wurde auch die künftige Aufteilung der Sortimente. So wird es ab zweiten Halbjahr keine Haarpflegegeräte mehr von Russell Hobbs geben. Diesen Bereich übernimmt Remington vollständig. Russell Hobbs hingegen wird sich völlig den Küchen-Kleingeräten widmen und mit überwiegend designbetonten Modellen aufwarten,“* so Klüsener. Getrennt werde bei Spectrum Brands derzeit auch der Vertrieb in den für die Marke Varta und den für Remington/Russell Hobbs. 18 Bezirksleiter sind damit ab sofort für die beiden Hausgeräte-Marken im Außendienst aktiv. So sei eine recht kontinuierliche Betreuung des Fachhandels möglich. Nach den neuen Produkten für die HEPT befragt, wies der Verkaufsdirektor auf die „Deluxe“-Serie und die „allure“-Food preparation-Geräte von Russell Hobbs sowie die „MYmini“-Haircare-Serie, die zwei Shaver und einen neuen Haarschneider von Remington hin (näheres dazu in der kommenden Ausgabe). Bei der neuen „Deluxe“-Kollektion handelt es sich um ein klassisches Frühstücks-Set, bei dessen Geräten glänzender und satinierter Edelstahl kombiniert werden. Die drei neuen Geräte sind ab Juni lieferbar.

Neuer Impuls für Generatorenmarkt

Am **Laurastar**-Stand zog natürlich das „S7“-Dampfbügelssystem die Blicke auf sich. Es wurde bekanntlich auf der IFA 2010 erstmals der Fachwelt vorgestellt und erwies sich nach Angaben von Vertriebs- und Marketingleiter *Thomas Bald* danach als wahrer Renner. *„Es war oft nicht verfügbar, weil die Produktion*



Russell Hobbs zeigte Neues für die „allure“- und „Deluxe“-Serie, Remington den „D0100“ aus der „MYmini“-Linie, und den Shaver „WDF4830“



Die neue „G6“-Dampfbügelstation von Laurastar mit 3D-Bügelsohle und sehr leichtem Bügeleisen



Thomas Bald,
Vertriebs- und
Marketingleiter
der Laura-
star Deutschland
GmbH



Heinz Götz,
Vertriebleiter
Consumer der
Gebrüder Graef
GmbH + Co. KG

nicht nachkam. Das sollte jetzt aber aus-
gestanden sein. Ganz neu ist unser Genera-
tor ‚G7‘, der erste mit einer 3D-Bügelsohle
und dem recht leichten Bügeleisen vom ‚S7‘.
Er kommt auch zu einem günstigeren Preis
als sein Vorgänger in den Handel.“ Laura-



Fotos Laura-star, GARCHIV, H.W.

Graef präsentierte sich an seinem Stand un-
ter dem Motto „einfach genießen“. Vorn ist
der mobile Allerschneider zu sehen

star möchte damit vom derzeitigen Hoch die-
ses Produktbereiches noch stärker profitie-
ren. Um dem Handel weitere Verkaufsargu-
mente an die Hand zu geben, kommt passend
dazu ein neuer Bügeltisch mit ebenfalls at-
traktiven Preis ins Sortiment.

Bereits 3000 Exklusiv-Partner

„Im August startet die Auslieferung unseres
mobilen Allerschneiders ‚Una9‘, den wir auf
der IFA des vergangenen Jahres erstmals

präsentierten. Die Fertigungsstraße in
Arnsberg steht, die Werkzeuge sind fertig,
endlich können wir starten.“ Heinz Götz,
Vertriebsleiter Consumer bei Graef, war die
Freude anzusehen, diese Information an die
HEPT-Besucher geben zu können, denn das
bisher einzigartige Gerät erfreut sich seitens
des Fachhandels großen Interesses. Mit dem
Produktionsbeginn für die „Una9“ möchte
der Sauerländer Betrieb auch noch einmal
sein Bekenntnis zum Produktionsstandort
Deutschland bekräftigen. „Graef wird ihn
sogar noch weiter ausbauen und für das
Unternehmen völlig neue Produktbereiche
zum Thema ‚einfach genießen‘ herstellen,“
so Götz mit Blick auf die nahe Zukunft.
Befragt nach dem seit gut 18 Monaten einge-
richteten selektiven Vertrieb konnte er auf
bereits 3000 Partner im Handel verweisen.
Unterstützt wird dieses Fachhandelspro-
gramm ganz aktuell von einer überarbeiteten
Website, auf der Graef kaufwillige Kunden
nur an die Fachhändler verweist, die zum
Exklusiv-Kreis des Herstellers gehören.
Viel gab es also zu sehen und zu erfahren
auf der HEPT 2011. Ein Besuch hat wieder
gelohnt. In einem Jahr wird sie erneut starten
und auch sie wird sich lohnen. Da können
Sie sicher sein. H. W.

Anzeige

petra[®]
electric

Der Automat deines Lebens

Der Automat deiner Kindheit



Der neue KaffeePadAutomat **KM 35**

CoffeeShop Feeling für weniger als 10 Cent die Tasse

www.petra-kaffee.de