**ProBusiness | Pressemeldung IFA 2019 | 17. September 2019**

**Die ProBusiness IFA-Bilanz: Starker Impulsgeber für den Handel**

„Der Umsatz ist bei fast allen sehr gut, die Gespräche waren qualitativ hochwertig, die Besucherzahl vergleichbar zum Vorjahr“, - die Bilanz zum IFA-Jahrgang 2019 von Berthold Niehoff, Vorsitzender von ProBusiness, der Markeninitiative für (kleine) Elektrohausgeräte, fällt positiv aus. Wo viel Licht ist, ist aber auch ein wenig Schatten: Niehoff und der ein oder andere ProBusiness-Aussteller konnten unter dem Strich weniger Händler als in den Vorjahren begrüßen, was wohl nicht zuletzt den Umstrukturierungen im Einkauf bei MediaMarkt und Saturn geschuldet ist. Dennoch ist Niehoff sicher: „Die IFA ist und bleibt unbestritten die Leitmesse für Home Appliance, liefert zeit- und passgenau eine Steilvorlage für das Weihnachtsgeschäft. Als wichtiger Impulsgeber für den Handel hat die IFA einmal mehr die Weichen für die Zukunft richtig gestellt.“

Drei große Technologietrends dominierten die IFA 2019 quer durch alle Produktkategorien zwischen den Hausgeräte-Hallen am Südeingang der Messe und dem Funkturm: Sprachsteuerung, Künstliche Intelligenz (KI) und Vernetzung. Die Marken von ProBusiness hatten weit über 100 Geräteneuheiten im Messe-Gepäck, die den Alltag in Küche und Waschküche, Wohn- und Badezimmer verschönern und erleichtern. Lauter kleine Haushaltshelden, neben nützlichen wie durchdachten Features aufgeladen mit reichlich Lifestyle und Emotionen. Ob Bodenpflege oder Bügeln, Kaffee-Kult oder Food-Preperation, Beauty, Wellness und digitales Gesundheitsmanagement: „Unsere Marken haben alle Top-Trends und Schnelldreher für den Handel in den Messehallen inszeniert.

**Top-Design & Komfort-Features**

Echte Neuheiten hier, sinnvolle Sortimentsergänzungen dort: Frische Farben, ein Top-Design sowie ein hohes Maß an Material- und Anfassqualität sowie jede Menge Komfort-Features einten auch in diesem Jahr die ProBusiness-Marken-Neuheiten. Und auch wenn die IFA mit Sprachsteuerung, Künstlicher Intelligenz und ultraschneller 5G-Technologie immer digitaler, vernetzter und technikgetriebener wird, bleibt sie dennoch in den „Südhallen“ eine Messe für alle Sinne, bei der man - ganz analog - sehen, riechen, schmecken und probieren kann. Bei Jura, Sage, Graef und Nivona roch es durchgehend nach frischem Kaffee, bei Cloer nach Waffeln und bei Severin stand das Grillen im Vordergrund. Ebenso im Messegepäck der ProBusiness-Aussteller: spannende Stories rund um die neuen Hausgeräte und frische Abverkaufsideen.

Dass die Elektro-Kleingeräte einmal mehr der Hecht im Karpfenteich waren, zeigte der Rundgang durch die von Kleingeräten geprägten Hallen 4 und 6 sowie in der Premium-Halle 2, in der Jura seinen neuen Kaffee-Vollautomaten Giga 6 in der Super-Premiumklasse aufmerksamkeitsstark inszenierte. Auch andere ProBusiness-Marken waren Gesprächsthema auf den Messengängen: Severin beispielsweise, dass sich in den vergangenen 15 Monaten beinahe neu erfunden hat und u.a. auf eBBQ setzt, das Neu-Mitglied Sage, das neben dem Kaffee-Kult nun auf verdoppelter Standfläche auch der Küchen-Liebe fröhnt oder Fakir mit einer Weltpremiere beim Staubsaugen und einer Kleingeräteserie in stylischen Farben.

**Das sagen die ProBusiness-Mitglieder zur IFA 2019:**

**Beurer: Meereskur für Zuhause**

„Die Gesundheit des Menschen ist nach wie vor im Fokus bei Beurer. Und das wollten wir auch in unserem Jubiläumsjahr mit den rund 60 Neuheiten zum Ausdruck bringen. Wir haben Trends aufgegriffen und zusammen mit modernster Technologie in innovativen Produkten umgesetzt. Ein Highlight auf der IFA war unser neues maremed Meeresklimagerät. Das patentierte System erzeugt ein naturidentisches Meeresklima in den eigenen vier Wänden und fördert einen erholsamen Schlaf, verbessert die Atemintensität und das allgemeine Wohlbefinden. Die Meereskur für zu Hause! Rundum können wir auf eine erfolgreiche IFA zurückblicken.“

*Sebastian Kebbe, Director Marketing & Sales Europe, Beurer*

**Caso: Akzente in der Kommunikation**

„Die IFA war für Caso eine richtungsweisende und sehr positive Messe. Neben der Präsentation der Produktneuheiten stand für Caso in diesem Jahr auch die Einführung einer bundesweiten Empfehlungsmarketing-Kampagne im Mittelpunkt. Damit setzt Caso neue Akzente in der Kommunikation mit den Konsumenten. Das klare Standkonzept, die sehr positive Resonanz aus den konstruktiven und richtungsweisenden Gesprächen und die hohe Besucherfrequenz stimmt uns positiv auf das Weihnachtsgeschäft 2019 ein.“

*Peter Braukmann, Geschäftsführender Gesellschafter Caso*

**Fakir: Innovations-Schaufenster**

„Die IFA ist für Fakir die Schlüsselmesse, sowohl für den deutschen Markt als auch die internationalen Exportmärkte – und daher unverzichtbar. Mit einem Rahmenprogramm von Fachvorträgen und Innovationsprojekten haben es die Organisatoren der IFA verstanden, die Messe relevant und auch zukunftsfähig zu machen. Wir sehen eine steigende Kundenzahl, die uns auf der IFA besucht. Eine vergleichbar hochwertige und relevante Messe für Elektroprodukte gibt es weltweit nicht. Damit ist die IFA das Innovations-Schaufenster aller führenden Hersteller.“

*Holger Terstiege, Geschäftsführer Fakir*

**Graef: Ressourcenschonend**

„Das große Interesse an unserem Produktportfolio hat gezeigt, dass wir bestens auf die Bedürfnisse des Haushalts eingestellt sind. Im Hinblick auf unser 100-jähriges Jubiläum freuen wir uns besonders darüber, dass der Allesschneider immer mehr zu einem Statement für nachhaltiges Haushalten wird. Er ist ein Beispiel dafür, wie wir dem wachsenden Bewusstsein der Verbraucher für die Vermeidung von Verpackungsmaterial und Lebensmittelverschwendung mit klugen Lösungen begegnen. Auf der IFA konnten wir die Besucher dafür begeistern, wie man damit Lebensmittel nicht nur kreativ, sondern auch ressourcenschonend verarbeiten kann.

Der positiven Reaktion des Publikums entspricht die gute Resonanz der Kunden auf unsere Produkte und Ideen für die Küche.“

*Hermann Graef, Geschäftsleitung Graef*

**Kärcher: Händlerfrequenz niedriger**

„Wir haben ein differenziertes Bild von der IFA 2019. Die Händlerfrequenz war deutlich niedriger als im Vorjahr, hauptsächlich getrieben durch die Zentralisierungsmaßnahmen bei MediaMarkt sowie eine 19%-Aktion und ein verkaufsoffener Sonntag bei Saturn. Bei solchen Aktionen zu dem Zeitpunkt stellt sich für uns als Hersteller durchaus die Frage nach der Bedeutung der Messe, wenn bedeutende Handelspartner fern bleiben. Mit der internationalen Beteiligung sind wir zufrieden, insbesondere mit der Qualität der Gespräche. Das Innovationslevel haben wir im Vergleich zum Vorjahr allerdings niedriger wahrgenommen.“

*Jan Recknagel, Geschäftsführer Alfred Kärcher Vertriebs GmbH*

**Nivona: Aroma (nicht nur) für Milchschaumschlürfer**

„Wir können mehr als zufrieden mit den Besucherzahlen bei uns am Stand sein. Vor allem mit unseren Fachhandelspartnern können wir in Berlin immer sehr gute Gespräche führen – und auch unsere Partner aus dem Ausland schauen regelmäßig an unserem Stand vorbei. Somit konzentriert sich für uns sehr viel auf die IFA. Nivona stellte in diesem Jahr die beiden neuen Modelle der 8er-Baureihe in den Fokus, die durch ein leiseres Mahlwerk, ein neues Display und den Spumatore Duoplus für noch cremigeren Milchschaum überzeugen. Uns war es wichtig, dass wir noch einmal zwei unserer Kernelemente – die Aroma-Technologie und einfache Bedienbarkeit - auf der IFA präsentieren konnten.“

*Peter Wildner, Geschäftsführer Nivona*

**Rommelsbacher: Voller Vorfreude**

„Rundum zufrieden blicken wir auf die IFA zurück! Die Messe war mal wieder die geeignete Plattform, unsere Neuheiten zu präsentieren und sowohl wichtige als auch interessante Gespräche zu führen. Der persönliche Kontakt mit unseren Kunden und Partnern ist durch nichts zu ersetzen. Das uns kommunizierte, sehr positive Feedback vom Handel freut uns besonders und zeigt, dass wir alles richtig gemacht

haben. Motiviert und voller Vorfreude sehen wir nun dem Jahresendgeschäft

entgegen. So darf es weiter gehen, wir freuen uns bereits auf die IFA 2020.“

*Sigrid Klenk, Geschäftsführerin Rommelsbacher*

**Sage: Verdoppelte Standfläche**

„Die IFA ist für uns sehr erfolgreich verlaufen. Im Gegensatz zu letztem Jahr haben wir die Standfläche verdoppelt und einen Großteil unseres Produkt-Portfolios präsentiert, dieses Jahr mit den Schwerpunkten auf Siebträgermaschinen und Küchenkleingeräten. Zu den spannendsten Innovationen gehören der Bluicer, eine Kombination aus Hochleistungsmixer und Entsafter, der Airfryer Oven mit Heißlufttechnolgie und die neue Siebträgermaschine Barista Pro. Mit dem erweiterten Fokus auf Küchenkleingeräte haben wir den Blick auf unser umfangreiches Sortiment gelenkt und wollen die jahrelange Kompetenz und Erfahrung von Sage auch in diesem Bereich in den deutschen Markt tragen. Die IFA ist ihrer Rolle als Leitmesse für Consumer Electronics und Home Appliances gerecht geworden. Wir sind davon überzeugt, hier den Grundstein für ein erfolgreiches Jahresendgeschäft gelegt zu haben.“

*Gerd Holl, Geschäftsführer Deutschland/Österreich Sage Appliances GmbH*

**Severin: Innovationen in Szene gesetzt**

„Wir sind mehr als zufrieden und haben die Messe genutzt, um unseren Handelspartnern zu demonstrieren, wie erfolgreich wir die Neupositionierung der Marke Severin bereits umgesetzt haben und wie wir sie zukünftig weiter vorantreiben werden. Schon jetzt bestehen 30 Prozent unseres Sortiments aus Neuprodukten – eine Zahl, die die Messebesucher durchaus beeindruckte. Genauso wie das Standkonzept, das die Produktinnovationen ideal in Szene setzte und die Mehrwerte, die unsere Geräte bieten, erlebbar machte. Für den qualifizierten Fachhandel bedeutet dies neue Vermarktungsmöglichkeiten und die Ansprache neuer Zielgruppen. Dies gilt insbesondere für unsere Produkthighlights im Bereich Kaffee und die komplett neue eBBQ-Range.“

*Christian Strebl, Geschäftsführer Severin Elektrogeräte*

***Steba: Gute Vorführungen***

Zusammenfassend können wir sagen, dass die sechs Tage der IFA 2019 zum wiederholten Male eine sehr gelungene Messe für uns war.  Wir sind sowohl mit der Quantität, als auch mit der Qualität der Kundenkontakte zufrieden und konnten neue Kundenkontakte in In- und Ausland knüpfen. Unsere Kunden waren von unseren vielen Neuheiten begeistert. Auch unser Sandwich-Stand beim Fachbesucher-Frühstück kam überaus gut bei den Gästen an.

Markus Müller Geschäftsführer

**Thomas: Besucherfrequenz niedriger**

„Die diesjährige IFA ist national hinter unseren Erwartungen zurückgeblieben.

Gegenüber den Vorjahren war die Besucherfrequenz niedriger, die Qualität der Gespäche war jedoch gut. Wie in den Vorjahren war auch in diesem Jahr die Besucherfrequenz aus dem Ausland positiv, verbunden mit vielen qualitativ guten Gesprächen. Wir würden es begrüßen, wenn die IFA die internationalen Kunden noch stärker forcieren würde.“

*Manfred Donath, Marketing Manager Robert Thomas*

–––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––––

***ProBusiness ElektroHausgeräte e.V.***

ProBusiness ElektroHausgeräte e.V. ist eine im Jahre 2003 gegründete Marketing-Initiative mittelständischer Hersteller und Vertriebsorganisationen aus dem Bereich der ElektroHausgeräte in Deutschland mit einem klaren Ziel: Den Entwicklungen am Markt und dem Wettbewerbsdruck mit neuen, innovativen Vorstellungen zu begegnen. Durch die Bündelung von Messeaktivitäten, der jährlichen Neu-Gestaltung von Präsentationsaktivitäten, der Stärkung der Marken nach außen durch gemeinsame Werbung sowie der Realisierung besonderer Ideen und anspruchsvoller Lösungen ist dies Pro Business mit seinen Markenprofis hervorragend gelungen.

Folgende Unternehmen gehören aktuell zur Marketing-Initiative: Beurer, CASO, Cloer, Fakir, Graef, JURA, Kärcher, Laurastar, Melitta Haushaltsprodukte, NIVONA, Remington/Russell Hobbs, ritter, ROMMELSBACHER, Sage, SEVERIN, starmix, Steba und THOMAS – sie alle sind Anbieter von Markenprodukten mit besonderer Bedeutung für den Handel. Die Mitgliedsfirmen gehören dem ZVEI Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. an. ProBusiness ElektroHausgeräte ist ein eingetragener Verein mit Sitz in D-60528 Frankfurt am Main, Büro und Geschäftsstelle befindet in D-30855 Langenhagen..

Zur sofortigen Veröffentlichung freigegeben – Belegexemplar erbeten

–––––––––––––––––––––––––––––––

ProBusiness ElektroHausgeräte e.V., Lyoner Strasse 9, 60528 Frankfurt

***Kontakt:***

***ProBusiness ElektroHausgeräte e.V.***

*c/o Berthold Niehoff*

*Hainhäuser Weg 208*

*D-30855 Langenhagen*

[*www.probusiness-aktuell.de*](http://www.probusiness-aktuell.de)