



iQ700 Waschmaschine und Wärmepumpentrockner von Siemens Hausgeräte



Intelligenter Klimaschutz

Auf einem neuen Messestand mit großzügigen Flächen und viel Grün präsentiert sich Siemens auf der IFA 2022 unter dem Motto „Intelligent technology for the new way of living“. Dabei zeigt die Nummer Eins unter den deutschen Hausgerätemarken erste Anwendungen von künstlicher Intelligenz (KI) in der Küche und stellt ihre neue iQ700 Backofen-

Generation vor (siehe PoS-MAIL 8/2022, S. 14). Auch der erste Kühlschrank, der seine Tür auf Sprachbefehl öffnet, sowie Anwendungsszenarien für die „intelligente Küche“ werden in Berlin zu sehen sein. Im Bereich Wäschepflege bieten die brandneue iQ700 Waschmaschine und der iQ700 Trockner dem Fachhandel viel Umsatzpotential.

Denn sie kombinieren markantes Design, sinnvolle neue Funktionen und viel Bedienkomfort mit intelligenten Technologien zur Schonung von Klima und Umwelt. Das zeigt sich bei der 10kg iQ700 Waschmaschine an der Einstufung in Energieeffizienzklasse A; der iQ700 Trockner wartet ebenfalls mit der bestmöglichen Klasse (A+++)



EDITORIAL

LUXUS
und
Nachhaltigkeit

Wenn es die IFA nicht gäbe, müsste man sie erfinden. Trotz der zum Teil irritierenden Begleitumstände und einiger bedauerlicher Lücken in der Ausstellerliste ist die Messe in diesem Jahr für die Branche besonders wichtig. Denn angesichts der täglich über die Menschen von Medien und Politik ausgeübten Hiobsbotschaften und Schreckensszenarien sind positive Impulse für die Industrie und den Handel genauso wichtig wie für die Konsumentinnen und Konsumenten selbst.

Das Umfeld, in dem in wenigen Wochen die traditionell verkaufstärkste Saison der Branche startet, kann einem wirklich Sorgen machen. Die GfK verkündet einen historischen Tiefststand des Konsumklimas nach dem anderen, und Ende Juli gab die gfu bekannt, dass allein der Absatz von Fernsehern im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr um 17 Prozent zurückgegangen ist. Trotzdem enthielt diese Meldung auch einen Hoffnungsschimmer: Denn die Durchschnittspreise legten im selben Zeitraum um neun Prozent zu, was vor allem dem weiter gestiegenen Anteil von OLED-TVs zu verdanken ist, die inzwischen 13 Prozent der Stückzahlen (Vorjahr acht Prozent) und vor allem 29 Prozent des Gesamtumsatzes in diesem Segment ausmachen.

Auch wenn sich einige der positiven Faktoren fortsetzen, werden sie 2022 nicht zu einem Wachstumsjahr machen. Viele Menschen leiden unter der Inflation und den steigenden Energiepreisen, und in einer solchen Situation wird eben nur das gekauft, was wirklich notwendig ist. Eine Ausnahme sind allenfalls einkommensstarke Zielgruppen, die von den steigenden Kosten zwar auch nicht begeistert sind, aber sich deswegen nicht einschränken müssen. Deshalb leidet das Luxussegment in Krisenzeiten weniger als der Massenmarkt.

Ein zweiter Hoffnungsschimmer: Die steigenden Energiepreise stärken das Bewusstsein vieler Konsumenten für effiziente Geräte. Da die Hausgeräte-Branche auf der IFA besonders stark vertreten ist, kann der Fachhandel hoffen, dass die wichtigsten Verkaufsargumente aus diesem Bereich auch von den Medien aufgegriffen werden.

So lässt sich schlussfolgern, dass die Binsenweisheit „Die Lage ist ernst, aber nicht hoffnungslos“ auch im letzten Quartal 2022 Gültigkeit behalten wird. Und während zumindest die Chance besteht, dass der Fachhandel im Luxussegment und im Hausgeräte-Geschäft trotz allem wichtige Erträge erzielen kann, sollte eines auch klar sein: Mit Preisnachlässen und Rabattaktivismus in der Mittelklasse wird man kaum jemand motivieren können, in Zeiten beschränkter Budgets in Technik-Produkte zu investieren.

Thomas Blömer
Thomas Blömer

Der Messeauftritt von Siemens Hausgeräte reflektiert eine vom Zukunftsinstitut im Auftrag des Herstellers herausgegebene neue Trendstudie mit dem Titel „New Living“, deren Ergebnisse ebenfalls auf der IFA bekanntgegeben werden. Sie macht deutlich, welche Megatrends und Wertvorstellungen private Lebenswelten in Zukunft prägen werden und welche intelligenten Technologien das „New Living“ unterstützen können. Die Studie zeigt, dass der nach außen sichtbare Wert materieller Dinge für viele Menschen abnimmt. Sie bevorzugen vielmehr Produkte und Dienstleistungen, die den Menschen, der Gesellschaft und der Umwelt echte Mehrwerte bieten. Dabei liegt auch in Zukunft ein besonderer Fokus auf den eigenen vier Wänden, die als wichtigster Rückzugs- und Wohlfühlort in einer volatilen Welt gesehen werden. In diesem Zuhause steht der Wunsch nach hochwertigen, langlebigen und vor allem nachhaltigen Produkten im Vordergrund, denn Nachhaltigkeit ist im „New Living“ keine Option mehr, sondern ein selbstverständlicher Bestandteil sinnvollen Entscheidens und Handelns.

Nachhaltigkeit und Komfort

Auf genau diese Faktoren zahlen die iQ700 Waschmaschine und der iQ700 Wäschetrockner ein. „Unser neues iQ700 Wäschepflege-Duo ist ein Musterbeispiel dafür, wie intelligente Technologie auf die Anforderungen des New Living eingeht“, erklärte Michael Mehnert, Geschäftsführer Siemens Hausgeräte. Das zeigt sich an zahlreichen Funktionen, die Komfort und Nachhaltigkeit zusammenführen. Dabei liegt bei der Waschmaschine und beim Trockner neben der Energieeffizienz ein wichtiger Schwerpunkt in sinnvoller Funktionalität, die es den Anwendern möglich macht, Zeit zu sparen, um mehr Flexibilität im Alltag zu gewinnen. So reagieren die Geräte auf das Verhalten ihrer Nutzer und helfen ihnen mit persönlichen Tipps dabei, die vielfältigen technischen Möglichkeiten auszuschöpfen, ohne sich erst in Bedienungsanleitungen vertiefen zu müssen. Das großzügige User Interface der iQ700 Waschmaschine erstreckt sich über die ganze Bedienblende und macht es einfach, die vielen Funktionen zu beherrschen. Denn auf der ergonomisch abgeschrägten, schwarzen Fläche werden nur die Auswahlmöglichkeiten gezeigt, die in diesem Moment auch gewählt werden können. Zudem gibt die Home Connect App den Anwendern wichtige Tipps, die auf ihr persönliches Nutzungsverhalten abgestimmt sind. So gibt es z. B. eine automatische Erinnerung, wenn es notwendig ist, die Trommel zu reinigen.



Die Home Connect App gibt den Anwendern der iQ700 Waschmaschine individuelle Tipps, die auf ihr persönliches Nutzungsverhalten abgestimmt sind.

Weniger Bügeln

Da die wenigsten Menschen gerne viel Zeit mit Bügeln verbringen, denkt die Siemens iQ700 Waschmaschine mit dem neuen smartFinish Programm über das Waschen hinaus. Diese ursprünglich für den Trockner entwickelte Zusatzoption ermöglicht das schnelle Auffrischen von zerknitterter Kleidung mit Dampf. So hat z. B. ein Blazer, der beim Autofahren zerknittert wurde, nach einer kurzen Behandlung im smartFinish Programm um bis zu 50 Prozent weniger Falten. Praktisch ist auch die Mini Load Option für Wäschestücke, die nicht mit der vollen Ladung gewaschen werden können, weil sie z. B. aus Seide sind oder eine ungewöhnliche Farbe haben. Mit dieser Lösung lassen sich auch kleine Wäschemengen schnell sowie wasser- und energiesparend reinigen.

Energie und Ressourcen sparen

Eine besonders wichtige Innovation ist der neue detergentScan, mit dem die iQ700 Waschmaschine das bewährte Dosiersystem i-Dos auf das nächste Level hebt. Wenn die Anwender mit der Home Connect App



Das großzügige User Interface der iQ700 Waschmaschine erstreckt sich über die ganze Bedienblende.

den Barcode auf der Waschmittel-Verpackung scannen, weiß die Maschine genau, was sich in ihrem Vorratstank befindet. Weitere Einstellungen, die vor der Inbetriebnahme nötig sind, lassen sich ganz einfach am Tablet oder Handy vornehmen. So wird z. B. die Wasserhärte automatisch anhand der Standortbestimmung des Smartphones ermittelt. Mit diesem High-Tech-System werden nicht nur (im Vergleich mit einer manuellen Dosierung) 38 Prozent Waschmittel gespart; auch das Wasser, mit dem man die überschüssige Chemie wieder herausspülen müsste, wird gar nicht erst verbraucht. So leistet der neue detergentScan einen signifikanten Beitrag zum Klima- und Umweltschutz, den Siemens nicht nur in der neuen iQ700 Waschmaschine verfügbar macht, sondern auch in älteren Geräten mit i-Dos und Home Connect.

Die intelligente Siemens Technologie schlägt sich natürlich auch auf den Energieverbrauch der iQ700 Waschmaschine nieder: Sie trägt nicht nur das Label der EU-Energieeffizienzklasse A, sondern unterbietet deren Grenzwert sogar um 20 Prozent. Ein weiterer Beitrag zum Klimaschutz: Die auf gute Reparaturfähigkeit ausgelegten Waschmaschinen werden ausschließlich in Deutschland hergestellt und gelangen so auf kurzen Transportwegen in den Fachhandel, ohne zuvor um die halbe Welt reisen zu müssen.

Passender Wäschetrockner

Mit seinen intelligenten Technologien passt der neue iQ700 Wäschetrockner perfekt zur gleichnamigen Waschmaschine, denn Siemens hat das Design, die Programme und die Optionen der beiden Geräte genau aufeinander abgestimmt. Wie die Waschmaschine fällt der Trockner dank seines modernen, wohnlichen Looks weder im Bad noch im Schlafzimmer negativ auf und passt bestens in einen stylischen Laundry Room. Die grifflose Tür aus schwarzem Glas, deren Anschlag wechselbar ist, bietet



Michael Mehnert, Geschäftsführer Siemens Hausgeräte: „Unser neues iQ700 Wäschepflege-Duo ist ein Musterbeispiel dafür, wie intelligente Technologie auf die Anforderungen des New Living eingeht.“

einen besonderen Blickfang. Auch beim Trockner erstreckt sich das User Interface über die ganze Bedienblende und ist ebenso einfach zu bedienen wie bei der Waschmaschine. Praktisch ist der neue Nachlegeindikator, der genau angibt, bis wann ein nasses Teil noch in den Trockner darf, damit es am Ende so trocken ist wie die gesamte Ladung. Ebenfalls nützlich ist die Möglichkeit, das Gerät mit einem Betriebsgeräusch von nur 59 dB (A) besonders leise zu betreiben, um z. B. in den Abend- und Nachtstunden niemanden zu stören.

Zeit oder Energie sparen

Viele Kundinnen und Kunden wünschen sich, gerade beim zeitkritischen Faktor „Trocknen“ den Prozess beschleunigen zu können, wenn sie es einmal eilig haben. Genau das ist mit der erwähnten varioSpeed Funktion möglich. Sie verkürzt den Ablauf bei Baumwolle um bis 35 Prozent, so dass der neue Premium-Trockner pro kg Wäsche voll beladen weniger als 20 Minuten benötigt. Umgekehrt ist es möglich, vom Zeitmanagement auf Nachhaltigkeit umzuschalten. So können die Nutzer jedes Mal

entscheiden, ob sie die Wäsche lieber schnell oder mit längeren Laufzeiten besonders klimafreundlich trocknen möchten. Im letzteren Fall unterbietet der neue Wärmepumpentrockner von Siemens die beste Energieeffizienzklasse A+++ um 10 Prozent. Zudem hat Siemens Funktionen eingebaut, die einen besonders sparsamen Betrieb über die gesamte Betriebs- und Lebensdauer sicherstellen: Damit die Anwender den Wärmetauscher nicht selbst von Flusen befreien müssen, reinigt sich dieser dank der selfCleaning Condensator Technologie von selbst. So bleibt der Stromverbrauch dauerhaft so niedrig, wie die Konstrukteure das vorgesehen haben.

Leine oder Wäschetrockner?

Gerade in diesen Tagen ist es eine durchaus berechtigte Frage, ob der Einsatz von elektrischen Wäschetrocknern angesichts der Energieknappheit überhaupt vertretbar ist. Gehört die Wäsche nicht immer auf die Leine? Untersuchungen haben ergeben: Die Frage ist nicht so einfach zu beantworten. Im Sommer fällt zwar die Bilanz bei trockenem, warmem Wetter klar zugunsten des Trocknens im Freien aus, im Winter dagegen nicht. Denn wer den Wäscheständer in der beheizten Wohnung aufstellt, braucht mehr Energie und muss zudem wegen der Feuchtigkeit im Raum häufiger lüften, wobei ebenfalls Wärme entweicht. So ist nach Aussagen der Stiftung Warentest und des Ökoinstituts ein effizienter Wärmepumpentrockner durchaus dazu geeignet, wertvolle Ressourcen zu schonen. Dazu trägt auch bei, dass der Trockner (unter Umständen klimaneutral produzierten) Strom verbraucht, während bei den meisten Zentralheizungen fossile Energieträger wie Öl oder Gas eingesetzt werden.

Tipps vom Trockner

Wie die Waschmaschine gibt auch der iQ700 Wäschetrockner seinen Nutzern personalisierte Tipps, wie sie das Gerät noch besser einsetzen können. Das kann z. B. ein

Hinweis auf das neue Dampfprogramm sein, das mit drei verschiedenen Optionen die Bügelzeiten verringern kann. Und der iQ700 Wäschetrockner ist auch update-fähig: Auf Wunsch lässt sich die Programm-Auswahl um spezielle Abläufe für Sports Wear, Daunenkleidung und Jeans erweitern.

Ab Frühjahr 2023

Die iQ700 Waschmaschine (WG56B2A40) von Siemens kommt im März 2023 zum Preis von 1.539 Euro (UVP) auf den Markt. Der iQ700 Wäschetrockner (WQ46B2C40) folgt im April 2023 und soll 1.789 Euro (UVP) kosten.



Mit ihrem modernen, wohnlichen Look passt der neue iQ700 Wäschetrockner in Wohn- und Waschräume.

INHALT

PoS-MAIL Aktuell Nachrichten und Neuheiten 4, 6, 7, 8, 9, 13, 16, 17, 18, 19, 23, 24

Wertgarantie mit neuer Nachhaltigkeitsstrategie
Erster Standort klimaneutral 6

Großes Update für Yamaha MusicCast
Neue Funktionen 8

Der neue Loewe iconic mit 55 und 65 Zoll Bilddiagonale
Die TV-Skulptur 10

Fidlock setzt seit 15 Jahren auf Innovation
Am Anfang stand ein Cello 12

Metz Classic setzt weiter auf traditionelle Werte
Nachhaltigkeit Made in Germany 14

Philips TV bringt neues OLED+ Flaggschiff
Noch besseres Ambilight 15



Neuer Vollautomat Filka von Severin
Der Erste für Filterkaffee 16

Miele auf der IFA 2022
Fokus auf der Küche 18



Haier mit Neuheiten und neuem WashPass-Service auf der IFA
Die Zukunft der Wäschepflege 20



Die neue Barista Express Impress von Sage Appliances
Frischer Espresso ganz einfach 21

AEG mit neuen Kühl-Gefrier-Geräten auf der IFA
Mehr Nachhaltigkeit 22

De'Longhi mit Lösungen für den Einstieg in guten Kaffee
Den Markt erweitern 25



Ecovacs Robotics definiert seine Mission und Vision neu
„Symbiose zwischen Mensch und Roboter“ 26



Wagners Welt 27

Impressum 27

PoS-MAIL @ 27

Matthias Wietstock jetzt bei TCL



Matthias Wietstock

Matthias Wietstock hat am 1. August die neu geschaffene Position des Sales & Marketing Directors Germany für TCL Deutschland in Düsseldorf übernommen. Der erfahrene Manager war 27 Jahre in verschiedenen Funktionen für die Marke Philips in der Branche tätig, zuletzt seit Anfang 2019 als Marketing Director Philips TV & Sound D-A-CH bei TP Vision.

Bei TCL soll Wietstock die neue Aufstellung in den Bereichen TV, Sound und Weiße Ware umsetzen. „Mit der Neuaufstellung der Organisation, die die Bereiche Sales und Marketing zusammenfasst, wollen wir TCL in Deutschland in den Bereichen TV, Sound und Weiße Ware genauso etablieren, wie es bereits in anderen Ländern in Europa, Nordamerika und Asien der Fall ist“, erklärte Wietstock. „Als voll integrierter End-To-End Lieferant für Consumer Electronics und Weiße Ware mit einem umfangreichen Portfolio und aktuellsten Technologien werden sich für den Handel und uns neue, spannende Möglichkeiten ergeben.“

Neuer Deutschlandchef bei MediaMarktSaturn

Gábor Szilágyi, seit Februar 2022 Deutschland-Chef von MediaMarktSaturn, hat sich aus persönlichen Gründen entschieden, den Vorsitz der Geschäftsführung der deutschen Landesgesellschaft abzugeben und in seine Heimat Ungarn zurückzukehren. Dort wird er zum 1. Oktober 2022 wieder die Führung der ungarischen Landesgesellschaft von MediaMarktSaturn übernehmen. Nachfolger von Szilágyi an der Spitze von MediaMarktSaturn Deutschland wurde mit Wirkung zum 15. August 2022 der bisherige Chief Digital Officer (CDO) Dr. Sascha Mager, der weiterhin Mitglied des Executive Committees der MediaMarktSaturn Retail Group bleibt.



Dr. Sascha Mager

„Wir respektieren die Entscheidung von Gábor Szilágyi und freuen uns, dass er mit seinem Talent und seiner Erfahrung unserem Unternehmen erhalten bleibt“, kommentierte Dr. Karsten Wildberger, CEO von Ceconomy und MediaMarktSaturn. „Mit Sascha Mager als internem Nachfolger sorgen wir für einen nahtlosen Übergang in der Führung von MediaMarktSaturn Deutschland. Als CDO für die gesamte Gruppe hat er bereits in den vergangenen Monaten in enger Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung auch das Digitalgeschäft in Deutschland maßgeblich gestützt und zugleich auch erste, wichtige Impulse zur weiteren Stärkung des stationären Geschäfts gesetzt. Gemeinsam mit dem Team wird Sascha Mager die Weiterentwicklung unserer größten Landesgesellschaft vorantreiben.“

„Mit dieser Neuordnung nutzen wir zudem unsere bestehenden internen Kompetenzen noch gezielter für die Gesamtgruppe, ohne zusätzliche Zentralstrukturen zu schaffen – ganz im Sinne eines schnellen und schlanken Unternehmens“, fügte Wildberger hinzu.

Haier Germany erweitert Vorstand

Als Reaktion auf das in den vergangenen Jahren deutlich gestiegene Umsatzvolumen hat Haier Germany das Management und den Vorstand erweitert: Seit dem 1. Juli 2022 ist Christian Burghardt als Chief Commercial Officer (CCO) und neues Vorstandsmitglied tätig. Er berichtet an den CEO DACH Thomas Wittling. Ebenfalls neu im Vorstand ist Manuel Gassner, der bereits seit Juni 2020 als CFO bei Haier arbeitet.

iRobot geht an Amazon

Der Online-Gigant Amazon wird iRobot, den Spezialisten für Reinigungsroboter, für 1,7 Milliarden US-\$ übernehmen. Eine entsprechende verbindliche Vereinbarung wurde von Vertretern beider Unternehmen unterzeichnet. Der Kaufpreis entspricht einem Wert von 61 US-\$ pro Aktie. Die Transaktion unterliegt noch den üblichen Genehmigungsverfahren und muss auch von den iRobot-Aktionären bestätigt werden.

Auch nach dem Abschluss der Transaktion soll Colin Angle CEO von iRobot bleiben. „Über viele Jahre hinweg hat das iRobot-Team seine Fähigkeit bewiesen, die Art und Weise, wie Menschen reinigen, mit unglaublich praktischen und erfinderischen Produkten neu zu erfinden“, kommentierte Dave Limp, Senior Vice President von Amazon Devices. „Ich freue mich darauf, mit dem iRobot-Team zusammenzuarbeiten, um Wege zu finden, das Leben der Kunden einfacher und angenehmer machen.“ „Amazon teilt unsere Leidenschaft für die Entwicklung durchdachter Innovationen, die Menschen dazu befähigen, zu Hause mehr zu tun, was ihnen gefällt; ich kann mir keinen besseren Ort für unser Team vorstellen, um unsere Mission fortzusetzen“ sagte Colin Angle, CEO von iRobot. „Ich freue mich sehr, ein Teil von Amazon zu werden und zu sehen, was wir in den kommenden Jahren gemeinsam für Kunden aufbauen können.“



Christian Burghardt (links) und Manuel Gassner gehören jetzt zum Vorstand von Haier Germany.



Der 45-Jährige Christian Burghardt bringt für seine neue Position nicht nur 20 Jahre Erfahrung in der Elektro- und Haushaltsgeräte-Branche mit, sondern ist auch mit Haier bereits vertraut: 2019 kam er von BSH zu dem Spezialisten für Haushaltsgeräte, um die Position des Head of Sales für Einbaugeräte zu übernehmen. „Wir sind auf einem sehr guten Weg, unsere strategischen Ziele zu erreichen – und haben den Umsatz während der letzten Jahre deutlich steigern können“, kommentierte Thomas Wittling, CEO DACH bei Haier Germany. „Um noch schneller und agiler handeln zu können, haben wir nun auch den Vorstand erweitert und freuen uns, mit Christian Burghardt als CCO ein neues Teammitglied zu begrüßen, mit dem wir unseren Wachstumskurs weiter vorantreiben können.“ Nachdem Haier Anfang des Jahres vom Marktforschungsunternehmen Euromonitor International erneut als die weltweit führende Marke für Haushaltsgroßgeräte bestätigt wurde, will das Unternehmen diese Position auch in Europa erreichen. Als neuer CCO soll Burghardt eine wichtige Rolle bei der Umsetzung dieser Wachstumsstrategie spielen.

Photopia Hamburg unter der Schirmherrschaft von Claudia Roth und Rankin

Die Photopia Hamburg, die vom 13. bis 16. Oktober in der Hansestadt stattfindet, geht in diesem Jahr gleich unter zwei Schirmherrschaften an den Start: Nachdem im vergangenen Jahr die international renommierte Mode-Fotografin Ellen von Unwerth als Schirmherrin der Premiere auftrat, wird das urbane Festival für Foto- und Video 2022 sowohl von Claudia Roth, Mitglied des Deutschen Bundestages sowie Staatsministerin und Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, als auch dem britischen Starfotografen Rankin unterstützt.

„Die beiden sind die ideale Besetzung für unser urbanes Imaging-Festival“, erklärte Christian Popkes, Künstlerischer Leiter der Photopia Hamburg. „Und weil sie aus so verschiedenen Bereichen kommen, bringen sie ganz unterschiedliche Impulse mit. Das ist eine wahre Bereicherung.“

Claudia Roth, die ihre Verbundenheit mit der Fotografie zuletzt als Schirmherrin des Oberstdorfer Fotogipfels zeigte, ist aktuell die Kulturstaatsministerin im Kabinett von Bundeskanzler Olaf Scholz. Zuvor war die Grünen-Politikerin bis 2013 zwei Mal

Parteivorsitzende und bis 2021 Vize-Präsidentin des Deutschen Bundestages. Vor ihrem politischen Engagement arbeitete Claudia Roth unter anderem als Dramaturgie-Assistentin und Dramaturgin bei den Städtischen Bühnen Dortmund sowie bei Hoffmanns Comic Theater (HCT) in Unna. Von 1982 bis 1985 war sie Managerin der Politrockband Ton Steine Scherben um Rio Reiser.

Vor der Kamera des Starfotografen Rankin standen bereits internationale Superstars wie David Bowie, Kate Moss, Kendall Jenner und Heidi Klum. Der Brite, dessen Portfolio neben Portraits und Modelfotografien auch Dokumentationen umfasst, ist dem deutschen Publikum unter anderem durch „Germany's Next Topmodel“ bekannt. Seine Bilder erschienen in Top-Medien wie Elle, Vogue, GQ und Rolling Stone und waren auch im New Yorker MoMA und dem Victoria & Albert Museum in London zu sehen.

Neben zahlreichen Vorträgen, Workshops und Panels im Rahmen der Creative Content Conference oder der Imaging Executives Conference erwartet die Besuchenden ein geballtes Line-Up mit international renommierten Key Speakern sowie Influencerinnen und Influencern. Tickets gibt es im Ticketshop unter <https://www.photopia-hamburg.com/photopia-summit/besucher/tickets-einladungen>. Dort kann auch die Teilnahme an der B2B Konferenz ImagingExecutives@PHOTOPIA gebucht werden, die am 13. Oktober im Raum Chicago des Hamburger Messelandes stattfindet.

Neuer Business Unit Director für den Bereich Small Domestic Appliances (SDA) bei Haier

Markus Reiners wurde mit Wirkung zum 1. Juli 2022 zum neuen Business Unit Director D/A/CH für die SDA bei Haier Germany ernannt. Der gelernte Betriebswirt verfügt über 25 Jahre Berufserfahrung in Vertrieb und Marketing und besetzte verschiedene Führungspositionen bei internationalen Unternehmen. Zuletzt war er als Regional Head, Country Manager und Director Sales bei iRobot tätig.



Markus Reiners

„Mit seiner Erfahrung und seinem Werdegang ist Markus Reiners die ideale Besetzung, um diesen Geschäftsbereich auch künftig zu stärken und weiterzuentwickeln“, erklärte Thomas Wittling, CEO der D/A/CH-Region bei Haier. „Wir wollen unter die Top 3 in Europa kommen. Dabei hilft uns unsere Managementphilosophie, die mit Top-down-Strukturen und Hierarchien aufräumt und auf starke, eigenverantwortlich arbeitende Teams setzt“, fuhr Wittling fort.

Markus Reiners wird unter anderem dafür zuständig sein, die Marke Hoover weiterzuentwickeln. „Ich freue mich auf die Herausforderungen, die auf mich warten, und darauf, mein Know-how in den Ring zu werfen, um die ehrgeizigen Ziele des Unternehmens zu erreichen.“



jura®

»Frisch
gemahlen,
nicht
gekapselt.«

RFB



Roger Federer
Schweizer Tennis-Ikone
und JURA-Markenbotschafter
seit 2006

Die GIGA 10 – ein Kaffeespezialitäten-Vollautomat der Superlative sprengt alle bisherigen Grenzen von Leistung und Genuss. Mit zwei professionellen Mahlwerken für zwei verschiedene Kaffeesorten, 35 heißen wie auch Cold-Brew-Spezialitäten und innovativem Panorama Coffee Panel für beste Übersicht bietet die GIGA 10 eine Spezialitätenvielfalt wie nie zuvor. JURA – If you love coffee. jura.com

IFA
2. – 6. Sept. 2022
Messe Berlin
Halle 2.1, Stand 202

Wertgarantie mit neuer Nachhaltigkeitsstrategie

Erster Standort klimaneutral



Hannover ist der erste klimaneutrale Standort der Wertgarantie-Gruppe.

Bereits seit 2018 ermittelt Wertgarantie seine Umweltkennzahlen und erstellt in Zusammenarbeit mit dem Dienstleister ClimatePartner einen jährlichen Bericht über die CO₂-Bilanz, in dem neben den Einzelwerten auch die Berechnungsmethodik sowie die Ergebnisse detailliert beschrieben sind. Auf der Basis dieser Zahlen hat der Spezialversicherer und Garantiedienstleister nun eine neue Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt, in der die bis zum Jahr 2025 gesetzten Ziele festgelegt sind. Eines davon hat das Unternehmen schon erreicht: Am Standort Hannover wird bereits in diesem Jahr klimaneutral gearbeitet.

Damit will Wertgarantie einen eigenen Beitrag dazu leisten, dass die im Jahr 2015 von rund 200 Ländern



Wertgarantie-Vorstand Konrad Lehmann: „Die Erreichung der unternehmerischen Nachhaltigkeitsziele zählt auf den Unternehmenserfolg ein.“

auf der UN-Klimakonferenz in Paris formulierten Ziele erreicht werden, die globale Erwärmung im Vergleich zu vorindustriellen Werten auf maximal 2° C, möglichst auf 1,5° C zu begrenzen. Dafür wurden in Hannover vier wesentliche Handlungsfelder mit Zielen und Maßnahmen definiert, um vor allem die CO₂-Emissionen zu senken: Unternehmensführung, Mitarbeitende, Geschäftsbetrieb sowie Kunden und Produkte. „Aufgrund der Dringlichkeit dieser Thematik haben wir den klimaneutralen Geschäftsbetrieb für den Standort Hannover bereits dieses Jahr realisiert“, sagte Wertgarantie-Vorstand Konrad Lehmann. „Mit der Umstellung auf Ökostrom und Recyclingpapier, mit energetischen Gebäudesanierungen und mehr konnten wir klimaschädliche CO₂-Emissionen vermeiden und reduzieren. Alle

unvermeidbaren CO₂-Emissionen gleichen wir zudem durch Klimaschutzprojekte aus, so dass unser Standort bilanziell klimaneutral ist.“

Aktiver Klimaschutz

In diesem Zusammenhang fördert die Wertgarantie Group die Renaturierung von Mooren in Deutschland und engagiert sich auch im internationalen Klimaschutz bei einem Projekt, 97.000 Hektar Wald in Pará an der brasilianischen Amazonas-Mündung zu schützen und die kommerzielle Abholzung zu verhindern.

Die Kompensation der Emissionen sei ein wichtiger, notwendiger Schritt, betonte Lehmann, allerdings setze man in der Unternehmensgruppe schon vorher an: bei der Reduzierung und Vermeidung der CO₂-Emissionen. „Langfristig ist es unser Ziel, den durchschnittlichen CO₂-Fußabdruck pro Mitarbeitenden auf unter 2 Tonnen zu senken.“ Deshalb seien in der Unternehmensgruppe alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die Nachhaltigkeitsthematik involviert. „Die Erreichung der unternehmerischen Nachhaltigkeitsziele zählt auf den Unternehmenserfolg ein. Die Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks pro Mitarbeitenden ist deshalb einer von vier Parametern in einem innovativen Nachhaltigkeits- und Erfolgsbonussystem. Die Mitarbeitenden bringen ihren persönlichen Beitrag ein und profitieren so jährlich in Form einer Bonuszahlung vom Engagement aller.“

Bereits im Juni dieses Jahres war Wertgarantie mit dem Deutschen Award für Nachhaltigkeitsprojekte ausgezeichnet worden, weil sich der Versicherer mit seiner Strategie „Reparieren statt Wegwerfen“ für den verantwortungsvollen Umgang mit Elektrogeräten einsetzt. Dazu gehört es auch, die Verbraucher am PoS für eine verlängerte Gerätenutzung zu sensibilisieren, indem z. B. die Ergebnisse einer eigenen empirischen Untersuchung zum Elektroschrott in Deutschland präsentiert werden.

Dem nun erfolgten Schritt zur Klimaneutralität am Standort Hannover sollen weitere folgen. Bis 2025 will Wertgarantie konzernweit klimaneutral sein und so aktiv den Europäischen Green Deal und das Pariser Klimaabkommen unterstützen.

Ceconomy: Mehr Umsatz, weniger Gewinn im 3. Quartal

Der Umsatz von Ceconomy, der Muttergesellschaft von MediaMarktSaturn, ist im dritten Quartal des laufenden Geschäftsjahres um 6,3 Prozent auf 4,7 Mrd. Euro gestiegen. Das operative Ergebnis (EBIT) ging dabei allerdings um 16 Mio. Euro auf einen Verlust von 109 Mio. Euro zurück. Die Zahlen seien durch die deutlich gestiegene Inflation negativ beeinflusst worden, die auch zu höheren Warenbezugskosten geführt habe, erklärte das Unternehmen. Wegen des intensiven Wettbewerbs seien zudem zusätzliche Investitionen in Kampagnen und Sonderaktionen erforderlich. Zudem sei beim Vergleich mit dem Vorjahr zu berücksichtigen, dass das Ergebnis 2020/2021 durch staatliche COVID-19-Hilfen in Höhe von 45 Mio. Euro gestützt worden war.

Im Segment DACH ist der Umsatz im dritten Quartal mit der Erholung des stationären Geschäfts im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um gut 5 Prozent gewachsen. Allerdings sei hier im Laufe des Quartals ein spürbarer Nachfragerückgang zu verzeichnen gewesen, vor allem in Deutschland, heißt es in einer Pressemitteilung. Im Segment West-/Südeuropa wurde das Umsatzniveau des Vorjahres wegen eines schwächeren Geschäftsverlaufs in den Niederlanden und in Belgien nicht ganz erreicht. Dagegen ist Ceconomy mit einem währungs- und portfoliobereinigten Umsatzplus von annähernd 65 Prozent in Osteuropa erneut am stärksten gewachsen. Dazu hat vor allem die anhaltend gute Kundennachfrage in der Türkei beigetragen. Allerdings ist hier auch der Einfluss der extrem hohen Inflation zu berücksichtigen.

CECONOMY

Vor dem Hintergrund der Erholung des stationären Geschäfts nach dem Wegfall der Corona-Restriktionen lag der Online-Umsatz im dritten Quartal mit rund 1,1 Mrd. Euro um rund 400 Mio. Euro unter dem Wert des Vorjahresquartals und erreichte 22,9 Prozent des Gesamtumsatzes. Damit habe sich der Anteil im Vergleich zum dritten Quartal 2018/19, dem letzten direkten Vergleichszeitraum vor der Corona-Pandemie, nahezu verdoppelt, betonte Ceconomy. Mittelfristig will das Unternehmen weiterhin einen Online-Anteil von 30 Prozent des Gesamtumsatzes erreichen.

Im strategisch wichtigen Geschäftsfeld Services & Solutions legte der Umsatz im dritten Quartal um 23,1 Prozent auf 299 Mio. Euro zu; der Anteil am Gesamtumsatz erhöhte sich damit von 5,5 auf 6,4 Prozent. Dazu habe auch das stärkere stationäre Geschäft beigetragen, erklärte Ceconomy. So habe es in den Märkten eine gute Nachfrage nach Smartbar-Dienstleistungen, Garantieverlängerungen und Mobilfunkverträgen gegeben.

Für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2021/22 ergibt sich für Ceconomy ein Umsatz von 16,5 Mrd. Euro, 3,2 Prozent mehr als in der Vorjahresperiode. Das EBIT liegt mit 102 Mio. Euro fast auf dem Niveau des Vorjahres (106 Mio. Euro). Im gesamten Geschäftsjahr soll der Umsatz das Vorjahresniveau (21,4 Mrd. Euro) erreichen, das EBIT wird im Korridor von 150 Mio. bis 210 Mio. Euro (2020/21: 237 Mio. Euro) erwartet.

Euronics pflanzt 10.000 Bäume für den Klimaschutz

Euronics Deutschland setzt sich in Zusammenarbeit mit dem Waldaufforstungsprojekt Plant-my-tree für die Umwelt und den Klimaschutz ein. Dank Markenkooperationen sowie Aktionen und Angeboten der Händler werden in einem circa zwei Hektar großen Areal im nordrhein-westfälischen Lüdenscheid 10.000 Bäume gepflanzt. Neben den Vorteilen für das ökologische Gleichgewicht und die lokale Bevölkerung soll der „Euronics Wald“ als natürlicher CO₂-Speicher einen Beitrag für den Klimaschutz leisten.

In das Projekt sind auch die Kundinnen und Kunden eingebunden: Für jeden Kauf eines mit dem Plant-my-tree Logo gekennzeichneten Aktionsgerätes im jeweiligen Aktionszeitraum wird in Lüdenscheid ein Setzling gepflanzt. Die Käufer erhalten als Bestätigung ihres Beitrags ein Baumzertifikat mit der Warenlieferung, oder sie holen es vor Ort beim Händler ab. Dann können sie „ihren“ Baum sogar besuchen. Bisher liefen in den Euronics Märkten Aktionen mit Samsung, Acer und Siemens, die bereits abgeschlossen sind.

Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG, hat den Euronics Wald am 28. Juli in Lüdenscheid besucht, um sich vom Fortschritt des Projekts zu überzeugen. „Mit unserem Claim ‚Für Dein bestes Zuhause der Welt‘ zeigen wir unsere besondere Nähe zu unseren Kunden und ihren Bedürfnissen“, sagte Kober. „Das Zuhause‘ meint aber nicht nur die eigenen vier Wände, sondern letztlich auch unsere Heimat, in der wir leben. Dazu gehört auch der Wald nebenan. Deshalb wollten wir uns für ein Projekt engagieren, das zu uns passt. Ganz nach unserem Markenversprechen, „nah und da“ zu sein, können wir mit der Aufforstungsaktion lokal wirken und darüber hinaus Großes bewirken: Denn jeder Baum zählt, wenn es darum geht, der Umwelt etwas Gutes zu tun.“ Die bisher über 50 gepflanzten Baumarten im Euronics Wald stehen für mindestens 99 Jahre unter dem Schutz der Plant-my-tree Stiftung. In diesem Zeitraum darf keine Abholzung oder wirtschaftliche Nutzung erfolgen. Aktuell befindet sich ein 1.200 Meter langer Waldlehrpfad für das Areal in Planung, der Ende des Jahres eröffnen soll.

Die Plant-my-tree Kooperation ist Teil der Strategie von Euronics, bei Umweltschutz und Nachhaltigkeit unternehmerische Verantwortung zu zeigen. Das geschieht auch durch den Ausbau des Warenbereichs „Erneuerbare Energien“ und ein jahrelanges Engagement im Bereich Elektromobilität. Von der Wallbox, dem E-SUV Aiways U5, der PV-Anlage bis hin zum Balkonkraftwerk bietet Euronics schon jetzt Produkte mit nachhaltigen Technologien und die dazugehörigen Dienstleistungen an. Auch im Unternehmen selbst spielt Nachhaltigkeit eine große Rolle. So wird z. B. in der Verbundgruppenzentrale in Ditzingen derzeit eine eigene Photovoltaik-Anlage installiert, um die Räume zu 100 Prozent mit „grünem“ Strom

zu versorgen. Außerdem haben sich Mitarbeiter von Euronics zu Klimaprofis ausbilden lassen, um mehr Kompetenz im Hause aufzubauen und mit dieser Expertise auch die Händler zu unterstützen. Das Angebot von nachhaltigen Produkten und „refurbished“ – also generalüberholten – Geräten soll konsequent ausgeweitet werden.

expert übernimmt die sechs AlphaTecc.-Elektrofachmärkte

expert und die Globus Fachmärkte GmbH & Co. KG haben eine Einigung über die Zukunft der sechs AlphaTecc.-Fachmärkte mit insgesamt rund 15.000 Quadrat-

metern Verkaufsfläche erzielt. Demnach wird die expert klein GmbH zum 1. Oktober 2022 vier expert und die expert Wachstums- und Beteiligungs SE (eWB SE) zwei Standorte übernehmen. Mit der Übernahme erweitert die Verbundgruppe ihre Netzwerk auf 402 Geschäfte – davon 287 Fachmärkte (Vollsortiment mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 Quadratmetern).

„Die Übernahme der sechs Fachmärkte verdeutlicht, dass das expert-Konzept erfolgreich ist und stärkt die expert-Kooperation nachhaltig“, erklärte Dr. Stefan Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE. „Als Verbundgruppe freut es uns besonders, dass vier Fachmärkte aus dieser Übernahme direkt in Unternehmerhand an die expert klein GmbH übergehen.“

ECOVACS

DEEBOT **YIKO** TURBO

ERSTKLASSIGE REINIGUNG DANK
KÜNSTLICHER INTELLIGENZ



AIVI™ 3.0 für optimale Hinderniserkennung

TURBO Reinigungsstation: automatische Wasserzufuhr,

Selbstentleerung, Trocknung der Wischtücher

Steuerung mit dem **YIKO** Sprachassistenten

Großes Update für Yamaha MusicCast

Neue Funktionen

Yamaha erweitert sein Multiroom-System MusicCast mit einem umfassenden App-Update um weitere Funktionen. Zudem soll die Bedienung dank der aktualisierten Menüführung intuitiver werden. Dafür wurden z. B. Ersteinrichtungsschritte überarbeitet. Das Update kann mit allen Yamaha Produkten genutzt werden, die mit MusicCast kompatibel sind.

Für das Update der MusicCast App hat Yamaha viele Erkenntnisse über das Nutzerverhalten sowie das Feedback der Kunden genutzt. Wenn beim Start der App das Hauptmenü mit dem zuletzt genutzten Raum angezeigt wird, erkennt man gleich eine der wichtigsten Neuerungen: Es können nun die vier zuletzt verwendeten Quellen und bis zu acht vorherige Inhalte dargestellt werden. Zudem ist es möglich, die Ansicht mit einem Tipp zu vergrößern, um dann bis zu 40 vorherige Inhalte anzuzeigen. Die Anzeige der aktuellen Wiedergabe befindet sich unten und ist damit stets im Blickfeld. Favoriten, Playlists, Verknüpfungen von Räumen und alle verfügbaren Quellen lassen sich über das Hauptmenü ganz bequem auswählen. Die Übersicht über alle Räume ist im Hauptmenü durch ein eigenes Icon gut zu erkennen; Routinen sowie weitere Einstellungen sind prominent in

der neuen Drei-Punkte-Struktur platziert und damit immer sichtbar.

Ganz einfach die passende Musik

Mit vorher konfigurierten Routinen unterstützt die MusicCast App ihre Nutzer dabei, direkt auf die gewünschten Inhalte zuzugreifen. So kann man z. B. festlegen, dass morgens nach dem Aufstehen der bevorzugte Radiosender startet und abends nach der Arbeit eine ruhige Playlist beginnt; auch ein Party-Modus mit Inhalten für die nächste Geburtstagsfeier lässt sich gestalten. Bei einer neuen, individuellen Routine können für einen bestimmten Raum die Quelle, verschiedene Titel, Playlists und auch die Lautstärke vorgegeben werden. Wie bei MusicCast üblich, ist es auch hier möglich, mehrere Räume mitein-

ander zu verknüpfen. Standardmäßig integriert ist die Routine für das Verlassen der eigenen vier Wände: Dann wird die Wiedergabe beendet, und alle verbundenen MusicCast Geräte werden ausgeschaltet.

Da das Update mit allen Yamaha MusicCast Produkten genutzt werden kann, erhalten auch installierte Soundbars und AV-Receiver ebenso wie die MusicCast Streaming-Lautsprecher Zugriff auf die neuen Funktionen.

Fürs Verkaufsgespräch besonders wichtig: Die Einrichtung von MusicCast wird mit dem Update noch einfacher. Wenn z. B. ein neues Gerät dem MusicCast Netzwerk hinzugefügt wird, kann direkt zu Beginn das jeweilige Modell ausgewählt und mit spezifischen Anweisungen angesteuert werden.



Mit dem Update wird das Leistungsprofil aller Produkte von Yamaha erweitert, die mit MusicCast kompatibel sind.

PoS-MAIL Aktuell

Neue LG Tone Free Kopfhörer

Die neuen 2022er Tone True Wireless-Kopfhörer von LG Electronics (LG) bieten ein ultimatives Klangerlebnis mit fortschrittlichen Audiotechnologien, komfortabler Passform und zahlreichen neuen Funktionen. Damit sind die Modelle die perfekten Alltagsbegleiter für den modernen Lebensstil.

Beim Flaggschiffmodell LG Tone Free DT90Q Dolby Atmos-Kopfhörer sorgt eine neue interne Struktur mit größeren Treibern für tiefere, sattere Bässe; durch die Verwendung des hochwertigen Materials Graphen werden Vibrationen reduziert und gleichzeitig die Audioqualität verbessert.

Darüber hinaus verfügen die Earbuds über Headphone Spatial Processing (HSP), eine spezielle Technologie von Meridian. Die Technologie sorgt für eine volle, natürlichere Klangbühne mit einem klaren Klangbild in der Mitte. Zusätzlich sorgt die Perfect Balance-Technologie dafür, dass die DT90Q-Kopfhörer bei jeder Lautstärke eine gleichmäßige Klangbalance aufweisen.



Die LG Tone Free DT90Q Dolby Atmos sind nach Herstellerangaben die weltweit ersten kabellosen Kopfhörer, die Dolby Head Tracking für alle Inhalte und Geräte unterstützen. Dolby Head Tracking kalibriert den Klang neu, wenn der Nutzer seinen Kopf bewegt. Zudem sorgt Dolby Head Tracking in Verbindung mit Dolby Atmos-Inhalten für Details, Tiefe und Klarheit. Die DT90Q bieten darüber hinaus mit dem von Dolby entwickelten Audio Virtualizer eine fortschrittliche Lösung, die die räumliche Dimensionalität für Stereounterhaltung erweitert.

Des Weiteren verfügen die DT90Q über Snapdragon Sound: Nutzer können damit eine Klangqualität erleben, die bisher nur bei kabelgebundenen Kopfhörern möglich war. Neben hochauflösendem 24-Bit/96kHz-Audio bieten die Snapdragon Sound-zertifizierten Kopfhörer von LG eine hervorragende Konnektivität, kristallklare Sprachqualität und eine geringe Latenz, wodurch sie sich nicht nur für das Hören von Musik, sondern auch für Sprachanrufe und Spiele eignen.

Zusätzlich warten die DT90Q mit einer verbesserten aktiven Geräuschkürzung (ANC) mit dem Double Step ANC Algorithmus und Real Time ANC Optimizer auf. Der Double Step ANC Algorithmus nutzt einen neuen Filter mit höherer Abtastrate sowie einen fortschrittlichen Algorithmus zur Erkennung von Störgeräuschen, um unangenehme und ablenkende Rückkopplungen zu eliminieren. Der Real Time ANC Optimizer passt die ANC-Leistung automatisch an, indem er die tatsächliche Position der Ohrhörer im Ohr des Benutzers über die inneren Mikrofone analysiert.

Die neuen Tone Free-Modelle von LG werden außerdem mit dem UVnano-Lade-Etui geliefert, welches die Ohrstöpsel mit Hilfe von ultraviolettem Licht hygienisch sauber hält und – neu ab diesem Jahr – alle Teile der Lautsprechermembranen und Aufsätze sterilisiert. Darüber hinaus verwenden die DT90Q medizinische, hypoallergene Aufsätze, um das Risiko von Hautreizungen im Gehörgang zu verringern.

Durch die Voice Pickup Unit bieten die DT90Q-Kopfhörer sogar ein verbessertes Sprachanruferlebnis. Dabei erkennt und minimiert die Voice Pickup Unit Umgebungsgeräusche beim Sprechen, so dass der Gesprächspartner das Gesagte besser verstehen kann.

In diesem Jahr führt LG die neue Tone Free fit-Reihe ein (Modell DTF7Q). Die Sport-Kopfhörer wurden für einen aktiven Lebensstil entwickelt und bieten einen sicheren und bequemen Sitz für Sportarten aller Art. Beide Modelle sind mit der SwivelGrip-Technologie ausgestattet, die für einen festen und bequemen Sitz sorgen. Das leichte Design fördert zudem eine bessere Luftzirkulation.

Darüber hinaus bieten die Tone Free fit-Modelle eine solide ANC-Leistung, einen klaren Raumklang mit der Meridian HSP-Technologie und die hygienischen Vorteile von medizinischen, hypoallergenen Aufsätzen sowie des UVnano-Ladegehäuses. Dank der Schutzklasse IP67 sind die DTF7Q regen-, spritzwasser-, schweiß- und staubabweisend.

Die neuen Tone Free True Wireless-Kopfhörer von LG werden ab sofort in den wichtigsten Märkten eingeführt.

Neuheiten

LG Electronics kooperiert mit Google Stadia

LG Electronics (LG) kooperiert mit Google Stadia und bietet LG Smart TV-Besitzern drei Monate lang Zugang zu Stadia Pro. Diese zeitlich begrenzte Aktion startet ab sofort und gilt für LG TVs mit webOS 5.0 oder aktuelleren Versionen. LG TV-Besitzer, die ihr kostenloses Stadia Pro-Abonnement in Anspruch nehmen, erhalten sofortigen Zugang zu mehr als fünfzig Games, monatlich neu hinzukommenden Titeln und regelmäßige Rabatte auf Spiele und Zusatzinhalte. Es stehen außerdem über 250 beliebte Games zum Kauf bereit, darunter Cyberpunk 2077, Resident Evil Village, Assassin's Creed: Valhalla, Hitman 3, Baldur's Gate 3 sowie Zugang zu einer wachsenden Liste kostenloser Inhalte und Demos. Alle Games können direkt mit einem kompatiblen Controller gespielt werden, ohne dass Software heruntergeladen oder zusätzliche Hardware angeschlossen werden muss. Die Inanspruchnahme des kostenlosen Stadia Pro-Angebots ist für LG Smart TV-Besitzer schnell und einfach: Sie müssen nur das Stadia Pro-Angebot im LG Content Store auf ihrem LG TV anklicken. Dort können LG Smart TV-Besitzer einen QR-Code scannen und die Einlösung mit Hilfe des individuellen Codes auf ihrem Telefon starten.

Portrait Displays bringt Calman 2022

Das amerikanische Unternehmen Portrait Displays hat die Veröffentlichung der verbesserten Kalibrierungssoftware Calman 2022 angekündigt. Die neue Version unterstützt die automatische Kalibrierung von 2022 LG TVs, 2022 Panasonic TVs, Qalif Spectroradiometern, Epson EH & CH Projektoren und 2022 ASUS ProArt Monitoren. Auch die HDR Kalibrierung von BenQ Monitoren ist mit Calman 2022 möglich.

Zu den verschiedenen neuen Funktionen von Calman 2022 gehören auch Updates für Calmans Aurora Color Engine, z. B. eine 3D-LUT-Option.

Leica Camera AG kooperiert mit Hisense

Die Leica Camera AG hat eine Kooperation mit Hisense vereinbart, in deren Rahmen die beiden Unternehmen Laser-TVs für die Heimkino-Anwendung weiterentwickeln wollen. Hisense ist bereits einer der weltweit größten Hersteller von Fernsehern und Laser-TVs. Ziel der langfristig angelegten Partnerschaft sei es, die Technologien von Hisense im Segment der Laser-TV Geräte mit der langjährigen Expertise von Leica bei der Entwicklung und Fertigung von hochwertigen Projektionsobjektiven zu einer zukunftsfähigen Technologieplattform für Kurzstanz-Laser-TV Geräte zusammenzuführen, heißt es in einer Pressemitteilung. Das erste Produkt soll bereits auf der IFA präsentiert werden. Für die Leica Camera AG ist die Projektion kein Neuland.

Bereits vor über 50 Jahren gehörte der analoge Projektor Leica Pradovit Linie zum Sortiment, der später auch in einer digitalen Version verfügbar war. „Das Home Cinema Entertainment ist ein rasant wachsender Markt, und die Erweiterung des Leica Produktangebotes in diesem Segment stellt eine vielversprechende Möglichkeit dar, neue Kunden mit Leica Premium Produkten zu begeistern“, kommentierte Matthias Harsch, Vorstandsvorsitzender der Leica Camera AG. „Als Technologie- und Marktführer im Bereich der Laser-TV Systeme ist Hisense der ideale Partner, um das Potential der hochauflösenden 4k Filmproduktionen in ein überwältigendes Heimkinoerlebnis zu übertragen.“ Hisense hält 1.700 Patente im Bereich

Laser-TV und zählt damit zur Weltspitze. „Als traditionelle und anerkannte Marke im Bereich der Bildverarbeitung gehört die hohe Expertise in Technologie, Qualität und Design zu den Stärken von Leica“, sagte Dr. Lan Lin, Präsident von Hisense. „Ihre bemerkenswerten, optischen Technologien ermöglichen eine klarere und feinere Bildwiedergabe der Laser-TVs, und die Kombination der unverwechselbaren Leica Bildverarbeitung mit den umfangreichen Farben des Laserlichts wird der Welt ein atemberaubendes visuelles Erlebnis bescheren.“ Leica Camera wird den ersten eigenen Laser-TV, den Leica Cine 1, auf der IFA 2022 auf dem Leica Messestand in Halle 2.2 /Stand 205 vorstellen.



Aufsehenerregend in jedem Moment.

Metz LUNIS

Brillantes Design und exzellente Technik in Premium-Qualität – In bewährter Metz-Classic-Vollausstattung liefert der LUNIS in jedem Format ein einzigartiges TV-Erlebnis – jetzt auch in 42 Zoll.



Der neue Loewe iconic mit 55 und 65 Zoll Bilddiagonale

Die TV-Skulptur



Die neuen Loewe iconic Design-TVs zeichnen sich durch eine unverwechselbare Formensprache aus und werden mit 55 oder 65 Zoll großen OLED-Bildschirmen erhältlich sein.



Mit dem neuen Loewe iconic hat Loewe Technology ein beeindruckendes Design-TV-Model angekündigt, das sehr viel mehr darstellt als einen erstklassigen Fernseher mit Soundsystem. Das ab November in den zwei exklusiven Farbvarianten Graphite Grey und Clay White erhältliche Luxusgerät soll nämlich in anspruchsvoll eingerichteten Wohnzimmern zu einer Ikone werden, die mit ihrer skulpturalen Form einen kunstvollen, galerieähnlichen Lebensraum eröffnet.

Der Loewe iconic ist Made in Germany und wurde in Kronach aus schönen Materialien liebevoll gestaltet. Schon die Basis ist eine Innovation, denn bei der Aufstellösung hat sich der Hersteller für den massiven, langlebigen Mineralwerkstoff Syno-Stone entschieden, der dank seiner porenlosen Oberfläche auch sehr hygienisch ist. Die Soundbar ist unauffällig hinter einer Stoffblende eingebaut, die Loewe assist Fernbedienung steckt in einem hochwertigen Aluminiumgehäuse. Kombiniert wird das einzigartige Design mit erstklassiger TV- und Audio-Technologie. Der Loewe iconic wird in einer hochtechnisierten Produktionslinie am Loewe-Stammsitz in Kronach gefertigt und ist mit OLED-Bildschirmen der neuesten Panel-Generation in Größen von 55 oder 65 Zoll verfügbar. Die 4K-Displays werden im Werk kalibriert, damit bereits beim ersten Einschalten eine exzellente Bildqualität garantiert ist. Für die Darstellung großer Kontraste werden die Standards HLG, HDR10 und Dolby Vision unterstützt.

Zwei Chassis-Varianten

Zur Auswahl stehen die Chassis-Varianten SL5 und SL7, die in Deutschland entwickelt und produziert werden. Die Variante SL5 bietet die Loewe dr+ Features und kann Programme unkompliziert ohne externe USB-Festplatte aufnehmen. Dafür steht ein Speichervolumen von

1 Terabyte auf der integrierten dr+ Festplatte zur Verfügung. Das Zweikanal-System und der Doppel-Tuner für alle Empfangswege erlauben es, gleichzeitig zwei TV-Sendungen aufzunehmen oder ein Programm anzusehen und ein weiteres aufzuzeichnen. Zudem können Sendungen unterbrochen und später fortgesetzt

werden. Im Aufnahmearchiv werden die Mitschnitte in einem übersichtlichen Vorschau-Bild jeweils mit Sendungstitel und Datum dargestellt. Auch beim Ton bietet das SL5 Chassis eine Besonderheit: Mit der Mimi Sound Personalization kann die Wiedergabe an das individuelle Hörvermögen des Zuschauers angepasst werden. Das Chassis SL7 ist besonders für Nutzer von Video-on-Demand-Diensten geeignet, denn sie können auf dem übersichtlichen Loewe home screen schnell auf alle wichtigen Inhalte mit einer großen Auswahl an Entertainment-Möglichkeiten wie Fernsehen, Video-on-Demand und Musik zugreifen, im Internet surfen oder Onlinedienste nutzen. Auch diese Variante ist serienmäßig mit dem Rekorder Loewe dr+ und dem 1 TB Festplattenspeicher ausgestattet.

Raumfüllender Klang

Die integrierte Soundbar, eigentlich ein 3.1 Soundsystem, erzeugt mit drei Lautsprechern (links, rechts und Center), zwei Subwoofern und 320 Watt Musikleistung raumfüllendem Kinoklang mit ausgezeichneter Sprachverständlichkeit. Dolby Atmos, DTS:X, Multiroom via Play-Fi, WDAL und AVR-Adapter werden unterstützt. Zudem lassen zwei Front- und zwei Rearspeaker sowie ein Subwoofer (z. B. Loewe klang mr1/3/5, Loewe klang sub1) latenzfrei kabellos koppeln. Bei einer Koppelung von Frontlautsprechern wandeln sich die linken und rechten Treiber der Soundbar automatisch in Center-Speaker um, so dass eine 5.1 Konstellation entsteht. Eine Koppelung mit älteren Aktiv-Lautsprechern oder Aktiv-Verstärkern ist zudem via AVR-Adapter ohne zusätzliche Komponenten möglich. Die Loewe iconic TV-Modelle sind ab November für autorisierte Loewe Händler, die im Rahmen des Loewe Premium Service auch den Aufstell- und Installationservice übernehmen, verfügbar. Die Geräte kosten 6.499 Euro (UVP Loewe iconic.55) bzw. 7.999 Euro (UVP Loewe iconic.65).

Loewe gewinnt EISA-Award

Auch in diesem Jahr hat Loewe wieder einen EISA-Award gewonnen. Die begehrte Auszeichnung von der EISA: Die Kombination der Soundbar Loewe klang bar5 mr mit den Loewe klang mr Multiroom-Lautsprechern und dem Loewe klang sub5 Subwoofer erhielt die begehrte Auszeichnung in der Kategorie „Best Product 2022-2023 Home Theatre Solution“.

„Die klang bar5 mr und der sub5, ein hochwertiges Dolby Atmos- und DTS:X-fähiges Soundbar-System, das für Fernsehgeräte ab 55 Zoll geeignet ist, bilden die Spitze der Loewe Palette an vernetzter Audio-Hardware“, kommentierte die Jury ihre Entscheidung. „Eine Treiberkombination sorgt für nativen oder aufbereiteten 5.1.2-Kanal-Klang, und das Klangfeld kann mit jedem klang mr-Multiroom/Streaming-Lautsprecher von Loewe für ein beeindruckendes 7.1.2-Erlebnis erweitert werden. Die Verarbeitungsqualität und das Design der gesamten Serie sind erstklassig, und der Klang ist satt, ausdrucksstark und außergewöhnlich detailliert. Loewes Einsatz bei der Ausstattung zahlt sich ebenfalls aus – die WiFi-Optionen umfassen DTS Play-Fi, Apple AirPlay und Google Home und machen es leicht, jedes Heimkino um Musikstreaming zu ergänzen.“



Die klang mr Multiroom-Lautsprecher von Loewe sind nicht nur für erstklassige Muskwiedergabe geeignet, sondern können in Verbindung mit dem Loewe klang sub5 Subwoofer auch aus Heimkino-Anlage dienen, die so gut ist, dass sie mit dem EISA Award ausgezeichnet wurde.



Light Up Your Day

Erleben Sie dank neuer OLED evo-Technologie und innovativem Brightness Booster eine Bildqualität, die alles bisher Gesehene übertrifft – mit dem hellsten LG OLED evo TV aller Zeiten!

Die automatischen Bild- und Soundanpassungen durch den neuen **α9 Gen5 AI**-Prozessor und die selbstleuchtenden Pixel der LG OLED evo-Technologie mit dem perfekten Schwarz versprechen zusammen mit Dolby Vision IQ™ und dem intensiven Dolby Atmos® Sound jederzeit bestes Entertainment.

Und das ab sofort in einer noch größeren Auswahl von Bildschirmgrößen – von kompakten 42" bis hin zu gigantischen 97".

Erleben Sie die neuen LG OLED evo TVs unter:
lg.de/OLEDevo

LG OLED evo

 **LG**
Life's Good

Fidlock setzt seit 15 Jahren auf Innovation

Am Anfang stand ein Cello

Die Geschichte ist wirklich lesebuchreif: Es war einmal ein professioneller Cellist, der sich täglich darüber ärgerte, dass er mindestens ein Knie und zwei Hände brauchte, um dem Cellokasten den Bogen zu entnehmen, der dort mit einem Knopfdruck verschlossenen Lederriegel gesichert war. Joachim Fiedler löste das Problem, indem er einen magnet-mechanischen Verschluss erfand, der sich praktisch von selbst verriegelte und mit einem Handgriff wieder öffnen ließ. Dem ersten Patent folgten 400 weitere, und 15 Jahre später setzt Fiedlers Unternehmen Fidlock weltweit rund 28 Millionen Euro um. Seit 2016 bringt die Firma, die sich zunächst fast ausschließlich auf das B2B-Geschäft mit Komponenten für andere Hersteller konzentrierte, Premium-Magnet-Accessories unter eigener Marke auf den Markt. Darunter sind z. B. praktische Lösungen für Biker, innovative Smartphone-Hüllen sowie pfiffiges Zubehör für Hobby- und Profifotografen.

Dass dem ersten Patent für den magnet-mechanischen Verschluss bisher rund 400 weitere folgten, ist kein Zufall, denn das Anwendungsspektrum für die Verschlüsse, die sich praktisch von selbst sicher verriegeln und mit einem Handgriff wieder öffnen lassen, ist praktisch unbegrenzt. Fidlock Komponenten stecken darum in zahlreichen Produkten anderer Hersteller, von Schuhen weltbekannt

Marken wie Nike über Rucksäcke bis zu Fahrradhelmen für Kinder und Erwachsene. Der letztgenannte Bereich zeigt das große Potential der magnet-mechanischen Verschlüsse: Sie sind nicht nur praktisch in der Bedienung, sondern auch so sicher, dass sie die strengen gesetzlichen Vorgaben für Helme erfüllen können. Kein Wunder, dass die Komponenten millionenfach verkauft werden – und das weltweit. Fidlock ist mit knapp 100 Mitarbeitern und 60 Distributionspartnern in rund 40 Ländern tätig. Und der Unternehmensgründer Joachim Fiedler, der bis heute seiner Firma mit einem 25-köpfigen Entwicklerteam vorsteht, wurde in diesem Jahr vom Europäischen Patentamt für den Europäischen Erfindungspreis 2022 nominiert. Am Ende gewann zwar ein kreativer Kopf aus der Medizintechnik, aber Fiedler schaffte es, gemeinsam mit drei weiteren Kandidaten in die engere Wahl für den Preis in der Kategorie der kleinen und mittelständischen Unternehmen.

Für Radfahrer, Fotografen und andere

Die ersten Consumer-Produkte unter eigener Marke entwickelte Fidlock für die Fahrradbranche, mit der das Unternehmen bereits durch seine Helmverschlüsse vertraut war. Auch hier wandte sich Fidlock wieder einem Problem mit hohem Frustrationspotential zu: Während es mit herkömmlichen Systemen nicht wirklich einfach ist, während der Fahrt eine am Rahmen befestigte Trinkflasche zu nutzen und danach wieder zu verriegeln, kombinierte er für das Verschlusskonzept Twist die Kraft von Magneten mit einer sicheren mechanischen Rastung, die auch starken Belastungen gewachsen ist. Trotz dieses offensichtlichen Vorteils war der Start mit den ersten Twist Produkten nicht leicht,



Die Fidlock Twist Essential Bag lässt sich mit einem Handgriff am Fahrradrahmen befestigen und wieder abnehmen. Sie ist bestens dazu geeignet, z. B. eine kleine Fotoausrüstung von bis zu 700 g Gewicht mitzuführen.



Für Smartphones und Kameras

Das Foto-Segment gehört derzeit zu den wichtigsten, strategischen Wachstumsfeldern von Fidlock. Dabei will das Unternehmen Smartphone-Knipser und anspruchsvolle Kameranutzer gleichermaßen ansprechen. So schützen die Smartphone-Taschen der Hermetic Dry Bag Produktlinie das Mobilgerät zuverlässig gegen Schmutz, Staub und Wasser. Die magnet-mechanische Verriegelung schließt sich praktisch von allein, und das geht so schnell, dass die Smartphone-Tasche unter Umständen beim Eintauchen bereits verschlossen ist, wenn sie jemanden in offenem Zustand versehentlich aus der Hand ins Wasser



15 Jahre nach der Gründung setzt Fidlock 28 Millionen Euro (2021) um, beschäftigt fast 100 Mitarbeiter und arbeitet mit 60 Partnern in 40 Ländern zusammen.

denn sie sind deutlich teurer als die bisherigen Lösungen. „Die Branche hielt es für unmöglich, dass die Kunden für eine Trinkflasche mit Halterung rund 40 Euro ausgeben“, erzählt Joachim Fiedler. „Wir waren dagegen von unserer Lösung so überzeugt, dass wir sie einfach unter eigener Marke auf den Markt brachten.“ Mit Erfolg: In der ZEG, die als Europas führende Einkaufsgemeinschaft in diesem Segment rund 1.000 Zweirad-Fachhändler vereinigt, ist das Produkt von Fidlock inzwischen die umsatzstärkste Flasche. Zudem hat das Unternehmen bereits rund 250.000 Fahrräder mit dieser Lösung ab Werk ausgestattet.

Inzwischen nutzt Fidlock das Twist Verschlusskonzept auch für andere Produkte, z. B. die brandneue Twist Essential Bag. Diese Tasche, die sich ähnlich wie eine Trinkflasche mit einem Handgriff am Fahrradrahmen befestigen bzw. abnehmen lässt, ist z. B. für Fotografen geeignet, die bis zu 700 g Zubehör auch in rauhem Gelände sicher transportieren wollen. Zur Ausstattung der Twist Essential Bag, die in zwei Größen jeweils in Schwarz bzw. mit grüner oder blauer Kontrasteinfassung ab 79,99 Euro (UVP) erhältlich ist, gehört auch ein Tragegurt – natürlich mit magnet-mechanischer Schnalle.



Im Fidlock Hermetic Dry Bag ist das Smartphone sicher gegen Schmutz, Feuchtigkeit und Regen geschützt und kann dennoch wie gewohnt bedient werden.

fällt. Garantieren kann Fidlock dieses Tempo allerdings nicht. Ein weiterer wichtiger Produktvorteil: Da die Hermetic Dry Bag aus einer transparenten, touchfähigen Folie besteht, kann das Smartphone auch bedient und genutzt werden, wenn es sich in der Tasche befindet. Das gilt auch für die Fotofunktion.

Bei der Produktlinie Vacuum, mit der Fidlock im vergangenen Jahr den Design & Innovation Award gewann, wird die Kraft von Magneten mit sicherem Halt durch Unterdruck kombiniert. So lassen sich Smartphones ganz einfach an einem Stativ, dem Fahrrad oder dem Armaturenbrett im Auto befestigen. Dafür bietet Fidlock verschiedene Halterungen an, um das entweder in einer Tasche oder in einer kompatiblen Hülle untergebrachte Smartphone zu befestigen. Für Smartphone-Hüllen anderer Fabrikate gibt es das Uni Phone Patch zum Aufkleben. In jedem Fall sind die Mobilgeräte auf der Halterung nicht nur sicher untergebracht, sondern lassen sich durch das einfache Betätigen eines Hebels an der Seite auch schnell wieder lösen. Auch für anspruchsvolle Fotografen mit hochwertigen Ausrüstungen hat Fidlock ebenfalls Lösungen im Programm. So stellte das Unternehmen vor einigen Monaten den magnet-mechanischen Kameragurt SnapSnap vor, der für mittlere und große Kameras mit schweren Objektiven bis zu einer Traglast von 10 kg geeignet ist. In Verbindung mit einem Rucksack funktioniert SnapSnap zum einen als Tragesystem, das automa-

tisch in die entsprechenden Konnektoren einrastet und für eine ausgezeichnete Balance sorgt, indem das Gewicht über den Oberkörper verteilt und der Nacken vollständig entlastet wird. Wird die Kamera zum Fotografieren ans Auge geführt, lösen sich die Verriegelungen am Rucksack praktisch von selbst, und damit der Objektivdeckel nicht verloren geht, kann er mit dem SnapSnap Lens Cap Clip mit einem Handgriff am Schultergurt des Rucksacks sicher untergebracht werden – natürlich mit Magnetkraft.



Mit dem Fidlock SnapSnap kann eine schwere Kamera samt Objektiv so am Rucksack befestigt werden, dass der Nacken vollständig entlastet wird. Am SnapSnap Lens Cap Clip lässt sich auch der Objektivdeckel sicher unterbringen.



Die Fotoprodukte von Fidlock haben innerhalb kurzer Zeit viele zufriedene Käuferinnen und Käufer gefunden. So wurde der Auftritt des Unternehmens auf dem Fotofestival in Zingst zu einem vollen Erfolg, auch die Zusammenarbeit mit führenden Fachhändlern hat bereits begonnen. Und auf jeden Fall kann man sicher sein, dass aus der Fidlock Entwicklungsabteilung noch viele pfiffige Lösungen kommen werden. Ob sie so weit gehen wie Joachim Fiedlers Kindheitstraum, kann man natürlich nicht wissen: Schon als Schüler skizzierte der Erfinder bereits einen Mähdrescher, der vorne das Korn drosch und hinten die Marmeladenbrote ausspuckte. Allerdings dürfte die Zielgruppe für dieses Produkt auch relativ klein sein.

Eigentlich spielte er Cello: Fidlock Gründer Joachim Fiedler wurde in diesem Jahr vom Europäischen Patentamt für den Europäischen Erfindungspreis 2022 nominiert.



Zukunft der Globalisierung auf dem IFA+ Summit

Die Corona-Pandemie hat deutlich gezeigt, wie schnell Lieferketten zusammenbrechen können. Doch was folgt daraus? Die totale De-Globalisierung? Eine Globalisierung 4.0? Was können Firmen und Verbraucher tun? Welche Herausforderungen kommen auf Hersteller und den Handel im Segment technische Konsumgüter zu? Diesen Fragen stellen sich auf dem IFA+ Summit am 5. September hochkarätige Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Zu den bekanntesten Referenten gehören Prof. Dr. Yanis Varoufakis (Ökonom und ehemaliger Finanzminister Griechenlands), der Philosoph Peter Sloterdijk, Jürgen Trittin, Bundestagsabgeordneter und ehemaliger Bundesumweltminister, und Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D., Präsident des DIW Berlin.

IFA+ Summit
NEXT LEVEL OF THINKING

Von 9.30 bis 17.30 Uhr sind Fachbesucher, Medienvertreter und Aussteller eingeladen, sich in Vortragsveranstaltungen, einer Podiumsdiskussion und einem Workshop mit der Zukunft der Globalisierung auseinanderzusetzen. Nach den ersten Vorträgen stellen Dr. Sara Warneke, Geschäftsführerin der Gesellschaft für Unterhaltungselektronik gfu, und Dr. Martin Schulte, Global Sector Leader bei der Unternehmensberatung Oliver Wyman, eine gemeinsame internationale Studie über die Konsumenten-Perspektive auf die Globalisierung vor. Danach geht es in einer Podiumsdiskussion um das Für und Wider von Globalisierung. Darüber sprechen Prof. Marcel Fratzscher Ph.D., Melanie Vogelbach (Internationale Wirtschaftspolitik und Außenwirtschaftsrecht am DIHK), Kristina Bonitz (CEO der Strategieagentur different) und Dr. Mauricio Vargas (Ökonom und Finanzexperte, Greenpeace).

Zudem stehen Vorträge von Prof. Dr. Lisandra Flach, Leiterin des ifo Zentrums für Außenwirtschaft, Dr. Reinhard Zinkann, Geschäftsführender Gesellschafter von Miele, Prof. Dr. Ronny Alexander Fürst, Kanzler der privaten AKAD University in Stuttgart, und Jule Bosch, CEO des Food-Startups Holycrab!, auf dem Programm.

Am Nachmittag haben Besucher des IFA+ Summits die Möglichkeit, in einem Kurz-Workshop der Strategieagentur different verschiedene Szenarien und mögliche Handlungs- und Lösungsstrategien zu durchdenken.

Moderiert wird der IFA+ Summit 2022 von Geraldine de Bastion und Daniel Anibal Bröckerhoff. De Bastion konzentrierte sich in den letzten 18 Jahren bei ihrer Arbeit auf digitale Transformation, internationale Zusammenarbeit, Innovation und Menschenrechte. Bröckerhoff lebt und arbeitet in Hamburg und Hannover als Journalist und Moderator für lineares Fernsehen, digitale Bewegtbildinhalte und innovative Veranstaltungen.

Für die Teilnahme am IFA+ Summit ist ein IFA-Fachbesucherticket notwendig. Es ist ausschließlich online über der Shop auf ifa-berlin.com erhältlich. Es gibt keinen Kartenverkauf vor Ort.

Metz Classic setzt weiter auf traditionelle Werte

Nachhaltigkeit Made in Germany



Metz Geschäftsführer Dr. Norbert Kotzbauer: „Wir machen uns bei jedem Produkt und bei jedem Prozess immer wieder neu darüber Gedanken, wie wir noch nachhaltiger arbeiten können.“

Metz Classic will sich weiterhin als nachhaltige TV-Marke Made in Germany positionieren. Das gab das Unternehmen Ende Juli in einer Pressemitteilung bekannt. PoS-MAIL hat das zum Anlass genommen, mit Geschäftsführer Dr. Norbert Kotzbauer darüber zu sprechen, was darunter zu verstehen ist.

PoS-MAIL: Herr Dr. Kotzbauer, Sie heben das Markenversprechen von Metz Classic als nachhaltige TV-Marke Made in Germany hervor. Macht sich Metz damit ein aktuelles Trendthema zu eigen?

Dr. Norbert Kotzbauer: Wir freuen uns im Interesse der Umwelt und des Klimas darüber, dass viele Unternehmen auch auf Nachhaltigkeit setzen, aber für Metz ist das wirklich nichts Neues. Wir entwickeln und fertigen

seit über 80 Jahren in Deutschland und haben dabei von Anfang an auf hochwertige und langlebige Produkte gesetzt. So ist das Made in Germany für Metz nicht einfach eine Herkunftsbezeichnung, sondern steht für hohe Produktqualität, sorgfältige Fertigung und Langlebigkeit.

PoS-MAIL: Wie setzen Sie diese Markenversprechen um?

Dr. Norbert Kotzbauer: Nachhaltigkeit zieht sich bei Metz Classic durch den gesamten Lebenszyklus eines Produktes. So setzen wir nicht nur bei unseren Fernsehern, sondern auch bei Komponenten wie dem Netzteil, dem Soundsystem oder der Fernbedienung auf besonders hochwertige Materialien. Denn erstklassige Hardware ist die Grundlage für die Langlebigkeit der Metz Classic Fernseher, die wir mit regelmäßiger Software-Pflege und Updates über viele Jahre auf dem neuesten Stand halten.

PoS-MAIL: Wie schlägt sich Nachhaltigkeit im Produktdesign wieder?

Dr. Norbert Kotzbauer: Wir vereinen z. B. mehrere Geräte in einem Fernseher, um damit wertvolle Ressourcen zu sparen. Mit ihren integrierten, doppelten Triple Tunern kommen Metz Classic TVs ohne externe Empfangsgeräte aus. Auch Aufzeichnungsfunktionen, Timeshift und der Zugriff auf Mediatheken sind ohne Zusatzgeräte Standard. Und mit eigens entwickelten Soundtechnologien und leistungsstarken Lautsprechern machen wir Soundbars in vielen Fällen überflüssig. Damit sinkt zum einen der Primärenergiebedarf, da auf zusätzliche Gehäuse, Netzteile usw. verzichtet werden kann. Zum anderen reduziert sich auch der Stromverbrauch im laufenden Betrieb, denn Zusatzgeräte brauchen ja immer auch zusätzliche Energie.

PoS-MAIL: Und wenn ein Metz Classic Fernseher doch einmal kaputt geht?

Dr. Norbert Kotzbauer: Dann kann er in vielen Fällen instand gesetzt werden, denn die Reparierbarkeit unserer Geräte ist auch ein traditionelles Markenversprechen von Metz Classic, das sich nicht geändert hat. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unserer Service- und Reparaturzentrale in Zirndorf tauschen nicht nur defekte Module und Platinen aus, sondern sie reparieren oftmals sogar Bauteile.

PoS-MAIL: Sind denn für ältere Geräte noch Ersatzteile vorhanden?

Dr. Norbert Kotzbauer: Ja, und auch das hat bei uns Tradition. Wir halten in den meisten Fällen Ersatzteile weit über den gesetzlich vorgeschriebenen Zeitraum vor. Es ist bei Metz völlig normal, dass ein vor sieben Jahren gekauftes TV-Modell mit Original-Ersatzteilen repariert werden kann.



PoS-MAIL: Aber dafür muss es erst einmal nach Zirndorf gebracht werden...

Dr. Norbert Kotzbauer: Nicht unbedingt. Sie wissen, dass wir mit dem Fachhandel seit vielen Jahrzehnten partnerschaftlich zusammenarbeiten. Nicht ohne Grund hat Metz Classic in diesem Jahr zum vierten Mal hintereinander den Plus X Award als Fachhandelsmarke des Jahres gewonnen. Diese Partnerschaft schließt nicht nur die bestmögliche Warenverfügbarkeit für den Fachhandel und eine berechenbare Vertriebspolitik ein, sondern auch unser Servicekonzept. Deshalb setzen wir bei der Reparatur von Metz Classic Produkten gerne auf speziell ausgebildete Fachhändler. Das

bringt diesen Partnern nicht nur zusätzliche Umsätze, sondern erspart im Servicefall auch weite Wege und Ressourcen für die Logistik.

PoS-MAIL: Wie geht es in Zukunft bei Metz mit der Nachhaltigkeit weiter?

Dr. Norbert Kotzbauer: Das entscheiden wir praktisch täglich neu, denn Nachhaltigkeit ist ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur.

Deshalb machen wir uns bei jedem Produkt und bei jedem Prozess immer wieder neu darüber Gedanken, wie wir noch nachhaltiger arbeiten können. Natürlich nehmen wir dabei auch gerne Anregungen von Endkunden und von unseren Fachhandelspartnern auf. Deshalb freue ich mich auf konstruktive Gespräche auf der IFA.

PoS-MAIL: Herr Dr. Kotzbauer, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.



Nachhaltigkeit spielt bei Metz Classic über den gesamten Produktzyklus von der Entwicklung über das Design und die Produktion bis zum Servicefall eine wichtige Rolle.



Die Nachhaltigkeitsstrategie von Metz Classic wird auch von unabhängiger Seite anerkannt. So zeichnete die Zeitschrift Computer Bild bei ihrer in Zusammenarbeit mit dem Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Statista durchgeführten Kür der „beliebtesten Smart Home Marken 2022“ Metz Classic in der Kategorie Smart TVs mit dem ersten Platz für Langlebigkeit aus. Dafür wurden neben einer Expertenjury auch mehr als 2.500 Nutzerinnen und Nutzer aus ganz Deutschland zu ihren persönlichen Erfahrungen mit Smart Home Produkten befragt.

Philips TV bringt neues OLED+ Flaggschiff

Noch besseres Ambilight



Schon mit dem EISA Award in der Kategorie Heimkino TV ausgezeichnet: Das neue Philips Flaggschiff OLED+937.

Mit dem neuen OLED+937 kündigt Philips TV & Sound ein neues Flaggschiffmodell an, dessen 65 Zoll Version für ihre überzeugende Bild- und Tonqualität bereits mit dem 2022-2023 EISA Award in der Kategorie Heimkino TV ausgezeichnet wurde. Das Spitzengerät, das in den Größen 65 und 77 Zoll erhältlich sein wird, ist zudem der erste Philips Fernseher, der mit der nächsten Generation des Alleinstellungsmerkmals Ambilight ausgestattet ist. Neben dem OLED+937 stellt Philips TV auch den OLED+907 vor und ergänzt das Mini LED Portfolio um den PML9507 mit 55 Zoll Bilddiagonale.

In das neue Flaggschiff OLED+937 hat Philips TV & Sound die besten verfügbaren Technologien eingebaut. Dazu gehört ein OLED EX Panel der neuesten Generation, das Spitzenhelligkeiten bis zu 1.300 Nits erzielt, und der weiter verbesserte Bildprozessor P5 AI Intelligent Dual Engine, der die HDR Qualität nicht mehr Szene für Szene, sondern Bild für Bild verbessert.

5.1.2 Soundsystem

Dass der Philips OLED+937 den EISA Award in der Kategorie Heimkino TV gewonnen hat, liegt nicht nur an der Bildqualität. Der Fernseher ist mit einem audiophilen Soundsystem von Bowers & Wilkins ausgestattet, das mit nach rechts und links abstrahlenden seitlichen Lautsprechern und 95 Watt Leistung echte 5.1.2 Effekte erzielt. Das werden nicht nur Cineasten, sondern auch Gamer zu schätzen wissen, die sich zudem auf extrem kurze Reak-

tionszeiten sowie G-sync- und Free-sync-Premium-Kompatibilität verlassen können.

Der neue OLED+937 ist der erste Philips TV mit dem verbesserten Ambilight der neuesten Generation. Es steuert die LEDs auf der Rückseite nicht mehr in Gruppen, sondern kann jedes einzelne Licht individuell kontrollieren. Dadurch wird es möglich, mehr Farben als zuvor darzustellen und das aktuelle TV-Bild noch präziser zu ergänzen. Dieser

Effekt wird durch den besonders schmalen Rahmen des Philips OLED+937 unterstützt.

Ganz neu ist beim OLED+937 auch die Aurora-Funktion, mit der sich vorgeladene Bilder und Videos inklusive Ambilight darstellen lassen, wenn der Fernseher gerade nicht für seinen eigentlichen Zweck genutzt wird. So lässt sich eine besondere Multimedia-Atmosphäre im Wohnzimmer erzeugen.

„Mit seinen signifikanten Verbesserungen gibt der neue Philips OLED+937 dem Fachhandel noch bessere Verkaufsargumente“, kommentierte Murat Yarkin, Managing Director Philips TV & Sound DACH, die Neuheit. „Er verbindet überragende Bildqualität mit eindrucksvollem Sound und ermöglicht mit dem neuen Ambilight ein noch immersiveres Fernseh- und Spielerlebnis.“ Der Philips OLED+937 ist ab sofort lieferbar.

Auffällig unauffällig: der neue Philips OLED+907

Mit dem neuem OLED+907 bringt Philips TV & Sound den verbesserten Nachfolger des OLED+903 auf den Markt. Im Gehäuse dieses schlanken Gerätes ist ein hochwertiges Bowers & Wilkins Soundsystem unauffällig integriert. Es erzeugt mit 80 Watt Leistung und sechs nach vorne abstrahlenden Treibern eine 3.1 Klangbühne mit räumlichen Effekten und klaren Dialogen. Für satte Bässe sorgt der Subwoofer mit vier passiven Lautsprechern auf der Rückseite. Der Philips OLED+907 kommt im Laufe des Septembers in den Größen 55 und 65 Zoll auf den Markt.

Auch im Mini LED Portfolio von Philips TV & Sound gibt es Neues: Der bisher nur in den Größen 65 und 75 Zoll erhältliche Philips PML9507 ist jetzt auch mit 55 Zoll Bilddiagonale verfügbar.

Drei weitere EISA Awards für Philips TV & Sound

Neben dem neuen OLED+937 wurden auch drei weitere Produkte von Philips TV & Sound mit EISA Awards ausgezeichnet. Darunter sind zwei Fernseher: der 55 OLED 807, der sich EISA Best Buy OLED TV für 2022-2023 nennen darf, und das LCD/LED Ambilight Gerät 55PUS8807. Dieser im Markt als „The One“ erfolgreiche Fernseher erhielt den EISA Family TV 2022-2023 Award, weil er nach Ansicht der Jury Film-, Fernseh- und Spieleunterhaltung ins Wohnzimmer bringt, ohne das Budget zu sprengen. Dabei wurden auch die neue Game Bar-Funktion, die HDMI 2.1 Anschlüsse für Konsolenspiele, die Android TV 11 Bedienoberfläche und die Kompatibilität mit Streaming-Plattformen und Music-on-Demand Angeboten hervorgehoben.

Bereits zum zweiten Mal nach ihrer Wiederbelebung sicherte sich die Marke Philips Fidelio mit der Fidelio FB1 den EISA Award in der Kategorie „Integrierte Soundbar 2022-2023“. Hier gab unter anderem die hervorragende Basswiedergabe den Ausschlag, bei der die beiden integrierten Subwoofer nach Ansicht der Jury die Kraft entwickeln, die man normalerweise von einem externen Subwoofer erwarten würde. Zudem sorgen die separaten Treiberanordnungen für die LCR Kanäle für ausgezeichneten Dialog und Effektwiedergabe. Die Fidelio FB1 Soundbar, die auch Dolby Atmos, DTS:X und virtuelles 3D-Audio, kommt in wenigen Wochen in den Handel.



EISA Family TV 2022-2023: Der Philips 55PUS8807 „The One“.



Zum zweiten Mal hintereinander erhielt die Marke Philips den EISA Award. Die Fidelio FB1 wurde in der Kategorie „Integrierte Soundbar 2022-2023“ ausgezeichnet.

Neuer Vollautomat Filka von Severin

Der Erste für Filterkaffee



Trotz des hohen Bedienkomforts und der automatischen Funktionen benötigt die Filka nicht mehr Platz als eine gewöhnliche Kaffeemaschine.

Severin bringt im Oktober den ersten Kaffeevollautomaten für Filterkaffee auf den Markt. Das bringt dem Fachhandel neue Umsatzchancen: Denn laut einem aktuellen Report von Tchibo ist der traditionell zubereitete Bohnentrank immer noch das beliebteste Kaffeegetränk in Deutschland. Mit der neuen Filka lässt es sich direkt in die Kanne, die Tasse oder den Becher abfüllen.

Die Neuheit ist ab Mitte Oktober wahlweise mit Glas- (UVP: 299 Euro) oder Edelstahl-Thermokanne (UVP: 329 Euro) erhältlich und kann um die jeweilige Alternative erweitert werden. Eine integrierte und variabel einstellbare Tassenabstellfläche ermöglicht zusätzlich die Nutzung eigener Tassen in verschiedenen Größen.

Für eine schnelle Auswahl lässt sich die jeweils benötigte Wassermenge für kleine und große Tassen oder To-Go-Becher im Bereich von 100 bis 350 ml in 25 ml-Schritten vorkonfigurieren; dabei übernimmt die Maschine auch die Dosierung der richtigen Kaffeemenge gemäß der voreingestellten Stärke.

Auf Wunsch frisch gemahlen

Für aromatischen Kaffee werden die Bohnen im eingebauten, leise arbeitenden Mahlwerk frisch gemahlen und mit einer Temperatur von bis zu 96 °C gebrüht. Auch eine Vorbrühfunktion ist vorhanden. Ein integrierter Wasserfilter und die Wasserhärte-Einstellung tragen zur hohen Qualität des fertigen Getränks bei. Auch die Verwendung vorgemahlene Kaffees ist möglich.

Dank des im Lieferumfang enthaltenen und spülmaschinengeeigneten Goldtonfilters ist die Nutzung einer Filtertüte zwar möglich, aber nicht notwendig. Für einfaches Befüllen können der Wassertank und der Bohnenbehälter abgenom-

men werden, die Pulverausgabe lässt sich automatisch öffnen. Ein großes, berührungsempfindliches LED-Display macht es möglich, die Filka intuitiv zu bedienen. Die Zubereitung kann mit einem Timer vorgeplant werden, in der Kanne wird der Kaffee bis zu 60 Minuten warmgehalten.

Prämiertes Design

Trotz des hohen Bedienkomforts und der automatischen Funktionen benötigt die Filka nicht mehr Platz als eine gewöhnliche Kaffeemaschine. Die gute Gestaltung des Vollautomaten wurde bereits mit dem Red Dot Design Award, dem German Innovation Award und dem German Design Award honoriert.

Auch Tests mit Endkunden hat die Filka gut bestanden: „In einem unabhängigen Endkonsumententest wurde die Filka von 99 Prozent der Testpersonen uneingeschränkt weiterempfohlen“, berichtete Sebastian Blome, Technology & Innovation Manager bei Severin. „Die Nutzer zeigten sich absolut begeistert von der Vielseitigkeit der Funktionalitäten sowie der einfachen Bedienbarkeit und gaben an, dass das Gerät ihnen einen echten Mehrwert biete. Das zeigt, dass wir mit der Innovation genau ins Schwarze getroffen haben.“ Für die Einführung ab Mitte Oktober bereitet Severin eine umfassende, kanalübergreifende Endkundenkampagne mit passender Handelsunterstützung vor.

PoS-MAIL Aktuell

Zwei neue WMF Perfection Kaffeevollautomaten

Die im April eingeführten und zwischenzeitlich mit dem Red Dot Design Award prämierten WMF Perfection 800 Kaffeevollautomaten erhalten Zuwachs: Im Oktober kommen die beiden neuen Modelle WMF Perfection 740 und WMF Perfection 760 auf den Markt.

Die Maschinen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Frontoptik, der speicherbaren Benutzerprofile und einstellbaren Individualisierungsmöglichkeiten. Das 760er Modell verfügt zudem über voreingestellte Tee-Spezialitäten und einen Premium Glas-Milchbehälter.

Die WMF Doppel-Thermoblock-Technologie sorgt der

zweite Thermoblock für die Erwärmung von Milch und Tee. Das Milchsystem ist automatisch selbstreinigend und sorgt so zuverlässig für Hygiene. Der Brühvorgang des Kaffees beginnt ohne Wärmeverlust direkt mit dem erhitzten Wasser. Möglich wird das durch das WMF Aroma-Perfection-System, bei dem Thermoblock und Brüheinheit kombiniert sind: In einem patentierten Verfahren wird die optimale Menge Kaffeemehl gemahlen und unter hohem Druck in die Brühkammer gepresst. In einer ersten Stufe wird das Kaffeemehl mit etwas Wasser vorgebrüht. Im Anschluss erfolgt der Brühvorgang mit heißem Wasser. Die komfortable Bedienung erfolgt über einen hochauflösenden TFT-Touchscreen und das harmonische Sound-Engineering. Dafür verfügt die WMF Perfection 700-Serie über eine zusätzliche Dämpfertechnologie an der Pumpe. Die Wabenstruktur der Innenkonstruktion sorgt für weniger Vibrationen.

Beide Ausführungen kommen im edlem WMF-Design in Mattschwarz aus hochwertigem Kunststoff mit zusätzlichen Cromargan Elementen in Silber oder Schwarz. Die Frontoptik der WMF Perfection 760 ist in Premium-Silber gestaltet, die 740er Version besticht mit einer schwarzen Frontoptik.

Die WM Perfection Serie 700 ist ab Oktober zu Preisen von 1.449 Euro (UVP WMF Perfection 760) bzw. 1.399 Euro (UVP WMF Perfection 740) erhältlich.



Die WMF Perfection 740 kommt im edlen WMF-Design in Mattschwarz ab Oktober 2022 auf den Markt.

Neuheiten

Die neue Tassimo Finesse von Bosch

Die neue Tassimo Finesse von Bosch kann neben zahlreichen Kaffee-Spezialitäten auch Kakao und Kaffee auf Knopfdruck zubereiten. Durch ihr modernes und elegantes Design mit mattglänzender Oberfläche fügt sie sich in jede Küchenumgebung ein.

Dank der Barcode-Technologie Intellibrew können Brühzeit, Temperatur und Wassermenge dank Code auf der T Disc automatisch gelesen und auf das jeweilige Getränk abgestimmt werden. Die Tassimo Finesse ist neben den Farben Real Black, Just Red und Snow White auch in Lupine Blue und Cream erhältlich.



Neue Staubsauger-Serie von Tineco

Mit der Pure One S15 Serie stellt Tineco auf der IFA neue kabellose Staubsauger vor, die mit dem ersten ZeroTangle-Bürstenkopf der Marke ausgestattet sind. Damit will das Unternehmen, eine Marke des Roboter-Spezialisten Ecovacs, seine Geräte



zur Bodenpflege noch benutzerfreundlicher machen. Tineco ist seit 2020 in Deutschland aktiv, startete zunächst im E-Commerce und ist seit 2021 auch im stationären Handel präsent. Der ZeroTangle Bürstenkopf reduziert nach Angaben des Herstellers das leidige Verheddern von Haaren um den Bürstenkopf um 99 Prozent. Erreicht wird das durch ein Doppelkamm-Design in Verbindung mit schrägen Borsten, das aktiv Haare von der Bürstenwalze entfernt und direkt in den Staubbehälter befördert. Dank des iLoop Smart Sensors, der versteckte Verschmutzungen automatisch erkennt und die Saugleistung anpasst, erzielen die neuen Staubsauger um bis zu vier Mal längere Akkulaufzeiten als Geräte ohne dieses Feature. Eine fünfstufige Filterung entfernt nach Angaben von Tineco 99,9 Prozent der in der angesaugten Luft befindlichen Allergene. Zuvor trennt die PureCyclone Technologie von

Tineco Luft und Staub, um den Filter nicht mit festen Partikeln zu belasten. Beim Spitzenmodell S15 Pro führt ein interaktives LED/LCD Display die Benutzer durch den Reinigungsprozess, indem der integrierte LED-Ring nach und nach von Rot wie verschmutzt auf Blau wie sauber wechselt. Das Display zeigt außerdem den Akkustand, die Saugleistung und das WLAN-Signal an. Untergebracht werden die Pure One S15 Staubsauger in einer freistehenden Ladestation. Die Geräte sind für 599 Euro (UVP S15 Pro), 499 Euro (UVP S15 Pet) bzw. 399 Euro (UVP S15 Essentials) erhältlich. Tineco bietet neben Stausaugern auch weitere smarte Hausgeräte an, vor allem zur Bodenpflege mit Dampf oder einer Kombination aus Saugen und Wischen. Aber auch ein Toaster, der Brotscheiben mit unterschiedlichem Röstgrad gleichzeitig fertigstellt, gehört zum Portfolio.

Personal Blender von Smeg

Mit dem Personal Blender stellt Smeg ein neues Kleingerät im typischen Design des italienischen Unternehmens vor. Dank seiner schlanken Bauweise benötigt der Mixer, der mit zwei geschwungenen To-Go-Trinkflaschen geliefert wird, nur wenig Platz auf der Arbeitsfläche. Das Gerät ist in den Farben Creme, Pastellblau, Pastellgrün, Cadillac Pink, Rot, Weiß und Schwarz erhältlich und passt gut zu den Wasserkochern, Toastern und



anderen Kleingeräten von Smeg. Das massive Edelstahlgehäuse des Personal Blenders ist mit nur 14 cm Durchmesser sehr kompakt. Die bruchsihere, extra leichte 600 ml Trinkflasche aus spülmaschinengeeignetem Tritan Renew lässt sich einfach mit den Zutaten befüllen, mit der Doppel-Klingeneinheit verschließen und kopfüber auf den Blender setzen. Um den 300 Watt starken Motor zu starten, genügt dann ein Druck auf die Flasche. Die Geschwindigkeit lässt sich mit einem beleuchteten Bedienelement in zwei Stufen regeln. Wenn der Smoothie fertig ist, wird die Klingeneinheit gegen den handlichen Deckel getauscht.

Der Personal Blender von Smeg kommt im 4. Quartal zum Preis von 129 Euro (UVP) auf den Markt.

nutribullet Pro in vier neuen Farben

De'Longhi erweitert das Sortiment der Marke nutribullet um vier weitere Farben für die Mixer der nutribullet Pro Serie. Ab dem dritten Quartal stehen die Geräte auch in Blau und Rot, ab dem vierten zusätzlich in Schwarz und Weiß zur Verfügung.



Bei den neuen Varianten bleiben die Produkteigenschaften des nutribullet Pro unverändert. Der Mixer kann mit seinem 900 Watt starken Motor und einer Extraktionsklinge mit sechs Messern aus rostfreiem Stahl Obst, Gemüse und auch härtere Lebensmittel wie Nüsse schnell zu cremigen Smoothies verarbeiten. Die Zyklontechnologie sorgt dafür, dass die Zutaten immer wieder der Klinge zugeführt und gleichmäßig zerkleinert werden.

Miele

Anti-Aging für Ihre Kleidung: Die automatische Dosierung TwinDos®.

Das Miele TwinDos® System dosiert das 2-Phasen-Waschmittel maßgeschneidert für jede individuelle Wäsche – damit Sie und Ihre Kunden länger Freude daran haben.

Das ist Qualität, die ihrer Zeit voraus ist.

Miele. Immer Besser.



Miele auf der IFA 2022

Fokus auf der Küche



Dank des Frischesystems PerfectFresh Active bleiben Obst und Gemüse in den neuen Kühlgeräten K 4000 von Miele besonders lange frisch.

Nicht weniger als 400 Geräte präsentiert Miele auf seinem 3.000 Quadratmeter großen IFA-Stand in Halle 2.1. Unter dem Motto „Entdecken Sie Qualität, die ihrer Zeit voraus ist. Für eine bessere Zukunft“ stehen vor allem Innovationen für kreatives Kochen und mehr Nachhaltigkeit in der Küche im Mittelpunkt.

So sollen z. B. die neuen Standkühlgeräte der Generation K 4000 mit ihrem innovativen Frischesystem PerfectFresh Active einen Beitrag dazu leisten, dass weniger Lebensmittel weggeworfen werden. Denn durch das Zusammenspiel einer Temperatur um null Grad mit Feuchtigkeit sowie einem feinen Wassernebel bleiben Gemüse und Obst nach Angaben von Miele bis zu fünfmal länger frisch als ohne dieses Feature.

Auch mit weiterentwickelten smarten Kochassistenten, Rezepte-Apps und intelligentem Energiemanagement will Miele seine Kundinnen und Kunden dabei unterstützen, nachhaltiger zu leben. Das gilt auch für Innovationen wie die neuen Dampfbacköfen, die neben den klassischen Funktionen auch als vollwertige Dampfgarer eingesetzt werden können. Miele stellt in Berlin verschiedene Modelle in dieser Kategorie vor. Die besonders gut ausgestatteten Geräte bieten zusätzlich auch weiter verbesserten Reinigungskomfort, während eine neue Einstiegsbaureihe den Einstandspreis in diesem Segment um rund ein Drittel senkt und so das Garen mit Dampf für eine größere Zielgruppe attraktiv macht.

Auch die Palette der Miele Backöfen wird um Einstiegsmodelle in neuem Design ergänzt, die deutlich mehr Ausstattung und ein besseres Preis-Leistungsverhältnis bieten als die Vorgängergeneration. Bei den derzeit besonders stark nachgefragten Induktionskochfeldern mit integriertem Dunstabzug gibt es auf der IFA ebenfalls neue Modelle, die noch effektiver absaugen als ihre Vorgänger und zugleich hörbar leiser arbeiten.

Die Geräte der vier neuen Baureihen werden in den Miele-Werken Arnberg, Bünde und Oelde produziert und sind auf 20 Jahre Lebensdauer getestet. Auch das ist ein wichtiges Verkaufsargument für Kunden, die einen nachhaltigen Lebensstil bevorzugen.

Nachhaltigkeit erleben

Mit welchem Nachdruck Miele seine Anstrengungen für Umwelt- und Klimaschutz an allen Standorten, in Vertrieb sowie bei Service und Logistik verstärkt, können die Messebesucher auf der interaktiven Sustainability Alley im Herzen des Messestands erleben. Hier wird auch deutlich, wie Miele seine Kundinnen und Kunden dabei unterstützt, nachhaltiger zu leben und gleichzeitig auch noch Geld zu sparen. Auch beim Messestand selbst setzt Miele auf Nachhaltigkeit: Die Aufbauten werden eingelagert und wiederverwendet, Möbel und Dekorationen sind gemietet, und die Teppiche werden ebenso wie das verwendete Papier zu 100 Prozent recycelt. Auf Tüten, Goodies, Einweggeschirr sowie gedruckte Tickets und Gutscheine wird vollständig verzichtet.



Freut sich auf die IFA nach zwei Jahren Zwangspause: Frank Jüttner, Senior Vice President der Vertriebsregion DACH und Chef von Miele Deutschland.

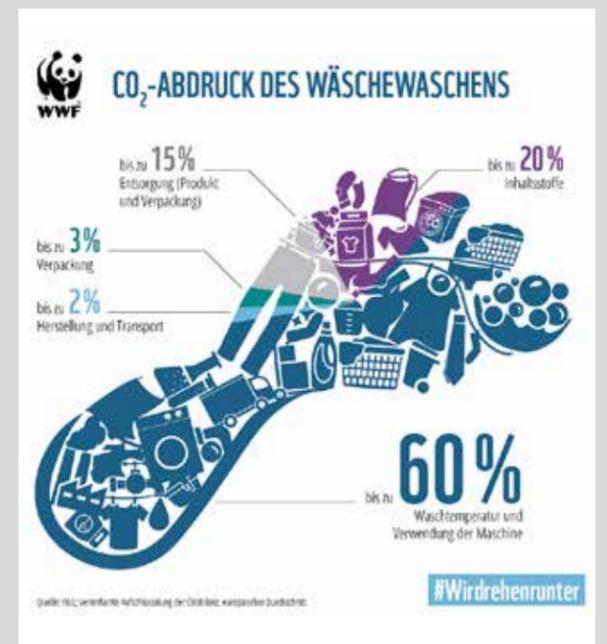
Abgerundet wird das IFA-Programm von Miele durch Live-Cooking und leckere Kostproben; zudem sind Fachbesucherinnen und Fachbesucher wie immer eingeladen, ihren langen Messetag im Miele Café entspannt ausklingen zu lassen. „Es ist großartig, nach zwei Jahren Zwangspause unsere Gäste aus Deutschland und der Welt wieder bei Miele auf der IFA begrüßen zu können“, sagte Frank Jüttner, Senior Vice President der Vertriebsregion DACH und zugleich Chef von Miele Deutschland. „Es ist und bleibt das wichtigste Familientreffen unserer Vertriebsgesellschaften mit ihren Handelspartnern, auf das sich unser gesamtes IFA-Team schon seit Monaten freut.“



Die neuen in Induktionsfelder integrierten Dunstabzüge von Miele arbeiten effektiver und leiser als die Vorgängergeneration.

Nachhaltigkeitsinitiative #Wirdreherunter von Procter & Gamble

Die Kampagne „Wirdreherunter“ ist Teil des P&G Nachhaltigkeitsfahrplans „Climate Transition Action Plan“. Damit setzt sich das Unternehmen ehrgeizige Ziele und hat wesentliche Maßnahmen definiert, um seinen eigenen Fußabdruck drastisch zu reduzieren



und nachhaltigen Konsum in der Breite der Gesellschaft zu verankern. Hierzu gehören zu 100 Prozent wiederverwendbare oder recycelbare Verpackungen bis 2030, die Reduzierung des Einsatzes von Neuplastik in Verpackungen um 50 Prozent, die weltweite Nutzung von 100 Prozent erneuerbarem Strom.

Mit der neuen Kampagne #Wirdreherunter rufen die Naturschutzorganisation WWF Deutschland und Ariel gemeinsam die Menschen in Deutschland zu einer einfachen Verhaltensänderung auf: die Temperatur beim Waschen zu senken.

Nach Angaben von P&G hat die Wassertemperatur den größten Einfluss auf den Energieverbrauch beim Wäschewaschen. Bis zu 60 Prozent des CO₂-Fußabdrucks des Wäschewaschens sind auf Wassertemperatur und Verwendung zurückzuführen, 20 Prozent auf die Inhaltsstoffe und die restlichen 20 Prozent auf Entsorgung, Verpackung, Herstellung und Transport. Wer bei niedrigeren Temperaturen (20 oder 30 Grad) wäscht, leistet einen wichtigen Beitrag, um Energie zu sparen, CO₂-Emissionen zu reduzieren und damit – wenn viele Menschen mitmachen – das Klima zu schützen, heißt es in einer Pressemitteilung.

„Unsere gemeinsame Kampagne #Wirdreherunter soll aufklären und eine echte Verhaltensänderung herbeiführen, die hilft, das Klima einfach und nachhaltig zu schützen“, so Astrid Teckentrup, Vorsitzende der Geschäftsführung Procter & Gamble in Deutschland, Österreich und der Schweiz. „Mit dem WWF haben wir einen starken Partner an unserer Seite, mit dem uns dies gelingen kann. Und Ariel verfügt über Waschmittel, die auch bei niedrigen Temperaturen hervorragende Waschergebnisse liefern.“

#Wirdreherunter ist auf einen Zeitraum von mindestens drei Jahren angelegt und wird wissenschaftlich begleitet.

Graef erweitert Family Line um Handmixer

Der neue Handmixer HM508 ist mit einem 600-Watt-Gleichstrommotor ausgestattet, der mit sieben Geschwindigkeitsstufen und extra Turbotaste sogar schwere Hefeteige für Brot und Pizza verarbeiten kann. Zudem arbeitet das Gerät besonders



leise. Der Handmixer ist mit vier Rührbesen ausgestattet. Für schwere Hefeteige hat das Powergerät auch noch zwei Knethaken im Gepäck. Bis zu zehn Minuten am Stück knetet der kleine Mixer feste Hefeteige kräftig durch und sorgt so für die ideale Beschaffenheit, heißt es in einer Pressemitteilung. Dank der besonderen Länge erreichen die Rühr- und Knetelemente aus Edelstahl auch tiefe Schüsselböden. Dabei liegt der Mixer angenehm in der Hand und bringt durch das 1,65 m lange Kabel maximale Bewegungsfreiheit in der Küche. Die Rühr- und Knetelemente aus Edelstahl sind dank Auswurfaste schnell entnommen und können in der Spülmaschine gereinigt werden. Der neue Handmixer HM508 von Graef ist ab September in der Farbe Taupe zum Preis von 69,99 Euro (UVP) erhältlich.

Panasonic: Mundhygiene für unterwegs

Panasonic ermöglicht mit der neuen Reise-Munddusche EW-DJ4B auch unterwegs eine umfassende Mundhygiene. Wo

Zahnbürste, Zahnseide und selbst Interdentalbürsten oft nicht hinkommen, entfernt sie mit innovativer Ultraschalltechnologie Plaque, Speisereste und Bakterien.

Mit bis zu 1.600 Impulsen pro Minute und vier Intensitätsstufen entfernt die neue Panasonic Reise-munddusche Speisereste, Plaque und hartnäckige Bakterien von Zahnoberflächen, aus Zahnzwischenräumen und entlang des Zahnfleischsaums. Sogar die sogenannte „schwimmende Plaque“ spült sie aus empfindlichen Zahnfleischtaschen heraus. Dazu ist die EW-DJ4B mit einer schmalen Ultraschalldüse ausgestattet. Sie versetzt den Wasserstrahl mit Mikroluftblasen, die beim Zerplatzen auf der Zahnoberfläche Schallwellen erzeugen. Auf diese Weise entfernt die kabellose Munddusche Verunreinigungen besonders wirksam und trotzdem schonend, heißt es in einer Pressemitteilung. Vier Intensitätsstufen stehen zur Wahl: von der sanft-belebenden Zahnfleischmassage bis zur kraftvollen Reinigung der Zahnzwischenräume. Die letzte Einstellung „merkt“ sich die Munddusche bis zur nächsten Anwendung. Die Handhabung der EW-DJ4B ist besonders komfortabel. Zunächst wird die Ultraschalldüse für den Transport an der Geräteseite angebracht und dann die Munddusche einfach in ihren Wassertank hineingeschoben. So halbiert sich die Gerätehöhe auf kompakte 15,4 Zentimeter. Die Reiseumndusche lässt sich überall aufladen. Nach einer Stunde Ladezeit ist der Akku für zehn Betriebsminuten bereit. Der 150 ml Behälter hat genügend Wasser für 40 Sekunden (auf Stufe 4) getankt und liegt während der Benutzung komfortabel in der Hand. Wieder zu Hause lässt sich der Wassertank bequem in der Geschirrspülmaschine reinigen. Die Panasonic EW-DJ4B



ist ab August 2022 für 81 Euro (UVP) erhältlich. Um die Reiseumndusche gemeinsam zu nutzen, sind zusätzliche Ultraschall-düsen unter der Bezeichnung WEW0986 (12 Euro UVP) verfügbar. Für festsitzende Zahnsparren, einen Retainer oder eine Brücke eignet sich die Kombination aus Reiseumndusche und optional erhältlicher orthodontischer Düse WEW0984 (12 Euro UVP). Während ihr zapfenförmiges Bürstchen Brackets und Drähte reinigt, spült der Wasserstrahl gelöste Plaque und Speiseresten direkt weg. Die optional erhältliche Zungenpflege-Düse WEW0985 (14,50 Euro UVP) komplettiert die Mundhygiene. Auf einem Wasserfilm gleitet sie über die Zunge und entfernt mit ihrem feinen Schlingengewebe sanft und gründlich Beläge. Dank zwölf Zentimetern Länge erreicht der Aufsatz auch das hintere Drittel der Zunge.

Neuer Neato Saugroboter D800

Neato bringt in Kürze den neuen Saugroboter D800 auf den Markt, der wie seine Schwestermodelle im typischen D-förmigen Design gehalten ist, das eine Reinigung auch in den Ecken ermöglicht. Dank der Laser-Smart- und der Lidar-Technologie kann sich der Helfer gut in der Wohnung orientieren, und zwar auch im Dunkeln und unter Möbeln. Da er dafür keine Kamera benötigt, bleibt auch die Privatsphäre gut geschützt. Gesteuert wird der Neato D800 mit der MyNeato-App oder mit Sprachkommandos an Google Assistant und Amazon Alexa. Auf diese Weise können auch Routinen oder No-Go-Zonen festgelegt werden, damit das Gerät unbeaufsichtigt arbeiten kann. Der neue Saugroboter soll laut Pressemitteilung „bald“ verfügbar sein und 399 Euro (UVP) kosten.



H-WASH 500 & H-DRY 500

Langlebige Leistung, hohe Effizienz

Entdecken Sie das perfekte Duo aus Waschmaschine und Wäschetrockner, das hervorragende Leistung, exzellente Pflege, lange Haltbarkeit und Energieersparnis ermöglicht:

- Langlebiger ECO-POWER INVERTER-MOTOR
- Umfassende Pflegeprogramme zum Waschen und Trocknen
- Remote-Steuerung über die hOn App

Hoover. Wash the way you live

Finden Sie viele zusätzliche Programme und Tipps in der App.



Laden Sie die neue hOn App herunter und verbessern Sie die Wasch- und Trocknerleistung.



Haier mit smarten Neuheiten auf der IFA

Die Zukunft der Wäschepflege beginnt jetzt

Mit wichtigen Neuheiten will Haier auf der IFA seine Position als weltweite Nummer Eins für große Hausgeräte unterstreichen. Dabei geht es vor allem um den Bereich Wäschepflege, in dem das umfangreiche Portfolio um die Waschtrockner der Superdrum Serie erweitert wird.

Kunden, die Wert auf geringen Energieverbrauch beim Waschen legen, werden bei Haier schnell fündig: Das gesamte Waschmaschinen-Sortiment des Herstellers trägt bereits das Energieeffizienzlabel der Klasse A. Trotzdem brauchen die Anwender nicht auf Komfort zu verzichten, denn die Geräte bieten zahlreiche nützliche Funktionen. Die beliebte I Pro Serie 7 lässt sich künftig auch mit der hOn App vernetzen, wodurch zahlreiche Zusatzfunktionen zur Verfügung stehen. Individuelle Programme können einfach erstellt und als Favorit gespeichert werden. Das Programm „Smart“ erkennt automatisch die Menge und Art der Textilien und passt das Waschverhalten entsprechend an, indem es aus über 2.500 Kombinationen wählt. Zusätzlich verfügen die Modelle über Smart Dosing; dies ermöglicht die optimale Dosierung von Waschmittel und Weichspüler, so dass insgesamt weniger Reinigungsmittel verbraucht wird. Besonders beliebt

ist die Refresh-Funktion, welche die Kleidungsstücke mit Dampf, ohne direkten Wasserkontakt auffrischt.

Neue Geräte lohnen sich

Gerade in Zeiten steigender Energiepreise kann es sich schnell auszahlen, alte Geräte durch neue zu ersetzen. Das gilt auch, wenn man die Ressourcen berücksichtigt,



Thomas Wittling, CEO DACH bei Haier Germany: „Das Öko-Institut hat bereits 2006 herausgefunden, dass etwa 80 Prozent der gesamten Umweltbelastung durch eine Waschmaschine während ihres Betriebs entstehen.“

die eingesetzt werden, um diese neuen Geräte zu produzieren. „Das Öko-Institut hat bereits 2006 herausgefunden, dass etwa 80 Prozent der gesamten Umweltbelastung durch eine Waschmaschine während ihres Betriebs entstehen und nicht durch Herstellung, Transport oder Entsorgung des Geräts“, betont Thomas Wittling, CEO DACH bei Haier Germany. „Aber es ist beim Kauf wichtig, den Blick auf das Energieeffizienzlabel zu richten und eine Waschmaschine zu wählen, die sich an die persönlichen Anforderungen anpassen lässt, genau so wie die Modelle von Haier.“

Die neue Superdrum Serie

Mit den neuen Superdrum Modellen präsentiert Haier auf der IFA Waschtrockner mit innovativer Technologie, die hervorragende Wäschepflege bei gleichzeitiger Schonung der Umwelt ermöglichen. Die Trommel des großen Superdrum-Modells fasst beeindruckende 15 Kilogramm und ist damit nach Angaben von Haier die Größte auf dem Markt. Dank einer Trocknerleistung von stolzen neun Kilogramm geht es auch nach dem Waschgang zügig weiter.

Auch die IFA-Neuheiten reflektieren die „Zero Distance“



Die Haier Waschmaschinen der Serie 7 Plus, die wie alle Modelle des Herstellers mit dem Energieeffizienzlabel A klassifiziert sind, bieten zahlreiche smarte Funktionen.

Philosophie, mit der Haier sicherstellen will, dass die Kunden dauerhaft aus einer breiten, ihren Bedürfnissen angepassten Produktpalette wählen können. Ein Schwerpunkt von „Zero Distance“ besteht darin, die Konsumenten durch Innovationen in ihrem Alltag zu entlasten und häusliche Aufgaben zu reduzieren. Dabei setzt das Unternehmen auch auf Künstliche Intelligenz und die stetige Vernetzung aller Geräte im Haier Portfolio. Bis 2025, so CEO DACH Thomas Wittling, werden 100 Prozent der Haier Produkte vernetzt sein.

Neues für die Küche

Auch für die Küche präsentiert Haier auf der IFA zwei Neuheiten. Die Hochleistungsspülmaschine I-Pro Shine ergänzt die Chef@Home Serie 6, zu der auch ein Backofen mit einem großen Display gehört, das die gesamte Front des Backofens einnimmt. Alle Funktionen können entweder über das berührungsempfindliche Display oder mit der hOn App per Smartphone gesteuert werden. Im Inneren ist eine Kamera eingebaut, mit deren Hilfe der Backofen die Speisen erkennt und die richtigen Einstellungen vorschlägt. Dabei wird die Handhabung mit KI unterstützt.



Die Trommel des neuen Haier Superdrum Waschtrockners ist nach Angaben des Herstellers mit einem Fassungsvermögen von 15 kg die größte auf dem Markt.

Die neue Barista Express Impress von Sage Appliances

Frischer Espresso ganz einfach



Mit der neuen Barista Express Impress will es Sage Appliances noch einfacher machen, Espresso in Barista-Qualität herzustellen.

Sage Appliances bringt mit der Barista Express Impress die nächste Generation seiner meistverkauften Espressomaschine auf den Markt. Das neue Gerät macht es mit zwei innovativen Funktionen besonders einfach, Espresso in der Spitzenqualität herzustellen, die für Siebträgermaschinen typisch ist. Das gelingt mit einem neuen, automatischen Dosiersystem sowie einem Druckhebel, der den Nutzern besonders präzises Tampen ermöglicht.

Das neue Impress Puck System der Barista Express Impress basiert auf einer innovativen Dosiertechnologie, die für jeden Espresso die richtige Portion des frisch gemahlene Kaffee Mehls in den Siebträger füllt. Die Menge wird auf der Basis der zuletzt verwendeten Größenordnung ermittelt und reflektiert so den individuellen Geschmack des Nutzers. Dabei stellt die Siebträgermaschine automatisch die richtige Dosis von 18 g bis 22 g frisch gemahlener Bohnen bereit und passt diese an, wenn der Mahlgrad verändert oder die Kaffeesorte gewechselt wird. Durch diese Präzision entsteht jedes Mal ein besonderer aromatischer, ausgewogener Geschmack.

Das gemahlene Kaffeemehl wird zudem vor dem Tampen in die Mitte des Siebträgers befördert, um eine zentrierte Verteilung für die bestmögliche Extraktion zu ermöglichen.

Unterstütztes Tampen

Bekanntlich ist bei den Siebträgermaschinen das Tampen der entscheidende Faktor, der einen Barista von einem Amateur unterscheidet. Mit dem neuen Druckhebel an der Seite der Maschine können Barista-Handgriffe jetzt auch zu Hause gelingen. Der Hebel sorgt für gleichmäßige Verdichtung der gemahlene Bohnen; anschließend wird mit einer Drehung des Tampers um sieben Grad die Oberfläche des Pucks automatisch poliert und überschüssiges Kaffeemehl entfernt. Das richtige Tampen ist deshalb so wichtig, weil sich nur damit das Kaffeemehl ganz gleichmäßig im Siebträger verteilt. Ist die Verteilung weniger gleichmäßig, sucht sich das Wasser beim Brühvorgang den leichtesten Weg, und das Aroma leidet.

Für das Brühen selbst wird das Wasser mit Hilfe einer digitalen Kontrolle auf die richtige Temperatur gebracht, dann wird das Kaffeepulver mit Niederdruck-Pre-Infusion vorgebrüht, bevor das Wasser per Hochdruck-Extraktion (9 bar) gleichmäßig durch den Kaffee strömt und sich in erstklassigen Espresso verwandelt.

Zur Ausstattung der Barista Express Impress gehören auch ein manuelles Hochdruck-Dampfsystem für feinen Milchschaum und ein separater Heißwasser-Auslauf. Der Bohnenbehälter fasst 250 g, der Wassertank zwei Liter. Die neue Siebträgermaschine von Sage Appliances ist ab sofort für 829,90 Euro (UVP) erhältlich.



Der neuartige Druckhebel an der Seite der Maschine erleichtert das richtige Tampen.



SEPURO

Unser erster kabelloser Staubsauger MIT oder OHNE Beutel!

Rein mit dem EINHELL, ran an die Power!
Jeder SEPURRO ist mit einem hochwertigen Akku der Power X-Change-Familie von Einhell ausgestattet.

POWER X-CHANGE

severin.com



AEG mit neuen Kühl-Gefrier-Geräten auf der IFA

Mehr Nachhaltigkeit

AEG stellt auf der IFA ein neues Sortiment von Kühl-/Gefrierkombis vor, das eine längere Haltbarkeit von Lebensmitteln ermöglichen und gleichzeitig die Umwelt schonen soll. Zu den Neuheiten gehört auch ein Kühlschrank, der nach Angaben von AEG die Lebensmittelverschwendung um bis zu 20 Prozent reduzieren kann und für dessen Innenverkleidung recycelter Kunststoff aus entsorgten Kühlschränken verwendet wird.

Der neue 7000 GreenZone sei einer der ersten Kühlschränke (wenn nicht sogar der erste überhaupt), dessen Innenauskleidung zu 50 Prozent aus recyceltem Kunststoff bestehe, betont AEG. Zusammen mit dem 6000 TwinTech NoFrost und dem 8000 Cooling 360° ist das Gerät Teil eines integrierten Kühlgerätesortiments, das in einer Entwicklungszeit von drei Jahren auf mehr Nachhaltigkeit getrimmt wurde.

Je nach Modell bieten die neuen Kühlgeräte verschiedene innovative Funktionen und Ausstattungsmerkmale: So bleiben dank der GreenZone-Technologie bis zu 95 Prozent der Vitamine länger erhalten, weil in einer versiegelten Schublade die richtige Luftfeuchtigkeit zum Schutz der Qualität von Gemüse und Obst konstant gehalten wird.

Stabiles Klima

Mit Cooling 360° gelingt eine nach Angaben von AEG um bis zu 40 Prozent bessere Temperaturverteilung, damit die Produkte bestmöglich gekühlt werden – und zwar an jedem Platz im Kühlschrank. Elektrosensoren, mit deren Hilfe die Innentemperatur nach dem Öffnen und Schließen der Tür schnell korrigiert wird, helfen dabei, Temperaturschocks zu verhindern und damit den Lebensmittelverlust durch Verderben um bis zu 20 Prozent zu reduzieren.



In der versiegelten GreenZone-Schublade wird die richtige Luftfeuchtigkeit konstant gehalten.

Mehr Saftigkeit und bessere Feuchtigkeitsszufuhr soll die TwinTech No Frost-Technologie bringen, mit der die Lebensmittel um 60 Prozent saftiger bleiben, weil sie dank des dualen Kühlsystems besser mit Feuchtigkeit versorgt und vor dem Austrocknen geschützt werden.

Einige Modelle der 7000 GreenZone-Serie sind in der MaxiSpace-Version erhältlich und verfügen bei einer Breite von 75 cm und einer um 12 cm auf 1,90 m gewachsenen Höhe über 45 Prozent mehr Fassungsvermögen als die 60 cm breite Standardgröße.

Auch die Interaktion mit den Nutzern wurde bei den neuen Kühl-Gefrier-Kombis von AEG verbessert: Ein neuer Ecometer soll den Anstoß zu nachhaltigeren Energieent-

Die neuen AEG Kühl-Gefrier-Kombis, hier das Modell 7000 GreenZone in der MaxiSpace-Version, wurden darauf ausgelegt, die Lebensmittel besonders lange frisch zu halten.

scheidungen geben, indem ein Ökorechner die Auswirkungen auf den Energieverbrauch zeigt und ggf. umweltschonende Alternativen vorschlägt, wenn die Einstellungen des Geräts verändert werden.

Die Modelle 7000 GreenZone (UVP: 1.999 Euro) und 8000 Cooling 360° (UVP: 2.299 Euro) kommen im Oktober auf den Markt, im Januar 2023 folgt der 6000 TwinTech NoFrost (UVP: 1.899 Euro).



Nachrüstbarer Mikroplastikfilter

AEG hat einen nachrüstbaren Mikroplastikfilter für Waschmaschinen angekündigt, der verhindern soll, dass Mikroplastikfasern, die vor allem beim Schleudern und durch das Einwirken von Waschmitteln freigesetzt werden, ins Abwasser gelangen. Der Filter kann nach Angaben des Herstellers bis zu 90 Prozent der Mikroplastikfasern auffangen, die größer als 45 Mikrometer (= 0,045 Millimeter) sind. Pro Haushalt und Jahr soll damit der Eintrag in einer Menge reduziert werden, die etwa zwei Plastiktüten entspricht.

Mit dem Filter adressiert AEG ein schwerwiegendes Problem: Nach Angaben des United Nations Environment Programme (UNEP) entspricht die Menge der Mikroplastik-Partikel, die jährlich in die Ozeane gespült werden, etwa drei Milliarden Polyester-shirts. Das hat auch Folgen für die Menschen: Laut einer WWF-Studie nimmt jeder Mensch im Durchschnitt bis zu fünf Gramm Plastikfragmente pro Woche zu sich – das entspricht dem Gewicht einer Kreditkarte.

Eine aktuelle Studie im Auftrag von AEG zeigt, dass bei diesem Thema noch Aufklärungsbedarf besteht: 67 Prozent der Befragten in Deutschland war nämlich z. B. nicht bewusst, dass es sich bei Nylon um ein Kunst-



Der Mikroplastikfilter wird einfach an der Wand angebracht und lässt sich nach Angaben des Herstellers mit jeder Waschmaschine von AEG, Electrolux oder Zanussi verwenden.

stoffgewebe handelt. Auf die Frage nach dem prozentualen Anteil von Kunststofffasern bei ihren eigenen Kleidungsstücken wussten 91 Prozent keine Antwort, die durchschnittliche Schätzung lag bei einem Anteil von 40 Prozent. Dagegen gehen Experten davon aus, dass synthetische Fasern fast zwei Drittel (60 Prozent) des jährlichen Faserverbrauchs für Kleidung ausmachen. Die Studie zeigt aber auch, dass viele Menschen bereit sind, aktiv zu einer Reduzierung des Mikroplastik-Eintrags beizutragen.

Der Filter, der seitlich der Waschmaschine an einer Wand angebracht werden kann, besteht zu 50 Prozent aus recyceltem Material und wird vom Hersteller für alle Waschmaschinen von AEG, Electrolux oder Zanussi empfohlen. Er enthält eine Kartusche, die während des Waschvorgangs die synthetischen Fasern auffängt. Eine Wechselanzeige auf dem Filter macht mit der Signalfarbe rot darauf aufmerksam, wenn eine Reinigung erforderlich ist. Dann sollten die Mikroplastikfasern mit der beigelegten Reinigungsbürste entfernt und über den Hausmüll entsorgt werden. Die Filterkartusche kann sechs Monate lang eingesetzt werden, bevor sie ersetzt und recycelt werden sollte. Nur wenn sie nicht gründlich gereinigt wurde, muss sie über den Hausmüll entsorgt werden. Der Filter sollte keinesfalls unter fließendem Wasser gereinigt werden.

Smeg auf Gut Böckel

Vom 17. bis 23. September findet wieder die Küchenmeile auf Gut Böckel statt. Der komplett neu gestaltete Showroom des italienischen Hausgeräte-Herstellers Smeg steht dann ganz im Zeichen von Galileo, der innovativen Backofen-Generation für die Designlinien Dolce Stil Novo, Classici und Linea. Technisches Highlight ist der neu konzipierte Garraum. Sein Wellendesign verteilt die Hitze besonders gleichmäßig und sorgt so für herausragende Back- und Garergebnisse. Bis zu 150 verschiedene Programme stehen zur Auswahl. „Der Alleskönner aus der neuen Backofenfamilie ist der Kombi-Backofen Galileo Omnichef: Er vereint klassisches Backen und Braten, eine geräumige Mikrowelle und einen vollwertigen Dampfgarer in einem“, erklärte Olaf Nedorn, Geschäftsführer von Smeg Deutschland. „Ein solches All-in-one-Gerät ist nicht nur platzsparend. Wer die Garmethoden gezielt kombiniert, kann auch um bis zu 70 % Zeit sparen.“ Zudem halten alle Galileo-Backöfen die Wärme besser im Garraum. Sie verbrauchen dadurch 10 Prozent weniger Energie und erreichen so die Energie-Effizienzklasse A+++. Damit hebt Smeg Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit und optische Eleganz auf eine neue Stufe.“ Auf Gut Böckel wird Smeg zudem neue Einbaugeräte aus der Designlinie Classici vorstellen – leicht erkennbar an ihrem coolen, matten Äußeren und den Bedienknöpfen. Neben einem mattschwarzen Einbau-Backofen aus der Gerätegeneration Galileo stellt Smeg eine Kompakt-Mikrowelle in derselben Farbnuance aus, ausgestattet mit Großflächengrill sowie mit Sonderfunktionen zum Warmhalten und Auftauen. Smeg zeigt auf der Küchenmeile auch die Gerätefamilie Linea in Neptun Grey, einem satten, tiefen und vor allem hochwertig edlen Graublau. Besucher des Smeg Showrooms dürfen sich zum einen von den neuen Farben der Kleingeräte im Retrostil der 50er Jahre inspirieren lassen. Neue Farbnuancen wird es auch für die im letzten Jahr vorgestellten Kaffeefullautomaten geben. Sie erweitern die bisherige Farbpalette Rot, Schwarz, Weiß und Taupe. Darüber hinaus stellt la Pavoni neue, kompakte Siebträger-Espressomaschinen vor. Der neu gestaltete Smeg Showroom zeigt eine breite Palette der Keramik-Arbeitsflächen und Wandfliesen von Marazzi, dem Hersteller hochwertiger Arbeitsplatten, Boden- und Wandbeläge. Und auch in punkto Küchenmöbel liefert Smeg

viel Inspiration zur individuellen Ausgestaltung. Die Berliner Kult-Manufaktur Authentic Kitchen by Noodles Noodles & Noodles Corp., in Deutschland etablierter strategischer Partner von Smeg, stellt dazu ihre neuesten, handgefertigten Küchenmöbel vor.

Samsung kooperiert mit Fitness-Influencer Tanju Koc

Für die aktuelle Bespoke Jet Kampagne kooperiert Samsung mit Tanju Koc, einem Dance- und Fitness-Influencer. Koc entwickelt speziell für den Bespoke Jet drei abwechslungsreiche Workouts, die aus dem Wohnungsputz ein sportliches Erlebnis machen können. „Ich freue mich sehr, für Samsung mit einem ganz besonderen Tanzpartner Schwung in die Wohnzimmer der Menschen zu bringen“, erklärte Koc. „So einen Staubsauger wie den Bespoke Jet habe ich noch nicht gesehen. Ein abgefahrenes Design und krasse Funktionen, die mich auf tolle Ideen für die Choreografien gebracht haben. Spaß haben, fit werden, und danach ist auch noch die Wohnung sauber – was will man mehr!“, so Koc.

Koc verknüpft den Bespoke Jet mit Kniebeugen, Ausfallschritten, Armbeugen und mehr zu einem Trainingsprogramm, nach dem auch noch das Zuhause blitzblank ist. Vom Teppich, aufs Parkett und auf die Fliesen und von kleinen Staubmäusen bis hin zu Tierfell oder einer Pfütze Saft – die verschiedenen Aufsätze des Bespoke Jet sind auf das alles vorbereitet. Nach getaner Arbeit übernimmt die All-in-One Clean Station die automatische und hygienische Entleerung des Staubbehälters.

Die Kampagne besteht aus drei Workouts, die sich je nach Staubsauger-Modell vom Anspruchsgrad unterscheiden. Die Kampagne wird auf den Samsung-eigenen Social-Media-Kanälen sowie Kocs Instagram-Kanal laufen. Die Workouts werden sowohl auf dem Samsung YouTube-Kanal sowie auf Kocs YouTube-Kanal zur Verfügung stehen. Auch offline wird die Kampagne zum Einsatz kommen: Samsung bringt „Joy of Cleaning“ im Herbst auch auf Messe- und Händlerböden.

„Staubsaugen soll leicht von der Hand gehen und Freude bereiten“, sagte Mike Henkelmann, Director Marketing Consumer Electronics bei Samsung Electronics GmbH. „Mit unserem Bespoke Jet wollen wir genau das erreichen. Ich freue mich, dass wir mit Tanju Koc einen Partner für



unsere Kampagne gewinnen konnten, der mehr ist als ein Fitnesstrainer. Seine Workouts stehen für Spaß, gute Laune und Leichtigkeit – und genauso fühlt sich das Staubsaugen mit unserem Bespoke Jet an“, sagte Henkelmann.

Gorenje auf der Küchenmeile

Gorenje wird erstmals im Rahmen der Küchenmeile auf Gut Böckel ausstellen. Das komplett neue Messestandkonzept steht im Zeichen der MasterLine, das speziell für den Küchenfachhandel konzipierte Produkt-Portfolio aus besonders leistungsstarken und innovativen Einbaugeräten. Das selektiv über den Küchfachhandel vertriebene Programm beinhaltet jetzt die BlackLine, eine exklusive Kollektion ausgewählter Einbaubacköfen in der Küchentrendfarbe schwarz. Zu den Messehighlights gehört das innovative 3-in-1 Gerät, das Backofen-, Mikrowellen- und Dampfgarer-Funktion auf kleinstem Raum vereint. Farbige TFT-Displays, intuitive Steuerung und die Automatik-Funktion ProCook zeichnen die schwarzen Einbaumodelle aus. Einen weiteren Messe-Schwerpunkt setzt Gorenje mit dem Thema vernetzte Küche. Unter der Produktlinie ConnectLife zeigt Gorenje erstmals smarte Backöfen, einen Geschirrspüler und eine Kühl-Gefrierkombination mit WiFi-Funktion. Via App lassen sich die vernetzten Geräte komfortabel steuern, Status-Benachrichtigungen werden direkt auf dem Smartphone angezeigt, und stromsparende Einstellungen können einfach programmiert werden. „Mit unserem neuen Messeauftritt in der ganz besonderen Atmosphäre auf Gut Böckel können wir die Stärken von Gorenje, von denen insbesondere der Küchenfachhandel profitiert, noch besser präsentieren“, so Jörg Bunde, Sales Director Kitchen Retail Trade. „Wir freuen uns auf den persönlichen Austausch und sind schon jetzt gespannt auf das Feedback unserer Fachhandelspartner“.



GRAEF.
Für heute. Für morgen. Für dich.

EISMASCHINE IM700 Das 2-in-1 Multitalent mit Joghurtfunktion

Egal ob veganes (Soft-)Eis oder Joghurt – unsere Eismaschine zaubert auch aus pflanzlichen Milchalternativen kühle Leckereien für die ganze Familie. Das komfortable Touchdisplay und das Edelstahlgehäuse machen unseren Eisprofi zum praktischen und langlebigen Helfer für heiße Tage.



www.graef.de

Pam und Sam von Rommelsbacher

Rommelsbacher präsentiert mit dem Pancake Maker PC 1800 Pam und dem Sandwich Maker ST 1800 Sam zwei Neuheiten für die Küche. Pam und Sam bieten viel Backfläche, eine schicke Optik sowie eine umfangreiche Ausstattung inkl. ausgereiftem Bedien- und Sicherheitskonzept.



Die beiden leistungsstarken Geräte Pam und Sam heizen in Minutenschnelle auf; die massiven Alu-Druckguss-Platten bieten eine optimale Wärmeverteilung für eine rundum gleichmäßige Bräunung. Mit einer Backdauer von bis zu 15 Minuten lassen sich zahlreiche Schmankerl zubereiten. Während die Soft-Touch-Tasten ein angenehm haptisches Feedback vermitteln, gibt das klare LED-Display eine übersichtliche Rückmeldung zur Back- und Restlaufzeit; die Kontrolllampen geben Auskunft über den Betriebszustand und runden die komfortable Bedienung ab.

Trotz der im Innern sehr heißen Temperaturen garantieren das Cool-Touch-Gehäuse sowie der wärmeisolierte Handgriff hohe Sicherheit.

Dank der hochwertigen 2-Lagen-Antihafbeschichtung eignen sich sowohl der PC 1800 als auch der ST 1800 ideal für fettarmes Backen. Die rutschhemmenden Silikonfüße sorgen für stabilen Stand, das Kabel lässt sich nach der Benutzung in den dafür vorgesehenen Bereich auf der Unterseite aufwickeln; so finden die beiden Geräte, platzsparend senkrecht aufgestellt, überall einen Platz.

Der Pancake Maker PC 1800 Pam und der Sandwich Maker ST 1800 Sam von Rommelsbacher sind zum Preis von jeweils 99,99 Euro (UVP) erhältlich.

IFA Next 2022: Nachhaltige Elektronik für weniger CO2

Auf der IFA Next 2022 präsentieren zahlreiche Startups ihre Innovationen und Strategien für nachhaltigere Elektronik in den Bereichen Consumer Electronics und Home Appliances. Eine große Rolle sollen dabei z. B. eine ressourcenschonende und CO₂-neutrale Produktion, Reparierbarkeit und Recycling spielen.

Das Fraunhofer-Institut für Zuverlässigkeit und Mikrointegration (IZM) zeigt auf der IFA Next Strategien für die „Circular Economy“: Am Beispiel von Smartphones und Tablets werden Umweltauswirkungen verdeutlicht und Ansätze für kreislauffähige Produkte demonstriert. „Design, Manufacture, Use... und dann?“ – Für jede dieser Phasen werden Wege für nachhaltigere Produkte präsentiert: An den einzelnen Generationen wird gezeigt, wie Smartphones unterstützt durch Ökobilanzen modular aufgebaut werden können – was wichtig für Reparierbarkeit und Recycling ist.

Anhand eines auf „Zirkularität“ ausgerichteten Tablets wird veranschaulicht, wie mittelständische Unternehmen digitale kleinseriengerechte Fertigungsprozesse für lokale Produktionen nutzen können. Denn der größte CO₂-Fußabdruck bei smarten Geräten entsteht in der Fertigung. Für eine gute Ökobilanz ist eine lange Nutzung deshalb ausschlaggebend. Weitere spannende Einblicke wird es in Reparaturworkshops, Talks und Softwaredemonstrationen für Hersteller geben.

Auch Cooperative Commown aus Frankreich stellt Innovationen zum Thema Nachhaltigkeit vor. Das Unternehmen vermietet zahlreiche elektronische Geräte und bietet gleichzeitig Dienstleistungen an - von der Reparatur bis hin zur technischen Unterstützung.

Hoover mit „Quality for Life“ auf der IFA

Unter dem Motto „Quality for Life“ will Hoover in Halle 3.1 auf der IFA deutlich machen, dass die Marke für exzellente Leistung steht, die dem Wohlbefinden und der Lebensqualität zu Hause dient. Als kompetenter Begleiter beim Hausputz hat dabei der kabellose Stabstaubsauger HF9 einen markanten Auftritt in Berlin. Er soll durch eine gelungene Balance zwischen Leistung und Autonomie den Erwartungen der Kunden entsprechen, das ganze Haus komfortabel reinigen zu können.

Neben dem HF9 wird Hoover weitere Neuheiten vorstellen, darunter die neue Waschmaschine H-Wash 350, die mit der hOn App kompatibel ist, und die H-Wash 500, die jetzt auch mit der AutoDose Funktion aufwarten kann. Überarbeitet wurde auch die H-Wash 550, die nun mit Hilfe des neuen Anti-Allergie-Programms mit der Tiefenwirkung des Dampfes 99,9 Prozent der Bakterien aus der Kleidung entfernen kann.

Eine weitere wichtige Neuheit ist die Waschmaschine H-Wash 700 Slim, die ein Fassungsvermögen von neun Kilogramm mit einer Tiefe von nur 44 cm kombiniert. Auch dieses Gerät ist mit der hOn App kompatibel und kann mit dem Smartphone gesteuert werden. Zudem lassen sich mit der App mehr als zehn zusätzliche Zyklen abrufen, mit denen die Maschine auf spezielle Anwendungen wie das Waschen großer Ladungen oder das Erfüllen besonderer Hygiene-Ansprüche abgestimmt wird.



Die Hoover H-Wash 550 kann jetzt mit dem neuen Anti-Allergie-Programm 99,9 Prozent der Bakterien aus der Kleidung entfernen.

Eine weitere Herausforderung für die Umwelt ist Mikroplastik. Die Kunststoffteilchen von weniger als 5 mm Größe beeinträchtigen nicht nur die Fähigkeit der Ozeane, atmosphärisches CO₂ zu absorbieren, sondern verschmutzen gleichzeitig Wasser, Luft und Lebensmittel. Das britische Unternehmen Matter präsentiert auf der IFA Next eine innovative Technologie, um die Verschmutzung durch Mikroplastik zu stoppen.

Die Gründungsidee von precycle: mittels digitaler Lösungen den Plastikfußabdruck ausgleichen und somit einen gesellschaftlichen und ökologischen Mehrwert generieren. Für die Initiative der Fachhochschule Potsdam gab es bereits die Zusage von Exist, einem Förderprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz.

Die komplette Digitalisierung (z. B. via Plugin, Blockchain, App etc.) des Kompensationsdienstes ermöglicht erstmalig ein

großes Maß an Transparenz. Mit Hilfe von Plastic Credits bzw. Spenden will precycle Plastikkompensation im Einzelhandel etablieren sowie Unternehmen und Privatpersonen dabei unterstützen, plastikneutral zu werden. So soll für jedes Kilogramm Plastik, welches durch Konsum neu in Umlauf gerät, ein Kilogramm Plastikmüll in den Ländern des Globalen Südens gesammelt und recycelt werden. Zudem soll sichergestellt werden, dass lokale Waste Worker in formelle Anstellungsverhältnisse gehoben werden und Zugang zu Krankenversicherung, Arbeitsschutz und Bildung erhalten.

Das Berliner Startup BerlinGreen hat mit der „GreenBox“ eine innovative Technologie entwickelt, die ein effizientes und sauberes Indoor Gardening auf einer kleinen Fläche und in jeder Wohnung möglich macht. Die ausgereifte Steuerung des Systems und der Einsatz effizienter LEDs und Sensoren machen laut Hersteller die Pflege von Blattgemüse, Kräutern und anderen Pflanzen einfach und komfortabel.

Ein umfangreiches Programm mit Vorträgen, Expertenpanels und Startup-Pitches ergänzt den Ausstellungsbereich. Auf der IFA Next Bühne Innovation Engine dreht sich am Montag, den 5. September, alles ums Schwerpunktthema Nachhaltigkeit. Hochkarätige Redner aus Wissenschaft, Politik und Industrie teilen hier ihre Zukunftsvisionen. In Vorträgen und Podiumsdiskussionen erhalten Zuhörerinnen und Zuhörer einen profunden Einblick in die verschiedenen Bereiche von Sustainability und Green Tech: von globaler und sozialer Verantwortung über Plastikverschmutzung und Klimaschutz bis hin zu verlängerter Nutzungsdauer, Rentabilität und Datenschutz.



Das Berliner Startup BerlinGreen hat mit der „GreenBox“ eine innovative Technologie entwickelt, die ein effizientes und sauberes Indoor Gardening auf einer kleinen Fläche möglich macht. Laut Hersteller machen es die Steuerung des Systems und der Einsatz effizienter LEDs und Sensoren komfortabel, Pflanzen zu ziehen.

De'Longhi mit Lösungen für den Einstieg in guten Kaffee

Den Markt erweitern



Die neuen Vollautomaten der Magnifica Start Serie sollen auch Zielgruppen mit schmalen Budget für die Welt des komfortablen Kaffeegenusses begeistern.

Nachdem De'Longhi im Frühjahr dieses Jahres mit der Einführung der Eletta Explore einen deutlichen Akzent im oberen Marktsegment gesetzt hat, will das Unternehmen im verkaufstarken Jahresendgeschäft den Markt auch mit interessanten Einstiegsmodellen erweitern. Neben der La Specialista Arte für Siebträger-Fans sollen jetzt die Vollautomaten der neuen Magnifica-Serie auch Kunden mit schmalere Budget zum Start in die Welt des komfortablen Kaffeegenusses auf Knopfdruck motivieren.

Trotz ihrer günstigen Preise sind die Neuheiten vom Know-how der De'Longhi Entwickler geprägt: Benutzerfreundlichkeit, Individualisierbarkeit und einfache Wartung sind deshalb auch im Einstiegssegment wichtige Verkaufsargumente.



Das Einstiegsmodell La Specialista Arte wird mit Milchkännchen und Tamping Zubehör geliefert.

Tatsächlich erlauben es die neuen Modelle der Magnifica Start Serie von De'Longhi, das Aroma der Getränke nach individuellen Vorlieben einzustellen. Das berührungsempfindliche Display der Vollautomaten macht es mit bis zu fünf Symboltasten einfach, Spezialitäten wie Kaffee, Long Coffee, Espresso oder Americano auszuwählen. Dabei dient das fünfte Symbol der Zubereitung von cremigem Milchschaum oder von heißem Wasser, z. B. für Tee. Auch eine praktische Twin-Shot-Funktion, die mit nur einem Tastendruck entweder zwei Espresso gleichzeitig oder einen doppelten Espresso zubereitet, gehört zur Ausstattung. Dazu kommen verschiedene Möglichkeiten zur Personalisierung: So können die Anwender im Voraus auswählen, ob das Aroma des Getränks mild, medium oder stark sein soll. Auch das Mahlwerk kann in 13 Stufen individuell auf die verwendeten Bohnen abgestimmt werden. Zudem lässt sich mit der Magnifica Start auch gemahlene Kaffeebohnen verwenden.

Die Abtropfschale aus Edelstahl ist spülmaschinenfest und unempfindlich gegen Kratzer. Sie lässt sich einfach entnehmen; dann kann man auch direkt auf die herausnehmbare Brühgruppe zugreifen, um sie zu reinigen und hygienische Verhältnisse sicherzustellen.

Die Magnifica Start ist ab September in neun Ausführungen bzw. Designs erhältlich. Alle Modelle können Kaffee, Espresso und Teewasser zubereiten. Während die untere Produktlinie (UVP 349 Euro) als vierte Option zusätzlich entweder Long Coffee oder Doppio+ oder Americano erlaubt, bieten drei weitere Modelle (UVP 379 Euro) eine Auswahl aus diesen Spezialitäten.

Barista-Feeling mit La Specialista Arte

Auch Siebträgerfans kann der Fachhandel bereits seit dem Frühjahr mit De'Longhi ein attraktives Einstiegsange-

bot machen: Die neue La Specialista Arte ist eine kompakte Siebträgermaschine, die ihre Anwender bei jedem Schritt der Zubereitung unterstützt. So kann abhängig von der Bohnensorte und dem Röstgrad mit acht Einstellungen des Kegelmahlwerks der passende Mahlgrad der Kaffeebohnen gewählt werden. Die einwandigen Siebe der Maschine fassen bis zu 20 Gramm Kaffeebohnen für die Zubereitung von einer oder zwei Tassen. In den Wassertank passen 1,5 Liter.

Das Barista Kit mit Tamping Matte, Dosierhilfe und Tamping Guide unterstützt die Nutzer bei der Herstellung eines sauberen und exakt dosierten Kaffeebetts im Filtersieb. Das Thermoblock-Heizsystem erreicht innerhalb weniger Sekunden die richtige Brühtemperatur (92, 94 oder 96 Grad), die dank Active Temperature Control während des gesamten Brühvorgangs konstant bleibt. Das Bedienfeld lässt sich intuitiv nutzen, das Manometer zeigt den Druck beim Brühvorgang an.

Die Milchlanze des MyLatte Art-Systems ist mit hochwertigem Metall verkleidet, wird aber nie zu heiß, da der innenliegende Schlauch aus Kunststoff besteht. Über eine vom restlichen System getrennte Heißwasserdüse lässt sich heißes Wasser entnehmen, um z. B. aromatischen Tee zuzubereiten.

Die La Specialista Arte ist ab sofort zum Preis von 599 Euro (UVP) erhältlich. Im Lieferumfang sind Milchkännchen, Dosierhilfe und Tamping Guide, Tamper, Tamping Matte, Entkalker sowie zwei Filtersiebe enthalten.

Starke Kampagnen im 4. Quartal

Auch in diesem Jahr sorgt De'Longhi mit großem Media-Invest für Nachfrage beim Fachhandel. So kehrt Brand Ambassador Brad Pitt ab September in einer großen TV-Kampagne auf die Bildschirme zurück, um den Blick der Konsumenten wieder auf das im Frühjahr eingeführte Modell Eletta Explore zu lenken, die mit über 40 vorinstallierten Rezepten und weiteren über 100 Vorschlägen per App eine besonders große Getränkevielfalt bietet. Dafür kann das LatteCrema Cool-Milchsystem wahlweise kalten oder warmen Milchschaum erzeugen.



Ab September kehrt De'Longhi Brand Ambassador Brad Pitt auf die Bildschirme zurück, um für Kaffeegenuss mit der Eletta Explore zu werben.

„Mit der erfolgreichen Einführung der Eletta Explore haben wir eine Lücke im Übergang von der Mid Price- zur Premium-Range geschlossen und zahlreiche neue Kundinnen und Kunden gewonnen“, erklärte Susanne Harring, Geschäftsführerin von De'Longhi Deutschland. „Auf diesem Erfolg setzen wir mit unseren Aktivitäten zum Jahresendgeschäft auf und geben unseren Partnern im Fachhandel zusätzlich die Möglichkeit, mit unseren Einstiegsmodellen neue Zielgruppen anzusprechen.“

Ausgespielt wird die 360°-Kampagne nicht nur im Fernsehen, sondern auch online, in Social Media und am PoS. Zusätzlichen Anreiz schafft die Verlängerung der Mehrwertaktion in Kooperation mit Alpro, bei der pflanzliche Alternativen zu Kuhmilch in den Fokus rücken. Auch damit stellt sich De'Longhi auf Kundenbedürfnisse ein und berücksichtigt den wachsenden Bedarf nach nachhaltigen Milchalternativen. Auch die Genuss-Sets werden wieder am PoS beworben.

Ecovacs Robotics definiert seine Mission und Vision neu

„Symbiose

zwischen Mensch und Roboter“

Ecovacs Robotics, der seit 24 Jahren operierende Spezialist für Haushaltsroboter, hat seine Unternehmensmission neu definiert. Mit dem Claim „Robotics for All“, der die bisherige Aussage „A Robot for Every Family“ ersetzt, will das Unternehmen seine Transformation von einem Haushaltsroboter-Hersteller zu einem vielseitigen Robotik-Powerhouse unterstreichen. Dabei geht es darum, eine Symbiose zwischen Mensch und Roboter im Alltag sowie in der Produktion zu schaffen, erklärte Ecovacs.

Seit seiner Gründung im Jahr 1998, der 2014 der Markteintritt in der EMEA-Region folgte, hat sich Ecovacs Robotics zu einem führenden Hersteller von innovativen und intelligenten Robotiklösungen entwickelt. Das zunächst aus Staubsaugrobotern bestehende Portfolio wurde kontinuierlich weiterentwickelt und um Fensterreinigungsroboter ausgebaut. Dabei wurde stets das Ziel verfolgt, Roboter anzubieten, die sich nahtlos in den Alltag integrieren, das Leben komfor-



Anfang des Jahres stellte Ecovacs die Premiummodelle der Deebot X1 Familie vor, die auf der CES mit einem Innovation Award ausgezeichnet wurden.



tabler gestalten und die Menschen zu einem vernetzten Leben inspirieren, damit ihnen mehr Zeit für ihre Freizeitbeschäftigungen und andere wichtige Dinge bleibt. Seit 2006 hat Ecovacs pro Jahr mehr als 20 neue Robotersysteme entwickelt. Das eigene Laborzentrum für Forschung und Entwicklung ist mit über 1.000 Ingenieuren und Spezialisten strategisch günstig neben dem Produktionsbetrieb angesiedelt, damit die Innovationen besonders schnell auf den Markt gebracht werden können. Das Unternehmen hält derzeit 345 Schutzrechte und über 1.200 Patente in China und Übersee. Die Produkte von Ecovacs Robotics sind derzeit in mehr als 30 Ländern der Welt erhältlich. Die starke Position des Unternehmens auf dem chinesischen Heimatmarkt bildet ein solides Fundament für die internationale Expansion, für die eigene Vertriebsgesellschaften in Japan, Deutschland und in den USA etabliert wurden. Zudem wurden die Operationen in anderen bedeutenden Märkten und Regionen ausgeweitet, zu denen u. a. Kanada, Tschechien, Frankreich, Iran, Malaysia, Polen, Spanien und die Schweiz gehören.

Im asiatisch-pazifischen Raum hat Ecovacs innerhalb von fünf Jahren seinen Marktanteil bei Roboterstaubsaugern mehr als verdoppelt und ist damit in diesem Gebiet nach eigener Aussage seit 2010 Marktführer. Im Jahr 2017 platzierte sich das Unternehmen in diesem laut Euromonitor International als APAC-Marktführer in diesem Segment. Auf dem hart umkämpften europäischen Markt erreichte das Robotikunternehmen schnell den zweitgrößten Marktanteil.

Den Markt erweitern

Im vergangenen Jahr wurden die beiden Geschäftsbereiche Home Service Robotics und Business Robotics unter dem Dach von Ecovacs Robotics zusammengeführt, um die Produktpalette zu straffen und neue Anwendungen für die Innovationen des Unternehmens zu erschließen. In der EMEA

Region fokussiert sich das Unternehmen derzeit vor allem auf Boden-, Fenster- und Luftreinigungsroboter. So kamen in diesem Jahr bereits die Premiummodelle der Deebot X1 Familie sowie der neue Fensterreiniger Winbot W1 Pro auf den Markt. Außerdem hat das Unternehmen angekündigt, noch in diesem Jahr den neuen Luftreinigungsroboter Airbot einzuführen, um



Noch in diesem Jahr sollen die neuen Airbot Luftreinigungsroboter auf den Markt kommen.

dieses Marktsegment zu revolutionieren. „Robotics for All“ soll genau diese Dynamik widerspiegeln.

„In den vergangenen Jahren sind wir konsequent unserer Mission ‚A Robot for Every Family‘ gefolgt, um jeder Familie den passenden Roboter anzubieten“, erklärte Johannes Rupp, Deputy General Manager EMEA bei Ecovacs Robotics. „Dabei hat sich unser Unternehmen sukzessiv von einem Hersteller von Haushaltsrobotern zu einem innovativen, vielseitigen Robotik-Powerhouse weiterentwickelt. Vor diesem Hintergrund ist für uns nun die Zeit gekommen, auch unsere Mission anzupassen und mit unserem neuen Ziel ‚Robotics for All‘ den nächsten Schritt in die Zukunft zu machen.“

„Wir freuen uns über diese neue Unternehmensvision, in der wir Robotiklösungen so weit fördern möchten, dass eine Symbiose zwischen Mensch und Roboter im Alltag sowie in der Produktion geschaffen wird“, fügte Rupp hinzu. „Mit der Weiterentwicklung unserer Mission und Vision stellen wir mehr denn je unsere Stärken in Forschung und Entwicklung heraus, um den Menschen mit innovativen Robotiklösungen in wichtigen Lebensbereichen Unterstützung und Komfort zu bieten.“



Der neue Claim „Robotics for All“ soll die Vision von Ecovacs unterstreichen, als Anbieter von intelligenten Robotiklösungen die Menschen zu einem vernetzten Leben zu inspirieren.



Johannes Rupp, Deputy General Manager EMEA bei Ecovacs Robotics: „Mit der Weiterentwicklung unserer Mission und Vision stellen wir unsere Stärken in Forschung und Entwicklung heraus.“

www.pos-mail.de Im neuen Design

Wir haben www.pos-mail.de, unseren aktuellen Internet-Informationssdienst, komplett neu gestaltet. Jetzt finden Sie auf unserer Webseite die aktuellen Nachrichten und Hintergrundthemen noch schneller, auch das Erscheinungsbild wurde modernisiert. Unser regelmäßig erscheinender PoS-MAIL Newsletter sieht ebenfalls attraktiver aus.



Unverändert ist die Aktualität, mit der wir Sie auf unserem Internetportal ständig über brandneue Produkte, Marketing-Aktivitäten und personelle Veränderungen in der High-Tech-Branche informieren.

Zudem haben Sie Zugriff auf wichtige Artikel der aktuellen PoS-MAIL Ausgabe und können über ein Archiv auch auf die Inhalte früherer Jahre zurückgreifen – und zwar bis zur ersten Ausgabe im Jahr 2000. Unter den Suchfunktionen finden Sie ganz einfach die Meldungen

zu einem bestimmten Unternehmen oder Stichwort.

Mit einem Klick kommen Sie sofort auf das Newsportal unserer Schwesterzeitschrift *imaging+foto-contact*, dem führenden Magazin für den Fotohandel in Deutschland.

Regelmäßig informieren wir unsere Leser mit dem PoS-MAIL Newsletter aktuell über das Neueste aus der High-Tech-Branche. Jetzt kostenlos abonnieren auf www.pos-mail.de.

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Hurra – bald funktioniert das Netz!

Vodafone hat im August den „Connected Consumer 2030 Report“ vorgestellt, der zeigt, dass intelligent vernetzte Geräte z. B. beim Klimawandel, der Verknappung natürlicher Ressourcen und bei der Unterstützung der alternden Bevölkerung helfen können. Der letzte Punkt begeistert mich als Rentner natürlich besonders. Damit das alles klappt, sollen leistungsstarke Kommunikationsnetze Menschen, Maschinen und die Natur zuverlässig miteinander verbinden. Das klingt gerade in Deutschland wie ein Märchen aus 1001 Nacht.

Der Fortschritt scheint wirklich nicht aufzuhalten zu sein. Während wir heute noch in Begeisterungstürme ausbrechen, wenn wir in entlegenen Regionen der Eifel ein einfaches Telefongespräch über das Mobilfunknetz führen können, erwartet Vodafone, dass bis 2030 125 Milliarden vernetzte Geräte nicht nur mit der Sprache gesteuert werden, sondern direkt mit den Gedanken des Nutzers interagieren können.

Das finde ich toll. Anstatt Alexa, Bixby oder den Google Assistenten mit Sprachkommandos zu nerven, werden wir diese Systeme mit Signalen steuern, die – sofern vorhanden – das Gehirn sendet. Dann braucht man den Befehl einfach nur zu denken, und schon beginnen die intelligenten Assistenten mit der Ausführung. Ich wage mir gar nicht vorzustellen, was passieren wird, wenn man dabei seine Gedanken nicht ganz unter Kontrolle hat. Zum Schutz der Natur will Vodafone bis zum Ende des Jahrzehnts auch Bäume, Wiesen und sogar Ozeane vernetzen, während Sensoren in smarten Städten überschüssige Energie ermitteln und umleiten sollen. Das ist gerade in diesen Tagen eine aufregende Idee: Man könnte dann ungenutzten Strom (was immer das sein mag) und überschüssige Wärme von Gebäuden an umliegende Häuser oder öffentliche Räume abgeben. Das Beste an diesem Szenario ist, dass diese funktionierende Vernetzung nicht etwa viel kosten, sondern im Gegenteil Geld sparen soll. Allein die vernetzte Gesundheit hat demnach ein Einsparungspotential von 39 Milliarden Euro, was gegen die Auswirkungen des vernetzten Verkehrs ein Taschengeld ist, denn die sollen bis 2030 voraussichtlich 241 Milliarden Euro erreichen. Wenn das wirklich funktioniert, könnte man von dem ersparten Geld glatt ein paar Kubikmeter Gas auf dem Weltmarkt einkaufen.

Herzlichst Ihr

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den
High-Tech-Fachhandel
erscheint monatlich.

C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH,
Am Potekamp 20, 40885 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 31
Fax: (0 21 02) 20 27 - 49

Online: <http://www.pos-mail.de>

Herausgeber:
C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH
Geschäftsführer:
Thomas Blömer, Martina Blömer

Redaktion:
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);
Barbara Klomps

Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Franz Wagner

Anzeigen:
Barbara Klomps
Tel. 0 21 02 - 20 27 31

Christina Metzger • TiMe GmbH
Glückaufstr. 57 • 45481 Mülheim/Ruhr
Tel. 02 08 - 30 67 10 - 30

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 23 v. 1. Januar 2022.

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

Satz und Repro:
C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH, Ratingen

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:
PoS-MAIL erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar und am 1. Juli. Der Abonnementspreis beträgt 60,-€ jährlich (Ausland: 80,- €). Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 31615-0635





BOSCH
Technik fürs Leben

Kühlen #LikeABosch

Die neue Kühl-Gefrier-Kombination in der besten Energie und Geräuschklasse A.



KG39AIAT

VitaFresh XXL <0°C>

Hält Lebensmittel länger frisch bei nahe 0 °C.

No Frost

Nie wieder manuell abtauen.

Energieeffizienzklasse A

Energie sparen und leise kühlen mit der besten Energieklasse A.