



## Loewe im Jahr des Jahrhundert-Jubiläums



## Innovationen und Impulse

Die IFA 2023 soll für Loewe ein besonderer Höhepunkt im Jahr des 100-jährigen Firmenjubiläums werden. Das weltweit agierende Traditionsunternehmen wird sich in Berlin mit einem erweiterten Sortiment als Luxusmarke präsentieren, die für erstklassige TV-Bilder und imposanten Ton steht. Dazu kommt ein zeitloses, minima-

listisches Design, das intelligente Technologien gekonnt in die Lebenswirklichkeiten des 21. Jahrhunderts übersetzt. Seit dem Wiedereintritt in den Markt im Jahr 2019 hat Loewe seine Innovationskraft mit fast 30 neuen Produkten im TV- und Audiosegment unterstrichen und setzt weiterhin auf die Firmen-DNA „Engineered &

Made in Germany“. Trotz des herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds erwartet der Hersteller, der mit gut 200 Mitarbeitern in 45 Ländern aktiv ist, weiteres Wachstum. Dazu sollen auch die Verpflichtung zu Nachhaltigkeit und die intensive Zusammenarbeit mit den autorisierten Partnern im Fachhandel beitragen.



## EDITORIAL

### Wir sehen uns in Berlin

In wenigen Wochen öffnet die IFA in Berlin ihre Tore, und es ist nicht übertrieben, zu sagen: Nie war sie so wertvoll wie heute. Zumindest trifft dieser Satz dann zu, wenn es den Verantwortlichen gelingt, die Erwartungen zu erfüllen und die Veranstaltung wieder zu dem zu machen, was sie seit vielen Jahrzehnten ist: die globale Plattform für technische Konsumgüter und eine Erlebniswelt für Konsumenten aus dem Großraum Berlin.

Nach Aussagen der IFA Management GmbH ist das Messegelände in Berlin komplett ausverkauft, die großen Marken der Branche sind (mit wenigen Ausnahmen) mit meist großen Ständen vertreten. Auch die Organisationen des Handels haben sich demonstrativ positiv zur IFA positioniert. Allerdings sind auch die Erwartungen hoch. In dieser Ausgabe zitieren wir mit Euronics Vorstandssprecher Benedict Kober und dem expert Vorstandsvorsitzenden Dr. Stefan Müller zwei wichtige Repräsentanten des Handels mit klaren Ansagen, die sie freundlicherweise als Erwartungen formuliert haben. Die Quintessenz: Die IFA ist nicht nur der wichtigste Treffpunkt der Branche, sondern auch eine unersetzliche PR-Maschine, um in der Öffentlichkeit Interesse für die Innovationen der Aussteller zu schaffen.

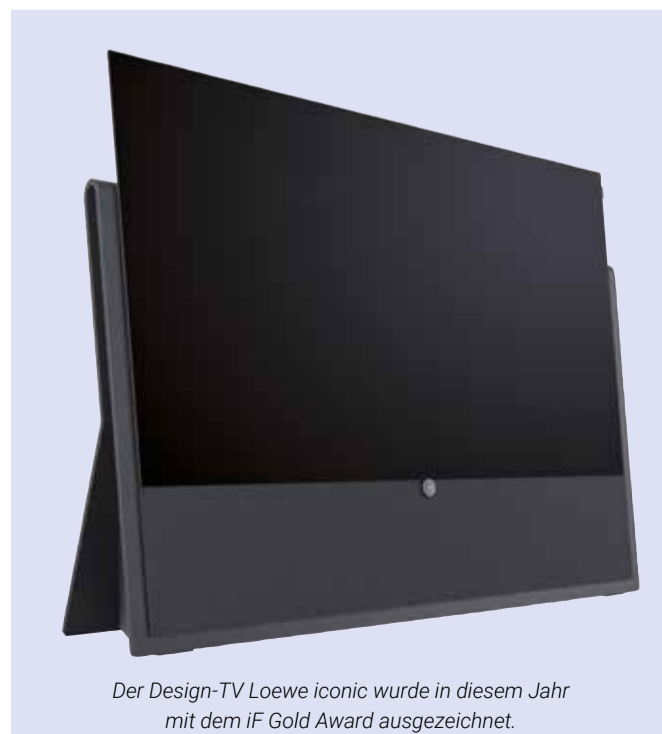
Es ist natürlich in erster Linie eine Aufgabe für die IFA Management GmbH, diese Erwartungen zu erfüllen. Aber auch die gesamte Branche kann dazu beitragen, u. a. dadurch, dass viele Menschen aus allen wichtigen Unternehmen aus Industrie, Distribution und Handel sich auf den Weg nach Berlin machen – denn am Ende nützt die schönste Präsenzmesse nichts, wenn zu wenig Fachleute daran teilnehmen.

Deshalb formuliere ich an dieser Stelle eine Bitte: Fahren Sie bitte nach Berlin und nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die Innovationen der Branche zu informieren und sich mit Lieferanten und Geschäftspartnern zu vernetzen, mit Kolleginnen und Kollegen natürlich auch. Es wird sich bestimmt lohnen, denn eines hat der neue und nach der IFA 2023 schon wieder ausscheidende Geschäftsführer der neu gegründeten IFA Management GmbH, Oliver Merlin, zu Recht immer wieder betont: Die IFA ist kein Sanierungsfall, sondern immer noch die großartigste Messe für die Technikbranche. Sorgen wir darum bitte alle dafür, dass sie das in Zukunft bleibt, damit sie 2024 – dann unter der Leitung von Leif-Erik Lindner – in prächtiger Stimmung ihren 100sten Geburtstag feiern kann.

  
Thomas Blömer

„In der 100 Jahre langen Geschichte von Loewe hat 2019 eine neue Ära begonnen“, erklärte Christian Alber, COO der Loewe Technology GmbH. „Seit dem Wiedereintritt in den Markt sind wir ein inhabergeführtes Familienunternehmen, dessen Eigentümer und CEO Aslan Khabliev uns mit seinem Engagement die Sicherheit und die Ressourcen gibt, um an unserem Stammsitz im oberfränkischen Kronach, wo wir in diesem Jahr seit 75 Jahren zu Hause sind, weiterhin nachhaltige Luxusprodukte zu entwickeln und zu produzieren. Die eigene Produktion in Deutschland auf der Basis des Manufaktur-Gedankens ermöglicht individuelle, flexible Produktkonzepte, mit denen wir uns signifikant von globalen Großkonzernen unterscheiden.“ Tatsächlich konnte Loewe im Jubiläumsjahr die internationale Präsenz durch die Intensivierung der Beziehungen zu bestehenden und neuen Partnern erweitern und die Sichtbarkeit der Marke in ausgewählten Vertriebskanälen erhöhen. Gleichzeitig brachte das Unternehmen praktisch jeden Monat ein neues Produkt oder eine neue Modellvariante auf den Markt.

Dieser innovative Ansatz wird auch von unabhängiger Seite gewürdigt: Mehr als 200 Auszeichnungen hat Loewe seit 2019 erhalten; zuletzt kam das Unternehmen beim iF Gold Award 2023 mit dem Design-TV Loewe iconic auf das Siebertreppchen. Die Soundbar Loewe klang bar3 mr und der Subwoofer Loewe klang sub1 erhielten zudem den „iF Design Award 2023“. Diese weltweit anerkannten Gütesiegel bestätigen die Philosophie des Unternehmens, zeitgemäße Technik mit meisterhaftem Design zu verbinden. „Der Loewe iconic OLED-TV ist der aktuelle Vertreter einer seit einem Jahrhundert bestehenden Tradition von Design-Klassikern aus dem Hause Loewe“, begründete die Jury die Auszeichnung des Produkts mit dem „iF Gold Award 2023“. „Skulpturales Design, recycelte Materialien in Verbindung mit modernster Display-Technologie, intuitive Bedienbarkeit und hervorragender Klang bilden eine meisterhafte Symbiose aus fortschrittlicher Technik und Design.“



Der Design-TV Loewe iconic wurde in diesem Jahr mit dem iF Gold Award ausgezeichnet.

## Aktuelle Neuheiten

Zu den neuen Loewe Produkten im Jubiläumsjahr gehört mit dem Loewe bild i.77 dr+ auch ein neues OLED-Spitzenmodell mit einer Bilddiagonale von 77 Zoll (196 cm).

Das Modell basiert auf dem Loewe Chassis SL7 mit dem neuesten Betriebssystem Loewe os7.4 und ist bereits vier Sekunden nach dem Anschalten betriebsbereit. Für erstklassige Bildqualität sorgt ein Ultra HD OLED-Panel der neuesten Generation sowie die Unterstützung von HLG, HDR 10 und Dolby Vision. Auf dem serienmäßig integrierten Festplattenrecorder Loewe dr+ stehen 1 TB Speicherplatz

für die Aufnahme von TV-Sendungen zur Verfügung. Mit dem integrierten Sprachassistenten, Bluetooth und Direktasten auf der Fernbedienung ist das neue Spitzenmodell für den Abruf zahlreicher Streaming-Dienste vorbereitet. Zudem stehen populäre Apps wie z. B. Apple TV+, YouTube, Zattoo, HD+, Netflix, Amazon prime video, Dazn, Fifa+ und Disney+ zur Wahl. Das Preis von 5.999 Euro (UVP inkl. wall mount universal) signalisiert zwar die Luxusklasse, drifft aber nicht in völlig unerschwingliche Dimensionen ab. Wie bei Loewe gewohnt, stehen für das Gerät verschiedene Aufstell-Lösungen zur Verfügung.

Der neue Großbild-TV ist bestens für das Zusammenspiel mit den aktuellen Heimkino-Paketen geeignet, die Loewe in diesem Jahr eingeführt hat. Sie enthalten Soundbar, Subwoofer und Surround-Speaker im Set, um als 5.1.2 Dolby Atmos System über insgesamt acht Kanäle immersiven 3D-Sound zu erzeugen. Das geschieht ohne großen Installationsaufwand, denn die Sets sind für Plug & Play vorkonfiguriert, können aber auch nachträglich mit größeren Surroundsound-Lautsprechern aufgerüstet oder um einen zusätzlichen Subwoofer erweitert werden. Dabei sind die vier Loewe klang mr Funk-Aktivlautsprecher bereits als diskrete Surround-Speaker mit der Soundbar gepairt. Sie liefern mit nach oben abstrahlenden Lautsprechern 440 Watt Musikleistung, der über Funk verbundene Subwoofer klang sub5 von Loewe steuert vibrationsfrei 360 Watt im Tieftonbereich bei. Zudem gehören zu den Sets vier vorkonfigurierte Loewe klang mr 5 bzw. mr3 Funk-Aktivlautsprecher, mit denen die gesamte Musikleistung beim home cinema set 531 auf 1.160 Watt und beim home cinema set 553 auf 1.360 Watt gesteigert wird.

Die Loewe home cinema sets sind auch eine gute Basis für ein Multiroom-Audiosystem, das leicht auf das ganze Haus erweitert werden kann. Dabei können via WLAN nicht nur Dienste vom Smartphone und Tablet genutzt werden, sondern auch DTS Play-Fi, Apple AirPlay und Google Cast werden unterstützt. Zudem lässt sich der Sound von der Loewe klang bar5 mr ganz einfach im Heimnetzwerk verteilen, um TV-Inhalte, Musik-Videos und vieles mehr verzögerungsfrei in vielen Räumen hörbar zu machen. Die Loewe Technologie Wireless Digital Audio-link (WDAL 2.0) sorgt für verlust- und latenzfreie Signalübertragung.

## OLED-TV als Jubiläumsmodell

Zur Feier des 100-jährigen Firmenjubiläums bringt Loewe das Jubiläumsmodell Loewe tele.vision 55 in den autori-

sierten Fachhandel. Der zeitlose OLED-TV in elegantem Schwarz hat 55 Zoll Bilddiagonale und ist mit einem Zweikanal-Empfangssystem ausgestattet. Sein 360°-Design mit der in Schwarz gehaltenen Rückwand, unsichtbarer Kabelführung und verdeckten Anschlüssen macht das Gerät zu einem stilvollen Designobjekt. Als Referenz auf das Jahrhundert-Jubiläum trägt der edle Luxus-TV ein in Metall geprägtes „Loewe 100“-Markenlogo. Der typische Loewe signature.ring unter dem Display signalisiert auf den ersten Blick die Herkunft aus Kronach.

Für eine Tonwiedergabe, die dem Luxusanspruch des Fernsehers entspricht, ist die Soundbar Loewe klang bar unter dem Bildschirm über die ganze Breite gezogen. Sechs Treiber und Bassreflex-Technik sorgen mit 80 Watt Musikleistung für natürlichen Klang mit ausgezeichneter Sprachverständlichkeit, die sich mit Mimi Sound Personalization individuell anpassen lässt. Passend zum Design des Geräts ist die Soundbar mit schwarzem Akustik-Stoff bezogen. Zum Lieferumfang gehört auch der schwarze, drehbare Tischfuß Loewe table stand black.

Der Loewe tele.vision 55 ist mit einem Zweikanal-System ausgestattet. So können zwei Programme gleichzeitig angesehen sowie Inhalte pausiert oder auf einer externen USB-Festplatte aufgenommen werden. Loewe follow me macht es einfach, auf die Aufnahmen und die Senderliste anderer Loewe TVs zuzugreifen und das laufende Programm unterbrechungsfrei fortzusetzen. Mit dem Loewe Easy TV Mode bleibt die Bedienung komfortabel, während die Privatsphäre und die persönliche Datensicherheit durch die Deaktivierung aller Netzwerkverbindungen gegen den Zugriff durch Dritte geschützt werden.

Der Loewe tele.vision 55 ist mit einem Ultra HD-OLED-Panell der aktuellen Generation ausgestattet, das für jedes Gerät individuell eingemessen wird. Bereits im Loewe-Werk in Kronach werden alle Loewe tele.vision 55 sorgfältig kalibriert, um eine natürliche, auf europäische Sehgewohnheiten sowie das Lichtambiente der Wohnzimmer abgestimmte Bildqualität zu erzielen. Für hohe Kontraste werden Dolby Vision und HDR10 unterstützt.

## Luxusprodukte mit Nachhaltigkeit

Auch als Hersteller von Luxusprodukten sieht sich Loewe dem Thema Nachhaltigkeit verpflichtet. Dabei fangen der sorgfältige Umgang mit Ressourcen und die Reduzierung von CO2 Emissionen bereits mit dem Standort an, denn die Fertigung der Fernseher in Kronach ermöglicht auch kurze Produktions- und Logistikwege. Deshalb setzt das Management nach Möglichkeit auch auf Zulieferer aus Deutschland. „Durch den Ausbau seiner modernen Fertigungslinien trägt Loewe wesentlich zur Stärkung der Wirtschaft in der Region bei“, betonte Alber. „Zur Nachhaltigkeit gehören auch ausgezeichnete Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die ständige Prüfung der Lieferketten, um Verbesserungspotentiale zu identifizieren.“

Ein weiterer Beitrag zum nachhaltigen Umgang mit Ressourcen ist die fast sprichwörtliche Langlebigkeit der Loewe Produkte. Dazu tragen hochwertige Materialien und sorgfältige Präzisionsarbeit ebenso bei wie ständige Software-Updates zur Erhaltung der Funktionalität auf hohem Niveau. Und wenn wirklich ein Defekt auftritt, heißt die Devise Reparieren statt Wegwerfen. So werden die Reparaturfähigkeit und die Verfügbarkeit von Ersatzteilen für sieben Jahre nach Kaufdatum garantiert. In der Praxis sind Reparaturen auch oft noch später möglich. Neben den Produkten selber tragen Mehrweg-Transportverpackungen und recyclingfähige Verpackungsmaterialien zur Schonung der Umwelt bei.

Der Jubiläums-Fernseher Loewe tele.vision 55 ist ab sofort für 2.499 Euro (UVP inklusive table stand black) erhältlich.

Der Jubiläums-Fernseher Loewe tele.vision 55 ist ab sofort für 2.499 Euro (UVP inklusive table stand black) erhältlich.



Das Jubiläumsmodell Loewe tele.vision 55 trägt als Referenz auf das Jahrhundert-Jubiläum ein in Metall geprägtes „Loewe 100“-Markenlogo.



## INHALTSVERZEICHNIS

### PoS-MAIL Aktuell

#### Nachrichten und Neuheiten

4, 5, 9, 13

gfu Insights & Trends 2023 am 5. Juli in Berlin

#### Ende der Wegwerfgesellschaft

6

expert meldet stabiles Geschäft in 2022/2023

#### „Unser Konzept überzeugt“

7

Euronics Summer Convention 2023

#### Vorwärts in allen Kanälen

8



Die neue TV-Generation von Panasonic

#### OLED mit mehr Leistung

10

Telekom Partner Experience 2023 in Bonn

#### Gemeinsam Kunden gewinnen

11

IFA-Stand mit Fokus auf Klimaschutz und digitalem Komfort

#### Das „Miele Open House“

12

Jura bringt die nächste Generation der E8

#### Einstieg in die Premiumklasse

14

Gorenje bringt Küchenkleingeräte für Designliebhaber

#### Gestaltet von Ora ìto

15

Samsung setzt auf KI im Alltag

#### Argumente für SmartThings

16



BSH-Studie: Viele Konsumenten wollen smarte Hausgeräte

#### Für Nachhaltigkeit und Komfort

18

#### Impressum

19

#### Wagners Welt: Ein Rentner beobachtet die High-Tech-Branche

19

#### PoS-MAIL@

19

## Brömmelhaupt gibt auf

**Brömmelhaupt** Trotz großer Anstrengungen aller Beteiligten sieht die Brömmelhaupt Großhandels-GmbH keine Möglichkeiten für eine erfolgreiche Fortführung des Unternehmens. Die schwierigen Rahmenbedingungen mit Fachhandelssterben, der Konkurrenz durch den Online-Handel, der Marktmacht einzelner Großanbieter, Direktvertriebsaktivitäten der Lieferanten, Corona-Krise, Hochinflation und sinkender Kaufkraft hätten dem Unternehmen schwer zugesetzt, heißt es in einer Pressemitteilung. Deshalb wurde die Gesellschaft zum 30. Juni 2023 aufgelöst und soll in den nächsten Monaten mit geregelter Abwicklung liquidiert werden.

Ein Einkauf von Ware findet bereits jetzt nicht mehr statt, aber die Vorräte werden weiterhin veräußert. Deshalb könnten die Kunden immer noch zu attraktiven Konditionen einkaufen, betonte Brömmelhaupt. Aktuell würden alle Vorbereitungen getroffen, um die Geschäftsbeziehungen und Vertragsverhältnisse ordnungsgemäß abzuwickeln. Mit der Liquidation von Brömmelhaupt endet eine 62-jährige Firmenhistorie, in deren Verlauf sich das Unternehmen von einem kleinen, regionalen Großhändler zu einer der wichtigsten Fachgroßhandlungen für den Consumer Electronics Fachhandel entwickelte. Als konzernunabhängiges, inhabergeführtes Familienunternehmen habe sich das Unternehmen über viele Jahre als zuverlässiger Fachhandelspartner etabliert und ein Gegengewicht zur fortschreitenden Amazonisierung geschaffen, betonte Brömmelhaupt.

„Der Firma Brömmelhaupt war es vergönnt, zu den lediglich 8 Prozent der Unternehmen in Deutschland zu gehören, die in die 3. Unternehmer-Generation überführt werden konnten“, kommentierte Brömmelhaupt-Geschäftsführer Robert Drosdek. „Aufgrund des hohen Engagements vieler langjähriger und motivierter Mitarbeiter konnte die Firma Brömmelhaupt den massiven Strukturwandel innerhalb der Branche über viele Jahre unbeschadet überstehen. Langfristige und partnerschaftliche Beziehungen zu Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten und Dienstleistern waren stets unsere oberste Prämisse. Für die partnerschaftlichen und erfolgreichen Geschäftsbeziehungen möchten wir uns bei allen Mitarbeitern und Geschäftspartnern von ganzem Herzen bedanken und wünschen Ihnen alles Gute.“

## Deutsche TV-Plattform mit neuem Vorstand



Die Vertreter der über 50 Mitgliedsfirmen, Organisationen und Institutionen der Deutschen TV-Plattform haben im Rahmen der Mitgliederversammlung des Vereins in Berlin den Vorstand der Organisation gewählt. Als Vorstandsvorsitzender bestätigt wurde Andre Prahl (Chief Distribution Officer RTL Deutschland und Geschäftsführer RTL Technology GmbH), als Stellvertreter agieren Sascha Molina (Produktionsdirektor NDR, für die ARD), und Dr. Dietmar Schill (Senior General Manager Sony R&D Tokyo, Vice President Sony Europe), der neu in den Vorstand berufen wurde. Rolf Wierig und Markus Zumkeller hatten nicht mehr für die Wahl kandidiert.

Ebenfalls neu im Vorstand des Vereins ist Marc Albers (Bereichsleiter Broadband Vodafone). In den Vorstand wiedergewählt wurden zudem Joachim Abel (Vice President Product & Processes TV, Deutsche Telekom) und Christoph Mühleib (Geschäftsführer SES Germany). Die

## Andreas Müller-Vondey übernimmt Geschäftsführung bei HD Plus

Andreas Müller-Vondey hat im Mai 2023 die Position des Geschäftsführers der HD Plus GmbH übernommen. Der Manager, der zuletzt den Bereich Sales und Marketing bei der TV-Plattform leitete, tritt die Nachfolge von Norbert Hölzle an, der nun als Global Head des Geschäftsbereiches „Media“ bei der Muttergesellschaft von HD Plus, SES, arbeitet.

Müller-Vondey, Jahrgang 1968, hat große Erfahrung im Medienbereich. Nach dem BWL-Studium übernahm er zunächst Vertriebsaufgaben bei Premiere und leitete dort zum Schluss den Handelsvertrieb. Nach Jahren der Selbstständigkeit führte sein Weg schließlich zu HD Plus, wo er den Aufbau des Vertriebs und ein eigenes Außendienstteam verantwortete und zuletzt den Bereich Sales und Marketing leitete. Der neue HD-Plus Geschäftsführer will an die Arbeit seines Vorgängers anknüpfen und die Entwicklung des TV-Dienstes weiter vorantreiben: „Die HD+ TV-App ist bereits in sehr vielen TV-Geräten integriert“, sagte Müller-Vondey. „Damit ist der Zugang zu unserem Produkt kinderleicht. HD Plus steht damit mehr denn je für Fernsehen in bester Qualität und mit höchstem Komfort. Die enge Zusammenarbeit mit SES und Astra bleibt dafür ebenso wichtig wie der Austausch mit allen Stakeholdern – den Partnern, Herstellern, dem Handel, den Medien und natürlich den Endkundinnen und Endkunden.“



Andreas Müller-Vondey

Mandatsperiode des gewählten Vorstands beträgt zwei Jahre. Dem Vorstand der Deutschen TV-Plattform gehören zudem die Spitzen der Arbeitsgruppen an: Nicole Agudo Berbel (Geschäftsführerin & Chief Distribution Officer, Seven.One Entertainment Group), Leiterin der AG Smart Media, Dr. Niklas Brambring (CEO Zattoo), Leiter der AG Media over IP, und Stefan Kunz (VP Content Platforms & Operations, Sky Deutschland), Leiter der AG Ultra HD.

„Die über 50 Mitglieder der Deutschen TV-Plattform repräsentieren nahezu alle Bereiche unserer Branche“, kommentierte Andre Prahl. „Das spiegelt sich auch in unserem Vorstand wider. Nach der Digitalisierung der Verbreitungswege bearbeiten wir verstärkt die IP-Transformation der Medienbranche, den Einsatz von KI und viele weitere Innovationsthemen wie OTT, FAST, Content Discovery, Metadaten und Usability. Mit dem neuen Vorstand sind wir optimal aufgestellt, um auch zukünftig die wichtigsten Trends der Medienbranche erfolgreich für unsere Mitglieder mitzugestalten. Ich freue mich sehr auf die Zusammenarbeit mit den Vorstands-Kollegen und den Mitgliedern der Deutschen TV-Plattform. Sehr herzlich möchte ich mich bei Michael Zumkeller und Rolf Wierig für ihr hervorragendes Engagement in den letzten Jahren bedanken. Sie haben die erfolgreiche Arbeit der Deutschen TV-Plattform maßgeblich mitgestaltet.“

## Neuer Privatkunden-Chef der Telekom



Wolfgang Metzke

Wolfgang Metzke hat zum 1. August 2023 die Verantwortung als Geschäftsführer Privatkunden bei der Telekom in Deutschland übernommen. Damit wird er Teil der Geschäftsführung der Telekom Deutschland und berichtet direkt an den Deutschland-Vorstand der Telekom, Srini Gopalan.

Der 50-jährige Metzke folgt auf André Almeida, der zum 1. August innerhalb des Konzerns in den Bereich Group Development wechselt. In seiner neuen Funktion verantwortet er die Themen Investment Management und den Tribe Lead US. Er berichtet zukünftig an Thorsten Langheim, Vorstandsmitglied USA & Group Development Deutsche Telekom.

Als Privatkunden-Chef wird Wolfgang Metzke das Breit-

band- und Mobilfunkgeschäft der Deutschen Telekom leiten. Zusätzlich wird er die Strategie und Umsetzung des Glasfaserausbaus in Deutschland sowie die Themen Customer Experience und Magenta Entertainment (TV) verantworten. Metzke blickt auf über 20 Jahre Erfahrung in verschiedenen Managementpositionen zurück, davon über zehn Jahre erfolgreich in der Leitung von Privatkunden-nahen Geschäftsfeldern.

Metzke war bis Juni 2022 bei Telefónica Deutschland als Chief Consumer Officer (CCO) und Mitglied des Vorstands von Telefónica Deutschland tätig. Er hatte diese Position vor rund einem Jahr auf eigenen Wunsch verlassen, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. Der studierte Diplom-Kaufmann (FH) und ausgebildete Bankkaufmann begann seine Karriere bei der Deutschen Telekom/T-Mobile Deutschland im Jahr 2000. Vor seinem Wechsel zu Telefónica im Jahr 2017 war er zuletzt in der Rolle des SVP Consumer Business bei der Telekom Deutschland tätig.

## Neuer Vertriebsdirektor Deutschland bei Panasonic



Thomas Boie

Panasonic hat bekanntgegeben, dass Thomas Boie zum 1.7.2023 die Position des Vertriebsdirektors Deutschland übernommen hat. In seiner neuen Funktion wird Boie zukünftig die Verantwortung für das Vertriebsteam in Deutschland übernehmen und direkt an Philipp Maurer, Country Manager DACH, berichten.

Boie verfügt über eine mehr als 20-jährige Erfahrung im Consumer Electronics Umfeld sowohl auf Einkaufs- als auch auf Vertriebsseite. Er arbeitet bereits seit 2009 für Panasonic Deutschland – unter anderem als Key Account Manager und zuletzt als Head of Key Account Management.

„Panasonic hat ein starkes und etabliertes Vertriebsteam, welches in dem aktuell widrigen Konsumumfeld wertvoller ist denn je“, kommentierte Thomas Boie. „Wertschöpfender Vertrieb liegt in unserer DNA, und dieser Strategie sehe auch ich mich verpflichtet. Der Markt bietet für uns Wachstumspotenzial, welches wir in enger Partnerschaft mit den Händlern ausschöpfen werden.“

## Leif-Erik Lindner wird neuer IFA-Chef

Der frühere Samsung Manager Leif-Erik Lindner wird am 1. Oktober 2023 neuer Geschäftsführer der IFA Management GmbH. Mit dieser Personalbesetzung setze das Unternehmen seinen Kurs fort, neue Impulse im Messengeschäft zu setzen und gleichzeitig langfristig zu planen, heißt es in einer Pressemitteilung. Lindner folgt auf den bisherigen Geschäftsführer Oliver Merlin, der die IFA Management GmbH seit November 2022 gemeinsam mit dem für Personal, Operations und Finanzen verantwortlichen Co-Geschäftsführer Jörg Arntz leitet, mit dem er weiterhin die Planung und Durchführung der IFA 2023 betreuen soll.

Leif-Erik Lindner ist am 1. Juli 2023 in die IFA Management GmbH eingetreten und wird nach seiner Einarbeitung am 1. Oktober die Verantwortung für die Planung und Umsetzung der IFA Berlin 2024 übernehmen. Merlin soll bei Clarion Ltd. die zukünftige Strategie und Transformation der Marke IFA Berlin leiten. Bisher war er bei der IFA Management GmbH für den Aufbau des Teams verantwortlich und verantwortete dabei nicht nur das bestehende Geschäft, sondern auch das



Leif-Erik Lindner

Change Management des gesamten IFA-Projekts. Dabei sei er sehr erfolgreich, betont die IFA Management GmbH. Neben etablierten Elementen, wie dem Start-up-Bereich IFA Next, der ausgebaut werden soll, habe er mit seinem Team neue Features wie The Sustainability Village, #BerlinTechWeek, und die eSports Arena sowie das kom-

plett neu gestaltete Konferenzformat IFA Leaders Summit entwickelt.

„Wir freuen uns, dass Leif-Erik Lindner unser Führungsteam verstärken wird“, sagte Lisa Hannant, Chief Executive Officer bei Clarion Ltd. „Seine Branchenkenntnisse, seine Vertriebserfahrung und seine Herangehensweise an Großprojekte werden einen wertvollen Beitrag zur weiteren Stärkung unserer Position als weltweit führende Fachmesse unserer Branche leisten.“

Lindner war bis zu seinem Ausscheiden am 30. Juni 2022 mehr als 15 Jahre für Samsung Electronics Deutschland tätig, zuletzt als Vice President für Consumer Electronics. „Oliver Merlin leistet großartige Arbeit, um die Weichen für die zukünftige Ausrichtung der IFA zu stellen“, kommentierte Dr. Sara Warneke, Geschäftsführerin der gfu Consumer & Home Electronics GmbH, der Eigentümerin der Marke IFA. „Sein Motto ‚Evolution statt Revolution‘ gibt dem Team und nun auch Leif-Erik Lindner den Raum, unsere Veranstaltung langfristig und nachhaltig zu gestalten. Leif verfügt national und international über ein hervorragendes Netzwerk in dieser Branche, das für das IFA-Projekt von großem Nutzen sein wird.“

## Kooperationsmesse KOOP 2024: Mehr Gemeinsamkeit von expert und Euronics

Nach der gelungenen Premiere der Kooperationsmesse Koop als physische Veranstaltung im Februar wollen Euronics und expert das Konzept gemeinsam mit der Messe Berlin weiter verbessern, um die Teilnahme für Besucher und Aussteller im kommenden Jahr noch effizienter zu gestalten. Deshalb soll die gemeinsame Halle mit



den Ständen der Partner beider Kooperationen 2024 gleichzeitig den expert-Gesellschaftern und den Euronics-Mitgliedern offen stehen. Dadurch kann die Dauer der Messe auf zwei Tage reduziert werden: Sie soll am Sonntag, den 18. Februar, und Montag, den 19. Februar 2024, stattfinden.

Aussteller, die exklusiv mit einer der Kooperationen zusammenarbeiten, werden weiterhin in den exklusiv für die jeweiligen Kooperationsmitglieder vorgesehenen Hallen vertreten sein, wo die Zentralen auch die Dienstleistungen präsentieren werden.

„Unsere erste physische KOOP in Berlin war ein voller Erfolg“, kommentierte Dr. Stefan Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE. „Mit der KOOP haben wir eine wichtige Kommunikations-, Informations- und Innovationsplattform geschaffen, die unseren Gesellschaftern sowie Industrie- und Dienstleistungspartnern einen echten Mehrwert bietet.“

„Mit den gesammelten Erfahrungen und dem Feedback unserer Partner haben wir das Veranstaltungskonzept der KOOP für das kommende Jahr noch zielgerichteter und effizienter gestaltet“, betonte Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG. „Wir sind überzeugt, damit die optimale Basis für eine erfolgreiche KOOP 2024 gelegt zu haben und freuen uns bereits jetzt auf die gemeinsamen Tage mit unseren Mitgliedern und Partnern.“

## Die weltweit bedeutendste Messe für Consumer Electronics und Home Appliances

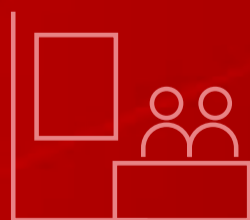


99 Jahre IFA

Die IFA ist der wichtigste Treffpunkt für Handel, Einkäufer, Industrie, Tech-Experten und Medien



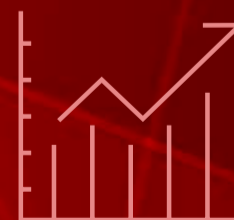
Über 180.000  
Besucher aus 150  
Ländern



2.000 Aussteller  
inklusive 500  
Startups



80 Stunden  
Vortragsprogramm mit  
mehr als 250 Rednern



1,5 Mio. Meetings,  
die 4 Mrd. Umsatz  
generieren



5.000  
Medienvertreter  
und Influencer



Scannen Sie den QR Code und holen  
Sie sich Ihr Ticket gleich heute

[www.ifa-berlin.com](http://www.ifa-berlin.com)

gfu Insights & Trends 2023 am 5. Juli in Berlin

# Ende der Wegwerfgesellschaft



*gfu-Geschäftsführerin Dr. Sara Warneke stellte gemeinsam mit Dr. Martin Schulte, Partner der Strategieberatung Oliver Wyman, eine neue Konsumentenstudie vor, die zeigt, dass bei den Themen Recycling und Kreislaufwirtschaft noch großer Aufklärungsbedarf herrscht.*

Aktuelle Themen standen im Mittelpunkt der Vortragsveranstaltung gfu Insight & Trends, die wie gewohnt als Auftakt des IFA Innovations Media Briefings am 5. Juli in Berlin stattfand. In diesem Jahr stellte die Branchenorganisation, die am 6. Juni ihren fünfzigsten Geburtstag feierte, wichtige Aspekte wie Reparatur, Recycling und die nachhaltige (Wieder-)Verwendung von Rohstoffen in den Vordergrund.

Zu Beginn machte Dr. Monika Griefahn, Gründungsmitglied von Greenpeace Deutschland, ehemalige Umweltministerin des Landes Niedersachsen, ehemaliges Mitglied des Bundestages sowie Gründerin und Geschäftsführerin des IMUK – Institut Medien, Umwelt, Kultur deutlich, dass „herstellen – gebrauchen – wegwerfen“ in eine ökologische Sackgasse führt. Deshalb plädierte sie für ein Cradle to Cradle (von der Wiege zur Wiege) Modell, das bereits beim Design von Produkten sowie der Auswahl von Materialien und Rohstoffen die mögliche Wiederverwendung am Ende des Produktlebens berücksichtigt.



*Viola Linke, Head of Global Communication & Brand Management bei Liebherr Hausgeräte, präsentierte die BluRox Technologie des Unternehmens als Beispiel für nachhaltiges Produktdesign.*



*Steffen Vangerow, Geschäftsführer des Reparaturunternehmens Vangerow GmbH und Vorstand der Initiative „Runder Tisch Reparatur“, forderte von den Herstellern mehr Unterstützung für unabhängige Reparaturwerkstätten.*

Dass man die Konsumenten motivieren kann, Geräte reparieren zu lassen, anstatt sie wegzuworfen, berichtete Claudia Kreft von der Verbraucherzentrale Thüringen. Das Land Thüringen übernimmt seit 2021 50 Prozent der Kosten für Reparaturen von Elektrogeräten, Unterhaltungselektronik und Smartphones bis zur Höhe von 100 Euro pro Haushalt und Jahr. Dieses Konzept wird offensichtlich angenommen: Exakt 17.773 Reparaturen im Wert von 3 Millionen Euro wurden in den Jahren 2021 und 2022 über das Bonussystem abgerechnet. Dadurch wurde es möglich, Geräte, deren Reparatur aus Sicht der Besitzer und Besitzerinnen zu teuer gewesen wäre, weiter zu verwenden, anstatt sie dem Abfall oder bestenfalls dem Recycling zuzuführen.

## Verhindern Hersteller Reparaturen?

Nach Ansicht von Steffen Vangerow, Geschäftsführer des Reparaturunternehmens Vangerow GmbH und Vorstand der Initiative „Runder Tisch Reparatur“, ließen sich die Potenziale der Kreislaufwirtschaft noch besser ausschöpfen, wenn ein freier Reparaturmarkt und ein universelles Recht auf Instandsetzung miteinander verbunden würden. Dies werde derzeit vor allem durch Hersteller verhindert, die hohe Preise für Ersatzteile berechneten, während die

Preise für Neugeräte nahezu kontinuierlich sanken. Zudem hätten freie Werkstätten oft keinen oder unzureichenden Zugriff auf Produktdokumentationen und Softwaretrainings, bedauerte Vangerow. Auch die Konsumenten könnten ihre Macht nutzen, betonte der Lobbyist: Der langjährige Trend zu Discountern und zum Online-Handel mache es reparierenden Fachhändlern zunehmend schwer, kostendeckend zu wirtschaften und somit Reparaturen zu gewährleisten.

Als Beispiel für Kreislaufwirtschaft präsentierte Viola Linke, Head of Global Communication & Brand Management bei Liebherr Hausgeräte, die BluRox Technologie des Unternehmens. Anstelle des bei Kühl- und Gefriergeräten üblicherweise eingesetzten herkömmlichen Polyurethanschaums wird zur Isolierung ein Vakuum genutzt, das durch das gemahlene Lavagestein Perlit stabilisiert wird. Der Clou: Dieses Perlit kann am Ende der Lebensdauer des Kühlgerätes einfach entnommen und wiederverwendet werden.

## Geräte aufarbeiten

Eine weitere Form der Abfallvermeidung ist die Aufarbeitung gebrauchter, eventuell auch defekter Geräte, um sie anschließend wieder auf den Markt zu bringen. Der CMO des auf Refurbishing spezialisierten Unternehmens asgoodasnew, Dr. Tim Seewöster, erwartet für seine Branche schnelleres Wachstum als für den allgemeinen E-Commerce Markt. Inzwischen hätten bereits 22 Prozent der Konsumenten Refurbished-Produkte gekauft, bei der Generation Z (Jahrgang 1997 und 2012) seien es sogar mehr als 30 Prozent. Neben dem gesparten Geld, das für die große Mehrheit der Kaufenden (80 Prozent) ausschlaggebend sei, würde die Entscheidung für professionell aufgearbeitete Produkte auch von Service, Qualität und Umweltaspekten beeinflusst, stellte Seewöster fest. Der letztere Faktor sei bei rund der Hälfte der Befragten wichtig gewesen.

## Aufklärung gefragt

Dass längst nicht jedes ausgediente Produkt in die Wieder-Aufarbeitung oder wenigstens ins Recycling gelangt, ist wesentlich der Unkenntnis vieler Konsumenten geschuldet. Das zeigt eine von der Strategieberatung Oliver Wyman gemeinsam mit der gfu durchgeführte europäische Verbraucherbefragung, die von gfu-Geschäftsführerin Dr. Sara Warneke, und Dr. Martin Schulte, Partner der Strategieberatung Oliver Wyman, präsentiert wurde. Demnach werden rund ein Drittel der ausgedienten Consumer Electronics Produkte, Waschmaschinen und Küchengeräte in Deutschland nicht dem Recycling zugeführt werden, sondern „schlummern“ häufig in den Haushalten. Von den ausgedienten Smartphones gelangen sogar 43 Prozent nicht zurück in den Wertstoffkreislauf. Das ist in mehrfacher Hinsicht unsinnig: Allein 12 Tonnen Gold liegen somit unbeachtet und ungenutzt in Schubladen und Schränken.

expert meldet stabiles Geschäft in 2022/2023

# „Unser Konzept überzeugt“

Die expert-Gruppe hat im Geschäftsjahr 2022/2023 (1. April 2022 bis 31. März 2023) einen Innenumsatz zu Industrieabgabepreisen ohne Mehrwertsteuer in Höhe von 2,24 Milliarden Euro erzielt. Damit habe die Verbundgruppe trotz des leichten Rückgangs um 2,5 Prozent ihre starke Position am Markt stabil halten können, betonte der Vorstand auf einer Pressekonferenz in Langenhagen. Im neuen Geschäftsjahr will sich expert noch stärker auf die Kernelemente seiner Strategie fokussieren, zu denen auch das Thema Nachhaltigkeit gehört.

Dr. Stefan Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE, machte deutlich, dass sich die Kooperation den Auswirkungen der aktuellen Krisen nicht entziehen, aber erfolgreich Gegengewichte schaffen konnte: „Für die expert-Gruppe haben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut unternehmerische Highlights und Herausforderungen die Waage gehalten“, stellte Müller fest. „Neben den Nachwirkungen der Corona-Pandemie galt es nun, auch den Auswirkungen des Ukraine-Kriegs und der Energiekrise zu begegnen, die einen starken Einfluss auf Inflation und Konsumklima hatten. Durch zielgerichtete Maßnahmen und die hervorragende Zusammenarbeit mit unseren Gesellschaftern, Industrie- und Dienstleistungspartnern sowie unseren Mitarbeitern haben wir das abgelaufene Geschäftsjahr jedoch erfolgreich gemeistert und so einmal mehr bewiesen, dass expert die leistungsfähigste Kooperation im Elektronikfachhandel ist. Unser Konzept überzeugt!“

Nach dem Ausscheiden von Frank Harder sollen die Ressorts im Führungsgremium von expert neu zugeschnitten werden. Hier gebe es bereits Einigkeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat, erklärte Müller. Die dritte Vorstandsstellung soll mit einer Persönlichkeit besetzt werden, die sich vor allem um den Bereich Einzelhandel kümmern soll – sowohl durch die Unterstützung der Gesellschafter als auch durch die Führung der (derzeit 71) Regiebetriebe.

## Bonus auf hohem Niveau

Mit insgesamt 237,0 Mio Euro (Vorjahr 250 Mio.) beliefen sich die Boni auf 13,3 Prozent des jahresbonuspflichtigen Umsatzes und blieben damit auf hohem Niveau. Zudem wies die expert SE mit 29,4 Prozent zum Bilanzstichtag 31.3.2023 wieder eine hohe Eigenkapitalquote aus. „Sowohl die hohe Gesamtbonusausschüttung als auch die weiterhin hohe Eigenkapitalquote unterstreichen die

*Dr. Stefan Müller,  
Vorstandsvorsitzender  
der expert SE: „Wir haben  
einmal mehr bewiesen,  
dass expert die  
leistungsfähigste  
Kooperation im  
Elektronikfachhandel ist.“*



Leistungsfähigkeit der gesamten expert-Gruppe“, sagte Vorstand Michael Grandin. „Unser Unternehmensmodell hat sich bewährt, wird von uns laufend mit Augenmaß an die Herausforderungen der modernen Wirtschaftswelt angepasst und ist dank des starken Engagements der gesamten Verbundgruppe fit für die Zukunft.“

Im Geschäftsjahr 2022/2023 zählte die expert-Gruppe 194 Gesellschafter, die Anzahl der Fachmärkte wuchs von 281 im Vorjahr auf 295 – mit 399 Standorten. 144 Betriebe betreiben eine eigene Service-Werkstatt. „Unser Ziel bei expert ist es, neue Gesellschafter für unsere Kooperation zu gewinnen sowie Unternehmer, die bereits Teil der expert-Familie sind, zu halten und ihnen bei einer gewünschten Expansion unterstützend zur Seite zu stehen“, betonte Grandin. „Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir diese Ziele sehr erfolgreich verfolgt und freuen uns über zahlreiche Standort-Übernahmen, mehrere Übergaben von Regiebetrieben in Gesellschafterhand sowie die Ausweitung unserer Kooperation mit familia.“

## Mitarbeiter fördern

Die Unterstützung der Mitarbeiter bleibt ein wichtiges Thema bei expert. Hier gab es im vergangenen Geschäftsjahr einen Wettbewerb für Auszubildende, die an ihren Standorten ein Video zu einem Produkt ihrer Wahl drehen und darin in einem Verkaufsgespräch die wichtigsten Verkaufsargumente präsentieren konnten. Das kam so gut an, dass der Wettbewerb auch im Geschäftsjahr 2023/2024 stattfinden soll. Auch der standortübergreifende Contest „experten Performance Cup“ wurde erfolgreich weitergeführt. Hier können die expert-Fachberater durch Best Practice Beispiele voneinander lernen, um gemeinsam noch besser zu werden.

## Zuversicht für 2023/2024

Für das aktuelle Geschäftsjahr 2023/2024 zeigte sich der expert Vorstand zuversichtlich: „Dank der hervorragenden Zusammenarbeit mit unseren Gesellschaftern und ihren Teams sowie unseren Industrie- und Dienstleistungspartnern werden wir unser Geschäftsmodell zukunftsfähig aufstellen und uns durch innovative und zielgerichtete Ansätze positiv vom Markt abheben“, erklärte Müller. Dabei

sollen die Bereiche Wachstum, Marktdurchdringung, Gesellschafterfokussierung, Endkundenfokussierung und Digitalisierung im Mittelpunkt stehen. Auch der expert-Multichannel-Ansatz, bei dem die „weißen Flecken“ auf der Landkarte (in Abstimmung mit den Gesellschaftern) durch den zentralen Online-Shop der Verbundgruppe abgedeckt werden sollen, wird fortgesetzt. Mit dieser Strategie will expert auch ein Gegengewicht zu den verstärkten Direktgeschäften der Hersteller schaffen. „Wir glauben immer noch, dass der stationäre Fachhandel die bessere Alternative für die Kunden ist“, betonte Müller.

Das Thema „Nachhaltigkeit“ ist jetzt auch offiziell fester Bestandteil der expert Unternehmensstrategie: „Nachhaltigkeit in unsere Unternehmensstrategie aufzunehmen, ist eine wichtige und sinnvolle Entscheidung“, sagte Müller. „Damit setzen wir ein wichtiges Zeichen: Nachhaltigkeit ist bei expert kein Nebenthema, sondern Teil unseres unternehmerischen Denkens.“

*Vorstand Michael  
Grandin: „Die Zahlen  
verdeutlichen,  
dass expert auf  
einem wirtschaftlich  
gesunden und  
zukunftsfähigen  
Fundament steht.“*



## Wichtige Veranstaltungen

Auch in diesem Jahr umfasst das Veranstaltungsportfolio von expert wieder alle branchenrelevanten Events. So ist expert vom 1. bis 5. September 2023 in der Halle 7.2a auf der IFA in Berlin vertreten und will mit einem Auftritt rund um die Bereiche Family Entertainment, Gaming, Lifestyle und Nachhaltigkeit Unterhaltung und Information für Familien bieten. Im Hinblick auf die IFA formulierte Müller auf der Pressekonferenz die Erwartung, dass die Messe durch konsequente Öffentlichkeitsarbeit Aufmerksamkeit für die Produkte der Branche schaffen und den Besuchern – ähnlich wie die Fachmärkte und Fachgeschäfte für technische Konsumgüter – Gelegenheit geben wird, Innovationen hautnah zu erleben.

Ebenfalls auf dem expert-Kalender: Die Hauptversammlung 2023 mit Industrie- und Dienstleistungspartner, die vom 18. bis 29. September 2023 (physisch am 23. und 24. September in der Lokhalle in Göttingen) stattfindet sowie die KOOP 2024 am 18- und 19. Februar 2024 in Berlin (siehe S. 5 dieser Ausgabe). Im Rahmen der KOOP findet zudem wieder die expert-Frühjahrstagung 2024 statt, auf der die expert-Gesellschafter ihr Frühjahrsgeschäft vorbereiten können.

## Euronics Summer Convention 2023

# Vorwärts in allen Kanälen



Der Euronics Vorstand präsentierte sich auf Mallorca erstmals in der aktuellen Besetzung auf einer Euronics Summer Convention. Unter der Moderation von Judith Rakers gaben (v. r.) Vorstandssprecher Benedict Kober, Finanzvorstand Denis-Benjamin Kmetec, Michael Rook (Strategie, Expansion und Einkauf) und Jochen Mauch (Marketing Vertrieb und Digitalisierung) einen Einblick in die aktuellen Pläne und Projekte.

Mit über 800 Teilnehmern erwies sich die Euronics Summer Convention vom 10. bis 12. Juni 2023 auf Mallorca als Zentrum der deutschen Technikbranche. Der einzigartige Treffpunkt brachte Menschen aus den Mitgliedsbetrieben, der Industrie, den Dienstleistungspartnern, den Medien und natürlich aus der Ditzinger Zentrale zusammen, um die neuesten Trends und Entwicklungen zu diskutieren. Das gute Abschneiden der Kooperation in den ersten Monaten dieses Jahres bot dafür den passenden Rahmen. Diesen Schwung will Euronics nutzen, um auch im weiteren Jahresverlauf seine eigene Konjunktur zu gestalten.

„Auch in diesem Jahr konnten wir uns über rekordverdächtige Teilnehmerzahlen und die hohe Relevanz freuen, die unsere Veranstaltung bei Händlern und Partnern genießt“, kommentierte Euronics Vorstandssprecher Benedict Kober. „Im Zentrum standen die Themen Wachstum, Wertschöpfung und Digitalisierung – immer unter Berücksichtigung des absoluten Fokus‘ auf die Endkunden und ihre individuellen Bedürfnisse.“ In den ersten Monaten dieses Jahres hat Euronics deutlich besser abgeschnitten als der Gesamtmarkt, der im ersten Quartal um 7 Prozent zurückging. Die Kooperation verzeichnete dagegen ein stabiles Geschäft, das vor allem durch ein besonders gutes Ergebnis im März getragen wurde. Während in diesem Monat der Markt um 4 Prozent zurückging, legte Euronics um 7 Prozent zu. „Man kann auch in einem rückläufigen Markt gewinnen, wenn man besser ist als andere“, stellte Kober

selbstbewusst fest. Besonders wachstumsträchtig zeigte sich im ersten Quartal das Segment Kleingeräte, wo Euronics um 9 Prozent zulegen (Markt: - 3 Prozent). Auch bei den Großgeräten und bei der Telekommunikation gab es Zuwächse. Um diesen positiven Trend fortzusetzen, will Euronics die Digitalisierungsstrategie weiter vorantreiben. Zudem soll eine Marketingoffensive die Kunden direkt ansprechen, und auch das Thema Service bleibt ein wichtiger Baustein der Wachstumsstrategie.

## Digitale Potentiale nutzen

Mit einer einheitlichen Digitalstrategie will Euronics in Zukunft noch stärker werden. Um die Erwartungen der Konsumenten mit den Interessen der Mitglieder, den Aufgaben der Kooperation und den Chancen des Marktes zu verbinden, wird das Projektteam der Zentrale von einem Digitalbeirat unterstützt, dem ausgewählte Mitglieder angehören. Ein zentraler Online-Shop wird dabei nur als ein Baustein einer Multichannel-Strategie für Wachstum und Wertschöpfung angesehen. In jedem Fall soll der stationäre Handel weiterhin die tragende Säule bleiben.

Um das zu erreichen, arbeitet Euronics eng mit den Industriepartnern zusammen. Zudem soll eine modulare Logistik-Strategie, die gemeinsam mit den Mitgliedern erarbeitet wird, die Voraussetzungen dafür schaffen, den

Geschäften über die digitalen Plattformen mehr hybride Stammkunden zuzuführen. Denn das Prinzip Click & Collect bietet nach Ansicht der Verantwortlichen nach wie vor ein enormes Frequenz- und Umsatzpotential.

## Marketing für die eigene Konjunktur

Um die Sichtbarkeit der Marke zu erhöhen und die Kunden nachhaltig zu binden, setzt Euronics in diesem Jahr auf besonders starkes Marketing. So sollen im Rahmen der Ende Juni gestarteten 360°-Kampagne „Eudedeutlichsparen-Wochen“ über zwei Monate und alle medialen Kanäle hinweg über sieben Millionen Menschen in ganz Deutschland mit Werbeanzeigen und wöchentlich wechselnden Angeboten erreicht werden. Dabei setzt die Kooperation bewusst Emotionen ein, um Kundennähe zu erzeugen. „Wir glauben nicht an flüchtige Kunden, sondern an echte Beziehungen“, betonte Kober.

Der Kundenbindung dient auch die „Meine Euronics-App“, die seit dem 1. Juni eine wachsende Zahl von Kunden nicht nur über die Angebote der Kampagne, sondern auch über weitere Dienstleistungen, Rabatte und Aktionen informiert.

## Stärke durch Service

Auch das Service-Ökosystem will Euronics als zusätzliches Alleinstellungsmerkmal im Markt weiter ausbauen. Ein wichtiger Baustein dafür ist die HIW-App, die den digitalen und physischen PoS noch weiter zusammenwachsen lassen soll. Denn mit dieser Anwendung können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf der Fläche umfassende Informationen abrufen. Zudem soll die App die Mitglieder vertrieblisch unterstützen sowie den Zugriff auf die Kundendaten und ihre Verwaltung beschleunigen. In der Anwendung ist zudem das neue Servicehandbuch von Euronics verfügbar, das zahlreiche Elemente enthält, um die Servicequalität in Richtung Endkunden weiter zu verbessern.

## Spannende Themen

Neben den Präsentationen des Vorstands und leitender Mitarbeiter hatte Euronics auch unabhängige Experten und Vertreter aus der Industrie eingeladen, das von Judith Rakers erneut gekonnt moderierte Programm mitzugestalten. Dabei gab es eine große Themenvielfalt – vom

Verbraucherverhalten in digitalen Umgebungen bis zur Nutzung generativer künstlicher Intelligenz für das Marketing von Einzelhandelsgeschäften. Auch Oliver Merlin, Geschäftsführer, und Cornelia Schwobe, Sales Director der IFA Management GmbH, hatten Gelegenheit, dem Euronics Auditorium einen Ausblick auf die kommende Messe in Berlin zu bieten. In einem Pressegespräch drückte Euronics Vorstandssprecher Benedict Kober die Erwartung aus, die IFA 2023 möge trotz der kurzen Vorbereitungszeit so gelingen, dass alle Optionen für 2024 offen bleiben.



In den ersten Monaten 2023 hat Euronics deutlich besser abgeschnitten als der Gesamtmarkt.



## LG kündigt Smart Cam für Fernseher an

LG Electronics (LG) hat die Markteinführung einer neuen Smart Cam (Modell VC23GA) angekündigt. Die Full-HD-Videokamera (1.920 x 1.080 Pixel) mit integriertem Doppelmikrofon und Multi-View-Funktion wurde für das Zusammenspiel mit den webOS-basierten Smart TVs des Herstellers entwickelt, um die Interaktion von Anwendern bei der Nutzung von verschiedenen Premium-Apps und -Diensten zu verbessern. Dazu gehören z. B. Videogespräche und -konferenzen sowie effektives Fitnessstraining.



Im Zusammenspiel mit kompatiblen LG TV macht die Smart Cam ganz neue Unterhaltungsoptionen möglich.

So überträgt die Smart Cam für den webbasierten Video-Konferenzdienst RemoteMeeting, der auch für die Nutzung mit PCs, Notebooks und Smartphones geeignet ist, flüssige, scharfe Videos. Die Einrichtung der RemoteMeeting-App auf dem LG-Fernseher ist unkompliziert und kann die Verbindung mit einem Laptop oder PC ersetzen. Dank der integrierten Mikrofone der Smart Cam sind keine zusätzlichen Peripheriegeräte erforderlich.

Auch bei der Nutzung von Fitness- und Wellness-Apps hat die Kombination der Smart Cam mit dem Fernseher Vorteile. So kann die Fitness App-Exercite, die KI-Algorithmen für die Bewegungserkennung nutzt, die Bewegungen des Nutzers mit Hilfe der Smart Cam analysieren, um in Echtzeit Feedback zu den Trainingserfolgen zu geben. In ähnlicher Weise bietet die Plattform FlexIt kameragestützte Live-Sitzungen mit Fitness- und Wellness-Profis an, um das Erreichen der Fitness- und Wellness-Ziele zu erleichtern.

Im Zusammenspiel mit kompatiblen LG TV macht die Smart Cam auch ganz neue Unterhaltungsoptionen möglich. So bietet die neue Selfie-App Fun Mirror eine große Auswahl von Filtern, Fotoeffekten und Bearbeitungsoptionen. Die von LG und dem südkoreanischen 1 Million Dance Studio entwickelte Anwendung 1M HomeDance hilft ihren Nutzern mit Tutorials und Videoclips dabei, ihre Tanzfähigkeiten zu verbessern. So können sie bei angeschlossener Smart Cam direkt neben dem Coach tanzen und direkt Feedback erhalten, um Choreografien schnell zu lernen.

Wird die LG Smart Cam nicht benutzt, bietet eine integrierte Abdeckung für das Objektiv Schutz vor Verletzungen der Privatsphäre durch Hackerangriffe.

Mit ihrem schlanken Design passt die Kamera gut zu den aktuellen Smart und Lifestyle-TVs von LG. Sie wird mit magnetischen Anschlüssen befestigt und fügt sich unauffällig in das Erscheinungsbild des Fernsehers ein.

Das Zubehörteil ist derzeit in den Online-Shops von LG in Korea und den USA erhältlich, soll aber auch in weiteren wichtigen Märkten eingeführt werden.

## Jetzt auch Roku TVs von Sharp

Sharp Consumer Electronics und Roku haben die Einführung von neuen Sharp Roku TVs in Deutschland bekanntgegeben. Die ersten Modelle mit Bildschirmdiagonalen von 32 bis 55 Zoll sind seit Juli im Handel zu Preisen von 299 bis 500 Euro (UVP) erhältlich.

Der personalisierbare Startbildschirm des Roku Betriebssystems zeigt die TV- und Streaming-Kanäle an, der integrierte Tuner ist für alle gängigen Empfangswege (Satellit, Kabel oder Antenne) geeignet. Auf der Roku Plattform ist in Deutschland der Zugriff auf Streaming Anbieter wie Netflix, Disney+, Paramount+, Apple TV und Prime Video möglich, auch lokale Angebote wie ARD Mediathek, ZDF, RTL+, waipu.tv und Wow stehen zur Verfügung. Die 4K Modelle unterstützen HDR10, Dolby Vision und HLG High Dynamic Range, die 2K-TVs HDR10.

Der Roku Channel Store bietet eine Auswahl aus Tausenden kostenlosen und kostenpflichtigen Streaming-Kanälen. Beim Finden des passenden Angebots hilft die Roku Universalsuche nach Titeln, Darstellern und Regisseuren; die Ergebnisse werden nach Preisen sortiert. Die Roku Mobile App kann als Fernbedienung für die Sprachsuche und -steuerung genutzt werden, zudem sind die Sharp Roku TV-Modelle kompatibel mit Alexa, Google Assistant und Siri. Medien von einem mobilen Gerät lassen sich mit der App, Airplay 2 oder Miracast auf einen Sharp Roku TV übertragen. Benutzerinnen und Benutzer können die kostenlose App nutzen oder mit ihren Bildschirm spiegeln.

## Neuer Lautsprecher von Grundig

Mit dem Band 360 erweitert Grundig seine Bluetooth-Lautsprecher-Familie um ein neues Modell, das 360°-Sound, integriertes DAB+ Radio und ein aus zu 90 Prozent recyceltem Kunststoff-Gehäuse bietet.



Der Wechsel zwischen Radio und der gestreamten Musik ist besonders komfortabel, da der Lautsprecher sowohl über Bluetooth-Technologie und Aux-Anschluss verfügt als auch ein DAB+ und FM Radio integriert hat.

Der neue Lautsprecher sorgt mit 12 Watt RMS Ausgangsleistung und

Dual-Passiv-Radiatoren für starke Bässe und kristallklaren, immersiven Hörgenuss. Sich von dem Lautsprecher zu entfernen und trotzdem Musik zu hören, ist mit dem Gerät ebenfalls kein Problem – dafür sorgt die Bluetooth-Abdeckung von bis zu 30 Meter. Auf dem eingebauten OLED Monochrome Display lässt sich einfach zwischen den verschiedenen Modi wechseln.

Der neue Bluetooth-Lautsprecher ist nach Angaben von Grundig einer der nachhaltigsten Lautsprecher auf dem Markt. Nicht nur die Verpackung des Speakers ist dank 100 Prozent recycelter und recycelbarer Kartonnage umweltfreundlich, sondern auch das Gerät selbst. So bestehen 90 Prozent des verwendeten Kunststoffs aus recyceltem Plastik.

Der Grundig Bluetooth-Lautsprecher Band 360 ist ab sofort zum Preis von 159 Euro (UVP) erhältlich.

1963–2023

60  
WERTGARANTIE



Deutschlands  
Fachhandels-  
partner Nr. 1!

## Eine geniale Idee feiert Geburtstag!

Begeistern Sie Ihre Kunden mit dem leistungsstarken **WERTGARANTIE Geburtstags-Komplettschutz** für elektrische Geräte!

### Ihre Vorteile:

- Schnelle Abwicklung
- Starke Kundenbindung
- Einzigartige Ertragschancen

Jetzt Partner werden: 0511 71280-111

Ihr Spezialist für Geräteschutz und Garantievorsicherung für alles, was einen Akku oder Stecker hat.  
Since 1963 | Made in Germany | [wertgarantie.com](http://wertgarantie.com)



→ **WERTGARANTIE**<sup>®</sup>  
Einfach. Gut. Geschützt.

## Die neue TV-Generation von Panasonic

# OLED mit mehr Leistung

Panasonic hat neue 4K-OLED-TV-Serien angekündigt. Die MZ1500-Modelle, die in den Größen 42, 48, 55 und 65 Zoll erhältlich sind, kombinieren die in Japan entwickelten Master OLED Pro-Panel-Module mit einem drehbaren Standfuß. Bei der Wiedergabe von Filmen und Spielen erreichen sie nach Angaben von Panasonic ein Qualitätsniveau, das an das im Januar dieses Jahres angekündigte OLED-Flaggschiff MZW2004 (siehe PoS-MAIL 1-2/2023, S. 8) erinnert. Zusätzlich bringt das Unternehmen auch die OLED-Serie MZW984 sowie die Google-TV OLED-Einstiegsmodelle MZ800E (ab Oktober) auf den Markt.

Um das Leistungspotential der OLED-Technologie und des Soundsystems bei verschiedenen Inhalten auszunutzen, analysiert der MZ1500 mit der Auto-AI-Funktion von Panasonic die eingehenden Signale und passt die Bild- und Toneinstellungen für Sport-, Musik- oder Filmszenen automatisch an. Bei der Streaming-Wiedergabe identifiziert der Streaming 4K Remaster-Algorithmus die Auflösung und analysiert Texturen in einzelnen Bildbereichen, um durch adaptive Signalverarbeitung detailreiche, klare Bilder zu erzeugen. Wie bei den Premium-Modellen von Panasonic üblich, wurde für die Farbabstimmung die professionelle Erfahrung des Hollywood Film-Koloristen Stefan Sonnenfeld genutzt, der OLED-Bildschirme des Herstellers als großformatige Referenzmonitore für seine tägliche Arbeit einsetzt.

## Ausgestattet für Gamer

Die MZ1500-Serie unterstützt wie die Vorgängermodelle wichtige HDR-Formate, darunter Dolby Vision IQ und HDR10+ Adaptive, der Filmmaker Mode wurde nochmals verbessert. Für Gamer sind aktuelle Features an Bord, darunter HDMI 2.1, volle 4K-Auflösung mit bis zu 120 Hz Bildwiederholfrequenz, niedrige Latenz und Eingangsver-



Die Leistung der neuen OLED-TVs der Premium-Serie MZ-1500 von Panasonic kommt nah an die des Flaggschiff-Modells MZW2004 heran.

zögerung, VRR und AMD Freesync Premium; zudem ist die MZ1500-Serie kompatibel mit Nvidia G-SYNC.

Der neue True Game Mode bringt die für Filme bekannte Technik für akkurate Farbwiedergabe in die Gaming-Welt, das verbesserte HDR Tone Mapping sorgt für eine originalgetreue Darstellung der von der Spielkonsole gelieferten HDR-Inhalte. Zudem ist der True Game Mode mit der Calman Color-Kalibrierungssoftware von Portrait Displays kompatibel. Auch beim Ton bringt die MZ1500-Serie viel Authentizität: Neu hinzugefügte Gaming-Soundmodi können genau auf den jeweiligen Titel zugeschnitten werden. So kann zum Beispiel ein RPG (Role-Playing Game) Sound-Modus im aktualisierten Game Control Board der Fernseher eingerichtet werden, um dem Gamer das Gefühl zu geben, förmlich in die virtuelle Welt des Spiels einzutauchen. Im FPS (First-Person Shooter)-Modus werden Audiodaten so reproduziert, dass sie die Position des Spielgegners erahnen lassen.

Für die Wiedergabe von Filmen setzt Panasonic bei den MZ1500-Fernsehern das Soundsystem Dynamic Theater Surround Pro ein, um auch ohne zusätzliches Lautsprechersystem dynamische, realistische Töne zu erzeugen. Durch neu entwickelte Frontlautsprecher und einen integrierten Subwoofer entsteht auch eine räumliche Klangbühne für Dolby Atmos Inhalte.

## Konfortable Bedienung

Die MZ1500-Serie ist mit der neuesten Version des Panasonic Smart-TV-Betriebssystems My Home Screen 8.0 ausgestattet, das die wichtigen Video-Streaming-Dienste unterstützt und einige Neuerungen bei der Bass-Booster- und der myScenery-Funktion mitbringt. Panasonic hat zudem mit dem Deutschen Blinden- und Sehbehindertenbund zusammengearbeitet, um sehbehinderten Menschen die Bedienung leichter zu machen. Über ein Schnellmenü, das per Sprachausgabe durch die Grundeinstellung des Gerätes leitet, kann auf alle Einstellungen für hör- und sehgeschädigte Nutzer zugegriffen werden. Der MZ1500 kann auch mit Sprachkommandos über Geräte mit integrierter Alexa-Funktion oder Google Assistant-fähige Komponenten gesteuert werden.

Dank des Penta-Tuners mit Twin-Funktion, den es so nur bei Panasonic gibt, sind die MZ1500-Modelle für alle aktuellen TV-Empfangswege gerüstet und können Signale von Kabel, Satellit und Antenne verarbeiten. Zwei CI-Slots erlauben die Entschlüsselung von Pay TV-Programmen. Während der Installation erkennt der Fernseher automatisch, welche Signalquelle angeschlossen ist und wählt nur diejenige, für die ein Senderlauf sinnvoll ist. Mit dem bereits seit einigen Jahren bei Panasonic eingesetzten TV>IP Server & Client sowie dem neuen IPTV stehen zwei weitere TV-Empfangswege zur Verfügung.

Die OLED-TVs der neuen MZ-1500 Serie von Panasonic kommen im August zu Preisen von 1.999 Euro (UVP 42 Zoll) bis 3.499 Euro (UVP 65 Zoll) in den Handel. Die Palette wird durch die Exklusiv-Serien MZX1509, MZN1508, MZF1507 und MZT1506 ergänzt.

Neben den MZ-1500 Geräten bringt Panasonic im August auch die neuen OLED-Fernseher der MZW984 Serie zu Preisen von 1.899 Euro (UVP 42 Zoll) bis 3.199 Euro (UVP 65 Zoll) auf den Markt und rundet im Herbst das Sortiment mit Google-TVs der Einstiegsreihe MZ800E ab. Diese Modelle sollen ab Oktober zu Preisen von 1.699 Euro (UVP 42 Zoll) bis 2.749 Euro (UVP 65 Zoll) erhältlich sein.



Die LED-Ultra-HD-Fernseher der Serie MX700E bieten Zugriff auf die Angebote von Google TV.

Oberfläche von Google TV machen die LED-Ultra-HD-Fernseher der Serie MX700E das Streamen von zahlreichen Inhalten besonders leicht. Dabei haben die Kunden die Wahl zwischen den Bildschirmdiagonalen 43, 50, 55 und 65 Zoll.

## Neue LED-Modelle

Auch im LED-Segment bringt Panasonic eine neue Gerätegeneration an den Start. Die LED-4K-Ultra-HD-Fernseher der Serien MXW954 und MXW944 sind mit der neuesten Mini-LED-Panel-Technologie ausgestattet und in Bildschirmgrößen von 43 und 50 Zoll (MZW944) sowie 55, 65 und 75 Zoll (MZW954) erhältlich.

Die neue 4K Ultra HD LED-TV-Serie MX800 ist mit einer Bedienoberfläche von Fire-TV OS ausgestattet und kommt in den Größen 43, 50, 55, 65, 75 sowie 85 Zoll auf den Markt.

Dank der smarten Funktionen und der personalisierbaren

## Telekom Partner Experience 2023 in Bonn

# Gemeinsam Kunden gewinnen

Nachdem die Telekom 2022 mit den Magenta-Mobil PlusKarten (Partnerkarten) den Absatz im Handel um 166 Prozent im Vergleich zum Vorjahr steigern konnte, hat auch der Start des neuen Treuebonus' im April die Erwartungen übertroffen. Das wurde auf der Telekom Partner Experience bekannt, wo der Marktführer im Alten Plenarsaal des Deutschen Bundestages Ende Juni in Bonn über 900 Gäste begrüßte. Im Mittelpunkt der Gespräche stand die Zukunft des Handels; in 37 Workshops ging es um Themen wie Produktentwicklung sowie stützende Maßnahmen zur Gestaltung von Wachstum mit Privat- und Geschäftskunden.

Dass es zusätzlich auch einiges zu feiern gab, ist nach Ansicht von Georg Schmitz-Axe vor allem dem Einsatz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Verkauf und Beratung zu verdanken: „Die Gewinnung von Mobilfunk Neukunden im Festnetzbestand konnte um 101 Prozent gesteigert werden. Neben der Gewinnung neuer Mobilfunkkunden gelingt es durch dieses Angebot, Kunden wirklich zu begeistern“, sagte der Leiter Telekom Partner. Das zeige auch ein Blick auf den NetPromoterScore, der in der Gruppe der Treuebonus-Nutzer um 30 Punkte gesteigert werden konnte. „Damit konnten im Handel positive Auswirkungen auf Kundenfrequenz, Kundenansprachen und Abschöpfung erzielt werden“, fügte Schmitz-Axe hinzu. „Die Provisionen stiegen um 16 Prozent.“

### Glasfaserausbau geht voran

Mit dem Glasfaserausbau kommt auch ein weiteres großes Projekt der Telekom in Deutschland gut voran: Bis 2030 sollen alle Haushalte einen Glasfaseranschluss erhalten – einen großen Teil davon will die Telekom bauen und dafür 30 Mrd. Euro investieren, um bis zu 30 Mio. Haushalte an ihr Glasfasernetz anzuschließen. Auch dabei setzt das Unternehmen auf die Kompetenz der Partner und ihre lokale Verantwortung bei der Kundenansprache vor Ort. „Es geht darum, Impulse und Vorschläge



für eine bessere Vermarktung zu identifizieren und umzusetzen“, betonte Schmitz-Axe. Der Info-Fluss zum Kunden solle verbessert werden, indem frühzeitig über den bevorstehenden Glasfaser-Ausbau der Telekom informiert werde. „Diese Anstrengungen tragen erste Früchte: So hat sich der Absatz von Glasfaser-Produkten und -tarifen im Handel innerhalb eines Jahres verdoppelt. Um Kunden zu Fans zu machen, arbeiten wir mit vielen beteiligten Einheiten in- wie extern vor Ort sehr eng zusammen. So werden wir die Herkules-Aufgabe bewältigen, 30 Mio. Haushalte in sieben Jahren auf Glasfaser zu bekommen.“

### Wachstum bei Geschäftskunden

Auch im B2B-Segment baut die Telekom ihre Marktposition gemeinsam mit dem Einzelhandel aus. So konnte durch Partnerwachstum in den Shops beim Festnetz-Absatz eine Steigerung von über 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr realisiert werden. Mit einem neuen Onboarding Konzept, das mit Distributoren und Partnern gemeinsam erarbeitet wurde, sollen die Shops in Zukunft noch besser auf die Ansprüche der Geschäftskunden eingehen können. „Es sind modulare Schulungen online verfügbar, ein vereinfachter Buchungsprozess wurde eingeführt, und Kunden in über 20 Städten erfahren von der Telekom in Kürze, in welchen Shops sie sich über Glasfaser informieren können“, sagte Schmitz-Axe.

Im Mobilfunk verzeichnet die Telekom über die letzten beiden Jahre ebenfalls zweistellige Wachstumsraten bei den Neukunden im Geschäftskundensegment. Einen signifikanten Einfluss hat das sogenannte „Tacheles“-Format, bei dem auf Augenhöhe mit Partnern neue Vertriebsmöglichkeiten entworfen werden. Dabei werden

z. B. neue Prozesse für größere Mobilfunk-Projekte geschaffen oder der direktere Austausch mit Entscheidern ermöglicht.

Nach der Premiere im vergangenen Jahr konnte das Format der Telekom Partner Experience in diesem Jahr noch mehr Menschen begeistern. Dabei wirkte sich positiv aus, dass erstmals auch Verkaufspersonal eingeladen war und gerne die Möglichkeit nutzte, sich nicht nur direkt bei der Telekom zu informieren, sondern auch mit Kolleginnen und Kollegen zu vernetzen. Dass dabei auch der Spaß nicht zu kurz kam, trug zur guten Atmosphäre der Veranstaltung bei.



Angesichts der guten Ergebnisse der aktuellen Aktionen und Maßnahmen fiel es Georg Schmitz-Axe, Leiter Telekom Partner, leicht, die zahlreichen erschienenen Partner zu begeistern.



Auch gemeinsame Aktivitäten mit großem Spaßfaktor trugen zur guten Stimmung auf der Telekom Partner Experience bei.

# IFA-Stand mit Fokus auf Klimaschutz und digitalem Komfort

## Das „Miele Open House“



Mit dem neuen Aktionsmodell „EcoPerformance“ unterschreitet Miele die Grenzwerte der Energieeffizienzklasse A für Waschmaschinen erstmals um 10 Prozent.

Unter dem Motto „A Miele Open House“ wird der Gütersloher Familienkonzern auf seinem 3.000 Quadratmeter großen IFA-Stand nicht nur 300 Geräte präsentieren, sondern auch deutlich machen, wie sich komfortables Wohnen nachhaltig gestalten lässt. Dabei geht es u. a. um klimaschonendes Waschen und Spülen sowie den Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) beim Kochen.

Auch der Messestand selbst ist mit modularen Aufbauten zur Wiederverwendung, weitgehender Vermeidung von Abfällen, klimaschonender Logistik und weiteren Komponenten nachhaltig konzipiert. Darüber hinaus wird Miele auch im neuen IFA-Ausstellungsbereich „Sustainability Village“ an mehreren Stellen prominent vertreten sein.

Bereits im letzten Jahr hatte Miele die Themen Umwelt und Klima in den Mittelpunkt seines IFA-Auftritts gerückt und dabei hervorgehoben, dass die Langlebigkeit und Reparierbarkeit der Miele-Geräte sowie ihre Energieeffizienz nicht im Gegensatz zu ausgezeichneten Ergebnissen und hohem Komfort stehen. „Diesen Weg setzen wir auch in diesem Jahr mit Nachdruck fort“, betonte Bernhard Hörsch, Com-

mercial Director Sales der Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland KG, Anfang Juli auf dem IFA Innovations Media Briefing in Berlin.

Als Beispiel nannte Hörsch die erste Miele-Waschmaschine, die den Grenzwert der Energieeffizienzklasse A um 10 Prozent unterschreitet, und die sparsamen Geschirrspüler der Baureihe G 7000. So wurde das Modell G 7465 SCVi XXL kürzlich mit dem renommierten „Green Product Award“ ausgezeichnet. Zur IFA erhalten die Geräte weitere Programme für eine gründliche, energieeffiziente und schonende Reinigung. Darüber hinaus hat Miele die Geschirrkörbe so weiterentwickelt, dass sich auch wiederverwendbare Glasflaschen und Trinkhalme sicher befestigen lassen und gründlich durchgespült werden.

### Klimaschutz im Haushalt

Einen weiteren Beitrag zum Klimaschutz im Haushalt leistet das Consumption Dashboard der Miele App mit detaillierten Verbrauchsanzeigen sowie langfristigen Statistiken zum Nutzungsverhalten, den Verbräuchen und Tipps für eine möglichst effiziente Anwendungen. Das Miele Consumption Dashboard wurde auf der IFA 2022 erstmals für Geschirrspüler vorgestellt und ist seit einigen Monaten auch für das Monitoring der Waschmaschine freigeschaltet.

Ein Beispiel für den sinnvollen Einsatz von KI im Haushalt ist das Assistenzsystem Smart Food ID, das in ersten europäischen Ländern, darunter Österreich und die Schweiz, bereits eingeführt wurde; Deutschland soll in wenigen Wochen



Der Miele Geschirrspüler G 7465 SCVi XXL wurde kürzlich mit dem renommierten „Green Product Award“ ausgezeichnet.

folgen. Smart Food ID erkennt mit Hilfe einer integrierten Kamera im Backofen die Gerichte und zeigt diese auf dem Display an. Nach der Bestätigung werden die Back-, Brat- und Garvorgänge automatisch gestartet und beendet. Derzeit kann Smart Food ID rund 30 Rezepte erkennen, das Angebot soll schrittweise ausgeweitet werden.



Kommt in Kürze auch nach Deutschland: Smart Food ID nutzt KI, um mit Hilfe der Backofenkamera das jeweilige Gericht zu erkennen. Die weitere Zubereitung erfolgt dann automatisch.

### Drei neue Aktionsgeräte

Im Rahmen der IFA Innovation Media Briefings kündigte Miele auch zwei neue Waschmaschinen und einen Wäschetrockner der Aktionsreihe „Performance“ an, die attraktive Ausstattung mit deutlichen Preisvorteilen verbinden. Sie sind in der besten Energieeffizienzklasse eingestuft, auf 20 Jahre Lebensdauer getestet und über die Miele App steuerbar. Der Verkauf beginnt im August; die Aktion soll sechs Monate laufen. Das Modell „EcoPerformance“ zeichnet sich vor allem durch seine Energieeffizienz aus. Basis dafür ist das Miele-Waschverfahren PowerWash, das die Waschlauge immer wieder von oben zurück in die Trommel spült. Zudem sorgt ein spezieller Drehrhythmus der Trommel dafür, dass die Wäsche an der Wand anliegt, damit das Waschmittel auch bei kurzen Laufzeiten die Textilien besonders schnell und gleichmäßig durchdringen kann. Mehrfaches kurzes Zwischenschleudern und erneutes Einsprühen der Wäsche mit Waschlauge (Spin&Spray) reduziert den Wasserverbrauch und erfordert damit auch weniger Energie zum Aufheizen. So unterschreitet die Waschmaschine die Grenzwerte der Energieeffizienzklasse A um 10 Prozent.

Das Modell „SpinPerformance“ zeichnete sich durch eine besonders hohe Schleuderdrehzahl von 1.600 Umdrehungen pro Minute aus. Dazu kommen Features wie die automatische Dosierung des Waschmittels mit TwinDos, mit der laut Öko-Institut bis zu 30 Prozent Waschmittel gegenüber einer manuellen Dosierung eingespart werden. Das Gerät fasst 8 Kilogramm Wäsche und erreicht die Energieeffizienzklasse A. Im Vergleich zu Modellen aus dem regulären Programm, die mit den beiden Funktionen ausgestattet sind, ergibt sich ein Preisvorteil von rund 300 Euro. Das dritte Aktionsmodell ist der Wäschetrockner „SpinPerformance“, mit dem 8 kg Wäsche gewaschen und 5 kg getrocknet werden können. Auch dieses Gerät verfügt über eine Schleuderdrehzahl von 1.600 U/min. Der Preisvorteil gegenüber dem regulären Sortiment beträgt für diese Ausstattung sogar 420 Euro.

### Deutsche Vertriebsgesellschaft jetzt selbstständig

Zum 1. Juli 2023 hat Miele sein Vertriebs- und Servicegeschäft in Deutschland auf das rechtlich selbstständige Unternehmen Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland KG, eine hundertprozentige Tochter der Miele & Cie. KG, übertragen. Mit diesem Schritt folgt der Hersteller dem Vorbild anderer Miele-Vertriebsgesellschaften außerhalb Deutschlands, um unter anderem die Weiterentwicklung und Vereinheitlichung der weltweiten IT-Struktur zu erleichtern.

Auf Beschäftigte sowie Kundinnen und Kunden der neuen Organisation soll der Übergang keine Auswirkungen haben. So bleiben alle Arbeitsplätze zu unveränderten Bedingungen erhalten. Auch bei den Ansprechpartnern für die Handelspartner ändere sich nichts, heißt es in einer Pressemitteilung.

Die Gesellschaft soll im kommenden Jahr in ein derzeit im Bau befindliches Gebäude auf dem Gütersloher Werkgelände einziehen, um alle Funktionen unter einem Dach zu vereinen. Geschäftsführer der neuen Gesellschaft ist Frank Jüttner, der als Senior Vice President DACH der Miele Gruppe in Personalunion weiterhin auch das Geschäft in Österreich und der Schweiz verantwortet.

## Smeg gratuliert zu 100 Jahre Le Mans

Zum Jubiläum des legendären Motorsport-Rennens im französischen Le Mans bringt Smeg einen besonderen Kühlschrank auf den Markt. Der in Schwarz gehaltene Kühlschrank zeigt auf der Frontseite zusätzlich zu einem Schriftzug einen Fahrer, der unter dem Jubel der Zuschauer zu seinem Auto läuft: eine Reminiszenz an die frühen Jahre, als die Rennpiloten nach dem Startsignal erst einmal zu ihren Fahrzeugen sprinten mussten.



Smeg hat diesen ausgefallenen Jubiläumskühlschrank in Zusammenarbeit mit dem Automobile Club de l'Ouest (ACO), den Erfindern und Organisatoren des legendären Rennens von Le Mans, gestaltet. In Deutschland wird die Sonderedition nur in einer kleinen Stückzahl verfügbar sein. Das knapp 95 cm hohe Standgerät FAB10 z. B. bietet dank 101 Liter Nutzinhalt viel Platz. Komplettiert wird das energiesparende Kühl-/Gefriergerät durch ein 13 Liter fassendes Gefrierfach.

## Neuer Dörrautomat von Caso Design

Mit einer individuell einstellbaren Temperatur von 30 bis 70 °C (in 5 °C-Schritten) ist der Dörrautomat DH 450 von Caso Design vielseitig einsetzbar. Der praktische Timer kann von 0,5 bis 48 Stunden (in 0,5-Stunden-Schritten) eingestellt werden. Ein Temperatur- und Zeitguide auf dem Gerätedeckel hilft bei der Wahl der richtigen Einstellung für unterschiedliche Lebensmittel. Mit fünf stapelbaren, höhenverstellbaren Ebenen bietet der neue Dörrau-



tomat jede Menge Raum und die Möglichkeit, verschiedene Lebensmittel gleichzeitig zu dörren. Temperatur und Zeit lassen sich über den Drehknopf komfortabel einstellen. Der neue Dörrautomat von Caso Design bietet zusätzlich zwei wiederverwendbare Dörrfolien für die Herstellung von Fruchtleder oder als Tropfschutz sowie zwei Silikonformen für die Zubereitung von Müsliriegeln.

## Neue Geschirrspüler von Hoover

Die neuen Modelle der H-Dish Serie von Hoover bieten nach Unternehmensangaben den geräumigsten Innenraum aller Geschirrspüler in der Energieeffizienzklasse B auf dem Markt. Dank Maxi Tub verfügen alle Geräte dieser Serie mit einer Standardbreite von 60 cm über viel Platz. Der H-Dish 300 stellt Platz für 13 Maßgedecke bereit und verfügt über fünf verschiedene Programme, während der H-Dish 500 14 Maßgedecke aufnehmen kann und acht verschiedene Programme bietet. Das größte Modell, der H-DISH 700, fasst 16 Maßgedecke sowie eine praktische Besteckschublade, und der Nutzer kann unter zehn ver-

schiedenen Programmen wählen. Alle drei Modelle sind mit der ABT (Antibakterielle Technologie) ausgestattet, die ein Extra an Hygiene gewährleistet, sowie dem innovativen Eco-Power Inverter-Motor.

Der H-Dish 700 erreicht in dieser Kombination mit zusätzlich verbesserten Spülsystemen und Features sogar die Energieeffizienzklasse B. So gibt es u. a. das automatische Türöffnungssystem AutoDoor, das bei allen Spülzyklen des neuen H-Dish-Geschirrspülers gewählt werden kann. Während der Trocknungsphase öffnet sich die Tür automatisch einige Zentimeter, so dass die Luft zirkulieren und das Geschirr auf natürliche Weise trocknen kann. Für das besondere Extra an Reinigung sorgt Power Wash: ein dritter, zuschaltbarer Spülarml. Er eignet sich besonders für die gründliche Reinigung stark verschmutzten Geschirrs, großer Töpfe und Pfannen.

Mit der hOn App können Benutzer ihren Geschirrspüler mit ihrem Smartphone von überall steuern. Die WiFi- und Bluetooth-Konnektivität ermöglicht den Zugriff auf alle

Die neue H-Dish Serie von Hoover, hier das Modell H-Dish 700, verfügt dank Maxi mit einer Standardbreite von 60 cm über viel Platz.



Leistungsstatistiken und die Einstellung zusätzlicher Programme. Ein weiteres Highlight der hOn App ist ihre automatische Erkennungsfunktion. Fotografiert der Benutzer den eingeräumten Geschirrspüler mit seinem Smartphone, erkennt die App automatisch die Menge, Art, Material und Position des Geschirrs. Auf dieser Grundlage gibt die App nützliche Tipps für die richtige Beladung und schlägt das am besten geeignete Spülprogramm vor.

Die neue Geschirrspüler-Serie von Hoover ist ab sofort erhältlich; die Preise (jeweils UVP) liegen je nach Modell zwischen 569 Euro und 1.129 Euro.

## Mehr Platz in den Extraspace Mikrowellen von Bauknecht

In den neuen Extraspace Mikrowellen ist statt eines Drehtellers ein flacher, über die gesamte Fläche integrierter Glasboden integriert, der die Mikrowellen aussendet und die Hitze gleichmäßig verteilt. Auf diese Weise bietet sie 30 Prozent mehr Platz auch für mehrere Behälter gleichzeitig. Zahlreiche automatische Programme in der MyMenu-Funktion sorgen für die richtige Zubereitung. Dazu wird einfach Art und Gewicht der Lebensmittel ausgewählt; das Energieniveau wird automatisch gewählt sowie während der Zubereitung fortlaufend angepasst. Die Mikrowelle schlägt bei Bedarf das richtige Zubehör vor, indem sie das entsprechende Symbol auf dem Display anzeigt und automatisch die richtige Kochfunktion und -zeit einstellt.

Dank des leistungsstarken Heizelements mit Gebläse können Speisen wie in einem traditionellen Backofen zubereitet werden, von Kuchen und Backwaren über Souf-

20% Rabatt auf [medisana.de](https://www.medisana.de) mit dem Code: **GESICHT20**

## Für einen natürlichen Glow

- Porentiefe Reinigung und Hydratisierung der Haut
- Dampfentwicklung durch UV-Technologie
- 10 x effektiver als eine klassische Gesichtssauna

[f medisana](https://www.medisana.de)
[i medisanade](https://www.instagram.com/medisanade)
[y medisana](https://www.youtube.com/medisana)

flés bis hin zu Geflügel. In Kombination mit der Crisp-Funktion gelingen auch Pizza oder Quiches, Fleisch- und Fischgerichte. Die Crisp-Platte aus Ferrit wird durch die Mikrowellen schnell erhitzt und funktioniert dabei wie eine Backform, die eine Temperatur von 210°C jedoch nicht überschreitet, so dass die Lebensmittel nicht verkochen. Auch das Frittieren mit Heißluft ist für die Extraspace Mikrowellen kein Problem, und das mit nur wenig oder ganz ohne zusätzliches Öl. Die Heißluft-Technologie beschleunigt den Garprozess und sorgt für knusprig leichte Gerichte, ohne dass wichtige Nährstoffe verloren gehen.

Beim Dampfgaren werden die Lebensmittel mit etwas Wasser in den mitgelieferten Dampfgarbehälter gegeben und das entsprechende Programm ausgewählt. Der Algorithmus bringt das Wasser zum Kochen und gart die Speisen mit der natürlichen Kraft des Dampfes, wodurch wichtige Nährstoffe erhalten bleiben.

Die intuitive und einfache Bedienung der Extraspace Mikrowellen erfolgt über das Touchdisplay in Kombination mit einem Drehknopf zur Auswahl und Bestätigung von Programmen, Leistung, Zeit und Temperatur.

Die Reinigung der Extraspace Mikrowellen ist besonders komfortabel: Dank des AutoClean Programms wird Wasser in den Dampfgarbehälter gegeben, und der Reinigungszyklus startet. Der Dampf löst Schmutz- und Fettreste, die sich anschließend mit einem feuchten Tuch wegwischen lassen.

Die Mikrowellen Extraspace von Bauknecht sind ab sofort in den Ausführungen MF 255 B in Black und White, MF 258 B in Black und White und MF 259 SG in Black, Silver und Shadow Grey erhältlich.



Jura bringt die nächste Generation der E8

# Einstieg in die Premiumklasse



Die neue Jura E8 ist in den Farben Piano White und Dark Inox erhältlich.

Seit ihrer Premiere im Jahr 2015 hat sich die Jura E8 zum Bestseller im Portfolio des Schweizer Herstellers entwickelt. Jetzt bringt das Unternehmen die nächste Generation des populären Einstiegsmodells in die Premiumklasse auf den Markt. Das bedeutet nach der Vorstellung des Halbautomaten Ono im Januar einen weiteren Schritt, damit 2023 wie angekündigt zum „Jahr der Neuheiten“ wird. Auf der IFA sollen drei weitere neue Modelle und eine Limited Edition folgen.

Gerade in einer Zeit, in der sich viele Konsumenten wegen der hohen Inflation und der Unsicherheit bei Energiepreisen mit Investitionen zurückhalten, kommt Premiumprodukten besondere Bedeutung zu, denn dieses Segment wächst – im Gegensatz zur Einstiegs- und Mittelklasse – nach wie vor. „Bei Jura wächst es sogar doppelt so schnell wie im Gesamtmarkt“, berichtete Horst Nikolaus, Geschäftsführer der Jura Elektrogeräte Vertriebs-GmbH, auf dem IFA Innovations Media Briefing in Berlin. „Das hat gute Gründe: Denn mit Innovationen wie dem Cold Brew Extraction Prozess oder der Sweet Foam Funktion geben wir dem Markt immer wieder Impulse – und unseren Partnern im Fachhandel gute Argumente, um die Kunden für den Kauf hochwertiger Vollautomaten zu begeistern.“

## Verbesserte Ausstattung

Als einer der Erfolgsgaranten im Jura Portfolio hat die E8 in den vergangenen Jahren wesentlich zum Wachstum des

Unternehmens beigetragen. Seit ihrer Einführung hat der Schweizer Hersteller nicht weniger als eine Million Stück dieses Erfolgsmodells verkauft. In die nunmehr vierte Generation dieses Topsellers wurden jetzt neueste Technologien eingebaut, um echtes Premiumflair in die Vollautomaten-Mittelklasse zu bringen. Die verbesserte Technik steckt in einem schlanken Gehäuse, das in den Farben Piano White und Dark Inox angeboten wird; reduzierte Formen mit gezielten Akzenten sowie harmonisch-symmetrische Linien sorgen für eine elegante Silhouette, die den typischen Eindruck der E8 vermittelt. Dabei setzt die Premium-Marke wie gewohnt auf besonders hochwertige Materialien und eine präzise Verarbeitung.

Ein wichtiges Verkaufsargument für die neue E8-Generation ist das P.A.G.2-Mahlwerk von Jura, dessen Stufen sich mit einem ergonomisch geformten Wahlhebel einfach einstellen lassen. Zwischen den einzelnen Zubereitungen wird das Mahlwerk im Ruhezustand entspannt; dadurch wird es geschont, um der besonders leise arbeitenden 3D-Brüheinheit lange Zeit und ohne Abnutzungerscheinungen perfekt gemahlene Bohnen zuzuführen. So soll die E8 verschiedene Kaffeemischungen und -röstungen so extrahieren, dass das bestmögliche Aroma erzielt wird.

## Einfache Bedienung

Mit klaren Bildern und Grafiken auf dem 3,5 Zoll großen Farbdisplay wird die Bedienung der Jura E8 noch intuitiver als beim Vorgängermodell. Dabei können die Symbole für die Spezialitäten frei platziert und die Einstellungen individuell festgelegt werden. Insgesamt 17 stehen zur Wahl; neu ist die „Extra Shot“-Zusatzfunktion, mit der sich in der „Speciality Selection“ ein noch intensiveres Aroma erzielen lässt.

Weitere Ausstattungsmerkmale des Vollautomaten sind



Die Bedienung der Jura E8 über das 3,5 Zoll große Farbdisplay ist noch intuitiver als beim Vorgängermodell.

die Feinschaumdüse mit auswechselbarem Milchauslauf, die One-Touch-Reinigung des Milchsystems mit innovativem Fluidsystem sowie das besonders komfortable Handling der Restwasserschale. Zudem ist die neue E8 mit nahezu allen Details ausgerüstet, die Vollautomaten von Jura auszeichnen. Dazu gehören der Puls-Extraktionsprozess, die Hochleistungspumpe, vielfältige Einstellmöglichkeiten, der Energiesparmodus und die Kompatibilität mit der Jura App J.O.E.

Die neue Jura E8 ist ab sofort in den Farben Piano White und Dark Inox für 1.249 Euro (UVP) erhältlich.

## Best-of-Design-Award für die Jura J8

Das Lifestyle-Magazin Schöner Wohnen hat den Kaffee-Vollautomaten J8 von Jura in Piano White mit dem Best-of-Design-Award in der Kategorie ‚Küche‘ ausgezeichnet. Dabei nahm das Gerät die Jury mit zahlreichen sinnvollen Ausstattungsdetails und ihrem gelungenen Design für sich ein. Zudem wurden auch Aspekte wie Nachhaltigkeit, Ergonomie oder Funktionalität berücksichtigt.

Die J8 kann bis zu 31 Spezialitäten auf Knopfdruck zubereiten und ist zudem mit der innovativen Sweet-Foam-Funktion ausgestattet. Damit lässt sich der Milchschaum mit Sirup-

Varianten in verschiedenen Geschmacksrichtungen aromatisieren, wobei die Süße und Intensität individuell festgelegt werden kann.

Zur Ausstattung gehören auch das P.A.G.2+-Mahlwerk mit aktiver Mahlgradüberwachung und der intelligente Tassensensor Coffee Eye, mit dessen Hilfe auf dem Display nur die Spezialitäten angezeigt werden, die zur Tassenposition passen.

„Die Auszeichnung mit dem Best of Design-Award ist daher für Jura Bestätigung und Ansporn zugleich, auch weiterhin optischen Hochgenuss zu schaffen“, kommentierte Wiebke Reineke, Leitung Kommunikation Jura Deutschland. „Die Jury hat sich in einem starken Wettbewerbsfeld in der Kategorie ‚Küche‘ für unsere J8 entschieden und damit unseren Anspruch unterstrichen, einen echten Meilenstein unter den Vollautomaten kreiert zu haben.“



Der Kaffee-Vollautomat J8 von Jura in Piano White wurde von dem Lifestyle-Magazin Schöner Wohnen mit dem Best-of-Design-Award in der Kategorie ‚Küche‘ ausgezeichnet.

Gorenje bringt Küchenkleingeräte für Designliebhaber

# Gestaltet von Ora ìto

Mit der neuen Küchenkleingeräte-Serie will Gorenje vor allem Kunden ansprechen, die in der Küche nicht nur auf gute Funktionalität, sondern auch auf gelungene Optik legen. Für sie wurden in Zusammenarbeit mit dem französischen Star-Designer Ora ìto sechs Küchengeräte mit matt-schwarzem Soft-Touch-Finish und markanten Metallapplikationen entwickelt. Das Sortiment besteht aus einem Toaster, einem Wasserkocher, je einem Stab-, Hand- und Standmixer sowie einer Küchenwaage.

## Eigenständige Formgebung

Der 2.400 Watt starke Wasserkocher aus doppelwandigem Edelstahl (UVP 99,95 Euro) fasst 1,5 Liter. Der Toaster der

Ora ìto Designlinie (UVP 99,95 Euro) zeichnet sich durch große Schlitze, sechs Bräunungsstufen sowie eine Aufwärm- und Auftau-Funktion aus. Ein eleganter LED-Lichtring rund um das Bedienfeld wertet die Optik zusätzlich auf. Mit seinem unverwechselbaren Ora ìto Design ist auch der Standmixer (UVP 129 Euro) ein Blickfang auf der Arbeitsplatte. Mit 800 Watt Leistung, einem 1,5 Liter fassenden Mixbehälter aus bruchsicherem Tritan, einer langlebigen 4-fach Klinge aus rostfreiem Edelstahl sowie einer Smart-Speed-Funktion ist er gut für die Zubereitung von Smoothies und Shakes geeignet. Auch als Eis-Crusher macht das Gerät eine gute Figur. Für kleinere Mengen, schnelle Dips oder schaumige Saucen ist der puristisch

gestaltete Stabmixer (UVP 64,99 Euro) mit leisem 600-Watt Motor eine handliche Lösung.

Der Ora ìto Handmixer (UVP 89,99 Euro) spielt seine Stärken auch beim Backen aus: Mit fünf Geschwindigkeitsstufen, Ultra Slow und Smart Control, einem ergonomisch geformten Griff und extralangen, spülmaschinengeeigneten Rührsätzen ist der praktische Küchenhelfer für viele Anwendungen geeignet.

Die digitale Küchenwaage der Ora ìto Kollektion (UVP 49,99 Euro) wiegt bis zu 10 Kilo grammgenau. Die Oberfläche besteht aus gehärtetem Glas und ist leicht zu reinigen.

Die neuen Küchenkleingeräte der Ora ìto-Designlinie von Gorenje sind ab sofort lieferbar.

Die neue Designlinie Ora ìto von Gorenje besteht zunächst aus sechs Küchengeräten.



www.amica-group.de

## Ausgezeichnete Leistung!

Der Kühlspezialist von Amica, Vollraum-Kühlschrank VKS 358 150 E, überzeugte die unabhängigen Tester der Stiftung Warentest und wurde mit insgesamt 1,9 bewertet. In Kombination mit dem Gefrierschrank GSN 328 150 E zur komfortablen SideBySide-Lösung entfalten beide Geräte ihre wahre Stärke zum voll ausgestatteten Frische-Depot.

**Amica**  
for living



## Samsung setzt auf KI im Alltag

# Argumente für SmartThings

Seitdem Samsung Electronics vor genau zehn Jahren die erste WLAN-fähige Waschmaschine in Deutschland auf den Markt brachte, setzt der koreanische Technologiekonzern bei seinen Neuheiten in praktisch allen Segmenten auf smarte Funktionen und einfache Vernetzung. Dafür hat das Unternehmen erfolgreich die Plattform SmartThings etabliert, um die reibungslose Kommunikation vernetzter Geräte (auch von Drittanbietern) komfortabel und sicher zu gestalten. Nicht weniger als 12 Millionen Menschen nutzen allein in Deutschland diesen Dienst, der durch den Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) in vielen Samsung Produkten wie TVs, Kühlschränken und Staubsaugern noch attraktiver wird. Denn KI kann – von intelligenter Bodenpflege bis zum Energiesparen – wichtige Aufgaben im Alltag übernehmen. Dem qualifizierten Fachhandel kommt eine wichtige Rolle dabei zu, vielen Kundinnen und Kunden den Nutzen intelligenter Technologien zu vermitteln.

Künstliche Intelligenz ist für Samsung Electronics längst kein Neuland mehr. Sieben der weltweit 16 Forschungszentren des Unternehmens sind ausschließlich dem Thema KI gewidmet. Hier beschäftigen sich Wissenschaftler und Ingenieure mit zahlreichen Anwendungsmöglichkeiten, von der Sprachverarbeitung über maschinelles Lernen und Robotik bis zur Objekterkennung und zum autonomen Fahren. Nicht weniger als 350 Milliarden Euro hat Samsung für Investitionen in Zukunftstechnologien in der Zeitspanne von 2022 bis 2026 bereitgestellt. „Wir arbeiten mit Hochdruck an der smarten Welt von morgen“, betont Dr. Thorsten Böker, Director Business Development bei Samsung Electronics. „Bereits jetzt ist es uns gelungen, mit innovativen KI-Funktionen unser SmartThings-Ökosystem zu bereichern. So machen wir es möglich, mit Hilfe unserer Geräte und des digitalen Dienstes SmartThings Energy auf intelligente Weise und weitgehend automatisch Energie zu sparen.“ Mit diesem Schwerpunkt trifft Samsung genau die Präferenzen vieler Konsumenten: Denn die im Februar dieses Jahres in Großbritannien, Italien und Deutschland durchgeführte Online-Studie „Future of the Home“ ergab eindeutig, dass Energiesparen für viele Menschen die wichtigste Motivation ist, Geräte und Systeme mit künstlicher Intelligenz einzusetzen.

### Intelligent Strom sparen

Mit dem erstmals auf der IFA 2022 vorgestellten Dienst SmartThings Energy macht es Samsung möglich, schnell



Ob Waschen, Trocknen, Kühlen, Kochen und Backen oder Bodenpflege: Mit KI macht Samsung es den Kunden leicht, im Alltag Energie zu sparen, ohne auf Komfort verzichten zu müssen.

zu erkennen, wo wieviel Strom im Haushalt verbraucht wird und welche Geräte dazu am meisten beitragen. Dank künstlicher Intelligenz kann SmartThings Energy allerdings mehr, als nur Daten bereitzustellen: Die Technologie analysiert den Verbrauch und erstellt individuelle Energieprofile, um die personalisierte Anpassung des Verbrauchs zu ermöglichen. Dabei wird der Dienst auch hardwareseitig von Samsung Geräten unterstützt. So sind aktuelle Kühlschränke, Waschmaschinen und Trockner z. B. mit dem AI Energy Mode ausgestattet. Dabei kann die KI im Kühlschrank erkennen, zu welchen Zeiten die Tür besonders häufig und lange geöffnet wird. So lernt der Kühlschrank, wann es sich lohnt, das Innere wieder vollständig



Der Samsung Dual Cool Flex Backofen der Serie 6 wurde beim diesjährigen Kitchen Innovation Award in fünf Kriterien ausgezeichnet und gewann damit den Preis „Ausgezeichnetes Produkt“ sowie den „Golden Award – Best of the Best.“ Darüber hinaus wurde Samsung zur „Favourite Brand Gold“ gekürt.

herunterzukühlen und steuert entsprechend den Prozessor. In ähnlicher Weise startet die intelligente Logik das automatische Abtauen erst dann, wenn eine bestimmte Menge Eis erkannt wird. Im Vergleich zu Modellen ohne dieses Feature lässt sich mit dem Energiespar-Algorithmus AI Energy Mode der Stromverbrauch von Kühlgeräten um bis zu 15 Prozent reduzieren.

### KI in der Küche

Nicht nur beim Kühlen, sondern auch beim Kochen und Backen kann künstliche Intelligenz die Energieeffizienz steigern und gleichzeitig besonders viel Komfort bieten. So erkennt z. B. die Samsung Galaxy Watch den Kalorienverbrauch und schlägt eine passende Mahlzeit vor. Wird das Rezept über die Funktion „Send to Oven“ an den Backofen geschickt, werden Timer, Temperatur und Backmodus automatisch eingerichtet. Eine KI-Kamera überwacht das Gericht im Ofen und kann den Backvorgang bei Bedarf anpassen. Wer seine Social-Media-Kontakte am kulinarischen Genuss teilhaben lassen möchte, kann sich die Bilder der Köstlichkeit an die SmartThings Cooking-App senden lassen, um sie von dort aus in sozialen Medien zu teilen.

Zum Energiesparen trägt auch das Dual Cook Feature bestimmter Samsung Backöfen bei. Durch die Teilung des Garraums und die innovative, geteilte Tür lässt sich der Innenraum in zwei Segmente aufteilen, in denen verschie-



dene Gerichte bei unterschiedlichen Temperaturen zubereitet werden können, ohne fremde Aromen oder Gerüche aufzunehmen. Da für kleine Mahlzeiten oftmals der halbe Garraum ausreicht, muss nicht der gesamte Backofen aufgeheizt werden. Das kann den Stromverbrauch um bis zu 30 Prozent reduzieren. Dass der Bespoke Backofen sich über die SmartThings App praktisch von überall aus steuern lässt, erspart manchen Weg zur Kontrolle der Ergebnisse und erhöht so den Bedienkomfort.

## Effizient waschen

Auch bei der Wäschepflege kann KI zum effizienten Einsatz von Energie, Wasser und Waschmittel beitragen. Dafür ist die Bespoke AI Waschmaschine mit AI Wash Sensoren ausgestattet, die Textilart, Gewicht und Verschmutzungsgrad der Wäsche erkennen. Auf der Basis dieser Daten wird dann im AI Energy Mode durch Ecobubble und eine Reduzierung der Wascht Temperatur auf 20 bis 40°C im Vergleich zu einem nicht mit diesen Funktionen ausgestatteten, vergleichbaren Samsung Modell eine Energieersparnis von zu 70 Prozent erzielt. Zudem wird auf der Basis der von den Sensoren gewonnenen Daten die benötigte Waschmittelmenge berechnet und automatisch dosiert. Dabei lernt die Maschine stetig hinzu und stellt sich auf den persönlichen Lebensstil ihrer

Nedžad Gutic, Director Home Appliances bei Samsung Electronics:  
„Am besten lassen sich die Vorteile smarterer Technologien im Geschäft darstellen, wenn den Kunden nicht nur Produkte, sondern Erlebniswelten präsentiert werden. Dabei unterstützen wir unsere Partner gerne vor Ort.“



Nutzer ein, um Einweich-, Spül- und Schleuderzeiten anzupassen und auf diese Weise, den Wasser- und Stromverbrauch zu reduzieren.

## Intelligente Bodenpflege

Ganz alleine staubsaugen kann künstliche Intelligenz derzeit noch nicht, aber sie kann die Bodenpflege spürbar erleichtern und dabei auch zur Energieeffizienz beitragen. Tatsächlich ist der neue Bespoke Jet AI (siehe Infokasten) der erste kabellose Staubsauger von Samsung mit KI-Funktionen. Im AI Cleaning Mode, der kontinuierlich über die SmartThings Plattform aktualisiert und verbessert wird, erkennt das Gerät automatisch den Bodenbelag und unterscheidet dabei nicht nur zwischen Teppichen und glatten Oberflächen, sondern auch nach Florhöhe oder Materialien wie Fliesen, Holz- oder Kunststoffböden. Das hat ganz praktische Vorteile: Mit diesem Wissen kann die KI automatisch Einstellungen wie die Saugleistung und die Rotationsgeschwindigkeit der Bürsten anpassen und damit einen Beitrag zur Energieeffizienz leisten. So kann der Stromverbrauch (nur bei Verwendung der Active Dual Brush) bei gleicher Reinigungsleistung wie im Max-Modus um bis zu 21 Prozent gesenkt und damit die Betriebsdauer entsprechend verlängert werden.

Künstliche Intelligenz macht auch den bereits seit zwei Jahren auf dem Markt befindlichen Saugroboter Jet Bot AI+ zu einem Multitalent. Er kann nicht nur intelligent navi-



Dank KI kann der Saugroboter Jet Bot AI+ nicht nur intelligent navigieren und Hindernisse vermeiden, sondern auch nachschauen, wo sich das Haustier befindet.



gieren, Hindernisse vermeiden und Objekte erkennen, sondern sendet seinen Besitzern auf Wunsch auf Videos von ihrem Zuhause, schaut nach, wo sich das Haustier befindet und hört auch auf Sprachkommandos.

## Erlebniswelten im Fachhandel

Die aktuellen Samsung Produkte zeigen, dass KI längst kein Schlagwort mehr für Technikbegeisterte ist, sondern den Kundinnen und Kunden echten Mehrwert bietet. Bei der Kommunikation dieser Vorteile kommt dem Fachhandel eine Schlüsselrolle zu, betont Nedžad Gutic, Director Home Appliances bei Samsung Electronics. „Angesichts der aktuellen Krisen und der Inflation sind die Konsumenten derzeit nur zu Investitionen bereit, wenn diesen einen nachvollziehbaren Nutzen bringen. Das trifft vor allem auf Produkte im Premiumsegment zu, die dabei helfen, Energiekosten zu reduzieren und einen nachhaltigen Lebensstil unterstützen. Genau dabei bringt künstliche

Intelligenz nachvollziehbare Vorteile, die dem Fachhandel gute Verkaufsargumente bieten.“

„Am besten lassen sich diese Vorteile im Geschäft darstellen, wenn den Kunden nicht nur Produkte, sondern Erlebniswelten präsentiert werden“, fügt Gutic hinzu. „Dabei unterstützen wir unsere Partner gerne vor Ort, indem z. B. unsere Merchandiser dabei helfen, Sortimente zusammenzustellen, die dem Charakter des jeweiligen Handelsunternehmens und seiner Zielgruppen entsprechen. Zudem geben wir dem Verkaufspersonal durch persönliche Trainings im Geschäft und auf Online-Plattformen wie dem Samsung Circle die richtigen Argumente an die Hand, um den Kundinnen und Kunden den Nutzen von KI zu vermitteln. Das fördert nicht nur den Verkauf von Samsung Produkten, denn unsere SmartThings Plattform ist offen für andere Anbieter, so dass sich z. B. Sicherheitssysteme oder Lösungen für die Home Automatisierung leicht einbinden lassen.“

## Kabelloser Staubsauger Samsung Bespoke Jet AI

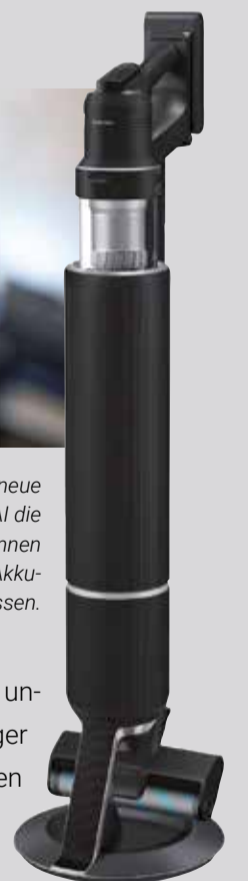
Der neue Bespoke Jet AI ist der erste kabellose Staubsauger von Samsung, der KI-Funktionen bietet, mit denen er die Bodenbeschaffenheit erkennen und seine Reinigungs- und Akkuleistung automatisch anpassen kann. Dabei erzielt er mit einer Spitzensaugleistung von bis zu 280 Watt ausgezeichnete Ergebnisse. Möglich wird das durch den neuen 730 Watt starken HexaJet Motor 2.0, mit dem der Bespoke Jet AI eine um 25 Prozent höhere Saugleistung und eine um 52 Prozent höhere Reinigungseffizienz als das Vorgängermodell erreicht. Zudem bietet das Gerät, dessen 4.500 mAh Akku 80 Prozent mehr Kapazität bietet als der des Vorgängers, die längste Akkulaufzeit aller kabellosen Handstaubsauger von Samsung. Im Lieferumfang sind zwei Akkus enthalten: einer mit besonders langer Laufzeit von bis zu 100 Minuten und eine kleine, leichtere Version für bis zu 60 Minuten Betrieb.

„Mit der Weiterentwicklung von KI schaffen wir immer wieder neue Möglichkeiten, den Alltag unserer Kundinnen und Kunden zu erleichtern“, kommentiert Diana Diefenbach, Senior Manager Technical Product Management und Communication bei Samsung. „In den Bespoke Jet AI haben wir aber nicht nur neue, smarte Funktionen integriert, sondern zusätzlich viele Bauteile so angepasst, dass es noch einfach wird, gute Reinigungsergebnisse zu erzielen.“ So steht für das neue Modell eine große Auswahl von Bürsten und Zubehör zur Verfügung. Mit der für alle Bodenarten geeigneten Active Dual LED Bürste ist es z. B. dank der eingebauten Beleuchtung besonders einfach, Verschmutzungen auch in dunklen Ecken aufzuspüren. Besonders leicht zu manövrieren ist die schlanke Slim LED+ Brush, die mit weichen, wollartigen und antistatischen Silberfasern den Schmutz auch an schwer zugänglichen Stellen geradezu anzieht. Für Besitzer von Haustieren ist die Tierhaarbürste Pet Tool+ die richtige Empfehlung: Sie verfügt im ihrem Inneren über kleine Messer, die Haare zerkleinern, damit sie einfacher in den Staubbehälter transportiert werden können.

Auch die All-in-one Clean Station des Bespoke Jet AI wurde im Vergleich zum Vorgänger verbessert. So lässt sich der Staubbehälter dank einer neuen Schließautomatik noch hygienischer entleeren. Wie die All-in-one Clean Station der Bespoke Jet 2022 Modelle ist auch die des Bespoke Jet AI mit der bewährten AirPulse Technologie für die automatische Entleerung ausgestattet. Dabei rotieren die Zykclone mit einer Lüfterrad-Geschwindigkeit von bis zu 1.000 Umdrehungen pro Minute, um Staubknäuel sowie feine Haare aus dem Gitter des Behälters zu entfernen. Der Bespoke Jet AI ist in der Farbe „Satin Black“ ab sofort für 1.399 Euro (UVP) erhältlich.



Dank KI kann der neue Samsung Bespoke Jet AI die Bodenbeschaffenheit erkennen und seine Reinigungs- und Akkuleistung automatisch anpassen.



# BSH-Studie: Viele Konsumenten wollen smarte Hausgeräte Für Nachhaltigkeit und Komfort



Mit Produkten wie der Eco Fridge Kühl-Gefrier-Kombination von Bosch antwortet die BSH auf die Erwartungen der Konsumenten: Das Gerät enthält 27 Prozent recycelte Materialien sowie bio-basierte Kunststoffe und Schäume. Im Vergleich mit dem KGN 39VXBT von Bosch bedeutet das beim Material 33 Prozent weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Rund ein Drittel der Konsumentinnen und Konsumenten in zwölf europäischen Ländern erwarten, dass ihr nächstes großes Hausgerät vernetzungsfähig ist. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Studie, für die das Marktforschungsinstitut YouGov in Belgien, Deutschland, Frankreich, Italien, Niederlande, Österreich, Polen, Schweden, der Schweiz, Slowenien, Spanien und dem Vereinigten Königreich im Auftrag von BSH Hausgeräte insgesamt 12.903 Menschen online befragt hat. Mehr als vier von zehn (44 Prozent) Teilnehmern sind sogar bereit, einen Aufpreis für ein smartes Hausgerät zu bezahlen.

Besonders groß ist die Vorliebe für smarte Hausgeräte in Polen und Slowenien. In beiden Ländern gaben zwei Drittel der Befragten an, mindestens ein smartes Hausgerät zu besitzen. In Deutschland war es dagegen nur ein Drittel. Am weitesten verbreitet ist die vernetzungsfähige Waschmaschine: Länderübergreifend steht ein solches Gerät in mehr als jedem fünften Haushalt (22 Prozent). Dahinter folgen mit etwas Abstand der smarte Ofen (17 Prozent), Kühl- und/oder Gefriergeräte (16 Prozent), Geschirrspüler (15 Prozent) und Herde (14 Prozent). Dabei scheinen die vernetzbaren Hausgeräte die Erwartungen ihrer Nutzer zu erfüllen: Insgesamt drei Viertel der befragten Eigentümer zeigen sich mit den Funktionen ihrer Geräte zufrieden; dabei gaben 50 Prozent der Befragten an, „recht zufrieden“ zu sein, weitere 25 Prozent

waren sogar „vollständig zufrieden“. Am höchsten ist die Zufriedenheit in Spanien (87 Prozent).

## Kaufkriterium Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit spielt für besonders viele Konsumenten eine zentrale Rolle beim Kauf eines Hausgerätes. In allen Ländern achten die Befragten vor allem auf den Energie- und Wasserverbrauch sowie die Lebensdauer eines Produktes. Auch die nachhaltige Produktion und die Verwendung umweltschonender Materialien sind wichtige Faktoren bei der Kaufentscheidung. Deshalb habe sich die BSH ambitionierte Recyclingziele gesetzt und nutze alternative Materialien wie grünen Stahl in der Fertigung, um den ökologischen Fußabdruck vernetzter Hausgeräte zu verkleinern, erklärte das Unternehmen. Die aktuelle Befragung zeigt, dass entsprechende Funktionen tatsächlich genutzt werden, allerdings mit unterschiedlicher regionaler Verteilung: So setzen zwei Drittel der Besitzer vernetzter Geschirrspüler in Italien, Spanien und Polen smarte Programme zur Reduzierung des Ressourcenverbrauchs ein, in Deutschland machen dagegen nur 43 Prozent von dieser Möglichkeit Gebrauch. Allerdings gaben in Deutschland sechs von zehn Befragten ohne smarten Geschirrspüler an, diese Funktion nutzen zu wollen, wenn

sie ihnen zur Verfügung stünde. Auf der IFA will die BSH mehrere neue Geschirrspüler vorstellen, die den Kriterien der besten Energieeffizienz-Klassen entsprechen.

## Hausgeräte sollen den Alltag erleichtern

Neben Nachhaltigkeit nimmt besonders das Bedürfnis nach Komfort einen hohen Stellenwert ein. Dabei ist vielen Kunden bereits bekannt, dass smarte Hausgeräte im Alltag zusätzlichen Komfort bieten könnten. Für vier von zehn Besitzern smarter Hausgeräte ist Komfort ein entscheidender Faktor beim Kauf des Gerätes. Besonders beliebt ist die personalisierbare Nutzung: Sieben von zehn Befragten geben an, dass individuelle Einstellungsmöglichkeiten ihnen beim Kauf eines neuen Hausgerätes wichtig sind. Obwohl smarte Öfen in den europäischen Haushalten noch nicht besonders verbreitet sind, fänden es z. B. drei Viertel der Befragten, die kein Gerät mit Netzwerkfunktionen besitzen, gut, wenn ihr Ofen sich automatisch ausschalten würde, wenn das Gericht fertig ist. Nach Ansicht von Harald Friedrich, Leiter Vertrieb Zentral- und Osteuropa der BSH, hat die Umfrage wichtige Elemente der Produkt- und Unternehmensstrategie des Herstellers bestätigt: „Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, wohin sich die Küche der Zukunft entwickeln wird, und sie bestätigen die eingeschlagene Strategie der BSH. Smarte Hausgeräte sind nicht mehr wegzudenken – und deren markenübergreifende Vernetzungsmöglichkeit dank offenem Home Connect Ökosystem ist ein wesentlicher Vorteil für unsere Konsumenten. Die intuitive Nutzung und das nahtlose Zusammenspiel der Geräte sind entscheidend, um unserem Anspruch gerecht zu werden: kompromisslose Consumer Happiness.“

## Zug verbindet BSH-Standorte

Seit Anfang Mai rückt ein neues Logistik-Konzept die Standorte Giengen, Łódź, Nauen und Wrocław näher zusammen. Die bisher üblichen Transporte von Fertigeräten und Produktionsmaterialien mit herkömmlichen Güter-Waggons und LKWs werden seitdem durch Container-Züge ergänzt. Dadurch sollen jährlich rund 1.200 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart werden. Zudem bringt die Entlastung der Straßen auch spürbare Vorteile für die Anwohner der Werke.

Für den „Vierecks-Zug“, der die Standorte verbindet, sind derzeit rund 50 Umläufe mit insgesamt 4.800 Containern pro Jahr geplant. Um die Kapazitäten besonders auszunutzen, hat die BSH gemeinsam mit dem Hersteller der Container ein speziell auf Hausgeräte abgestimmtes Innendesign entwickelt. Damit sollen bis zu 200 zusätzliche Container pro Jahr eingespart werden.

Das neue Logistik-Konzept bringt auch mehr Flexibilität bei den Lagerprozessen: So erfolgt das Be- und Entladen jetzt näher an den Stellplätzen, so dass sich die Wege für die Stapler verkürzen. Da die Container nach ihrer Ankunft im Terminal rund um die Uhr zur Verfügung stehen, können sie bei Bedarf ohne zusätzliches Handling ins Pufferlager umgeleitet werden.

Die vier Standorte haben für die BSH große Bedeutung: Im ältesten Werk des Konzerns in Giengen werden seit 1949 Kühl- und Gefriergeräte für die ganze Welt entwickelt und produziert. Zudem koordiniert das hier ansässige Kompetenzzentrum für die Entwicklung von Kühlgeräten die Entwicklungs- und Forschungsaktivitäten für die Kältegeräte der BSH weltweit.



Der „Viereckszug“, der wichtige BSH-Standorte verbindet, soll nicht nur zur Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen beitragen, sondern auch mehr Flexibilität bei Lagerprozessen bringen.

Im brandenburgischen Nauen produziert die BSH seit 1994 erfolgreich Premium-Waschmaschinen für den Weltmarkt; rund 750.000 Geräte werden hier jährlich gefertigt. In Łódź eröffnete die BSH 1994 ihre erste Fabrik in Polen, zunächst für Waschmaschinen; im Jahr 2002 folgte dort eine zusätzliche Geschirrspülerfabrik, 2005 kam die Fertigung von Wäschetrocknern hinzu. Im 50. Jubiläumjahr baut die BSH ihren Fertigungsverbund in Polen weiter aus und eröffnet zwei neue Fabriken für Backöfen und Kühlgeräte in Wrocław.

### 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 Adwork • Markscheiderhof 31  
45481 Mülheim/Ruhr • Tel. 0177 - 7221088

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 25 v. 1. Januar 2023.

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



### Wagners Welt: Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

# So heiß kann smarte Technik sein



Foto: Ingrid Wagner

Als Rentner bin ich ja naturgemäß nicht mehr ganz jung, und deshalb gehöre ich nach Auffassung einschlägiger Experten, Politiker, Medien und sonstiger Wichtigmacher zu den vulnerablen Gruppen, die unter warmem Sommerwetter (so nannten wir die Hitzetage früher) schrecklich leiden. Wenn ich die Medien verfolge, bin ich entweder bereits hitzetot oder werde es in Kürze sein.

Da ist es gut, wenn mir Netatmo den Erwerb einer smarten Wetterstation ans Herz legt, die mich „in Echtzeit“ informiert, wenn sich Temperaturen ändern. Denn dann, so informiert uns eine Pressemitteilung, bin ich „immer einen

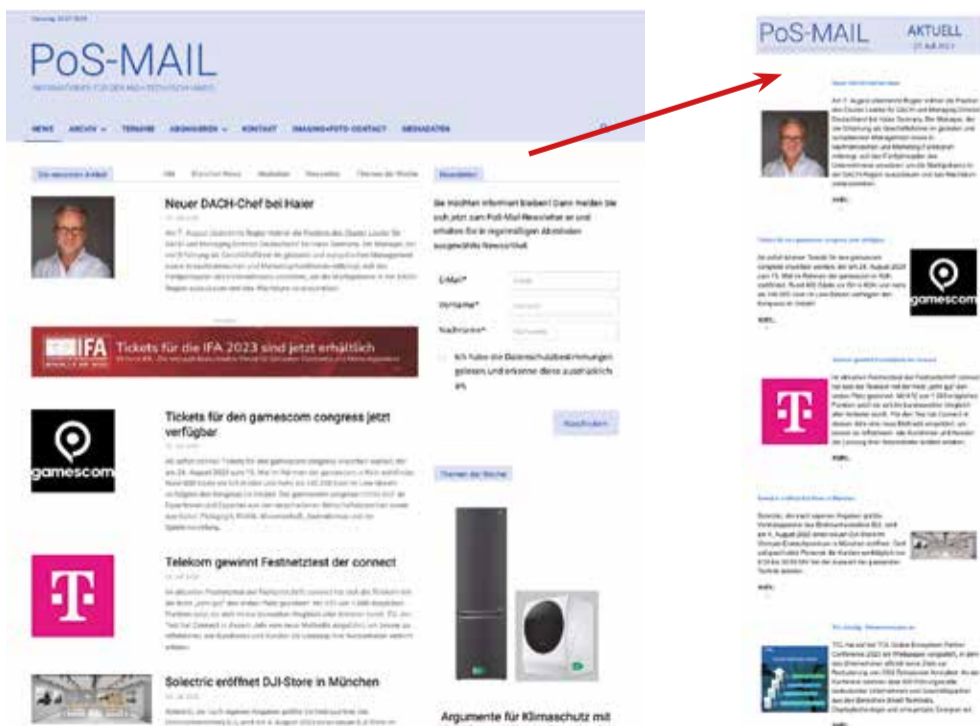
Schritt voraus, auch wenn eine Hitzewelle im Anmarsch ist“. Und ich kann mit dem Ding sogar das Wetter der Vergangenheit abrufen und so langfristige Trends erkennen. Netatmo löst also mit der smarten Wetterstation ein Problem, das ich Zeit meines Lebens noch nie hatte, weil ich im Zweifel vor die Tür gegangen bin, wenn ich in Echtzeit feststellen wollte, ob es draußen heiß oder kalt ist. Menschen des 21. Jahrhunderts brauchen dafür offensichtlich eine App.

Das Schöne ist, dass Netatmo mich nicht nur über Hitzewellen informiert, sondern auch darüber, wie ich damit umgehen soll. So empfiehlt mir Senior Product Marketing Managerin Amélie Meng, nicht nur meine Wohnung stets kühl und gut gelüftet zu halten, sondern auch regelmäßig Wasser zu trinken und während der heißesten Stunden körperliche Anstrengung zu vermeiden. Mal ganz im Ernst: Halten solche Leute ihre Mitmenschen eigentlich für total bescheuert? Gehen die davon aus, dass ich ohne ihre guten Ratschläge bei 35 Grad im Schatten mittags um 13 Uhr zu einem Marathonlauf aufbreche? Oder wären die gar selber auf eine solche Idee gekommen, wenn die smarte Wetterstation mit der dazugehörigen App nicht davon abgeraten hätte?

Ich habe lange darüber nachgedacht, aus welchem Grund Frau Meng solche Ratschläge von sich gibt. Und ich habe da einen Verdacht: Vielleicht wurde sie bereits als Baby zu heiß gebadet, und das alles nur, weil ihre Mutter weder ein smartes Badewannen-Thermometer von Netatmo noch eine App besaß.

Herzlichst Ihr

## www.PoS-MAIL.de – Die News-Plattform für Ihre aktuelle Werbung



www.PoS-MAIL.de ist das tagesaktuelle Medium für verlässliche Informationen aus der Welt der Consumer Electronics, Weiße Ware, Telekommunikation, IT, Smart Home und der Fotobranche. Neben den Nachrichten gibt es einen Kalender mit den Terminen für Messen, Kongresse und Tagungen, die Rubrik „Themen der Woche“ und ein PDF-Archiv mit allen seit der Premiere im März 2000 erschienenen Ausgaben von PoS-MAIL.

Bitte fragen Sie uns nach attraktiven Kombi-Angeboten für Ihre Online- und Print-Kampagnen.

PoS-MAIL Newsletter: Sie möchten informiert bleiben? Dann melden Sie sich jetzt zum PoS-Mail-Newsletter an und erhalten Sie in regelmäßigen Abständen ausgewählte Newsartikel.

Auf unserer Internetseite [www.PoS-MAIL.de](http://www.PoS-MAIL.de) finden Sie alle weiteren Informationen.

**jura**

Die neue E8  
**Beliebt, begehrt, bewährt**



Besuchen Sie uns auf der  
IFA vom 01.09.–05.09.2023  
in Halle 2.1, Stand H2.1-103

**Frisch gemahlen, nicht gekapselt**

Die jüngste Generation der E8 wird den hohen Ansprüchen, die an die Weiterentwicklung des erfolgreichsten Vollautomaten-Modells von JURA gestellt werden, in allen Belangen gerecht. Sie begeistert mit großartigen Kaffeeresultaten, besticht durch einfachste Bedienung und setzt Zeichen mit ihrem modernen, schlanken Design. Modernste Technik befähigt sie, 17 verschiedene Kaffeeklassiker und -spezialitäten auf Knopfdruck in bester Kaffeebar-Qualität zuzubereiten. Mit dem Mahlwerk P.A.G.2 natürlich stets frisch gemahlen und dank hochentwickelter Brühtechnologie unter idealen Bedingungen extrahiert. Der Weg zum Genuss ist direkt und intuitiv, denn das 3,5"-Tastendisplay mit großen Symbolen bietet höchsten Bedienkomfort. Ausgestattet mit vielen Vorzügen aus der Premiumklasse besitzt die E8 darüber hinaus einen hohen Werterhalt. [jura.com](http://jura.com)