



Mobilfunk-Business ohne Grenzen

HOL DIR
UNLIMITED

*Für dich und deine Liebsten –
deutschlandweit mit den neuen MagentaMobil Tarifen*

**Günstiger,
als du
denkst**

T Connecting your world.

Unlimited Tarife der Telekom

Mit den neuen Mobilfunktarifen bietet die Telekom seit dem 1. April ein noch nie dagewesenes Preis-/Leistungsverhältnis in diesem Segment. Denn jetzt können Familien und andere Partnerschaften, WGs oder Freundeskreise besonders einfach (und preiswert) unbegrenztes Datenvolumen für ihre Kommunikation und ihr Entertainment

erhalten. Damit bekommen auch die Telekom Partner im Einzelhandel die Möglichkeit, bestehende Verträge zu erweitern und neue Kundinnen und Kunden für die zahlreichen Magenta-Angebote zu gewinnen.

Um auf allen Ebenen Aufmerksamkeit für die neuen MagentaMobil Tarife zu schaffen, hat die Telekom eine umfangreiche Werbe-

offensive gestartet. Mit der Botschaft „Die schönsten Dinge des Lebens sollten kein Ende haben“ wird die grenzenlose Kommunikation eindrucksvoll in Szene gesetzt. Dabei zieht sich das Key Visual der Kampagne – ein stilisiertes Unendlichkeitssymbol in Magenta kombiniert mit dem Schriftzug Unlimited – durch alle kommunikativen Maßnahmen.



EDITORIAL

Vermieten kann sich für alle lohnen

Natürlich liegt es im Wesen des Handels, möglichst viel Ware zu verkaufen – am besten mit Gewinn. In den letzten Jahren, die bekanntlich in unserer Branche nicht von spektakulären Wachstumsexplosionen gekennzeichnet waren, nimmt – zumindest gefühlt – die Bedeutung von Mietmodellen zu. Ein aktuelles Beispiel: Kurz bevor diese Ausgabe von PoS-MAIL in den Druck ging, traf eine Pressemitteilung von Coolblue ein, in Zukunft Hausgeräte zu vermieten (siehe Seite 13 dieser Ausgabe).

Nachdem der Spezialversicherer Wertgarantie Ende vergangenen Jahres mit der Club.Weiss Handels GmbH eine Plattform für „Mieten statt Kaufen“ in Österreich übernommen hat, ist zu erwarten, dass in dieses Marktsegment weiter Bewegung kommen wird, denn eine Einführung in Deutschland wird bereits geprüft bzw. vorbereitet.

Nachdem der Fachhandel vor einigen Jahren durchaus argwöhnisch darauf reagierte, dass die BSH mit Blue Movement ins Mietgeschäft einstieg, haben sich die Wogen inzwischen etwas geglättet, weil sich zumindest einzelne Fachmärkte bzw. Fachhändler das Konzept zu eigen machten oder eigene Miet-Aktivitäten gestartet haben. Allerdings fliegt die Vermarktung von Technikprodukten durch Vermietung immer noch eher weitgehend unter dem Radar.

Das sollte so nicht bleiben. Vermieten wird bestimmt zwar nicht das Verkaufen ersetzen, kann aber in bestimmten Segmenten für alle Beteiligten spürbare Vorteile bieten. So stehen z. B. junge Menschen, die selten über große Ersparnisse verfügen, dem Angebot, für einen begrenzten Zeitraum die Waschmaschine oder den Kühlschrank zu mieten, durchaus aufgeschlossen gegenüber. Zudem passen Mietmodelle sehr gut in die immer wichtiger werdenden Konzepte für Kreislaufwirtschaft; auch die Reparaturpflicht lässt sich damit sehr gut umsetzen.

Natürlich müssen die Mietkonzepte auch finanziert werden, denn die Kapitalbindung ist hoch, und das Risiko von Ausfällen sollte nicht unterschätzt werden. Daraus folgt: Am besten geht so etwas gemeinsam, indem Hersteller, Kooperationen und der Fachhandel zusammenarbeiten und dabei auch die Risiken fair verteilen.

Thomas Blömer

„Mit der neuen Tarif-Struktur geben wir den Telekom Partnern ein ebenso einfaches wie wirksames Verkaufsargument an die Hand“, führte Georg Schmitz-Axe, Leiter Telekom Shops, hinzu. „Wer günstig surfen will, muss weder bei der Qualität noch beim Volumen Kompromisse machen. Denn gegen Funkloch und Datenfrust gibt es ein einfaches Rezept: das Mobilfunk-Netz der Telekom.“

Mehr Daten fürs Geld

In der neuen Tarif-Struktur bleiben die Einzelpreise für die verschiedenen Hauptkarten stabil, aber es gibt deutlich mehr Datenvolumen fürs Geld. Es beläuft sich bereits beim Tarif MagentaMobil XS (20,95 Euro/Monat) auf 20 GB, beim MagentaMobil S (39,95 Euro/Monat) sind es schon 30 GB. Besonders aufgewertet hat die Telekom die Tarife M (49,95 Euro/Monat) und L (59,95 Euro/Monat). Hier sind nicht nur 50 GB bzw. 100 GB Datenvolumen inkludiert, sondern es besteht auch die Möglichkeit, für 19,95 Euro eine Zusatzkarte zu erwerben und damit die Tür zum grenzenlosen Datenvolumen zu öffnen: Das gibt es dann nicht nur für die Zusatzkarte, sondern auch für den Haupttarif. Zudem ist es noch günstiger, weiteren Mitglieder des Familien- oder Freundeskreises die grenzenlose Datennutzung zu ermöglichen: Denn jede weitere Zusatzkarte kostet nur 9,95 Euro/Monat – ebenfalls mit unbegrenztem Datenvolumen.

Mit MagentaMobil XL steht am oberen Ende des Tarifsystems nicht nur die Karte mit „eingebautem“ unbegrenztem Datenvolumen, sondern hier gibt es (wie bereits im Tarif MagentaMobil L) eine Flatrate für Telefongespräche von Deutschland in die EU-Länder, Schweiz, Großbritannien und die Türkei dazu sowie zwei kostenlose MultiSim-Karten für den Einsatz in weiteren Geräten, z. B. einem Tablet oder einer SmartWatch. Eine Multi-Sim-Karte ist auch im Tarif L inkludiert.

Auch Festnetz-Kunden können mit den neuen Tarifen besonders günstig das unbegrenzte Datenvolumen nutzen: Wer zusätzlich zum Mobilfunk auch einen Festnetz-Vertrag bei der Telekom hat und damit MagentaEins Kunde ist, bekommt den doppelten Unlimited-Effekt bereits im Tarif MagentaMobil S.

„Mit den neuen MagentaMobil Tarifen bieten wir unseren Partnern im Einzelhandel besonders große Chancen“, betonte Schmitz-Axe. „Zum einen werden unsere Produkte ohne Preissenkungen attraktiver, weil wir in jedem Tarif mehr Leistung bieten. Zum anderen bieten die Zusatzkarten unseren Partnern nicht nur die Möglichkeit für zusätzliche Umsätze, sondern auch zur Verbreiterung ihrer Kundenbasis. Das sind gute Voraussetzungen, um weitere Dienste der Telekom anzubieten.“

Große Werbeoffensive

Parallel zur Einführung der neuen MagentaMobil Tarife hat die Telekom Anfang April eine umfassende Werbekampagne auf den Weg gebracht. Mit der Botschaft „Die schönsten Dinge des Leben sollten kein Ende haben“ wird im Kampagnen-Spot durch unterschiedliche Szenarien deutlich gemacht, wie die Welt schöner wird, wenn Grenzen aufgehoben werden. So sieht man einen Mann im Morgenmantel, der mit einer Tasse Kaffee in der Hand zufrieden lächelnd auf einen Jahreskalender schaut, der nur aus Sonntagen besteht. In einer weiteren Einstellung öffnet eine Frau erwartungsvoll einen Wandschrank, in dem bereits unendlich viele Schuhe für sie bereit stehen. Ähnlich surreal, vielleicht sogar magisch, muten die weiteren Szenen an: Da gibt es einen Kaugummiautomaten, in dem der Vorrat nie zu Ende geht und der Kindern ein breites Grinsen ins Gesicht zaubert. Nicht minder entzückt ist ein Mädchen von einer Geschenkbox, aus der nicht nur ein kleiner süßer Hund, sondern immer mehr Welpen herausklettern. Ebenso zeigen Getränke, die sich selber immer wieder neu auffüllen oder unendlich viele frisch gebackene Kekse, wie schön eine Welt ohne Limits wäre. Dort könnte man auch auf einer Wasserrutsche unendlich in die Ferne gleiten, denn die schönsten Dinge des Lebens sollten eben kein Ende haben. „Mit unserer Unlimited Kampagne nehmen wir die Menschen auf humorvolle Art und Weise mit ins Schlaraffenland – in eine surreale Welt, in der die schönsten Dinge unendlich sind“, erklärte Michael Falkenstein, Leiter Marketingkommunikation und Endgeräte bei der Telekom Deutschland. „Diese sorglose Welt ist das perfekte Sinnbild für echtes Unlimited – für wirklich unbegrenztes Datenvolumen mit einem nie dagewesenen Preis-/Leistungsverhältnis im besten 5G Netz Deutschlands.“

Der 45sekündige Spot wird auf reichweitenstarken TV-Sendern, Online-Kanälen und Social Media Plattformen eingesetzt. Die Motive der Kampagne finden sich darüber hinaus in unterschiedlichen Formaten wie Print, Online, Social Media, Radio, Out of Home und am PoS wieder. Zudem ergänzt die Telekom ihre Kampagne durch die Zusammenarbeit mit Content Creators und Influencern, die eine Affinität zum Thema mitbringen. Auch zusätzliche Promotions und Kooperationen sind geplant, um die Botschaft auf breiter Basis in die Öffentlichkeit zu tragen. „Mit der Kampagne sorgen wir für viel Aufmerksamkeit, die aktive Händler für ihre eigenen Aktivitäten nutzen können“, erklärte Schmitz-Axe. „Dafür stellen wir attraktive PoS-Materialien mit den Motiven aus den Spots zur Verfügung und haben mit dem stilisierten Unendlichkeitssymbol in Magenta ein einprägsames Key Visual geschaffen, das sofort die Vorteile des unbegrenzten Datenvolumens signalisiert.“

DIE NEUEN MAGENTA MOBIL TARIFE

	MagentaMobil XS 20 GB 29,95 €	MagentaMobil S 30 GB 39,95 €	MagentaMobil M 50 GB 49,95 €	MagentaMobil L 100 GB 59,95 €	MagentaMobil XL ∞ 84,95 €
Inklusivleistung für die Hauptkarte	Flat telefonieren von Deutschland in die Länder EU+CH+UK+TR	✓	✓	✓	✓
PlusKarte	Auf mehreren Geräten nutzen	1 zusätzliche Karte (1 MultiSIM)	2 zusätzliche Karten (2 MultiSIM)	2 zusätzliche Karten (2 MultiSIM)	2 zusätzliche Karten (2 MultiSIM)
5 GB Roaming nutzen in Ländergruppe 2 & 3	✓	✓	✓	✓	✓
Unlimited für M1-Kunden mit PlusKarte	29,95 €	39,95 €	49,95 €	59,95 €	84,95 €
Entscheide dich für eine PlusKarte und erhalte unbegrenztes Datenvolumen	∞	∞	∞	∞	∞
1. SIM Hauptkarte	29,95 €	39,95 €	49,95 €	59,95 €	84,95 €
2. SIM PlusKarte	19,95 €	19,95 €	19,95 €	19,95 €	19,95 €
3. SIM PlusKarte +	9,95 €	9,95 €	9,95 €	9,95 €	9,95 €

- Unbegrenztes Datenvolumen für die Tarife MagentaMobil M und L mit nur einer PlusKarte
- M1 Kunden erhalten bereits im MagentaMobil S unbegrenztes Datenvolumen
- Neue Inklusivleistung im MagentaMobil L und XL für die Hauptkarte
- Neuer attraktiver Einstiegstarif

Die neuen MagentaMobil Tarife machen den Weg zu unbegrenztem Datenvolumen leicht.

Wolfgang Metze, Geschäftsführer Privatkunden Telekom Deutschland

„Wir haben das beste Preis-Leistungs-Verhältnis“

Seit dem 1. August 2023 ist Wolfgang Metze Geschäftsführer Privatkunden bei Telekom Deutschland. In dieser Funktion leitet er nicht nur das Breitband- und Mobilfunkgeschäft, sondern verantwortet auch die Strategie und Umsetzung des Glasfaserausbaus in Deutschland sowie die Themen Customer Experience, Digital Channels und Magenta Entertainment (TV). PoS-MAIL hat mit dem Manager über die neuen Mobilfunktarife und die Zukunftsperspektiven für das Geschäft in Deutschland gesprochen.

PoS-MAIL: Im Mobilfunkmarkt herrscht ein großer Preiskampf. Die Telekom gehört hier nicht immer zu den günstigsten Anbietern. Wie bewerten Sie den deutschen Markt?

Wolfgang Metze: Wir haben starken Wettbewerb in

Deutschland. Es gibt vier Anbieter mit eigenem Netz und über 40 Anbieter, die keine eigenen Netze bauen, aber Tarife auf den Netzen der vier anderen anbieten. Entsprechend gibt es Angebote in allen Preisklassen. Wir als Telekom haben dabei das beste Preis-Leistungs-Verhältnis.

PoS-MAIL: Wie definieren Sie das? Es gibt Discount-Anbieter, die mehr Datenvolumen für weniger Geld anbieten.

Wolfgang Metze: Das definieren die Kunden. Die, die einmal bei uns sind, bleiben – zu über 99 Prozent. Das ist ein Rekordwert. Warum? Wir haben das beste Netz, das haben unabhängige Tests ergeben. Für unser Netz hat ein Fachmagazin in Deutschland eigens die Kategorie „überragend“ eingeführt.

Wir haben den besten Service, sowohl per Hotline als auch in unseren Shops. Und wir haben die besten Produkte. Mit unserem Loyalitätsprogramm „Magenta Moments“ belohnen wir Treue. Das geht von extra Datenvolumen über Tickets für bereits ausverkaufte

Wolfgang Metze,
Geschäftsführer
Privatkunden bei
Telekom Deutschland:
„Wir machen Mobilfunk
sorgenfrei und
grenzenlos.“



Konzerte hin zu Partner-Deals mit beispielsweise Disney.

PoS-MAIL: Was sind die größten Vorteile der neuen Mobilfunktarife?

Wolfgang Metze: Der wichtigste Vorteil: Noch nie war es so leicht, unbegrenztes Datenvolumen zu bekommen. Denn wenn ein Kunde z. B. unseren mittleren Tarif bucht und dann für ein Familienmitglied, ein WG-Mitglied, einen Freund oder eine Freundin eine zweite SIM-Karte hinzubucht, haben beide Karten unlimitedes



INHALTSVERZEICHNIS

PoS-MAIL Aktuell – Nachrichten und Neuheiten 5, 9, 12, 13, 17, 18, 19, 21

ElectronicPartner meldet stabilen Umsatz im Geschäftsjahr 2024
Solide Zahlen, ausgebuchter Kongress 6

IFA meldet hohen Buchungsstand
Spitzentreffen des Handels 7

Die neue Bravia TV-Generation von Sony
Für authentisches Home-Entertainment 8



Die neue SSD-Speicher-Generation von Samsung
Sehr schnell, sehr effizient 10

Das IP Desktop Phone Portfolio von Gigaset
Für das moderne Office 11

Die Videoprojektoren von Strong
Kleine Geräte für große Bilder 12

BSH meldet solides Wachstum in 2024
Gegen den Trend 14

Die neuen Kühl- und Gefriergeräte von LG
Mit intelligenter Funktion 15

Neue Bespoke AI Waschmaschine und Trockner von Samsung
Mit AI Home Display 16

Miele stellt Wäschepflege-Sortiment neu auf
Mehr Features fürs Geld 18

Mova kündigt wichtige Neuheiten an
Marke für Intelligenz 20



Testsiege • Awards • Auszeichnungen 22

Impressum • PoS-MAIL@ • Wagners Welt 23

Datenvolumen mit 5G-Geschwindigkeit. Das ist mit insgesamt bis zu zehn SIM-Karten möglich. Die erste Karte kostet in diesem Tarif 49,95 Euro, die zweite 19,95 Euro und ab der dritten sind es 9,95 Euro pro Karte. Für eine Kundin, die drei Freundinnen oder Familienmitglieder mitbringt, kostet der unlimitierte Vertrag dann 22,45 Euro im Durchschnitt. Für Kunden, die einen Breitbandanschluss bei der Telekom haben, kostet die erste SIM-Karte nur 39,95 Euro. Bestandskunden können allerdings nur in diesen Tarif wechseln, wenn ihre Mindestvertragslaufzeit schon überschritten ist.

PoS-MAIL: *Machen Sie sich nicht selbst Konkurrenz, wenn viele Bestandskunden in den günstigeren Tarif wechseln?*

Wolfgang Metze: Wir wollen die zufriedensten Kunden; darum schauen wir immer: Was ist wichtig, was brauchen die Menschen? Unser neues Angebot passt in eine Zeit, in der Menschen permanent das Gefühl haben, dass vieles schwierig ist und sie ständig begrenzt werden. Wir bieten ein Gegenkonzept. Wir machen Mobilfunk sorgenfrei und grenzenlos – ohne Beschränkung oder lästiges Nachbuchen, wenn das Datenpaket aufgebraucht ist. Und wir sind überzeugt, dass wir damit weiter wachsen werden: Im Schnitt um 2 bis 2,5 Prozent jährlich bis 2027.

PoS-MAIL: *Zum grenzenlosen Mobilfunk gehört auch die Möglichkeit, überall telefonieren und surfen zu können. Geht der Netzausbau weiter?*

Wolfgang Metze: Es gibt mehrere Handy-Netze in Deutschland. Das Netz der Telekom versorgt deutschlandweit 99 Prozent der Bevölkerung mit LTE und 98 Prozent mit 5G. Und dann gibt es noch 2G. Sie können also auf 99,9 Prozent der Fläche Deutschlands einen Notruf absetzen oder eine SMS verschicken. Trotzdem ist die Versorgung nicht immer leicht. Zum Beispiel ist ein Drittel der Fläche Deutschlands Wald, über vier Prozent sind Naturschutzgebiete. Da braucht es lange, bis ein Mast genehmigt ist – wenn es überhaupt geht. Denn jeder Mast braucht auch noch Strom und eine Anbindung ans Netz per Glasfaser. Aber: Das Netz der Telekom ist auch international betrachtet sehr gut und wird immer besser. Denn wir bauen täglich aus.

PoS-MAIL: *Gilt das auch für den Mobilfunk in der Bahn?*

Wolfgang Metze: Die Versorgung von Zugstrecken ist in den letzten Jahren deutlich besser geworden. Wir haben

in den vergangenen drei Jahren 470 neue Mobilfunkstandorte gebaut und 1.900 Standorte modernisiert. Inzwischen erreichen wir auf den ICE-Strecken zu 99 Prozent und auf den fahrgaststarken Strecken zu 95 Prozent mindestens 200 MBit/s. In ICEs liegt das Problem oft bei den Fensterscheiben, die keine Funkwellen durchlassen. Die neuen ICE 3neo werden bereits mit Scheiben ausgeliefert, die das Mobilfunksignal durchlassen. Bei älteren Zug-Modellen kommt das Signal nicht durch. Deshalb bringt die Bahn gerade bei mehreren zehntausenden Scheiben per Laser kleine Schlitzlöcher an. Zudem können wir jetzt 900 Megahertz-Frequenzen nutzen, die bislang für den Bahn-Funk reserviert waren. Auch das verbessert den Empfang. Gemeinsam haben wir in den vergangenen Jahren einen dreistelligen Millionenbetrag investiert, um die Versorgung an den Verkehrswegen für unsere Kunden zu verbessern.

PoS-MAIL: *Wie schnell geht der Glasfaserausbau in Deutschland voran?*

Wolfgang Metze: Als Telekom wollen wir Deutschland digitalisieren – in den Städten und auf dem Land. Pro Jahr bauen wir 2,5 Millionen Glasfaseranschlüsse vors Haus, und damit mehr als alle anderen Anbieter zusammen. Aktuell haben wir mehr als 10 Millionen gebaut, bis 2030 sollen es rund 25 Millionen sein. Wir haben bislang über eine Million aktive Kunden auf dem Glasfasernetz. Die Nutzung steigt spürbar. Im vergangenen Jahr konnten wir die Zahl der Kundinnen und Kunden, die sich für einen Glasfasertarif der Telekom entschieden haben, um mehr als 50 Prozent steigern im Vergleich zum Vorjahr. Bis 2027 soll der jährliche Zuwachs auf eine Million neuer Kunden anwachsen. Die Akzeptanz steigt, darf aber auch gerne noch höher werden.

PoS-MAIL: *Was sollte dafür geschehen?*

Wolfgang Metze: Die Bürokratie ist zu groß. Gerade bei Mehrfamilienhäusern brauchen wir neben kommunalen Genehmigungen das Einverständnis von den Gebäudeeigentümern, den Wohnungseigentümern und Mietern. All das dauert meist sehr lange. Zudem gibt es in Deutschland den Mythos, dass Glasfaser teuer sei. Tatsächlich bekommt man bei uns für monatlich zwei Euro mehr mit Glasfaser die dreifache Geschwindigkeit. Und vor allem: Mit deutlich mehr Upload. Wenn Sie online ein Fotoalbum machen wollen oder in der Cloud arbeiten, ist das wichtig. Da ist Glasfaser konkurrenzlos.

PoS-MAIL: *Es gibt Menschen, die meinen, kein so schnel-*

les Internet zu brauchen, weil sie weder Filme streamen noch Spiele spielen. Stimmt das?

Wolfgang Metze: Glasfaser ist die modernste Infrastruktur. Es wird für die nächsten Jahrzehnte keine bessere Infrastruktur geben. Ich kann nur jedem Eigentümer empfehlen, das Haus oder die Wohnung an Glasfaser anschließen zu lassen. Wir übernehmen die Kosten, wenn ein Tarif gebucht wird. Gleichzeitig steigt der Wert der Immobilie, weil sie zukunftsfähig wird. Ich bin sicher: Jeder braucht irgendwann Glasfaser. Vielleicht noch nicht heute, aber morgen. Es gibt immer mehr Geräte mit hohem Datenverbrauch – wie auch TV mit Ultra-HD oder Videokonferenzen. Zudem ist das Netz über Glasfaser stabiler und weniger anfällig für Störungen.

PoS-MAIL: *Streaming-Dienste gewinnen kontinuierlich Marktanteile. Ist lineares Fernsehen in Zukunft noch relevant?*

Wolfgang Metze: Magenta-TV ist eine der am schnellsten wachsenden TV-Plattformen. Wir bringen Live TV und die führenden Streaming-Anbieter zusammen. Wie lange es das lineare Fernsehen noch gibt – diese Frage kann ich nicht beantworten. Ich bin sicher, dass es weiterhin stark genutzt wird, weil Sport-Events oder Liveshows echte Lagerfeuermomente sind. Und genau darüber redet man am nächsten Tag mit Freunden oder Kollegen.

PoS-MAIL: *Auf dem Mobile World Congress in Barcelona haben Sie ein neues Smartphone präsentiert, das mit KI viele Anwendungen ermöglicht, die man bisher nur mit speziellen Apps nutzen kann (siehe PoS-MAIL 4/2025, S. 6). Wann werden Sie dieses Produkt einführen?*

Wolfgang Metze: Wir werden das KI-Phone noch in diesem Jahr auf den Markt bringen. Die Nutzung ist vor allem sprachbasiert. Die Künstliche Intelligenz in dem Handy erledigt die Aufträge, die sie ihr diktieren, ohne dass Sie dafür eine App einsetzen müssen. Sie kann zum Beispiel ein Taxi an den Ort bestellen, wo sie gerade sind oder einen Tisch in einem Restaurant buchen. Sie kann Texte zusammenfassen und Telefonate während des Gesprächs in andere Sprachen übersetzen. Ich habe das selbst ausprobiert und mit einer Koreanerin telefoniert, es hat funktioniert. All das wird die Handynutzung stark verändern.

PoS-MAIL: *Ist die KI da tatsächlich schon so weit?*

Wolfgang Metze: Natürlich entwickelt sich die Künstliche Intelligenz immer weiter. Das neue Smartphone wird noch nicht ganz ohne Apps auskommen. Aber die Nutzung wird bequemer, und sie wird sich mehr an uns Menschen anpassen. Wenn wir das KI-Handy auf den Markt bringen, wird es auch unserem Qualitätsanspruch genügen, sonst würden wir es nicht launchen.

PoS-MAIL: *Was erwarten Sie sich von der neuen Bundesregierung für die Branche?*

Wolfgang Metze: Die neue Bundesregierung sollte jetzt schnell alle rechtlichen Hürden für den Netzausbau beseitigen, den Infrastrukturwettbewerb stärken und die Bürokratie bei Genehmigungen und Regulierung abbauen. Dann könnte Deutschland schneller digitalisiert werden. Dazu können wir als Deutsche Telekom gemeinsam mit unseren Partnern entscheidende Beiträge leisten.

PoS-MAIL: *Vielen Dank für dieses Gespräch, Herr Metze.*



Das auf dem MWC in Barcelona vorgestellte KI-Phone der Telekom kann auf Sprachkommando Aufträge ausführen, ohne dafür erst Apps starten zu müssen.

dittert benennt Vertriebsteam

Vor der Einführung der ersten Produkte der Serie One hat dittert ein Vertriebsteam für die neue Fachhandelsmarke benannt. Für die Vertriebsleitung wurde mit Oliver Neumann ein gut vernetzter Spezialist gewonnen, der für seine Position nicht nur langjährige Kleingeräte-Erfahrung bei WMF und KitchenAid mitbringt, sondern zuletzt auch bei Severin ein neues Fachhandelskonzept mitentwickelt und erfolgreich umgesetzt hat.

Neumann, der die Zusammenarbeit mit expert und EK Germany direkt verantwortet, wird von einem erfahrenen Vertriebsteam im neuen dittert-Büro in Augsburg unterstützt. Die Teamleitung übernimmt Denise Rupp, Ehefrau von Erwin Rupp, der neben seiner Rolle als Vertriebsleiter bei ritterwerk auch als Mitgesellschafter bei dittert aktiv ist. Denise Rupp bringt langjährige Erfahrung im Vertriebsaußendienst, Key Accounting sowie im Aufbau von Innendienstabteilungen mit und hat in mittelständischen Unter-



Das dittert Vertriebsteam mit (v. l.) Kerstin Schnelle, Oliver Neumann, Melanie Funk und Denise Rupp.

nehmen Vertriebs-, Controlling- und Finanzprozesse eingeführt. Gemeinsam mit den Kolleginnen Kerstin Schnelle und Melanie Funk sowie einer Werksstudentin soll sie für eine kompetente Händlerbetreuung und Ansprechbarkeit ab Verkaufsstart sorgen. Neben dem neuen Vertriebsteam werden in den ersten Monaten auch die Gesellschafter und Beiräte wie bisher eine aktive Rolle bei der Händlerbetreuung spielen und gemeinsam mit Oliver Neumann die Vor-Ort-Termine im Fachhandel übernehmen.

„Die Betreuung unserer Fachhandelskunden ist Chefsache“, kommentierte Erwin Rupp, Mitgesellschafter von dittert. „Wir möchten ganz nah am Markt und am Kundenfeedback sein, daher unterstützen wir Oliver Neumann und das Vertriebsteam als Gesellschafter und Beirat persönlich im Rahmen der Roadshow und im Distributionsaufbau.“



Wieder einmal zufriedene Gesichter bei den auf der HEPT vertretenen Marken: v. l. Martin Ludwig (Liebherr-Hausgeräte), Markus Bisping (Beurer), Christian Gerwens (Miele), Ralf Hüge (Jura Gastro), Horst Nikolaus (Jura), Klaus Hirsche (Kärcher) und Michael Geisler (Electrolux Hausgeräte/AEG).

der persönliche Austausch mit Kollegen und Handelspartnern. In intensiven Fachgesprächen und beim zwanglosen Get-together ging es um die Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen Fachhandel und Herstellern.

Ein wesentlicher Faktor für den Erfolg der Roadshow waren die händlerfreundlichen Öffnungszeiten. Begeisterte Rückmeldungen und hohe Besucherzahlen zeigten die ausnahmslos positive Resonanz beim Fachhandel. Damit habe sich die HEPT auch 2025 als voller Erfolg erwiesen, betonten die Veranstalter in einer Pressemitteilung. Die Tour bleibe eine der wichtigsten Präsentations- und Dialogplattformen der Branche, die innovative Ideen und die intensive persönliche Kommunikation in idealer Weise verbinde und die auch im nächsten Jahr fortsetzen wolle.

Dieses Vorgehen werde von Händlern aus allen Fachhandelskooperationen sehr positiv aufgenommen, betonte dittert in einer Pressemitteilung. Die Kleingeräte der Serie One sollen bereits in wenigen Wochen bei allen Kooperationen ab Lager für autorisierte Fachhändler verfügbar sein.

EU-Förderung in Millionenhöhe für Euronics International



Als nach eigenen Angaben erster Einzelhändler der Technikbranche wird Euronics International von der EU-Kommission gefördert. Die internationale Verbundgruppe hatte sich für ihr Projekt „Life Epics – Electronic Products: Impacts on Circular Economy and Sustainable Development“ um EU-Fördermittel bemüht, die jetzt genehmigt wurden. Die internationale Verbundgruppe hat für die Umsetzung in den fünf teilnehmenden Ländern Frankreich, Deutschland, Spanien, Estland und Lettland ein Budget von mehreren Millionen Euro für die Umsetzung. Dank der pan-europäischen Ausrichtung von Euronics International sollen nunmehr 60 Prozent der Aufwendungen von der EU-Kommission bezuschusst werden. Die ersten Gelder seien bereits eingetroffen, so dass das Projekt Ende letzten Jahres wie geplant starten konnte, heißt es in einer Pressemitteilung. In Deutschland habe die Umsetzung mit dem Kick-off im Rahmen des Euronics Kongresses auf der KOOP in Berlin begonnen. „Life Epics“ besteht aus verschiedenen Maßnahmen: So werden Mitglieder in den teilnehmenden Ländern hinsichtlich nachhaltiger Grundsätze und Produkte umfassend geschult sowie Reparaturmöglichkeiten vor Ort im Handel gefördert und erweitert. Zudem ist ein System geplant, mit dem Endverbraucher die Nachhaltigkeit eines Produkts transparent und einfach dargestellt werden kann. „Als größter und wichtigster Markt in Europa arbeiten wir in Deutschland federführend an diesem Projekt mit“, erklärte Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG. „Unser Ziel ist es, Transparenz für Endverbraucher zu schaffen, um ihnen zu zeigen, wie sie ihr bestes Zuhause der Welt nachhaltiger gestalten können. Dazu ist es notwendig, unsere Mitgliedsbetriebe umfassend zu qualifizieren und zu trainieren. Es freut uns sehr, dass die EU-Kommission unsere Bemühungen tatkräftig unterstützt und die Sinnhaftigkeit unseres Projektansatzes von Epics honoriert.“

HEPT erfolgreich abgeschlossen

Auch in ihrer 22. Ausgabe hat sich die HighEventProduct-Tour (HEPT) als unverzichtbare Plattform für die Präsentation von Neuheiten und Vertriebskonzepten erwiesen. In den vergangenen drei Wochen machte die Roadshow in neun deutschen Städten Station, um Herstellern, Fachhändlern, Medien und Branchenexperten Gelegenheiten für gute Geschäfte und zum Networking zu geben.

Die teilnehmenden Marken AEG, Beurer, Jura, Jura Gastro, Kärcher, Liebherr und Miele präsentierten ihre Innovationen mit praxisnahen Demonstrationen; dazu kam

Unser Reparaturkostenschutz:

So stark wie nie!

WERTGARANTIE Komplettschutz – Qualität und Leistung ohne Kompromisse.



Einfach anrufen unter
0511 71280-111

Partner werden und profitieren:

- Starke Kundenbindung
- Höhere Erträge
- Mehr Nachhaltigkeit

Der Spezialist für Geräteschutz und Garantiversicherung für alles, was einen Akku oder Stecker hat.
Since 1963 | Made in Germany | wertgarantie.com

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

ElectronicPartner meldet stabilen Umsatz im Geschäftsjahr 2024

Solide Zahlen, ausgebuchter Kongress

Mit rund 1.000 Teilnehmenden war der ElectronicPartner Kongress, der am 28. und 29. März 2025 im Crowne Plaza Hotel in Neuss bei Düsseldorf stattfand, erneut ausgebucht. Zahlreiche EP-Mitglieder und Medimax Franchisenehmer nutzten die Gelegenheit, sich untereinander und mit vielen Lieferanten auszutauschen sowie die Weichen für eine erfolgreiche gemeinsame Zukunft zu stellen. Mit dem Ergebnis des Jahres 2024 zeigte sich der Vorstand „absolut zufrieden“.

Das Geschäftsjahr 2024 hat ElectronicPartner mit einem bereinigten Zentralumsatz von rund 1,2 Milliarden Euro abgeschlossen und damit den Wert des Vorjahres gehalten. Dabei zeigten sich die Auslandsgesellschaften mit insgesamt 5,2 Prozent Zuwachs im Plus. Bei ElectronicPartner Österreich trugen vor allem die Kooperation mit dem Klima- und Energiefonds sowie die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Energy3000 Früchte. In der Schweiz zeigte die im Spätsommer 2024 gestartete Kooperation mit der high-end company Wirkung.

„Wir gehen davon aus, dass sich dieser Effekt in den kommenden Monaten noch deutlicher zeigen wird, da seit letztem Jahr immer mehr Unternehmen aus der high-end company bei ElectronicPartner Mitglied werden und seit Januar 2025 auch ihr Streckengeschäft über uns abwickeln“, erklärte der u. a. für die Landesgesellschaft in der Schweiz verantwortliche ElectronicPartner Vorstand Friedrich Sobol. „Vor dem Hintergrund der andauernden sozioökonomischen Herausforderungen und der Tatsache, dass der Hemix gerade erst ein Minus von 2,8 Prozent für 2024 im Vergleich zum Vorjahr ausgewiesen hat, können wir mit unserem Ergebnis absolut zufrieden sein“, kommentierte Matthias Assmann, Sprecher des ElectronicPartner Vorstandes, das Gesamtergebnis.

EP: Fachhandel mit Wachstum

Für die Marke EP: konnte Sobol ebenfalls Positives berichten: „Trotz der anhaltend herausfordernden Rahmenbedingungen ist es dem inhabergeführten Fachhandel unter der Marke EP: gelungen, sein Umsatzergebnis in 2024 um 1,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zu steigern.“ Das größte Plus hätten die Fachhändler mit TV-Geräten erzielt. Auch die Mitgliederzahl im gesamten Fachhandel der Kooperation Deutschland habe sich 2024 positiv entwickelt, fügte Sobol hinzu. Insgesamt verzeichnete die Verbund-



gruppe 35 Eintritte, davon zwölf aus anderen Kooperationen; zudem gab es 14 erfolgreiche Geschäftsübergaben. Ein wichtiges Projekt bei EP: soll in diesem Jahr die „YoungPartner Masterclass“ sein. Dieses auf zwei Jahre angelegte Programm wurde gestartet, um junge Menschen mit Potential zu künftigen Unternehmerinnen und Unternehmern auszubilden.

Die Fachmarktlinie Medimax verzeichnete 2024 ein Umsatzplus von 1,5 Prozent, zu dem auch neun weitere modernisierte Märkte, zwei Neueröffnungen und zwei neue Franchisepartner beitrugen. „Anfang 2025 konnten wir mit Rainer und Christopher Rilke zwei weitere neue Franchisepartner bei Medimax begrüßen“, erklärte Sobol. Gute Ergebnisse habe auch die Strategie gezeigt, das Thema Küche in die Märkte zu integrieren: Seit dem Start der Zusammenarbeit mit der MHK seien bereits 190 Küchen verkauft worden, betonte Sobol.

Für das Technologie-Netzwerk comTeam war das Jahr 2024 von zahlreichen Fachveranstaltungen und einer

großen Partnerkonferenz zum 40-jähriges Bestehen geprägt. Der Umsatz ging allerdings um 2,9 Prozent zurück. Impulse erwartet der zuständige Vorstand Matthias Assmann von den Bestrebungen vieler Unternehmen, ihre IT-Infrastruktur zu modernisieren und sich für den Einsatz von KI zu rüsten.

Wendepunkt kommt voran

Nach dem erfolgreichen Start der Marke Wendepunkt, die für erneuerbare Energien im Elektronikfachhandel steht, betreibt ElectronicPartner das Label seit Januar 2025 als eigenständiges Unternehmen. Weit über 100 Mitgliedsbetriebe der Verbundgruppe seien nach intensiven Schulungen und Qualifizierungsmaßnahmen in dieses Marktsegment eingestiegen, berichtete Sobol. Inzwischen spreche ElectronicPartner mit seinen Dienstleistungen auch externe, bereits auf Photovoltaik spezialisierte Unternehmen an. Außerdem wurde das Portfolio erweitert: Neben Photovoltaik gehören nun auch Wärmepumpen und smarte Ökostrom-Tarife zum Angebot.

Die vor etwa sechs Monaten begonnene Zusammenarbeit mit Teling wird ausgebaut. Derzeit können die Teling-Mitglieder über das Lager von ElectronicPartner Waren bestellen, die ihnen im System ihrer Verbundgruppe nicht zur Verfügung stehen. Im Gegenzug erhalten die Mitglieder und Franchisepartner von ElectronicPartner direkten, zentralregulierten Zugriff auf die Sortimente der Weltfunk Großhandelslager. Nun wollen die beiden Verbundgruppen noch einen Schritt weiter gehen und gemeinsam am Aufbau eines Reparaturnetzwerkes arbeiten. „Die Idee dahinter ist, dass jeder Serviceauftrag, der bei einem unserer Mitglieder eingeht, innerhalb des Mitgliedernetzwerkes bearbeitet wird“ erklärte Assman. „Unser Fokus liegt



Der Vorstand von ElectronicPartner mit (v.l.) Friedrich Sobol, Matthias Assmann und Greta Ziob zeigte sich auf dem Kongress zuversichtlich für das Jahr 2025.

dabei auf optimalem Ressourcen- und Ersatzteilmanagement, effizienter Auslastung und am Ende des Tages natürlich auf mehr Ertrag für unsere Mitgliedsbetriebe.“ Dem schwierigen Marktumfeld will ElectronicPartner mit langfristigen und nachhaltigen Projekten begegnen, um die angeschlossenen Mitglieds- und Partnerunternehmen sicher für die Zukunft aufstellen. „Wir bauen unsere Stärken kontinuierlich aus, bleiben immer im engen Austausch mit der ‚Basis‘ – unseren Händlerinnen und Händlern – und stellen mit neuen Konzepten, Partnern und Geschäftsfeldern wichtige Weichen für eine erfolgreiche Entwicklung in 2025“, zeigte Assmann Zuversicht.

Lernen und Netzwerken

In über 80 Workshops zu 42 Themen gab es auf dem ElectronicPartner Kongress viele Informationen über ein breites Spektrum von Vertriebsstrategien und Neuheiten, über innovative Marketingkonzepte bis zum Personal-Recruiting. Rund 40 Industriepartner stellten ihre Produkte, Technologien und Konzepte für den Fachhandel vor. Auch das Team der IFA Berlin war unter der Leitung von CEO Leif Lindner mit einem eigenen Stand vertreten.

Der besonders gute Besuch am Stand von Wendepunkt zeigte das große Interesse an der Marke für nachhaltige Energielösungen. Auch das von ElectronicPartner in Zusammenarbeit mit Teling geplante Reparaturnetzwerk war ein wichtiges Thema in Neuss. Gardy Kanzian, Leiterin Reparaturservices, informierte gemeinsam mit den Partnerunternehmen Weyrauch Repair, Krix Academy, ASWO und Wertgarantie über das neue Konzept.

Bei den Besucherinnen und Besuchern kam der ElectronicPartner Kongress erneut gut an: „Die Atmosphäre gleicht einem jährlichen Klassentreffen“, kommentierte Marco Lindau, Inhaber von EP:Lindau. „Wir kehren mit einem Koffer voller Ideen, neuen Inspirationen und wertvollem Know-how zurück zu unserem Tagesgeschäft.“ Ähnlich sah das Medimax Neu-Inhaber Christopher Rilke: „Das ist mein erster Kongress und ich komme auf jeden Fall wieder! Die Kontakte, die ich hier zu Industrievertretern und anderen Unternehmern knüpfe, und das breite Workshopangebot machen den Kongress für mich ab jetzt zu einer Pflichtveranstaltung.“

Nachdem ElectronicPartner Vorstand Friedrich Sobol allen Anwesenden für ihr Engagement in 2024 gedankt und sie auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2025 eingeschworen hatte, ging die zweitägige Veranstaltung am Samstagabend mit einer großen Gala unter dem Motto „Der Kongress rockt“ und dem Sound von „Sweet“ und „Manfred Mann’s Earth Band“ beschwingt zu Ende. „Mit seinem interaktiven Format, der gezielten Themenauswahl und den wichtigsten Produkttrends konnte der ElectronicPartner Kongress erneut überzeugen“, resümierte Matthias Assmann. „Mitglieder, Franchisepartner, aber auch die Industrie haben uns gespiegelt, wie effektiv unsere Veranstaltung für sie ist. Diese positive Resonanz beweist: Der Kongress ist nicht nur eine Plattform für Wissenstransfer, sondern auch ein bedeutendes Netzwerk-Event, das wichtige Weichen für einen starken und zukunftsfähigen Elektronikfachhandel stellt.“

IFA meldet hohen Buchungsstand Spitzentreffen des Handels

Die Vorbereitungen für die IFA 2025, die vom 5. bis 9. September in Berlin stattfindet, laufen wie geplant. Die Ticketregistrierung für Fachbesucher sollte bei Erscheinen dieser Ausgabe bereits begonnen haben, die allgemeine Registrierung für Privatbesucher soll in wenigen Tagen folgen. Zum Buchungsstand gab die IFA bekannt, die Zahl der ausstellenden Unternehmen liege bereits über dem Vorjahresniveau. Eine exklusive Veranstaltung für den internationalen Handel soll die Bedeutung der Messe weiter steigern.

„Unsere Top 30 Aussteller und dazu viele neue, innovative Unternehmen haben ihre Teilnahme für die IFA 2025 bereits zugesagt“, erklärte Leif Lindner, CEO der IFA Management GmbH. „Wir haben aktuell bereits ein Rekordniveau an Buchungen für die IFA 2025, liegen also schon deutlich über den Vorjahreszahlen. Das beweist uns, dass die IFA einen Mehrwert liefert und dass wir dies mit der erfolgreichen IFA100 unter Beweis stellen und ausbauen konnten.“

Die IFA soll auch weiterhin den sich stetig wandelnden Bedürfnissen der Branche angepasst werden. Neben dem Fokusthema KI (Künstliche Intelligenz) wollen die Veranstalter auch die Bereiche Content Creation, Audio, Gaming, Digital Health und Mobility ausbauen und gezielt in Szene setzen.

Erster IFA Retail Leaders Summit

Dass der Handel beim Konzept der IFA eine Schlüsselrolle spielt, haben die Verantwortlichen bereits mehrfach betont. Als zentraler Ansprechpartner hat Peter Zyprian wieder die Aufgabe, Kooperationen fortzuführen und zu verstärken. Nachdem alle wichtigen Fachhandelsorganisationen aus Deutschland ihre Unterstützung für die IFA 2025 bereits zugesagt haben, soll auch das internationale Gewicht der Messe weiter verstärkt werden: Mit dem ersten IFA Retail Leaders Summit will die IFA Händlern aus aller Welt eine exklusive Plattform bieten, um sich mit Kollegen und Ansprechpartnern führender Hersteller der Home & Consumer Tech-Branche zu vernetzen.

Die hochrangige C-Level-Konferenz, zu der auch renommierte Tech-Pioniere, Branchenanalysten und Futuristen eingeladen werden sollen, findet am 4. September 2025, dem Vortag der IFA, auf dem Berliner Messegelände statt.

Eine Teilnahme ist nur auf Einladung möglich, denn die Zahl der leitenden Führungskräfte des internationalen Handels ist bei dem exklusiven Format auf 80 bis 100 begrenzt.

Auf der Veranstaltung soll u. a. thematisiert werden,

- wie sich Wachstum erzeugen lässt, indem man globalen wirtschaftlichen Trends und der Verbrauchernachfrage einen Schritt voraus ist,
- wie KI, Software und Rechenleistung die Zukunft gestalten,
- wie internationale Markteinführungsstrategien weiterentwickelt werden können, um dem Käuferverhalten gerecht zu werden.

Zudem soll der IFA Retail Leaders Summit den global einflussreichsten Entscheidungsträgern aus Handel und Industrie Gelegenheit zu hochkarätigem Networking und 1:1 Matchmaking bieten. Dabei können die Teilnehmer und Teilnehmerinnen in exklusiven Peer-to-Peer-Round-Table-Gesprächen von Best Practices lernen und mit führenden Branchenexperten über erfolgreiche Zukunftsstrategien diskutieren. Die Referenten und Führungskräfte der obersten Ebene erhalten zudem eine exklusive Einladung zur renommierten IFA Eröffnungsgala, die am Abend des 4. Septembers stattfindet.

„Mit dem IFA Retail Leaders Summit schaffen wir eine einzigartige Plattform für die internationalen Top-Entscheider des Handels“, erklärte Lindner. „Hier bringen wir die wichtigsten globalen Player zusammen, um Trends zu setzen, Strategien zu diskutieren und wertvolle Partnerschaften zu knüpfen.“

Ein besonderes Merkmal dieser ungewöhnlichen Veranstaltung ist die Vertraulichkeit der Gespräche und der ausgetauschten Informationen: Medienvertreter können zwar an den ersten beiden Sitzungen des Vormittags teilnehmen und dort auch Fragen an Vertreter des Handels und der Industrie stellen, müssen aber um 10:30 Uhr die Veranstaltung verlassen, die dann nach der Chatham House-Regel weitergeführt wird. Diese erstmals im Jahre 1927 im Chatham House, dem Sitz des Royal Institute of International Affairs, aufgestellte Übereinkunft besagt, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Inhalte zwar weitergeben, aber keinesfalls die Identität von Konferenzteilnehmern, Rednern oder Gesprächspartnern offenlegen dürfen.



Die neue Bravia TV-Generation von Sony

Für authentisches Home-Entertainment

Sony hat neue Bravia TVs angekündigt, die es dem Fachhandel ermöglichen, Zielgruppen mit unterschiedlichen Budgets und Präferenzen anzusprechen. Die neuen Fernseher, die es mit QD-OLED, Mini LED und LED Bildschirmen gibt, bauen auf Technologien und Funktionen des Sony Flaggschiffs Bravia 9 auf und sind auf das Zusammenspiel mit dem neuen Bravia Theatre Heimkino-System abgestimmt. Dank Google TV sind sie einfach zu bedienen.

Im vergangenen Jahr hat Sony das Profil der Marke Bravia erweitert, die nunmehr für alle Home-Entertainment-Produkte des japanischen Unternehmens stehen und die Expertise widerspiegeln soll, die sich Sony in der professionellen Filmproduktion mit seinen Kinokameras, Monitoren und Kopfhörern erworben hat. „Cinema is coming home“ nennt der Konzern das Konzept, Inhalte in besonders authentischer Form wiederzugeben.

Die neuen QD-OLED-TVs der Bravia 8 II Modellreihe sind äußerlich an ihrem Slim One Slate-Design zu erkennen, das Bildschirm und Rahmen zu einer Oberfläche vereint. Im Inneren steuert der XR-Prozessor von Sony das Panel so an, dass Filme und Serien so wiedergegeben werden, wie sich ihre Urheber das vorgestellt haben. Dafür werden Szenen mit Hilfe von KI analysiert, um die Einstellungen anzupassen; zusätzlich verbessert XR Triluminos Max die Farbdarstellung. Mit dem XR Contrast Booster und einer speziellen Temperatur-Überwachung steuert der Prozessor das Licht auf dem hellen QD-OLED-Panel präzise, um detailreiche Bilder mit perfekten Schwarztönen und beeindruckendem Tieffereindruck zu erzeugen. Für authentischen Klang verwandelt Acoustic Surface Audio+ den Bildschirm in einen dynamischen Lautsprecher, der die Töne genau aus der Richtung abstrahlt, in der das akustische Ereignis stattfindet.

Der Bravia 8 II von Sony ist ab Juni in 55 (UVP 2.599 Euro) und 65 Zoll (UVP 3.299 Euro) erhältlich.

Bravia 5 mit Premium-Funktionen

In fünf Bildschirmgrößen von 55 bis 98 Zoll werden die Bravia 5 Mini-LED Fernseher erhältlich sein, die zu erschwinglichen Preisen zahlreiche Premium-Funktionen bieten. Der XR Backlight Master Drive erzeugt mit Technologien aus Sonys professionellen Monitoren und präzisiertem Local Dimming hohe Kontraste, die auch bei in Schattenpartien und Highlights feine Details sichtbar machen.

Für besonders authentische Wiedergabe sind die Bravia-



Die neuen Bravia TVs und die Bravia Theatre Audioprojekte spielen als System zusammen. Das Slim One Slate-Design der Bravia 8 II QD-OLED TVs lässt Bildschirm und Rahmen als eine Oberfläche erscheinen.

Modelle 8II und 5 mit Studio Calibrated-Modi von Sony ausgestattet, darunter der Netflix Adaptive Calibrated Mode, der Sony Pictures Core Calibrated Mode und der Prime Video Calibrated Mode. Auch Dolby Vision wird unterstützt. Zudem sind die beiden Bravia Modellreihen mit IMAX Enhanced kompatibel, das für bestimmte Inhalte von Sony Picture Core und Disney+ erforderlich ist.

Die Bravia 5 Fernseher von Sony kommen in den Größen 55 (UVP 1.549 Euro) und 65 Zoll (UVP 1.899 Euro) im Mai auf den Markt, im Juni folgen Varianten in 75 (UVP 2.299 Euro) und 85 Zoll (UVP 3.299 Euro). Ab Juli soll ein 98 Zoll Modell (UVP 5.499 Euro) zur Verfügung stehen.

Für Einstieg und Gaming

Mit den Bravia 3 LED-TVs bietet Sony Einstiegsmodelle an,

die mit dem 4K-Prozessor X1 und Triluminos Pro niedrig aufgelöste Inhalte auf 4K hochskalieren können. Für passende Klänge sind Dolby Atmos und DTS:X an Bord. Praktisch: Die Bravia 3 TVs sind mit PS Remote Play kompatibel. So können sie z. B. – ausreichende Internet-Bandbreite vorausgesetzt – als Zweitgerät im Schlaf- oder Kinderzimmer für PS5- und PS4-Spiele genutzt werden, während auf dem Hauptfernseher im Wohnzimmer ein Film läuft.

Die Bravia 3 TVs gibt es ab Mai in den Größen 43 (UVP 799 Euro), 50 (UVP 899 Euro), 55 (UVP 999 Euro), 65 (UVP 1.249 Euro), 75 (UVP 1.649 Euro) und 85 Zoll (UVP 2.299 Euro).

Mehr Nachhaltigkeit, weniger Barrieren

Alle neuen Bravia TVs sind mit dem Eco Dashboard 2 ausgestattet, mit dem man den Stromverbrauch überwachen und Einstellungen ändern kann, um höhere Effizienz zu erreichen. Der Bravia 5 kann zudem die Helligkeit für jede Szene automatisch anpassen, um hohe Qualität bei niedrigem Stromverbrauch zu erreichen.

Für bestimmte Komponenten der Hardware verwendet Sony recycelte Materialien, darunter Sorplas, Kunststoff, Stahl und Aluminium. Die Bildschirmlesefunktion Talkback, mit der man die Programmliste überprüfen und den Fernseher einrichten kann, ohne auf den Bildschirm zu schauen, dient der barrierefreien Nutzung. Der Fernseher und die Bravia Theatre Soundbar können mit der Bravia Connect-App gesteuert werden.

Neue Bravia Theatre Produkte

Mit Neuheiten in der Produktreihe Bravia Theatre will Sony das Heimkino auch akustisch attraktiver machen. Dazu sollen die Bravia Theatre Bar 6, das Bravia Theatre System 6, die rückwärtigen Lautsprecher Bravia Theatre Rear 8 und der Subwoofer Bravia Theatre Sub 7 beitragen. Das System lässt sich mit kompatiblen Komponenten wie der Bravia Theatre Bar 9 erweitern. Die Bravia Theatre Bar 6 ist eine 3.1.2-Kanal-Soundbar, die mit einem kabellosen Subwoofer geliefert wird und Dolby Atmos sowie DTS:X unterstützt. Mit Sonys Vertical Surround Engine, S-Force Pro Front Surround und der Upmixer-Technologie des Unternehmens entsteht auch bei Stereosignalen ein dreidimensionaler Eindruck. In Verbindung mit einem kompatiblen Bravia Fernseher erkennt Sonys Voice Zoom 3-Funktion mit Hilfe von KI menschliche Stimmen und kann deren Lautstärke nach Bedarf verstärken oder reduzieren.

Das Bravia Theatre System 6 ist ein All-in-One 5.1-Kanal Soundsystem mit einer Leistung von 1000W und ähnlicher Ausstattung wie die Theatre Bar 6. Mit Multi Stereo wird Stereoklang von links/rechts zu Mitte/hinten repliziert, um einen multidirektionalen Klangschub zu erzeugen. Als optionale Komponenten angekündigt hat Sony die rückwärtigen Lautsprecher Bravia Theatre Rear 8, die drahtlos mit einer kompatiblen Soundbar verbunden werden können, und den Subwoofer Bravia Theatre Sub 7. Mit den Rücklautsprechern entsteht dank Sonys 360 Spatial Sound Mapping-Technologie eindrucksvoller Surround Sound, dem der kompakte Subwoofer satte Bässe hinzufügt. Das Bravia Theatre System 6 (UVP: 599 Euro) und die Theatre Bar 6 (UVP 499 Euro) sind ab sofort verfügbar. Im Mai folgt der Theatre Sub 6 (UVP 299 Euro), ab Juni sind die Bravia Theatre Rear 8 Rücklautsprecher (UVP 400 Euro) erhältlich.

Die Fotomesse von Ringfoto wird zur Imaging World

Ein gutes Jahr nach der Absage der Photopia durch die Messe Hamburg hat die Fachhandelskooperation Ringfoto ein neues Leit-Event für die deutsche Foto- und Imagingbranche angekündigt. Aus dem erfolgreichen B2B-Format Die Fotomesse wird in diesem Jahr die Imaging World, die sich unter dem Motto „Create. Explore. Have Fun.“ nicht nur an den Fachhandel, sondern auch an foto- und video-begeisterte Endverbraucher richtet. Dazu kehrt die bisherige Kooperationsmesse, die in den letzten drei Jahren in Heilbronn ein Zuhause gefunden hatte, vom 10. bis 12. Oktober 2025 wieder auf das Nürnberger Messegelände zurück.

Als neues Zentral-Event der Imagingbranche soll die Imaging World Ringfoto-Händler und Hersteller aus der Foto- und Imaging-Welt ebenso zusammenführen wie Endverbraucher, Influencer, Content Creatorn und Medien. „Mit der neuen Imaging

World präsentieren wir den hunderttausenden Foto- und Videoenthusiasten, Content Creatorn und Professionals in DACH eine einzigartige Plattform, um die ganze Faszination des Mediums Bild zu erleben, auszuprobieren und aktiver Teil davon zu sein“, erklärte Ringfoto-Geschäftsführer Thilo Röhrig. „Dazu gehören unter anderem ein umfangreiches Workshop Programm, zahlreiche kreative Playgrounds, eine mit Top-Speakern besetzte Convention, bildstarke Ausstellungen sowie nicht zuletzt die Angebote von mehr als 200 Ausstellern und Marken rund um Foto, Video und Audio. Als eine der aktuell stärksten Kräfte der Imagingbranche bietet Ringfoto der Fotowelt mit der Imaging World eine jährliche zentrale Anlaufstelle.“

Kern des Konzeptes „Create. Explore. Have Fun.“ sei es, Menschen die Gelegenheit zu geben, an drei Tagen die kreativen Potentiale, aber auch die technische Innovationsstärke, die Power von Bildern und die besondere

Faszination des Mediums in einer großen Gemeinschaft Gleichgesinnter zu erleben, heißt es in einer Pressemitteilung. Geschehen soll das in Diskussionen, gemeinsamen Fotoprojekten im Rahmen von Workshops, auf Playgrounds, z. B. für Action-, Street- und Makrofotografie sowie bei Video- und Podcasting-Events. Ebenfalls auf dem Programm stehen Impuls-Vorträge von Top-Fotografen sowie von Celebrities innerhalb und außerhalb der Fotowelt. Zu den Themen gehört ein breites Spektrum von analoger Fotografie und Künstlicher Intelligenz bis zu innovativen Sensor-Technologien sowie neuen Objektiv-

und Zubehör-

Spezialitäten. Zudem können die Besucherinnen und Besucher Antworten auf Fragen wie „Was ist ein gutes Bild?“ oder „Wie gewinne ich einen Fotowettbewerb?“ erwarten.

„Noch nie haben so viele Menschen so

viele Bilder gemacht, noch nie waren die Begeisterung für und die Bedeutung von Fotografie und Video so groß wie heute“, sagte Röhrig. „Das zeigt sich in den lebhaften Social Media Kanälen und Communities, den Initiativen und Verbänden, aber auch in der nach wie vor ungebrochenen Innovationsfreude der Imaging-Industrie sowie der elementar wichtigen Funktion des aktiven Netzwerks der Ringfoto Fotofachhändler in Deutschland und weit über die Landesgrenzen hinaus. Wir würden uns freuen, alle mit Fotografie und Video verbundenen Menschen, vom Einsteiger bis zum Profi, vom 10. bis 12. Oktober in Nürnberg auf der Imaging World begrüßen zu dürfen und damit nachhaltige Impulse für die Zukunft zu setzen.“

Der Online-Ticketverkauf für die Imaging World ist bereits geöffnet. Ein Tagesticket kostet 15 Euro, der für alle drei Tage gültige Weekend Pass 25 Euro.



Fujifilm bringt neue instax mini 41 Sofortbildkamera

Fujifilm hat die neue instax mini 41 Sofortbildkamera angekündigt. Das Nachfolgemodell der instax mini 40 erscheint in einem

neuen, hochwertigen Retro-Design und bringt zahlreiche Verbesserungen mit sich, darunter eine Parallaxenkorrektur und automatische Belichtungssteuerung. Damit

möchte der Hersteller vor allem Kundinnen und Kunden ansprechen, die Wert auf Spontaneität, Kreativität und Stilbewusstsein legen.

Mit hochwertigen Materialien, präziser Verarbeitung und einem Oberflächenfinish im Metallic-Look, das durch orangefarbene Akzente ergänzt wird, verbindet die neue instax klassische Eleganz mit Retro-Elementen, die an die 80er-Jahre erinnern. Das griffige Gehäuse wurde ergonomisch gestaltet und bietet sicheren Halt.

Die neue instax mini 41 Sofortbildkamera misst automatisch das Umgebungslicht, um Verschlusszeit und Blitzleistung ohne manuelle Einstellungen an die aktuellen Verhältnisse anzupassen. Durch die neue Parallaxenkorrektur erscheint das Motiv im Sucher genau so, wie es später auf dem Sofortbild dargestellt wird. Das erleichtert besonders die Gestaltung von Nahaufnahmen, die ab einem Aufnahmeabstand von nur 30 cm möglich sind.

Eingeschaltet wird die Kamera durch einfaches Drehen am Objektiv, eine weitere Drehung aktiviert den Nahaufnahmemodus für Abstände zwischen 30 und 50 cm. Ein Selfiespiegel neben dem Objektiv macht es einfach, gelungene Selbstporträts aufzunehmen.

Die neue instax mini 41 Sofortbildkamera ist ab sofort für 119,99 Euro (UVP) erhältlich. Zum gleichen Zeitpunkt wird auch die passende Kameratasche für 24,99 Euro (UVP) verfügbar sein.



Familienzuwachs!

Mit dem LEAP-UNA begrüßen wir das neuste Mitglied in unserer Streaming Familie.

Ob Netflix, Disney+, Prime Video oder LiveTV mit DAZN und Zattoo, alles ist möglich mit dem LEAP-UNA dank tausenden von Apps, die im Google Play Store zur Verfügung stehen. Google Chromecast zertifiziert! Der neue preisgünstige Einstieg in die Welt von Streaming, Mediatheken und Gaming.

STRONG

Die neue SSD-Speicher-Generation von Samsung

Sehr schnell, sehr effizient

Mit dem neuen Spitzenmodell 9100 Pro hat Samsung die erste hauseigene Consumer-SSD mit PCIe 5.0 vorgestellt. Sie verbindet eine besonders hohe und konstante Geschwindigkeit mit niedrigem Stromverbrauch, benötigt aber trotz ihres effektiven Temperaturmanagements nur wenig Platz. Mit diesem Leistungsprofil ist sie vor allem für anspruchsvolle Aufgaben bei engagiertem Gaming, der Content Creation und der lokalen Entwicklung von KI-Anwendungen geeignet.

Die interne SSD 9100 Pro ist mit sequentiellen Lesegeschwindigkeiten von bis zu 14.800 MB/s und sequentielle Schreibgeschwindigkeiten von bis zu 13.400 MB/s fast doppelt so schnell wie das bisherige Samsung Spitzenmodell NVMe 990 Pro mit PCIe 4.0. Auch die zufälligen Lese- und Schreibgeschwindigkeiten liegen mit bis zu 2.200 KIOPS und 2.600 KIOPS deutlich höher als beim bisherigen Samsung Flaggschiff. Mit diesen Leistungsdaten ist die 9100 Pro eine der schnellsten Gen5-SSDs auf dem Markt.

Möglich wird die konstante Schnelligkeit durch Technologien von Samsung: Die Kombination von V-NAND der 8. Generation, intelligentem TurboWrite 2.0 und einem Presto Controller kann das Potenzial von PCIe 5.0 fast gänzlich ausschöpfen.

Sichere lokale KI-Entwicklungen

„Zunächst werden Core-Gamer und Content-Profis die Vorteile der 9100 Pro nutzen“, prognostizierte Daniel Maric, MX Brand Memory Produktmanager bei Samsung Electronics Germany. „Gleichzeitig ist die 9100 Pro Vorrei-

ter auf einem sich rasant wandelnden Markt: Unsere Gen5-SSD ermöglicht eine blitzschnelle und energieeffiziente Verarbeitung riesiger Datenmengen – ohne Leistungseinbrüche. Das spart nicht nur Zeit beim Gaming und

der 4K-Videobearbeitung, sondern bietet sich auch für neue, lokale Funktionen mit Künstlicher Intelligenz an.“ Mit ihrer hohen Leistung ermöglicht es die 9100 Pro tatsächlich, auf dem lokalen Rechner KI-Anwendungen einzusetzen, für die bisher Cloud-Dienste genutzt werden mussten. So kann die KI anhand von Bildschirmfotos nach vergangenen Aktivitäten suchen, E-Mails im persönlichen Stil schreiben oder Meetings planen. Selbst das rechenintensive Generieren von Bildern auf dem heimischen PC ist mit der neuen Samsung SSD denkbar – ohne Internetverbindung, frei von Datenschutzrisiken und mit minimalen Latenzen.

Hohe Energie-Effizienz

Trotz der großen Schnelligkeit hält sich der Energieverbrauch der Samsung 9100 Pro in Grenzen: Die neue SSD verbraucht dank eines eigens entwickelten Presto Controllers nur 2,5 Watt mehr als die 990 Pro, obwohl sie fast doppelt so schnell ist. Das bedeutet bis zu 49 Prozent weniger Energieverbrauch im Verhältnis zur Menge der verarbeiteten Daten (MB/s pro Watt). So werden lange



Die neue Samsung 9100 Pro ist auch mit Kühlkörper erhältlich.

Akku-Laufzeiten von Notebooks und anderen mobilen Geräten möglich. Ein nickelbeschichteter Controller, Dynamic Thermal Guard-Technologie und ein Heat-spreader ermöglichen den Betrieb ohne wärmebedingte Drosse-

lungen, für besonders hohe Anforderungen sind auch Versionen mit Kühlkörper (Heatsink) im Angebot.

Die Samsung 9100 Pro ist derzeit in Kapazitäten von 1 TB (UVP 182,99 Euro ohne bzw. 200,99 Euro inkl. Kühlkörper), 2 TB (273,99 Euro bzw. 292,99 Euro) und 4 TB (501,11 Euro bzw. 519,99 Euro) erhältlich. Mit einer Höhe von nur 8,88 mm (mit Kühlkörper) entsprechen die Komponenten dem PCI-SIG D8-Standard und passen in zahlreiche Geräten, darunter auch Ultrabooks.

Eine 8 TB-Version soll im Laufe dieses Jahres folgen; sie findet mit einer Höhe von nur 11,25 mm und dem M.2-Formfaktor Platz in gängigen Notebooks, PCs und Konsolen.



Mit einer Höhe von nur 8,88 mm (mit Kühlkörper) entsprechen die 1 TB, 2TB und 4 TB Versionen der SSD dem PCI-SIG D8-Standard und passen daher in zahlreiche mobile Rechner.

Neue Odyssey Gaming Monitore

Mit neuen Odyssey Gaming Monitoren will Samsung noch mehr Immersion und Exzellenz beim Gaming ermöglichen. So bietet der neue Odyssey 3D (G90XF-Modell) 27-Zoll-Monitor dreidimensionale Spielerlebnisse ohne spezielle Brille, denn Eye-Tracking-Technologie und eine eigene Linsenstruktur erzeugen hoch aufgelöste, natürlich aussehende 3D-Bilder, die über die Reality Hub App zugänglich sind.

Damit es Inhalte mit 3D-Technologie gibt, arbeitet Samsung mit großen Spieleentwicklern zusammen und stellt diesen Instrumente zur Kontrolle der 3D-Effekte zur Verfügung. So ist „The First Berserker: Khazan“ von Nexon in 3D erhältlich, ebenso „Lies of P“ von Neowiz. Der erste herunterladbare Inhalt (DLC) dieses Unternehmens ist für diesen Sommer geplant.

Neben dem 3D-Gaming bietet der Odyssey 3D eine KI-Konvertierung, um herkömmliche Videos in 3D umzuwandeln. Für latenzarmes Spielen auf dem 4K-Bildschirm stehen eine Bildwiederholrate von 165 Hz und eine Gray-to-Gray (GtG) Reaktionszeit von 1 ms; auch AMD FreeSync Premium und Nvidia G-SYNC sind an Bord.

Der neue Odyssey 3D (G90XF-Modell) 27-Zoll-Monitor kann dreidimensionale Bilder darstellen, die man ohne spezielle Brille sehen kann.

Als erster 27-Zoll 4K-Bildschirm von Samsung bietet der neue Monitor der OLED G8 Serie (G81SF) eine hohe Pixeldichte von 166 Pixel pro Zoll, die mit einer Bildwiederholrate von 240 Hz kombiniert wird. Die OLED-Monitore dieser Serie sind auch in 32 Zoll erhältlich. Auch diese Displays mit einer Bildwiederholrate von 240 Hz und einer GtG Reaktionszeit von 0,03 ms unterstützen AMD FreeSync Premium Pro und Nvidia G-SYNC.

Für Kunden, die für Spiele einen gebogenen Bildschirm bevorzugen, ist der Odyssey G9 (G91F-Modell) mit 49-Zoll Dual QHD-Bildschirm und einer Krümmung von 1000R eine gute Empfehlung. Eine Bildwiederholrate von 144 Hz und eine GtG Reaktionszeit von 1 ms ermöglichen schnelle Aktionen ohne Verzögerungen.

Das IP Desktop Phone Portfolio von Gigaset

Für das moderne Office

Gigaset hat eine deutliche Erweiterung seines Produkt-Portfolios im Professional Segment angekündigt. Mit dem neuen IP Desktop Phone Portfolio können zertifizierte Handelspartner ihren Kunden im Büro-, Dienstleistungs- und Industrieumfeld sieben neue IP Tischtelefone anbieten, die sinnvolle Funktionen mit hoher Datensicherheit nach europäischen Standards kombinieren. Alle Neuheiten wurden vom konzerneigenen Forschungs- und Entwicklungsteam weiterentwickelt und an die bewährten Strukturen von Gigaset angepasst.

„Mit dem neuen Portfolio, das unsere Angebote von Single-, Multizellen und Handsets erweitert, werden wir zum One-Stop-Shop für unsere Reseller“, kommentierte Ralf Lueb, Senior Vice President Global Sales & Marketing bei Gigaset Technologies. „Das vollständige, aufeinander abgestimmte Produktsortiment macht es unseren Partnern möglich, vielfältige Lösungen für unterschiedliche Anforderungen anzubieten.“



Bereits das Basismodell P710 IP PRO bietet einen Einstieg in die Welt der modernen Office-Telefonie.

Nach europäischem Datenrecht

Das neue IP Desktop Phone Portfolio von Gigaset wird in allen europäischen Märkten eingeführt. Die sieben Modelle sind einfach und schnell zu installieren, verfügen über Remote Management und sind mit führenden PBX Anbietern interoperabel. „Für gewerbliche Anwender ist es besonders wichtig, dass unsere neuen Tischtelefone ausschließlich an die Gigaset Backend-Services angebunden werden“, erklärte Christian Lippert, Solution Marketing Manager bei Gigaset Technologies. „Alle Nutzerdaten bleiben in der EU und werden nur in dedizierten Supportfällen von Mitarbeitern der Gigaset Technologies GmbH zur bestmöglichen Kundenbetreuung eingesehen. Dabei gelten in jeder Hinsicht die europäischen Standards für den Datenschutz.“ Mit dem Gigaset Redirection and



Das neue IP Desktop Phone Portfolio von Gigaset entspricht den europäischen Standards für den Datenschutz.

Provisioning Environment (GRAPE) wurde dafür eine IT-Umgebung geschaffen, auf der zukünftig auch andere Gigaset Professional Produkte aus der Ferne sicher auto-provisioniert, gemanagt und aktualisiert werden können. Darüber hinaus steht auch für die neuen Geräte der bewährte Gigaset Service mit lokaler Pre- und Post-Sales Betreuung zur Verfügung.

Lösungen für jeden Anspruch

Das neue IP Desktop Phone Portfolio von Gigaset beginnt mit dem kompakten Einsteigermodell P710 IP PRO, das mit 2,8 Zoll TFT-Farbdisplay, Freisprech-Funktion mit HD-Audio und 2-Port-Gigabit-Ethernet-Switch mit PoE eine zeitgemäße Lösung für praktisch jeden Arbeitsplatz darstellt.

Die Modelle P810 IP PRO und P810B IP PRO (mit Bluetooth) zeichnen sich durch ein besonders elegantes Design mit 3,36 Zoll TFT Farbdisplay aus und verfügen zusätzlich über bis zu 12 programmierbare Tasten und einen USB-Anschluss.



Das Gigaset P850W IP PRO wurde für anspruchsvolle Nutzer entwickelt und ist u. a. mit einem 5 Zoll großen Farbdisplay, bis zu 36 programmierbaren Tasten und WLAN-Funktion ausgestattet.

Gigaset

Als professionelle Tischtelefone bieten das Gigaset P820 IP PRO und das P825 IP PRO (mit aufklappbarem Display) mit bis zu 28 programmierbaren Tasten und 5 Zoll TFT Farbdisplay besonders viel Komfort im aktiven Büroalltag.

Für anspruchsvolle Nutzer ist das P850W IP PRO eine gute Empfehlung, denn es bietet neben dem 5 Zoll großen Farbdisplay bis zu 36 programmierbare Tasten, WLAN-Funktion, zwei USB-Anschlüsse und 2-Port-Gigabit-Ethernet-Switch mit PoE. Dieses Modell ist auch als Variante P855BW IP PRO mit aufklappbarem Display, Bluetooth-Schnittstelle und einem USB-Anschluss verfügbar.

Abgerundet wird das Portfolio durch das P800 KEY PRO Tastenmodul mit 6,8 Zoll TFT Farbdisplay, bis zu 60 programmierbaren Tasten und USB-Steckverbindung für alle Geräte der neuen Desk Serie.

„Nach den Herausforderungen der letzten Jahre ist die Einführung unseres neuen IP Desktop Phone Portfolios ein wichtiger Schritt, um über die traditionelle Position als Europas Marktführer für DECT-Telefone hinaus Gigaset auch in anderen Segmenten zu stärken und damit unseren Handelspartnern neue Möglichkeiten zu bieten, Kunden im professionellen, industriellen und gewerblichen Segment durchdachte Lösungen anzubieten“, erklärte Ralf Lueb. „Das sind gute Voraussetzungen für alle Beteiligten, bestehende Partnerschaften zu vertiefen, neue zu gewinnen und die Wertschöpfung im Segment Kommunikation gemeinsam zu steigern.“

Die Videoprojektoren von Strong

Kleine Geräte für große Bilder

Mit den drei Modellen Mira 1, Young Q1 und Young N1 bietet Strong ein attraktives Sortiment von Videoprojektoren an, das es den Handelspartnern ermöglicht, verschiedene Zielgruppen mit der jeweils richtigen Lösung anzusprechen – sei es für das Heimkino oder für den Einsatz unterwegs.

An der Spitze des Line-ups steht mit dem Mira 1 ein Full-HD-Streaming-Projektor, der mit Android TV ausge-



Das Flaggschiff-Modell Mira 1 bietet Full-HD Qualität, Android TV und zahlreiche Streaming-Möglichkeiten.

stattet ist. Er erzeugt nicht nur Bilder mit Diagonalen von 40 bis 150 Zoll in nativer 1080p-Auflösung mit einer Helligkeit von 300 ANSI-Lumen, sondern bietet auch direkten Zugriff auf gängige Streaming-Dienste wie Netflix und YouTube. Eine automatische Fokus- und Trapezkorrektur sowie ein variabler Abstand von 1,1 m bis 4,6 m machen das Einrichten der hochwertigen All-in-One-Lösung einfach; für ordentlichen Stereo-Sound sorgen zwei integrierte 5-Watt-Lautsprecher.

Für preisbewusste Kunden und Einsteiger bietet Strong mit dem Young Q1 einen Mini-Projektor, der Projektionsflächen mit Diagonalen von bis zu 120 Zoll in HD-Qualität (720p) mit einer Lichtleistung von 180 ANSI-Lumen be-



Der Mini-Projektor Young Q1 kann Flächen mit Diagonalen von bis zu 120 Zoll in HD-Qualität bespielen.

spielen kann. Trotz seiner kompakten Maße sind HDMI-, TF-, AV und USB-Schnittstellen sowie ein Kopfhörerausgang vorhanden, auch Bluetooth ist integriert. Auch Screen Mirroring via Miracast und Apple AirPlay ist möglich. Dank seines geringen Gewichts von nur 0,8 Kilogramm ist der Projektor leicht zu transportieren und damit eine gute Empfehlung für jüngere Zielgruppen oder Kunden, die eine unkomplizierte Lösung für mobile Präsentationen suchen. Mit einem Gewicht von nur 0,42 kg noch leichter, aber trotzdem für Projektionen mit Diagonalen bis zu 200 Zoll geeignet ist der Young N1. Er steckt in einem minimalistisch gestalteten Gehäuse, das sich praktisch überallhin mitnehmen lässt. Eine native Auflösung von 720p, ein Kontrastverhältnis von 1000:1 und 16 Millionen Farben sorgen für ansprechende Bildqualität. Das Gerät wird manuell fokussiert und ganz einfach mit Tasten bedient.



Der 420 g leichte Young N1 ist besonders kompakt.

Neues Home Theater System von Loewe

Mit We. Boost bringt Loewe Technology ein kabelloses Dolby Atmos-Heimkinosystem auf den Markt, das nach Angaben des Herstellers besonders einfach einzurichten ist. Es bringt immersiven Kinosound ins Haus. Das 4.1.2. System besteht aus vier aktiven, kabellosen Satellitenlautsprechern und einem Subwoofer und sei dank Plug-



and-Play in wenigen Sekunden einsatzbereit, heißt es in einer Pressemitteilung.

Für die richtige Platzierung im Raum sind alle Komponenten gekennzeichnet. Die Audioübertragung erfolgt per Funk über den mitgelieferten HDMI eARC-Dongle. Das erfolge verlustfrei und ohne hörbare Verzögerungen, betont Loewe.

Das System, das ohne sichtbare Kabel auskommt, erzeugt mit 720 Watt Gesamtleistung 3D-Sound mit Dolby Atmos, Dolby Digital und PCM. Nach oben abstrahlende Lautsprecher unterstützen die räumliche Wahrnehmung der Klänge.

We. Boost ist auch für Bluetooth-Streaming und Line-In geeignet und mit einem Anschluss für einen zusätzlichen Center-Lautsprecher ausgestattet. Die mitgelieferte Fernbedienung nutzt Bluetooth Low Energy (BLE)-Technologie

für geringen Stromverbrauch. Über das integrierte OLED-Display lassen sich Bass, Höhen und diverse Klangmodi individuell anpassen.

We. Boost von Loewe ist in der Farbe ash grey ab sofort für 999 Euro (UVP) lieferbar.

Neue TV-Serie von Hisense für Gaming-/Sportfans

Hisense präsentiert die neue Generation der U7 Serie, bei der die Mini-LED-Pro Technologie nach Herstellerangaben für noch höhere Spitzenhelligkeit und mehr Zonen für lokales Dimmen sorgt, wodurch HDR-Effekte noch intensiver zur Geltung kommen sollen. Die präzise Hintergrundbeleuchtungssteuerung sorgt dafür, dass jedes Detail sichtbar ist – in dunklen oder hellen Szenen.

Herzstück des U7Q PRO ist die neue Hi-View AI Engine Pro, die einen 1,6-fach schnelleren Hauptprozessor bietet. Die Grafikprozessor-Leistung ist 2,2 mal so schnell; die NPU für KI-Berechnungen übertrifft den Vorgänger um das 1,5-fache. So können die U7Q PRO Modelle Szenen in Echtzeit erkennen und jedes Bild mit KI-Unterstützung verbessern. Darüber hinaus sorgt das Anti-

Reflexions-Display für außergewöhnliche Helligkeit und gestochen scharfe Bilder. Die solarbetriebene Fernbedienung ist in heller Umgebung immer einsatzbereit und kann wahlweise auch per USB-C Anschluss aufgeladen werden.

Ausgestattet mit dem 165Hz Game Mode Ultra hebt der U7Q PRO das Gaming- und Sport-TV-Erlebnis auf ein neues Level. Zu den Ausstattungsmerkmalen gehören Funktionen wie der Auto Low Latency Mode (ALLM), AMD Freesync Premium Pro sowie vier HDMI 2.1-Anschlüsse.

Für ein echtes Kinoerlebnis integriert die U7Q Pro Serie IMAX Enhanced, Dolby Vision IQ und den Filmmaker Mode, um atemberaubende 4K-Bilder zu liefern – genau so, wie es die Filmemacher beabsichtigt haben. Die Kombination aus Quantum Dot Colour und Pantone Validated

Colour erzeugt außergewöhnlich realistische Bilder mit lebendigen, natürlichen Farben.

Für guten Sound sorgen das 2.1.2 Multi-Channel Surround-System, Dolby Atmos und AI Sound.

Die Hisense U7Q Pro Serie wird ab Juni in den Größen 55, 65, 75, 85 und 100 Zoll erhältlich sein.



Die Hisense U7Q PRO Serie bietet im Vergleich zum Vorgänger-Modell höhere Spitzenhelligkeit und mehr Local Dimming Zonen.

Liebherr eröffnet Experience Store in Shanghai

Liebherr hat einen Markenstore im Herzen von Shanghai eröffnet, der in eleganter Umgebung die Möglichkeit bietet, die Geräte und Frischetechnologien von Liebherr Hausgeräte zu entdecken. Unterteilt in vier Themenbereiche zeigt der Premiumhersteller eine Auswahl aus seinem breiten Sortiment von freistehenden Kühlgeräten, Einbaugeräten, Weinkühlschränken sowie Produkte aus der Reihe Monolith.



Durch Produktinnovationen und Serviceverbesserungen will Liebherr darauf abzielen, chinesischen Kundinnen und Kunden mehr Optionen aus dem Premiumsegment für ein einzigartiges Küchen- und Wohnleben zu bieten.

„Der chinesische Markt ist ein wichtiger und vielversprechender Bestandteil unserer globalen Aufstellung“, erklärte Steffen Nagel, Managing Director Sales & Marketing der Liebherr-Hausgeräte GmbH, in seiner Rede zur Eröffnung. „Die chinesischen Kundinnen und Kunden schätzen die nachhaltigen Lösungen, technischen Raffinessen sowie das herausragende Design unserer hochwertigen Produkte. Diese Werte haben unsere Marke auf ein neues Level an Anerkennung und Exzellenz in China gehoben. Für mich steht die Eröffnung des Liebherr Experience Store in Shanghai nun symbolisch für diesen erreichten Meilenstein in der Markenwahrnehmung.“

Die Gestaltung des Liebherr Experience Stores in Shanghai bekanntem Shopping- und Ausgeviertel Xintiandi soll die Design-Philosophie des Unternehmens widerspiegeln: eine harmonische Verbindung von Funktionalität und Ästhetik. Die Einteilung in vier Produktbereiche schaffe einen strukturierten Überblick über die Vielfalt an Geräten von Liebherr als auch deren Frischetechnologien wie BioFresh, HydroBreeze und NoFrost, erklärte der Hersteller.

NIQ Insight Summit Germany 2025 in Nürnberg

Unter dem Titel „What's Next: Unlocking Growth with Full View Intelligence“ findet am

22. Mai 2025 der NIQ Insight Summit Germany 2025 auf dem NIQ Campus in Nürnberg statt.

Gemeinsam mit Top-Marken wie Alnatura, Essity, HP, MediaMarkt, Nestlé, Picnic und Vodafone zeigt das Marktforschungsunternehmen im Rahmen von Vorträgen und industriespezifischen Breakout Sessions, wie Unternehmen neue Wachstumspotenziale erkennen und gezielt erschließen können.



Weitere Informationen und die Möglichkeit zur (kostenfreien) Anmeldung gibt es auf der Webseite des NIQ Insight Summit Germany 2025

Mittelstandskreis wählt neuen Vorstand



Als Nachfolger von Dirk Wittmer ist Matthias Walgenbach neuer Vorstandssprecher des Mittelstandskreises.

Von Mitte Dezember bis Ende Januar waren die 2.165 Mitglieder des Mittelstandskreises (MK) turnusgemäß aufgerufen, die Zusammensetzung des Vorstands zu bestimmen. Seit seiner Gründung im Jahr 1990 setzt sich die Vereinigung in Zusammenarbeit mit der BSH für den Elektrofachhandel in Deutschland ein. Die einzige Veränderung im Vorstand ist die Wahl von Jörg Barthel für die Region West. Er folgt auf Dirk Wittmer, der Ende letzten Jahres aus seinem Unternehmen Johann + Wittmer in Ratingen und aus dem Vorstand des Mittelstandskreises ausschied.

In Deutschland vertreten damit die Vorstände Jochen Helfrich und Thomas Wolf die Region Mitte, zu der auch Luxemburg zählt, Tobias Matzke und Torsten Roters die Region Nord, Anja Maucher und Toralf Nehls die Region Ost, Max Emanuel Schuller und Jennifer Blasi die Region Süd, Klaus Pfund und Nico Weber die Region Südwest sowie Jörg Barthel und Matthias Walgenbach die Region West. Florian Lugitsch und Volker Meier wurden für die Region Österreich gewählt, Stéphane Grau und Aleksandar Bacic bekleiden die Vorstandsposten für die Schweiz.

Auf seiner ersten Klausurtagung am 18. und 19. März bestimmte der Vorstand in München Matthias Walgenbach als Nachfolger von Dirk Wittmer zum neuen Vorstandssprecher; stellvertretender Vorstandssprecher ist Volker Meier.

Dirk Wittmer, der sich seit 2009 im MK-Vorstand und als dessen Sprecher engagiert hatte, blickt auf eine erfolgreiche Arbeit zurück. So dehnte sich der MK während seiner Tätigkeit in die Schweiz und nach Luxemburg aus; allein in Österreich wurden mehr als 300 Mitglieder hinzugewonnen.

„Dirk Wittmer hat mit seinem unermüdlichen Einsatz die stets partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen dem Mittelstandskreis und der BSH auf ein neues Level gehoben“, erklärte Enrico Hoffmann, Head of Sales & Marketing Zentraleuropa der BSH Hausgeräte GmbH. „Seine Expertise und sein Engagement haben maßgeblich dazu beigetragen, den Mittelstand in einer sich wandelnden Handelslandschaft nachhaltig zu stärken. Wir danken ihm herzlich für seine langjährige Arbeit und wünschen ihm für seinen weiteren Weg alles Gute.“

„Der Mittelstandskreis war für Dirk Wittmer stets eine Herzensangelegenheit“, fügte der neue Vorstandssprecher Matthias Walgenbach hinzu. „Er hat in all den Jahren bedeutend dazu beigetragen, dass sich der MK zu einer selbstbewussten Einheit des Elektro-Fachhandels entwickeln konnte. Dafür dankt ihm der gesamte Vorstand außerordentlich.“

AEG Experience & Training Tour

Bis zum November 2025 ist der AEG Experience & Training Truck in Deutschland und Österreich unterwegs und macht an 93 Standorten Halt, um Informationen über Innovationen direkt zum Fachhandel zu bringen. Rund 1.000 Küchenplaner und Verkäufer sollen von den praxisnahen Schulungen mit den AEG Markenbotschaftern profitieren. Im Fokus stehen zahlreiche Küchengeräte von (Dampf-) Backöfen, Kochfeldern und Kühlschränken bis zu Weinkühlern, Dunstabzugshauben und Kaffeefullautomaten.

„Mit der AEG Experience & Training Tour bringen wir unser Know-how genau dorthin, wo es gebraucht wird“, kommentierte Christian Beidatsch, Head of Trade Operations Deutschland und Österreich bei AEG. „Da viele Fachhändler ihre Küchenplaner und Verkäufer nicht für mehrtägige Schulungen freistellen können, kommen wir direkt zu ihnen.“ In Kombination mit einer verlängerten Herstellergarantie, priorisiertem Service und gezielter Marketing-Unterstützung am Point of Sale will AEG so eine Plattform zur Intensivierung der Partnerschaft etablieren.

Der AEG Experience Truck soll die beiden „Home of AEG“-Standorte in Nürnberg und in Löhne ergänzen, die weiterhin als zentrale Schulungseinrichtungen für den Handel dienen.

Neuer Mietservice von Coolblue

Der Elektronikhändler Coolblue bietet ab sofort Haushaltsgroßgeräte wie Waschmaschinen, Kühlschränke, Trockner und Co. als „Coolblue-Abo“ auch zur Miete an. Im Fall eines Defekts soll das betroffene Gerät innerhalb von zwei Werktagen ausgetauscht werden. Das neue Angebot, das schrittweise ausgebaut werden soll, ist überall dort verfügbar, wo Coolblue bisher Haushaltsgroßgeräte liefert. Das trifft auf Nordrhein-Westfalen sowie die Großräume Frankfurt und Hannover zu.

Im Rahmen des Abo-Modells sind Waschmaschinen und Trockner ab 18,99 Euro pro Monat erhältlich, die Miete für Geschirrspüler und Kühlschränke beginnt bei 20,99 Euro. Die Ware kann in den Fachmärkten, über Coolblue.de oder mit der Coolblue App für mindestens 12 Monate bestellt werden. Nach Zahlung einer einmaligen Grundgebühr liefert Coolblue das Gerät mit seinem eigenen Liefer- und Installationservice ab dem nächsten Werktag zum gewählten Termin aus und stellt es am gewünschten Ort auch auf. Optional nimmt das Team von Coolblue das Altgerät kostenlos mit und recycelt es.



Nach Zahlung einer einmaligen Grundgebühr liefert Coolblue das Mietgerät ab dem nächsten Werktag zum gewählten Termin aus.

Nach Ablauf der Mindestdauer kann das Mietverhältnis einfach und flexibel monatlich beendet werden. Coolblue holt das Gerät dann zum gewünschten Termin wieder ab. Im Falle eines Umzugs kann das Abonnement auch auf andere Bewohner übertragen werden. Zudem besteht die Möglichkeit, das Gerät bei Coolblue zu kaufen.

BSH meldet solides Wachstum in 2024

Gegen den Trend



Zufrieden mit 2024 und zuversichtlich für das laufende Jahr: Der BSH Vorstand mit (v. l.) Rudolf Klötscher (CSS), Lars Schubert (COO), Dr. Matthias Metz (CEO), Dr. Alexander Dony (CSM) und Dr. Thorsten Lücke (CFO).

In einem herausfordernden Marktumfeld hat sich die BSH Hausgeräte GmbH im Geschäftsjahr 2024 gut behauptet. Mit 15,3 Milliarden Euro lag der Umsatz um drei Prozent über dem Vorjahr, währungsbereinigt ergab sich sogar ein Plus von 7,5 Prozent. Dazu trugen vor allem positive Entwicklungen in Nordamerika und verschiedenen sich entwickelnden Märkten bei. In Deutschland musste die BSH dagegen konjunkturbedingte Rückgänge hinnehmen, konnte aber im Einbaugeschäft Marktanteile gewinnen.

„Unsere Stärke liegt in der Kombination aus starken Marken, herausragenden Produkterlebnissen, zukunftsweisenden Innovationen und zuverlässiger Qualität“, stellte CEO Dr. Matthias Metz auf dem Jahrespressesgespräch nicht ohne Selbstbewusstsein fest. „Genau das begeistert unsere Konsumenten – und ist die Basis für unseren langfristigen Erfolg.“

So sei es möglich geworden, im vergangenen Jahr trotz der Herausforderungen für die Gesamtwirtschaft und die Hausgerätebranche ein solides Wachstum zu erzielen, betonte Metz.

Nachdem der Umsatz im Vorjahr nach dem Ende des Pandemie-Booms rückläufig gewesen sei, habe sich 2024 die klare Wachstumsstrategie der BSH ausgezahlt. „Wir begeistern Konsumenten mit unseren führenden Marken sowie erstklassigen Produkten und tragen zum Erfolg unserer Handelspartner bei.“

Internationale Erfolge

In der Region Nordamerika (USA/Kanada) konnte die BSH ihren Umsatz um knapp drei Prozent steigern und Marktanteile gewinnen. Dabei zahlte sich die Strategie aus, das

Portfolio um Produkte zu erweitern, die auf den lokalen Markt zugeschnitten wurden. In der Region Europa ging der Umsatz marktbedingt um zwei Prozent zurück. Dieser Entwicklung konnte sich die BSH auch auf dem deutschen Heimatmarkt nicht entziehen, habe aber gegen den Markttrend im wichtigen Einbaugeschäft Marktanteile gewonnen, betonte Metz. In anderen europäischen Ländern wie den Niederlanden, Österreich und Großbritannien sei der Umsatz dagegen gestiegen.

Negative Währungseffekte und die signifikante Abschwächung des Konsumklimas führten in der Region Greater China zu einem Umsatzrückgang von 4,5 Prozent. Dennoch bleibe die BSH mit deutlichem Abstand der größte nicht-chinesische Hausgerätehersteller in der Volksrepublik, berichtete Metz.

Ein wesentlicher Faktor für das erfolgreiche Jahr 2024 war für die BSH ein deutliches Umsatzwachstum von fast 14 Prozent in der Region Emerging Markets, zu der unter anderem Osteuropa, der Mittlere Osten und der afrikanische Kontinent gehören. So wurden u. a. in der Türkei und in Indien deutliche Zuwächse erzielt.

Lokale Investitionen

Um wichtige Märkte aktiv mitgestalten zu können, investiert die BSH gezielt in lokale Präsenzen, z. B. in den wichtigen Wachstumsmärkten Nordamerika und Asien. So wird das Netzwerk von Erlebnis- und Design-Zentren der Marken Bosch, Gaggenau und Thermador im nordamerikanischen Markt weiter ausgebaut. Nach der Eröffnung von Stand-

orten in Miami und Houston im Jahr 2024 sollen in Kürze weitere in Washington D.C. und Beverly Hills folgen.

In China feierte die BSH im Juni 2024 ihr 30-jähriges Marktjubiläum und setzte mit der Eröffnung eines globalen Forschungs- und Entwicklungsstandorts sowie eines Talentzentrums in Nanjing deutliche Zeichen. Diese Zentren sollen Innovationen auf globalem Niveau fördern, die Attraktivität für qualifizierte Fachkräfte steigern und die Marktpräsenz der BSH stärken. Die starke lokale Präsenz und die engen Beziehungen zu Händlern und Partnern vor Ort werden durch den Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) ergänzt. Diese trage dazu bei, dass Konsumenten und Geschäftspartner von einem stärkeren Markenauftritt, maßgeschneiderter Kommunikation, optimierten Kundenfeedback-Analysen, flexibleren Lieferketten und reduzierten Lagerkosten profitieren könnten, sagte Metz.

Wachstum in wichtigen Bereichen

Nach der Zurückhaltung vieler Kunden in den vergangenen Jahren kehrte die BSH 2024 in den meisten Bereichen wieder zu Wachstum zurückkehren. Positiv entwickelten sich die Bereiche Wäschepflege (plus 4,1 Prozent) und der Kundendienst (plus 5,2 Prozent). Auch in den Bereichen Geschirrspülen (plus 3,2 Prozent) und kleine Hausgeräte (plus 5,5 Prozent) verzeichnete die BSH Zuwächse. Dagegen gab es Einbußen im Geschäft mit Öfen (minus 4,6 Prozent), Kochfeldern (minus 1,3 Prozent) und Kühlgeräten (minus 0,4 Prozent). Hier wirkte sich vor allem die rückläufige Nachfrage nach Einbaugeräten aus.

Smarte Zukunft

Bei der Vernetzung von Hausgeräten will die BSH mit der Nutzung des Matter-Standards eine Vorreiterrolle einnehmen. Nach der Ankündigung des weltweit ersten Matterfähige Hausgerätes auf der IFA 2024 soll diese besonders sparsame XXL-Kühl-Gefrier-Kombination aus dem Werk in Giengen, Baden-Württemberg, im Laufe dieses Jahres auf den Markt kommen. Sie lässt sich mit

Geräten anderer Hersteller vernetzen. Auf dem US-Markt sollen bereits 2025 alle neuen BSH-Kühlschränke mit Matter kompatibel sein. Im Jahr 2024 investierte die BSH 5,5 Prozent des Umsatzes (835 Millionen Euro) in Forschung und Entwicklung. Damit läge das Unternehmen deutlich über dem Branchendurchschnitt, betonte CFO Dr. Thorsten Lücke. Dazu kämen weitere Investitionen in Höhe von 3,4 Prozent des Umsatzes (520 Millionen Euro) in die Produkt- und Wachstumsstrategie in allen Regionen. Ein besonderer Fokus lag dabei auf den Themen Energieeffizienz und Digitalisierung.

Zuversicht für 2025

Trotz eines unverändert sehr anspruchsvollen Marktumfeldes in allen Regionen und der geopolitischen Herausforderungen blickt die BSH durchaus optimistisch auf das aktuelle Geschäftsjahr. „Unser Erfolg beruht darauf, dass wir unsere vielfältigen Stärken gezielt einsetzen, um uns im Wettbewerb klar zu differenzieren“, erklärte Metz. „Ein entscheidender Faktor dafür ist die Leidenschaft, der Einsatz und die Innovationskraft unserer Mitarbeiter, ohne die dieser Erfolg nicht möglich wäre. Gemeinsam gestalten wir die Märkte der Zukunft aktiv mit.“



Mit Produktlinien wie der Bosch Green Collection will die BSH Maßstäbe in Sachen Schonung der Umwelt setzen. Für die Herstellung der Kühl-Gefrier-Kombinationen werden CO₂-reduzierte, teilweise sogar neutrale Materialien und biobasierte Rohstoffe genutzt, um den Fußabdruck der Geräte um über 50 Prozent zu reduzieren.

Die neuen Kühl- und Gefriergeräte von LG

Mit intelligenter Funktion

LG Electronics hat sein Portfolio von Kühl- und Gefriergeräten um neue Multidoor-Modelle erweitert, die aktuelle Technologien mit modernem Design kombinieren und zudem mit dem Stromverbrauch haushalten. Dazu kommt ein repräsentatives, umfassend ausgestattetes Side-by-Side Gerät in edlem Essence Mattschwarz.

Diese Kombi mit insgesamt 628 Liter Nutzinhalt trägt die Bezeichnung GSXE90EVDD und kombiniert zahlreiche intelligente Funktionen mit der Energieeffizienzklasse D. Damit bietet das neue Side-by-Side-Modell den besten Wert unter den Geräten mit voller LG-Ausstattung. So können die Nutzer dank LG InstaView durch zweimaliges Klopfen an die Scheibe in das obere Fach schauen, ohne die Tür öffnen zu müssen. So werden Kälte- und Energieverluste sowie Temperaturschwankungen vermieden. Auch der Smart Inverter Compressor mit konstant hoher Leistung trägt zum wirtschaftlichen Energieverbrauch bei. Für viel Komfort sind Eis-, Crushed Ice- und Wasserspender an Bord; auch die runden und langsam schmel-



Die neue Side-by-Side-Kombi GSXE90EVDD erreicht die höchste Effizienz unter den Geräten mit voller LG-Ausstattung.

zenden LG Craft Ice Eiskugeln lassen sich mit dem Gerät erzeugen, das dank LinearCooling Temperaturunterschiede im Gerät auf $\pm 0,5$ Grad Celsius begrenzt.

Multi-Door mit LG Craft Ice

Auch die neuen Multi-Door Modelle GMG960EVEE (Essence Black Steel) und GMG960MBEE (Metal Sorbet)

sind mit InstaView und LG Craft Ice ausgestattet. Dank der ThinQ App-Kompatibilität kann man sie mit dem Smartphone steuern und dabei auch den Energieverbrauch kontrollieren. Praktisch ist die UVnano Technologie, die es nach Angaben von LG nur bei diesem Hersteller gibt: Im Stundenrhythmus werden die Wasserspender-Ausgänge mit LED-Lampen bestrahlt, um bis zu 99,9 Prozent bestimmter Bakterien und Viren zu entfernen.

Auch ohne Wasseranschluss

Zum neuen Multi-Door-Portfolio gehören auch die Modelle GMG961EVKE (Essence Black Steel) und GMG961MBKE (Metal Sorbet). Sie sind mit den bekannten LG Kühlfunktionen ausgestattet, brauchen aber keinen Wasseranschluss, denn sie haben einen Tank. Das trifft auch auf den neuen GMK961EV3E zu, der mit InstaView-Technologie, dem Smart Inverter Compressor und dem Auto Ice Maker ausgestattet ist. Zusätzlich gibt es auch eine Variante, bei welcher der Wasserspender mit UVnano sowie der Eis- bzw. Crushed Ice-Spender von einem Wasseranschluss versorgt werden. Die Wassermenge kann auf 250, 500 und 1000 ml voreingestellt werden.

Miele

Für ein **langes Leben** Ihrer **Lieblingskleidung.**

Mit den neuen Miele Waschmaschinen und Trocknern Nova Edition bleiben Kleidung und Textilien länger wie neu. Die InfinityCare Schontrummel ist die weltweit erste rippenlose Waschtrommel für die optimale Schonung aller Textilien. Dem neuesten Miele Trockner können Ihre Kundinnen und Kunden sogar Wolle anvertrauen.

Dabei sind die Wäschepflegegeräte in bewährter Miele Qualität hergestellt, komfortabel zu bedienen und können mit der Miele App smart vernetzt werden. Begeistern auch Sie Ihre Kundinnen und Kunden von der Miele Nova Edition.

Einmal Miele, **immer Miele.**



Neue Bespoke AI Waschmaschine und Trockner von Samsung

Mit AI Home Display



Die Bespoke AI Waschmaschine und der Bespoke AI Trockner von Samsung verbinden Smart Home Funktionen, die über das AI Home Display gesteuert werden, mit aktuellen Technologien zur Wäschepflege.

Tatsächlich verbrauchen die ab sofort erhältlichen Bespoke AI Waschmaschinen der Serie WF90F/24 mit 9 kg Fassungsvermögen im Eco-Programm bis zu 55 Prozent weniger Energie, als es der Grenzwert für die Energieeffizienzklasse A festlegt, mit AI Energy Mode kann dieser Wert nach Angaben von Samsung sogar 70 Prozent erreichen. Möglich wird das durch AI-basierte Waschalgorithmen, die bewährte AI Ecobubble-Funktion sowie die Bubble Shot Technologie von Samsung.

Dank seiner Wärmepumpe, die Samsung bereits im Bespoke AI Waschtrockner einsetzt, entspricht der neue Bespoke AI Trockner nach den ab 1. Juli geltenden Kriterien des neuen EU-Energielabels der besten Energieeffizienzklasse A. Da das Gerät mit einer verbesserten AI Dry+ Funktion die Textilarten analysiert und die Trockenzeit entsprechend anpasst, spart es im Vergleich mit einem herkömmlichen Samsung Modell nicht nur 20 Prozent Energie, sondern auch bis zu 20 Prozent Zeit. Zudem wird durch die niedrigeren Trockentemperaturen die Wäsche geschont und das Einlafrisiko deutlich vermindert. Der Bespoke AI Trockner von Samsung kommt im Mai auf den Markt.

Intuitive Bedienung

Das intelligente AI Home Display von Samsung befähigt die neuen Geräte nicht nur zur Steuerung von Smart Home Funktionen, sondern es macht auch die Bedienung besonders einfach. Mit einem Fingertipp lassen sich Wasch- und Trockenprogramme auf dem Touchscreen auswählen sowie Einstellungen intuitiv anpassen.

Zudem lernen die Geräte mit AI die Vorlieben ihrer Nutzer

und schlagen die am häufigsten genutzten Programme zuerst vor. Auf dem AI Home Display lässt sich der aktuelle Energie- und Wasserverbrauch des Gerätes direkt aus der SmartThings Energy App abrufen. Zudem kann auf dem Display das Abspielen von Musik, z. B. über Spotify oder YouTube, initiiert werden; auch Telefonate sind möglich, und Informationen über das Wetter können ebenfalls angezeigt werden. Zudem können mit dem verbesserten Sprachassistenten Bixby nicht nur die Waschmaschine und der Trockner, sondern auch andere vernetzte Geräte im Haus mit Sprachkommandos bedient werden.

Neue Slim-Modelle

Ebenfalls neu bei Samsung sind Waschmaschinen und Waschtrockner, die nur 48 cm tief sind, aber große Ladekapazitäten von 9 kg (Waschmaschine) bzw. 5 kg (Waschtrockner für einen Durchgang) bieten. Um Zeit, Wasser und Energie zu sparen, arbeiten sie mit AI Ecobubble und Bubble Shot Technologie. Durch die Kombination der beiden Technologien kann sich die Programmlaufzeit um bis zu 25 Prozent reduzieren.

Die SLIM Waschmaschine WW6100D und der SLIM Waschtrockner WD6100D sind zudem mit AI Wash ausgestattet: Sensoren analysieren mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz Gewicht, Textilart und Verschmutzungsgrad der Wäsche und passen den Wasser- und Waschmittelverbrauch sowie die Wasch- und Schleuderzeiten an. So verbrauchen die Geräte bis zu 10 Prozent weniger Energie, als es für das Erreichen der EEK A erforderlich ist.

Die Modelle WW5100D, WD5100D, WW6100D, WD6100D sind ab sofort in den Farben Schwarz und Weiß erhältlich.

Mit der neuen Bespoke AI Waschmaschine und dem Bespoke AI Trockner hat Samsung zwei weitere Wäschepflegegeräte angekündigt, die mit dem sieben Zoll großen AI Home Display des Herstellers ausgestattet sind und damit als Zentrale für das vernetzte Zuhause dienen können. Zudem gehen die beiden Neuheiten besonders sparsam mit Energie um.

Neue Bespoke AI Jet Akkusauger

Mit den Bespoke AI Jet Geräten hat Samsung neue Akkuhandstaubsauger angekündigt, die weiterentwickelte AI mit hoher Reinigungsleistung verbinden. Das gilt besonders für das Spitzenmodell Bespoke AI Jet Ultra, dessen 1050 Watt starker Motor eine Saugleistung von 400 Watt erzeugt – die bisher stärkste seiner Klasse im Samsung Portfolio.

Der verbesserte AI Cleaning Mode passt die Saugleistung und die Rotationsgeschwindigkeit der Bürsten beim Wechsel von Teppich auf Hartboden oder Vinyl automatisch an. Bei hochflorigen, dichten Teppichen wird die Saugleistung automatisch reduziert und gleichzeitig die Bürstenrotation angehoben, um die Manövrierfähigkeit des Staubsaugers zu erhöhen. Zudem senkt der AI Cleaning Mode den Stromverbrauch und ermöglicht eine Akkulaufzeit von bis zu 100 Minuten. Wenn das einmal nicht ausreicht, kann ein optionaler Zweit-Akku für weitere 60 Minuten Laufzeit eingesetzt werden.

Mit einer motorisierten Pet Tool+ Bürste ist das Entfernen von Tierhaaren besonders einfach, da diese im Inneren sofort zerkleinert werden. Nach der Arbeit wird der Staubbehälter von der All-in-One Clean Station, die auch dem Aufladen des Geräts dient, geleert und danach automatisch wieder verschlossen. Beide Modelle sind mit einem vierlagigen Hepa-Filter ausgestattet.

Mit dem Spray Spinning Sweeper Wischaufsatz, der mit zwei wiederverwendbaren Mikrofaser- oder mit Einmal-Pads eingesetzt werden kann, können die Bespoke AI Jet Modelle Hartböden auch feucht wischen. Dabei kann man Wasser aus einem 150-Milliliter-Tank direkt auf den Boden sprühen, um eingetrocknete Flecken zu lösen.

Die Funktionen und Einstellungen der Bespoke AI Jet Modelle können mit Smart WiFi und der SmartThings-App angepasst und verwaltet werden. Eine intelligente Selbstdiagnose überprüft außerdem den Geräte-Status und informiert die Nutzer, wenn z. B. der Filter oder die Bürste gereinigt werden muss.

Der Bespoke AI Jet Ultra mit 400 Watt Saugleistung ist in den Farben Satin Black und Satin Mint ab sofort für 1.399 Euro (UVP) verfügbar, der 280 Watt starke Bespoke AI Jet 280W ab Mitte Mai in Santorini Beige und Pebble Grey zum Preis von 1.099 Euro (UVP).

Der Bespoke AI Jet Ultra hat die bisher stärkste Saugleistung seiner Klasse im Samsung Portfolio.



Neue Kleingeräte von Smeg in Navy Blue

Das Set, bestehend aus Toaster, Wasserkocher und Filterkaffeemaschine, erweitert die Gerätelinie 50's Style und ist im Farbton Navy Blue erhältlich. Dank des elegant zeitlosen Design fügen sich die neuen Kleingeräte harmonisch in jede Küchenumgebung ein.



Das elegant zeitlose Set mit Toaster, Wasserkocher und Filterkaffeemaschine erweitert die Gerätelinie 50's Style von Smeg.

Der neue Zweischlitz-Toaster in Navy Blue bietet sechs Röstgradstufen sowie drei spezielle Automatikprogramme für Bagel, Aufwärmen und Auftauen. Die selbstzentrierenden Roste passen sich automatisch der Brotstärke an und sorgen so für gleichmäßige Röstergebnisse. Durch sein Gehäuse aus hochwertigem Edelstahl ist der Toaster langlebig und pflegeleicht.

Der neue Wasserkocher erwärmt 1,7 Liter Wasser in kurzer Zeit. Seine Kapazität reicht dabei für bis zu sieben Tassen. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen zählen die handliche 360-Grad-Basis, eine praktische Wasserstandsanzeige, die automatische Abschaltung sowie der abnehmbare Edelstahlfilter. Die Soft-Opening-Funktion des Deckels sorgt nach Herstellerangaben für bequemen Bedienkomfort.

Die Filter-Kaffeemaschine ist mit einer Aromawahltaste für leichten oder intensiven Geschmack ausgestattet. Die Einschaltzeit lässt sich programmieren. Die Maschine kann den Kaffee bis zu 40 Minuten auf Trinktemperatur halten. Die Bedien- und Dekor-Elemente aus Edelstahl und Chrom sorgen in Kombination mit dem Navy Blue Farbton für ein elegantes Erscheinungsbild.

Neuer Deebot T80 Omni von Ecovacs

Ab sofort ist der neue Deebot T80 Omni von Ecovacs in Deutschland, Österreich und der Schweiz erhältlich. Herzstück des neuen Modells ist nach Herstellerangaben die Ozmo Roller Wischtechnologie: Die rotierende Wischwalze übt einen konstanten Druck von 3.700 Pascal auf den Boden aus und rotiert dabei mit 200 Umdrehungen pro Minute. Selbst festgetrocknete Flecken werden so gelöst. Gleichzeitig wird die Walze in Echtzeit mit Frischwasser gespült.

Mit einer Saugkraft von 18.000 Pascal nimmt der Deebot T80 Omni Krümel, Staub und Tierhaare von allen Bodenarten auf. Der Roboter erkennt Teppiche automatisch und hebt den Mopp um zehn Millimeter an. Über die intelligente Steuerung können verschiedene Reinigungsmodi angepasst werden. Die Kombination aus TruEdge 2.0 – Technologie und einem präzisen 3D-Kantensensor erlaubt es dem Deebot T80 Omni, Ecken und schwer zugängliche Randbereiche gezielt zu reinigen. Dabei passt sich die Wischwalze dynamisch an Wände, Sockelleisten oder Möbelkanten an, ohne anzustoßen.

Unterstützt wird das System durch die neueste AIVI 3D

Omni-Approach Navigation, die mit Hilfe von KI, strukturiertem Licht und RGB-Kamera den Raum in Echtzeit analysiert und Routen effizient plant.



Mit einer Höhe von nur 98 mm erreicht der Deebot T80 Omni auch schwer zugängliche Stellen.

Für Haushalte mit langen Haaren oder Tieren eignet sich der T80 Omni besonders: Die ZeroTangle 3.0 – Technologie reduziert Haarverwicklungen auf ein Minimum. Eine speziell geformte ARClean-Seitenbürste sowie die überarbeitete Triple-V-Hauptbürste sorgen für maximale Aufnahmeleistung – ohne dass sich Haare ständig verfangen.

Die weiterentwickelte Omni-Station ist so konzipiert, dass sie dem Nutzer den Großteil der Wartung abnimmt. Die Mopp-Reinigung erfolgt mit temperaturgesteuertem Wasser – je nach Verschmutzung – und wird durch eine Heißlufttrocknung bei 45 °C ergänzt. Der Roboter leert sich selbstständig, dosiert Reinigungsmittel automatisch und kommt dank 3-Liter-Staubbeutel und 150-Tage-Reinigungswanne über lange Zeit ohne manuellen Eingriff aus.

Der Deebot T80 Omni ist ab sofort zum Preis von 1.099 Euro (UVP) in Deutschland, Österreich und der Schweiz erhältlich.



NEU

NINJA SLUSHi

5 SLUSH-EISGETRÄNKE
von gefrorenem Saft bis
gefrorenen Cocktails

Leckere Eis-Kreationen by NINJA



NINJA CREAMi DELUXE

10 EIS-PROGRAMME
von Eiscreme bis
Frozen Yoghurt

Miele stellt Wäschepflege-Sortiment neu auf Mehr Features fürs Geld

Miele hat im April eine umfassende Neuausrichtung seines Wäschepflege-Sortiments begonnen. Dabei senkt der Gütersloher Hausgerätehersteller seine Preispunkte für beliebte Ausstattungsmerkmale und Features so deutlich, dass sie zum Teil um bis zu 420 Euro unter dem bisherigen Preisgefüge liegen. So sind Miele Waschmaschinen bereits ab 859 Euro (UVP inkl. Lieferung) im Handel erhältlich. Trotzdem können die Kunden mit hoher Energie-Effizienz und zeitgemäßen Waschtechnologien rechnen.

Alle Einstiegsmodelle sind um zehn Prozent sparsamer, als es der Grenzwert für die Energieeffizienzklasse A beschreibt; bisherige Modelle dieser Kategorie trugen bisher nur das Label A. Die Standard-Beladungsmenge steigt von sieben auf acht kg, zudem baut Miele wichtige Technologien, die bisher nur in den höheren Preisklassen zu finden waren, auch in günstige Modelle ein. Darunter sind das Waschverfahren PowerWash, das die Wäsche in nur 49

Minuten reinigt, und die automatische Dosierung TwinDos, mit der sich nach Angaben von Miele bis zu 30 Prozent Waschmittel sparen lassen. Die Kombination dieser Highlights sei künftig um rund 420 Euro preiswerter als im bisherigen Sortiment, betonte der Hersteller.

Hohe Effizienz

Unter den neuen Geräten ist mit dem Modell WWE 380 WPS EnergyHero die energieeffizienteste Waschmaschine im Miele-Portfolio. Sie hat eine Kapazität von acht kg und arbeitet nach Angaben des Herstellers um 40 Prozent sparsamer, als es der Grenzwert der Energieeffizienzklasse A vorsieht. Neben PowerWash gehört auch SteamCare für die Auffrischung von Textilien mit Dampf zur Ausstattung. „Mit dem neuen Modell unterstreichen wir unseren Anspruch, nachhaltige und ressourcenschonende Lösungen für unsere Kundinnen und Kun-



Mit der Energieeffizienzklasse A minus 40 Prozent ist der „Energy Hero“ das energieeffizienteste Gerät im Miele-Portfolio.

den anzubieten – bei gleichzeitiger Ausstattung mit innovativen Miele-Features“, kommentierte Michael Endt, Category Management Wäschepflege bei Miele Deutschland.

Bei den Trocknern wird das Leistungsprofil ohne Preisveränderungen aufgewertet. Die Miele-Einstiegsgeräte werden zukünftig in der aktuell höchsten Energieeffizienzklasse A+++ (statt bisher A++) eingestuft, die Beladungsmenge steigt um ein kg auf acht kg. Zum neuen Portfolio gehört auch die SilenceDrum mit neun kg Beladungsmenge. In diesem Modell reduzieren Dämmstreifen an der Trommel die Geräusche, die durch Knöpfe oder Reißverschlüsse verursacht werden können.

Auch bei den neuen Modellen könnten die Kunden die bewährte Miele-Qualität erwarten, betonte der Hersteller. Um eine Lebensdauer von 20 Jahren alltagsgerecht zu testen, werden Belastungs- und Dauertests mit 5.000 Programmdurchläufen durchgeführt, die fünf Wäschebelastungen pro Woche über 50 Wochen jährlich simulieren.

Jura mit Zugabeaktion für C3 in Piano Black

Noch bis zum 30. Juni 2025 läuft eine exklusive Zugabeaktion für die neue Jura C3 in Piano Black. Kundinnen und Kunden, die bis dahin den Kaffee-Vollautomaten erwerben, erhalten zusätzlich ein Paket, das aus zwei Packungen Premium-Espresso (je 250g), einem 2er-Set Espresso-Gläsern und einer informativen Kaffeebroschüre besteht.

Sonepar-Partnertreff in Augsburg

Nach einer einjährigen Pause zugunsten der Veranstaltungsreihe Trend + Technik im Jahr 2024 verzeichnete der erste Sonepar-Partnertreff im Jahr 2025 mit rund 8.500 Fachbesuchern einen gelungenen Auftakt in der Messe Augsburg verzeichnen. Über 200 führende Hersteller präsentierten aktuelle Produkte, Services und Lösungen; dazu kamen zwölf Sonepar-Stände. Ein



Rund 8.500 Fachbesucher kamen zum ersten Sonepar-Partnertreff in diesem Jahr in die Messe Augsburg.

weiterer Partnertreff folgte am 25. und 26. April in der Jahrhunderthalle in Bochum.

Die 30-minütigen geführten Guided Tours, die erstmals beim Partnertreff in Augsburg angeboten wurden, ermöglichten Interessierten einen umfassenden Überblick zu Themen wie Energieeffizienz, Zukunftssicherheit durch Cybersecurity oder die Bedeutung von Paragraph 14a des Energiewirtschaftsgesetzes (EnWG) für Hausbesitzer. In Augsburg fanden insgesamt zwölf Touren statt, die mit großem Interesse angenommen wurden.

Darüber hinaus lud der Elektrogroßhändler interessierte Kunden ein, das Sonepar-Logistikzentrum in Langweid bei Augsburg zu besuchen und sich vor Ort über die Prozesse zu informieren. Ergänzt wurde das Messekonzept durch zielgruppenspezifische Vertriebsaktionen und Messeangebote, Live-Demonstrationen und eine Abendveranstaltung mit musikalischem Rahmenprogramm.

Ein weiterer Sonepar-Partnertreff ist am 16. bis 17. Mai auf dem Messegelände Hannover geplant.

Hurom gewinnt Patentverletzungsklage gegen NUC/Kuvings

Das Europäische Patentgericht (EPG) hat einer Klage des koreanischen Herstellers Hurom, nach eigenen Angaben Erfinder des weltweit ersten vertikalen Entsafters, gegen das ebenfalls in Korea ansässige Unternehmen NUC stattgegeben. Das Urteil betrifft ein Entsafter-Sortiment, das NUC unter der Marke Kuvings herstellt. Am 11. März 2025 entschied die Regionalabteilung des EPG in Mannheim, NUC habe das europäische Patent (EP2028981)

von Hurom verletzt. Damit sei es NUC untersagt, seine Entsafter in Europa zu verkaufen, betonte Hurom in einer Pressemitteilung. Bei Zuwiderhandlungen drohe eine Geldstrafe von 2.000 Euro pro verkauftes Gerät.

Die Richter in Mannheim verfügten außerdem, dass NUC Hurom für bereits entstandene Verluste entschädigen und alle Prozesskosten übernehmen muss. Außerdem müssen alle bereits auf dem Markt vertriebenen, rechtsverletzenden Produkte zurückgerufen sowie anschließend vernichtet werden. Das betrifft vor allem den Entsafter Kuvings Auto10. Ein Modell mit der Bezeichnung Kuvings Auto10S wird derzeit im Internet-Shop von Kuvings zum Preis von 561 Euro angeboten. Auch auf MediaMarkt.de ist das Produkt erhältlich. Auf Anfrage bestätigte ein Sprecher von NUC Electronics, es gebe einen Patentstreit mit Hurom, betonte aber, der Kuvings Auto10S Entsafter sei davon nicht betroffen, und das Modell Auto10 sei nicht mehr im Angebot.

Zuvor hatte Hurom bereits in Südkorea und den Vereinigten Staaten Patentklagen gegen den Wettbewerber gewonnen. Im Dezember 2024 sei die koreanische Handelskommission zu der Überzeugung gelangt, dass NUC die Patente von Hurom verletzt und unlautere Handelspraktiken angewandt habe, erklärte das Unternehmen. Deshalb sei eine Abhilfeverfügung erlassen sowie eine Geldstrafe verhängt worden. Im Juli vergangenen Jahres hatte das Amazon-Patentbewertungsverfahren Amazon Patent Evaluation Express (APEX) eine Patentverletzung durch NUC bestätigt. In der Folge mussten mehrere Entsaftermodelle der Marke Kuvings vom US-Markt genommen werden.

Vollautomatisch vakuumieren mit Caso Design

Mit dem kabellosen Handvakuumierer von Caso Design, Vacu OneTouch Pro, können große Mengen schnell vakuumiert werden, darunter Fleisch, Fisch, Obst, Gemüse oder Desserts. Die Pumpenleistung beträgt 12 Liter/Minute.



Im Lieferumfang des Vacu OneTouch Pro ist hochwertiges Zubehör enthalten. Dieses beinhaltet 4 stapelbare VacuBoxxen aus Glas (2600 ml, 1500 ml, 800 ml, 500 ml), 15 wiederverwendbare Vacu ZIP-Bags in verschiedenen Größen sowie den Aromaverschluss „WineLock“ (3x), mit dem bereits geöffnete Flaschen Wein oder Öl wieder versiegelt werden können.

Der Lithium-Ionen-Akku bietet eine Laufleistung von bis zu 85 Minuten.

Severin erweitert die Black Line

Severin hat die Black Line um Waffeleisen und Induktionskochplatten erweitert. Das Design der Black Line zeichnet sich durch ein edles, matt-schwarzes Finish aus. Die neuen Waffeleisen der Black Line bieten eine PFAS-freie Antihafbeschichtung, eine stufenlose Temperaturregelung sowie eine praktische Backampel (bei den belgischen Modellen). Dank platzsparendem Design und Kabelaufwicklung lassen sie sich zudem einfach verstauen.



Für kleine Haushalte eignet sich das Waffeleisen Single (UVP: 44,99 Euro). Das Waffeleisen Duo (UVP 59,99 Euro) backt zwei herzförmige Waffeln gleichzeitig. Für fluffige belgische Waffeln, die in weniger als drei Minuten goldbraun gebacken werden, eignet sich das belgische Waffeleisen mit hochwertiger Keramikbeschichtung zum Preis von 39,99 Euro (UVP). Die Waffeleisen der Black Line Edition sind ab Mai erhältlich.

Die platzsparenden Kochfelder der Black Line Edition zeichnen sich durch moderne Induktionstechnologie sowie intuitive Touch-Bedienung aus. Sicherheitsfeatures wie automatische Abschaltung, eine Temperaturregelung von 60 bis 240 °C und zehn Leistungsstufen sorgen nach Angaben von Severin für präzises, energiesparendes Kochen. Die Induktionskochplatte KP 1032 (UVP 74,99 Euro) eignet sich zum Kochen in Single-Haushalten oder als Zu-

satzkochfeld. Die DK 1033 Doppel-Induktionskochplatte (UVP 169,99 Euro) bietet zwei Kochzonen – geeignet für Familien, kleine Apartments oder auch unterwegs.

Für komfortable Bedienung sorgen 10 Leistungsstufen, eine Temperaturregelung von 60 bis 240 °C sowie Timer-Funktion und automatische Abschaltung. Die Induktionskochplatten der Black Line sind ebenfalls ab Mai erhältlich.

Neue Pro-Serie von Thomas

Die neue Pro-Serie des Siegerländer Unternehmens Thomas mit dem Topmodell Pet & Family Pro 4All ist eine Kombination aus der Aqua- und der Cycloon-Technologie des Unternehmens mit einem speziellen Sprüh-Saug-System und mit umfangreichem Zubehör ab sofort im Handel erhältlich.

Der Pet & Family Pro 4All ist Staubsauger, Nassreiniger, Wischsauger, Fleckentferner und Siphonreiniger in einem und kann bei Einsatz der Aqia-Filterbox sogar als Lufterfrischer dienen. Mit einer maximalen Saugpower von 1.700 Watt können selbst feinste Tierhaare aus Teppichen entfernt werden. Zum neuen Sauger gehört neben der Aqua- auch die Zyklon-Filterbox. Mit einem Handgriff können die Boxen ausgetauscht und je nach Bedarf genutzt werden. Zum Lieferumfang des neuen Saugers gehören zahlreiche Bodendüsen für die Trockenreinigung unterschiedlicher Bodenbeläge. Dabei hilft die leistungsstarke Turbodüse bei hartnäckigem Schmutz auf dem Wohnzimmerteppich. Praktisch ist die neue LED-Bodendüse CleanLight+. Sie macht versteckte Verunreinigungen in dunklen Ecken sichtbar und sorgt so für eine noch gründlichere Reinigung. Für den Bereich Nassreinigung gibt es – neben einer Spezial-Parkettreinigungsdüse mit Microfaserpad – die neue Bodensprühdüse mit EasyClean-Adapter für Teppich und Hartböden mit doppelter Bürstenleiste – sie arbeitet besonders effizient, denn sie kann in beide Arbeits-



Mit einer maximalen Saugpower von 1.700 Watt können selbst feinste Tierhaare aus Teppichen entfernt werden.

richtungen reinigen. Ein echter Zugewinn sind nach Angaben von Thomas auch die Siphondüse für alle Abflüsse sowie die Sprühex-Polsterdüse. Der Pet & Family Pro 4All sorgt dank der speziellen Tierhaarboden- und Tierhaarpolsterdüse für eine besonders effiziente Reinigung und ein sauberes Zuhause. Für mehr Komfort sorgt zudem die Funkfernbedienung im Handgriff. Der Thomas Pet & Family Pro 4All ist ab sofort für 499,95 Euro (UV) erhältlich.

Kabelloser Mixer Ninja Blast Max

Mit dem Ninja Blast Max stellt SharkNinja seinen bislang leistungsstärksten kabellosen Mixer vor, der nach Angaben des Herstellers auch gefrorenes Eis und andere harte Zutaten verarbeiten kann. Das Gerät ist in den Farben Blau, Grau, Lavendel und Silber erhältlich. Eine Akkuladung reicht für bis zu 25 Mix-Vorgänge. Die Bedienung ist einfach, denn dank der Auto-iQ-Technologie sind Programme für „Crush“ und „Smoothie“ abrufbar; dazu kommt ein manueller 30-Sekunden-Modus. Der abnehmbare Twist & Go-Becher fasst 570 ml und ist spülmaschinenfest; sein auslaufsicherer Deckel hat eine Trinköffnung. Der Ninja Blast Max kostet 99,99 Euro (UVP).



Neue Floor One S9 Artist Serie von Tineco

Tineco hat die neuen Wischsauger Floor One S9 Artist und Floor One S9 Artist Premium angekündigt, die schon äußerlich durch ihr ungewöhnliches Design auffallen, aber auch technisch etwas zu bieten haben. So kann der integrierte iLoop Smart-Sensor Verschmutzungen erkennen, damit das Gerät Saugleistung und Wasserfluss automatisch anpassen kann. Zur Ausstattung gehört auch ein doppeltes Schutzsystem gegen das Verheddern von Haaren in der Bürstenrolle.

Der liegend nur 12,85 cm hohe Wischsauger lässt sich für die Reinigung unter Möbeln flach auf den Boden legen.



Äußerlich fallen die neuen Wischsauger durch ihr Design auf: Dank ihrer besonders flachen Bauweise (nur 12,85 cm im Liegezustand) und der Möglichkeit, das Gerät flach auf den Boden zu legen, sind sie besonders gut für die Bodenreinigung unter Möbeln geeignet. Dabei lassen sie sich nach Angaben von Tineco auf engem Raum um 360° manövrieren. Durch die neue Anordnung des Frischwassertanks direkt über der Rolle fühlt sich das Gerät am ergonomisch gestalteten Griff leicht an, während der Anpressdruck der Rolle am Boden erhöht wird. Hervorzuheben ist auch die automatische Selbstreinigung: Mit der 85 °C FlashDry-Technologie wird die Bürstenrolle hygienisch gewaschen und getrocknet, bleibt dabei aber dank ihres bi-direktionalen Antriebs flauschig und einsatzbereit.

Die Wischsauger kosten jeweils 899 Euro. Das Modell S9 Artist ist (in blau mit einem Filter und einer Ersatzbürste) bei Tineco und Amazon online, der S9 Artist Ultra (in silber mit jeweils zwei Filtern und Ersatzbürsten) auch im stationären Handel erhältlich.

Amica
for living

HoodConnect Pro

Smarte Abstimmung zwischen Induktionskochfeld und Dunstabzugshaube

Die HoodConnect Pro Technologie ermöglicht es der Dunstabzugshaube über Bluetooth automatisch auf die Kochvorgänge auf dem Kochfeld zu reagieren. Sobald das Kochfeld eingeschaltet wird, übernimmt die Autosteuerung: Das Licht geht an und die Abluftleistung passt sich automatisch je nach Nutzung an.

Mova kündigt wichtige Neuheiten an

Premium-Marke für Intelligenz

Auf der IFA 2024 erblickte die neue Technologie-Marke Mova das Licht der Öffentlichkeit. Nun gab der Anbieter auf einem großen Launch-Event in Berlin vor zahlreichen Medienvertretern einen ambitionierten Ausblick auf seine Produkt- und Marketingstrategien für Westeuropa. Denn mit einem Sortiment von Kleingeräten in den Segmenten Bodenpflege, Outdoor, Beauty, Küche und Haustiere soll Mova bereits im kommenden Jahr zu einer der Top-Marken für smarte Haushaltshelfer werden. Im Mittelpunkt der Präsentation standen Neuheiten für die Bodenpflege, darunter neben einem Handstaubsauger zwei innovative Saugroboter.

„Der Markt für Haushaltsroboter wächst derzeit sehr schnell, aber trotzdem entsprechen viele Produkte noch nicht den tatsächlichen Bedürfnissen der Konsumenten“, erklärte Eki Yang, Head of Marketing Mova Western Europe. „Das wollen wir mit einem Portfolio von KI-getriebenen, hochintelligenten und voll integrierten Produkten ändern.“ Dabei setze die neue Marke ausdrücklich auf europäische Kompetenz, betonte Yang. Dafür wird derzeit ein Design-Center in Paris eingerichtet, und in München entsteht ein Forschungs- und Entwicklungszentrum. 70 Prozent der 1000-köpfigen Belegschaft des jungen Unternehmens seien in der Produktentwicklung beschäftigt, mehr als 2.000 Patente habe Mova bereits angemeldet, erklärte Yang.

Mit innovativen Produkten soll die junge Marke vor allem im Premium-Segment positioniert werden. Dazu beitra-



Ein Beispiel für Mova-Innovation: Der neue Saug-Wisch-Roboter Z50 Ultra erkennt mit Hilfe von zwei Kameras und AI die Art und den Grad der Verschmutzung, der walzenförmige Wischmop reinigt sich bei jeder Umdrehung selbst.

gen soll auch eine Dreijahres-Garantie für alle Artikel. „Das gibt unseren Handelspartnern und den Endkunden nicht nur Sicherheit, sondern unterstreicht auch unseren Qualitätsanspruch“, betonte Yang. „Denn eine längere Garantiezeit kann man nur gewähren, wenn man bessere Komponenten einsetzt, besonders strikte Testmethoden anwendet und einen guten Service vor Ort anbietet.“ Seit dem Start im Jahr 2024 scheint die MOVA Strategie aufzugehen. Im ersten Quartal 2025 betrug der Umsatz bereits das 1,35-Fache des Gesamtumsatzes von 2024, was eine starke Dynamik zeigt. Bis 2026 will Mova zu einem der führenden Anbieter im Segment der intelligenten Kleingeräte werden.

Mehr Robotic wagen

Bei den Haushaltsrobotern will Mova durch eine gekonnte Kombination von Künstlicher Intelligenz mit innovativer Mechanik einen deutlich höheren Grad von Automatisierung erreichen, als es bisher möglich war. Dafür gibt es vier Produktlinien: die E-Serie für den Einstiegs- bzw. mittleren Bereich und die P-Serie für die Premium-Klasse, die derzeit mit dem bereits erfolgreichen Modell P50 Pro Ultra besetzt wird. In Berlin stellte Mova nun mit dem neuen Saug-Wisch-Roboter V50 Ultra Complete ein neues Flaggschiffmodell vor und kündigte zudem mit dem Z50 Ultra ein weiteres Produkt mit besonders innovativen Wisch-Funktionen an.

Der neue V50 Ultra Complete findet sich dank seines FlexiRise Navigationssystems, das einen DToF Sensor zur präzisen Entfernungsmessung mit einer KI-unterstützten Kamera verbindet, auch in komplexen Umge-

bungen zurecht. Wenn die Sensor-Einheit eingefahren wird, reduziert sich die Gesamthöhe des Roboters auf 89,5 mm – so kommt er auch unter viele Möbelstücke. Ein mechanisches Highlight ist das StepMaster System: Damit kann der Roboter bei Bedarf seine „Beine“ ausfahren, um Hindernisse, Teppichkanten oder kleine Stufen bis zu 6 cm Höhe selbständig zu überwinden. Die Saugkraft des V50 Ultra Complete kann bis zu 24000 Pa erreichen. Dabei kann die Leistung entsprechend dem Verschmutzungsgrad und Einsatzzweck angepasst werden. Beim Wischen setzt der V50 Ultra Complete bei hartnäckigen Verschmutzungen bis zu 50 Grad warmes Wasser ein. Zwei Reinigungstanks machen es möglich, die passende Flüssigkeit für normale Reinigungen und eine weitere für die Beseitigung von geruchsintensiven Haustier-Hinterlassenschaften zu bevorraten. Nach getaner Arbeit fährt der V50 Ultra Complete nicht nur selbstständig zur Basisstation zurück und entleert seine Schmutzbehälter, sondern kann auch die Wischmops mit bis zu 60 Grad heißer Luft trocknen, so dass sie bereits nach einer Stunde wieder einsatzfähig sind. Der Mova V50 Ultra Complete ist bereits für 1.399 Euro (UVP) erhältlich.

Durch eine besonders innovative Wischtechnik zeichnet sich der Saug-Wisch-Roboter Z50 Ultra von Mova aus. Er arbeitet nicht mit herkömmlichen Wischpads, sondern mit einer walzenförmigen Bürste, die sich bei jeder Umdrehung praktisch selber reinigt, indem Schmutzwasser abgestreift und Frischwasser aufgesprüht wird. Bei der Saugfunktion leistet das Gerät beachtliche 19.000Pa. Lange Haare werden in der Bürste klein geschnitten und



Nach getaner Arbeit fährt der V50 Ultra Complete selbstständig zur Basisstation zurück und entleert seine Schmutzbehälter

können sich deshalb nicht darin verfangen. Der Mova Z50 Ultra ist bereits für 1.199 Euro (UVP) erhältlich

Fachhandel wichtiger Vertriebsweg

Beim Vertrieb der Premium-Produkte setzt Mova auch auf den Fachhandel. Bereits jetzt arbeitet das Unternehmen mit Mediamarkt Saturn und wichtigen Kooperationen zusammen. „Wir wollen nicht nur einzelne Produkte verkaufen, sondern die Endkunden für ein ganzes Ökosystem gewinnen, in dem unterschiedliche Geräte auf intelligente Weise miteinander kommunizieren“, erklärte Kurt Wang, Head of Sales Western Europe bei Mova. „Dafür ist es entscheidend, dass die Menschen Gelegenheit haben, unsere Produkte live zu erleben und sich selbst von ihrer Funktionalität und Qualität zu überzeugen. Deshalb setzen wir nicht nur auf den Fachhandel als Vertriebsweg, sondern unterstützen unsere Partner am PoS und werden in den nächsten Monaten aufmerksamkeitsstarke Kampagnen starten, um viele Kundinnen und Kunden in die Geschäfte zu führen.“

Praktischer Nass- und Trockensauger

Mit dem X4 Pro hat Mova einen Nass- und Trockensauger angekündigt, der es einfach macht, auch hartnäckige Verschmutzungen in einem Arbeitsgang zu beseitigen. Dabei setzt das Gerät mit der SpotHeat Funktion bis zu 80 Grad heißes Wasser ein, um mit einem Sprühstoß selbst hartnäckige Fettflecken, verschütteten Kaffee und andere klebrige Verschmutzungen schnell zu entfernen. Die Temperatur von 80 Grad bezieht sich auf den Boiler des Wischsaugers, auf dem Boden kommt die Flüssigkeit mit etwa 45 °C an, so dass keine Beschädigung des Belages zu befürchten ist. Die Reinigungsleistung des Mova X4 Pro wurde vom TÜV Süd zertifiziert. Beim Staubsaugen kommt das Gerät auf bis zu 20.000Pa Saugkraft. Da es vollständig waagrecht genutzt werden kann, ist es auch für die Reinigung unter Möbeln, Betten oder Sofas mit niedrigen Unterkanten (13 cm) geeignet. Auch in dieser Position bleibt die Saugkraft konstant, ein LED-Licht am Bürstenkopf sorgt für Überblick.

Heißes Wasser macht auch die Selbstreinigung des X4 Pro besonders gründlich. Dabei wird die Bürste mit kochendem Wasser (100 °C) gereinigt, um 99,99 Prozent der Bakterien zu beseitigen, und anschließend mit 90 Grad heißer Luft getrocknet. Das geschieht nach Wahl geräuscharm im Smart Quiet Drying Modus oder innerhalb von fünf Minuten im Rapid Drying. Auch der neue Nass- und Trockensauger wird mit langen Haaren leicht fertig. Das Gerät ist ab sofort für 599 Euro (UVP) verfügbar.



Die Bürste des X4 Pro wird zunächst mit 100°C kochendem Wasser gereinigt und anschließend mit 90°C heißer Luft getrocknet.

Graef stattet Master Serie mit Feinschneidefunktion aus

Graef ergänzt bei ausgewählten Alleschneidern der Serie Master die stufenlose Feineinstellung im Schnittstärkenbereich 0 bis 2 Millimeter. Ab sofort können z. B. mit den Modellen M20F und M95F präzise Schnitte in 0,25-Millimeter-Schritten gesetzt werden.



Der Schlitten mit Edelstahlaufgabe kann zum einen über die Dauerschaltung betrieben werden; zum anderen verfügt er über eine intuitive Momentfunktion für einzelne Scheiben. Im letztgenannten Fall läuft die Maschine nur dann, wenn die Schalttaste mit dem Daumen gedrückt wird. Außerdem sorgt eine Kindersicherung mit elektrischer Sperre für zuverlässigen Schutz. Nach dem Schneiden können die frei zugänglichen Flächen, die abnehmbaren Komponenten und die hygienische Glasbodenplatte einfach gereinigt werden.

Das Premiummodell M95F in Eisenglimmergrau ist um 30° kippbar, wodurch das Schneidgut dank Schwerkraft fast von allein in Richtung Messer gleitet und auf der anderen Seite aufgefangen wird. Zudem bietet der Feinschneider umfangreiches Zubehör. Neben dem Edelstahltablett, das das Schneidgut direkt nach dem Schnitt sauber auffängt, ist auch der Kombi-Aufsatz Pro enthalten, der Resthalter und MiniSlicer in einem ist. Außerdem kann das Profimesser mit dem mitgelieferten Diamant-Messerschärfer immer wieder nachgeschärft werden; dank der ebenfalls mitgelieferten Messerabnahmevorrichtung kann das Messer einfach gereinigt werden. Der Alleschneider M20F ist ab sofort für 369,99 Euro (UVP) und der M95F für 399,99 Euro erhältlich.

Neuer Doppel-Kontaktgrill von Caso Design

Der neue SteakChef von Caso Design kann als Doppel-Kontaktgrill oder – vollständig aufgeklappt – als Tischgrill genutzt werden. Das Gerät in einem hochwertigen Gehäuse mit Glasabdeckung bietet 2.000 Watt Leistung

Die Temperatur (100 – 220 °C) und der Timer (bis 30 min) lassen sich über Drehregler komfortabel einstellen. Die Reinigung ist einfach, denn die abnehmbaren Grillplatten mit PFAS-freier Antihaf-Keramikbeschichtung sind spülmaschinene geeignet.



Durch die in den Grillplatten integrierten Heizelementen können mehrere Gerichte gleichzeitig gegrillt werden.

SpotClean HydroSteam von Bissell

Der SpotClean HydroSteam kann nach Herstellerangaben mit Dampf Flecken jeder Art, von hartnäckigen und fettigen Spuren in Teppich, Polstern, Vorlegern und Autoinnenräumen bis hin zu verfärbten Fliesenfugen entfernen. Anschließend wird alles gründlich aufgesaugt.

Die dreifache Reinigung aus Dämpfen, Schrubben und Saugen entfernt selbst hartnäckige, eingetrocknete Flecken und tiefsitzenden Schmutz. Neben der kraftvollen Dampf- und Saugleistung des praktischen Haushaltshelfers tragen dazu auch die unterschiedlichen Reinigungsmodi, verschiedene Bürstenaufsätze sowie die effektive Reinigungslösung von Bissell bei. Zwei separate Wassertanks trennen beim Reinigungsvorgang hygienisch sauberes von schmutzigem Wasser und lassen sich einfach befüllen und leeren.



Auch Kindersitze und Haustierbetten, Kissen und sogar verschmutzte Fugen in Bad oder der Küche, Vorhänge und dreckige Schuhe werden mit der Reinigung aus Dampf- und Saugkraft hygienisch sauber.

Der Bissell SpotClean HydroSteam zeichnet sich durch ein besonders kompaktes und handliches Format aus. Das Gerät lässt sich leicht bedienen und nach der Reinigung platzsparend verstauen.

Der neue Deebot T30C Omni von Ecovacs

Ecovacs Robotics erweitert ab sofort sein Sortiment um den neuen Deebot T30C Omni. Der smarte Saug- und Wischroboter hat eine Saugkraft von 18.000 Pa und arbeitet mit der präzisen TruEdge 2.0-Technologie für randgenaue Reinigung.

Mit dem ZeroTangle 3.0-System wird

die Verwicklung von Menschen- und Tierhaaren in der Seiten- und Hauptbürste vermieden. Die neue Omni-Station unterstützt nun auch die automatische Zugabe von Reinigungsmitteln, eine 5200 mAh-Batterie ermöglicht jetzt längere Saugtouren.

Der ZeroTangle 3.0-System ist ab sofort für 699 Euro (UVP) erhältlich.



Im Vergleich zum Vorgängermodell Deebot T30 wurde die Reinigungskapazität beim Deebot T30C Omni nochmals verbessert.

Testsiege • Awards • Auszeichnungen

An dieser Stelle erscheint ab sofort in jeder Ausgabe (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) eine Übersicht über Hausgeräte, die im Vormonat Testsiege errungen bzw. Awards und Auszeichnungen erhalten haben. Im April traf das auf Produkte von Beko, Haier, SharkNinja und Siemens Hausgeräte zu.

Beko

Beko erhielt bei den iF Design Awards 2025 sechs Auszeichnungen für die Marken Whirlpool, Grundig und Indesit in den Kategorien Produkt, User Experience (UX) und Kommunikation.



Das Beko W Collection Induktionskochfeld wurde mit dem iF Design Award 2025 ausgezeichnet.

Whirlpool erhielt drei Auszeichnungen für die W Collection (Produkt: W Collection Induktionskochfeld und W Collection Backofen-Set sowie User Experience: W Collection Backofen-Set).

Grundig erhielt zwei Auszeichnungen für nutzerorientierte Innovationen: Produkt (Elementa Hair Care Family) und User Experience (mobile App für Wärmepumpen und Regler). Für Indesit gab es eine Auszeichnung für kreatives Brand Storytelling.

Haier

Eine Jury aus über 100 Experten aus aller Welt wählte und zeichnete den Wasserkocher, den Toaster und den Mixer der I-Master Serie 7 als „einzigartig“ in Bezug auf Design und Technologie aus.

Der I-Master Serie 7 Standmixer knetet, zerkleinert und mixt mit nur einem Knopfdruck. Dank integrierter künstlicher Intelligenz erkennt er die drei Behälter automatisch



Die I-Master Serie 7 von Haier erhielt den iF Design Award 2025 in Bezug auf Design und Technologie.

und passt Geschwindigkeit und Laufzeit entsprechend an. Zu den verfügbaren Programmen, die auf einem LCD-Bildschirm angezeigt werden, gehört auch die Voreinreinigungsfunktion zur schnellen Reinigung von Klingen und Behältern.

Der I-Master Series 7 Toaster bietet 21 Röstoptionen, die Möglichkeit, die Brotseiten auf verschiedene Arten zu toasten sowie einen extralangen, extrabreiten Schlitz. Die beiden abnehmbaren und abwaschbaren Glasseiten ermöglichen eine vollständige visuelle Kontrolle und Live-Verfolgung des Backvorgangs. Die gewünschte Röstung lässt sich mit der hOn-App bequem per Fernzugriff auswählen und einstellen. Außerdem stehen zahlreiche Rezepte zur Verfügung. Auf dem LCD-Bildschirm können voreingestellte Funktionen ausgewählt und Favoriten gespeichert werden. Die herausnehmbare Krümelschublade und die Kleinbrotfunktion runden die Bedienerfreundlichkeit ab.

Der Wasserkocher der I-Master 7-Serie verfügt über 21 Automatikprogramme, die eine individuelle Temperaturregelung mit einer Genauigkeit von +/- 1 °C ermöglichen. Der doppelwandig isolierte Innenraum hält das Wasser bis zu 12 Stunden heiß und reduziert den Energieverbrauch bei nachfolgenden Tassen um bis zu 80 Prozent, heißt es in einer Pressemitteilung.

Das hochwertige Design umfasst eine extragroße Öffnung von 10 cm und einen vollständig abnehmbaren Deckel, der die Reinigung dank der integrierten Selbstreinigungsfunktion erleichtert. Mit der hOn-App können Temperatur und Programm per Fernzugriff ausgewählt und auf Rezepte sowie Tipps zur Verwendung und Pflege zugegriffen werden.

SharkNinja

Bei den TCG Awards 2025 wurde SharkNinja in der Kategorie Brand zum Sieger gekürt. Die Auszeichnung bestätigt den Einsatz des Unternehmens für maximale Kun-



SharkNinja erhält eine der wichtigsten Auszeichnungen der Branche – den TCG Award Brand of the Year.

denzufriedenheit, indem es echte Konsumentenprobleme mit innovativen Produkten löse und neue Kategorien erschließe, heißt es in einer Pressemitteilung.

Laut eines unabhängigen Marktforschungsinstituts dominiert die Marke Ninja die Kategorie Eismaschinen mit

einem Marktanteil von etwa 80 Prozent und sei damit Marktführer in diesem Segment. Mit über einer Milliarde Aufrufen auf Instagram zeige sich das große Interesse der Verbraucherinnen und Verbraucher. Ähnlich sehe die Entwicklung bei Air Fryern aus, einer Kategorie, in der es Ninja in kürzester Zeit gelungen sei, Marktführer in Deutschland zu werden.

Marktforscher haben Shark im Jahr 2025 als die bisher am stärksten wachsende Marke im Bereich der kabellosen Staubsauger ermittelt. Stetig wachsender Beliebtheit erfreue sich darüber hinaus die Shark Saugroboter sowie die Nass- und Trockensauger – nach Angaben von SharkNinja eine Kategorie, die bei Verbraucherinnen und Verbrauchern immer stärker in den Fokus rückt und großes Potenzial bietet.

Die TCG Awards gehören zu den wichtigsten Auszeichnungen der Technologie- und Haushaltsgerätebranche.

Siemens Hausgeräte

In der Stiftung Warentest Ausgabe 4/2025 wurden acht voll- und fünf teilintegrierte sowie drei freistehende Geräte getestet. Alle ausgewählten Maschinen sind 60 cm breit und verfügen über Energieeffizienzklasse A oder B. Nicht nur der vollintegrierte iQ700 Geschirrspüler SN87TX00CE von Siemens erhielt die Gesamtnote 2,1



Der vollintegrierte Geschirrspüler SN87TX00CE von Siemens erhielt die Gesamtnote 2,1 (Gut) bei der Stiftung Warentest.

(Gut). Auch der teilintegrierte SN57TS00CE des Herstellers landete in seiner Kategorie an der Spitze – ebenfalls mit 2,1 (Gut). Beide Geräte sind mit der patentierten Zeolith-Technologie ausgestattet, die insbesondere das Trocknen des Geschirrs verbessern soll.

Die beiden Testsieger konnten in allen Spülprogrammen glänzen. So erhielten sie die Note 2,3 beim Automatikprogramm, beim Eco/Spar- sowie beim Kurzprogramm jeweils die Bestnote. In allen drei Bereichen prüften die Tester das Reinigen und Trocknen von normal verschmutztem Geschirr sowie die dafür benötigte Dauer. Daneben flossen Strom- und Wasserverbrauch in die Bewertung ein. Für das Automatikprogramm untersuchte Stiftung Warentest außerdem die Anpassung an unterschiedliche Geschirrmengen und Verschmutzungen.

Sowohl beim Schutz vor einem Wasserschaden als auch bei der Verarbeitung bekamen die beiden Siemens Testsieger das Doppel-Plus (Sehr Gut).

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. 26 v. 1. Januar 2025.

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

Helene Wischer putzt selbst



Foto: Ingrid Wagner

Vor SharkNinja habe ich wirklich großen Respekt. Selbst als Rentner kann ich mich nicht erinnern, jemals zuvor erlebt zu haben, wie ein einzelnes Unternehmen mit innovativen Ideen ein ganzes Marktsegment praktisch alleine nach vorne bringt. Jetzt haben die Amerikaner noch eine Idee gehabt: Sie gaben bei One Poll eine Online-Umfrage in Auftrag, um bei den Besitzern von Saugrobotern in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Italien, Norwegen, Spanien, Polen und den Vereinigten Emiraten zu ermitteln, ob sie ihren Saugrobotern Namen geben. Am häufigsten kommt das in Deutschland vor. Nicht weniger als 71 Prozent der smarten Haushaltshilfen wurden hier schon einmal beim Namen gerufen. Dagegen kommen andere Länder gerade einmal auf gut 50 Prozent.

Fast die Hälfte der Befragten in Deutschland sind der Meinung, dass Saugroboter eine Persönlichkeit haben und bauen eine emotionale Beziehung zu ihnen auf. Ob sie dabei die praktischen Helfer als männlich oder weiblich wahrnehmen, wurde nicht gefragt.

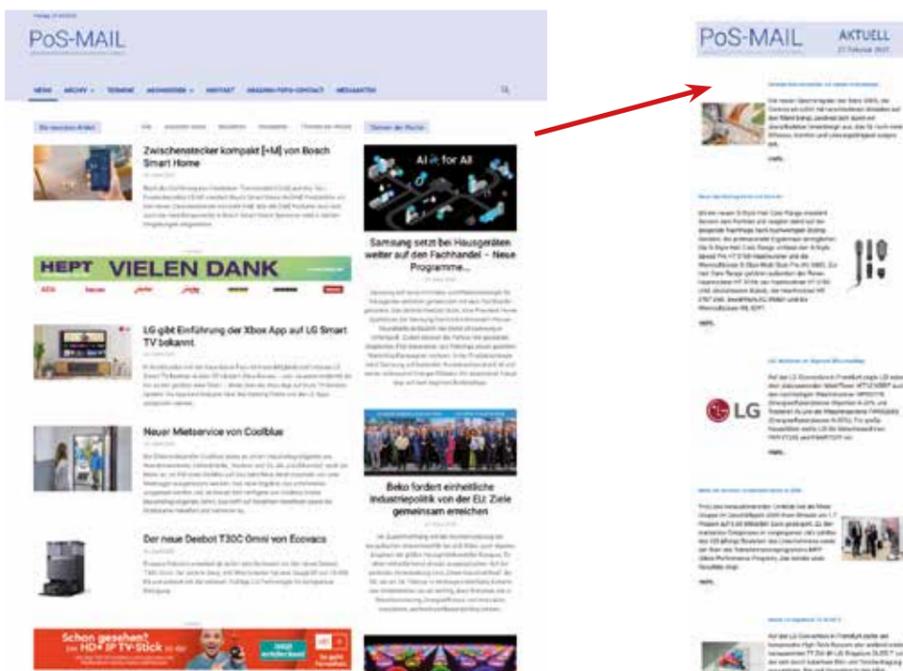
Aber wir wissen, dass die Shark Markenbotschafterin Judith Rakers ihren PowerDetect Saugroboter liebevoll Sharky nennt und dass die große Mehrheit bei der Namensgebung Variationen von Robert (Bob, Rob, Robby) bevorzugt. Manche nennen ihren Roboter auch Rambo, und Frohnaturen rufen das Produkt „Helene Wischer“.

Besonders interessant finde ich die Erkenntnis, dass Menschen auch anderen Haushaltsgeräten Namen geben. 12 Prozent der Deutschland haben das schon einmal mit ihrer Kaffeemaschine getan, und 11 Prozent wissen, wie ihre Waschmaschine heißt.

Ich entnehme der Umfrage, dass für viele Menschen Technik-Produkte zu Familienmitgliedern geworden sind. Das soll mir Recht sein, solange meine Frau nicht den Staubsauger meint, wenn sie Franz ruft.

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 finden Sie alle weiteren Informationen.



Bauknecht

SUPREME SILENCE WASCHMASCHINEN

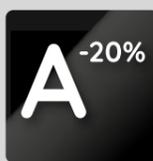
Die leise Art zu waschen

BESONDERS LEISE

Dank innovativem Zen Motor mit Direktantrieb weniger Vibrationen und eine geringere Schleuderdrehzahl.

BESONDERS SPARSAM

Dank Dynamic Intelligence Technologie bis zu 45 %* Energie pro Waschgang sparen.



A-20%

Spart bis zu 20 % Energie im Vergleich zu den Mindestanforderungen der Klasse A. Das schont die Haushaltskasse und die Umwelt.



Zeitraum

01.05. - 30.06.25

Die aufmerksamkeitsstarke Werbekampagne von Bauknecht:
Bestellen Sie rechtzeitig Supreme Silence Waschmaschinen



ZUM WERBESPOT



*Getestet im Kurz 45', Baumwoll-, Mischwäsche- und ECO 40°-60°- Programm mit und ohne Dynamic IntelligenceTechnologie.
**Gültig für eine Standard-Lieferung im Aktionszeitraum vom 01.05. bis 30.06.2025 für alle Bauknecht Supreme Silence Waschmaschinen bei allen teilnehmenden Handelspartnern (Otto, Media Markt, Saturn, Expert, Amazon, Medimax, Coolblue und Bauknecht.de)