

Bosch und
Siemens Hausgeräte auf der IFA

Neuheiten in allen Bereichen

Auf den traditionell großzügig gestalteten Ständen der Marken Bosch und Siemens in Halle 1 präsentierte sich die BSH auf der IFA mit zahlreichen Neuheiten. Neben effizienten Geräten für die Wäschepflege, darunter ein Wärmepumpentrockner mit EEK A, gab es zahlreiche Innovationen für die Küche. Besonders interessant: die neue Dampfschublade, die als Ergänzung zum Backofen in jede Standard-Schubladennische passt.

Hinter der nur 14 Zentimeter hohen Glasfront befindet sich ein voll ausgestatteter Dampfgarer mit 10 Litern Kapazität; Temperaturen und Zeiten lassen sich über das integrierte Farb-Touch-Display einstellen, zehn Automatikprogramme können direkt am Gerät und weitere über die App



Die Dampfschublade lässt sich in 60er Nischen direkt unter anderen Küchengeräten einbauen, aber auch einzeln platzieren.

aktiviert werden. Die Dampfschublade lässt sich in 60er Nischen direkt unter einem Backofen, einer Mikrowelle oder einem Kaffeevollautomaten einbauen, aber auch einzeln platzieren.

Die aktuellen Designtrends spiegeln sich bei Bosch und Siemens in matten Einbaugeräten wider. So umfasst die Matt Edition von Sie-

mens 25 Geräte, vom Backofen über Induktionskochfelder bis zur Dunstabzugshaube, Wärmeschublade und zum Einbau-Kaffee-Vollautomaten. Der neue iQ700 KI-Backofen kann jetzt per Kamera bis zu 100 Anwendungen erkennen und automatisch das richtige Programm wählen, um z. B. Hähnchenteile mit Gemüse oder Lachsfilet zuzubereiten, Brownies

oder Streuselkuchen zu backen und Spinat oder Hackfleisch aufzutauen. Ebenso weiß die KI, wann sie Hefeteig gehen lassen oder Teller anwärmen soll. Die richtige Einstellung muss nur noch bestätigt werden, damit der Ofen startet.

Smarte Kleingeräte

Bosch präsentierte smarte Kleingeräte, darunter die Spotless Saug- und Wischroboter, die in jeweils zwei Premium- und Basic-Modellen erhältlich sind. Sie sind mit der Carbon Power Brush ausgestattet, die Carbonfasern für die Hartbodenreinigung mit Kunstfasern für die Teppichpflege kombiniert. Die Basic-Modelle Spotless und Spotless + sind mit einem statischen Wischpad, die Premium-Varianten Spotless Max und Spotless Max Cam mit zwei rotierenden Wischpads ausgestattet, von denen eines automatisch ausfährt, um auch Ecken zu reinigen. Die neuen Spotless Roboter sind ab sofort zu Preisen von 519 Euro (UVP) erhältlich.

Eine praktische Neuheit ist auch der

*Der neue
iQ700
KI-Backofen
kann jetzt
bis zu 100
Anwendun-
gen erkennen
und auto-
matisch
das richtige
Programm
wählen.*



erste Einbau Saug- und Wischroboter mit Servicestation, den Bosch zusammen mit Ecovacs entwickelt hat und der im Frühjahr nächsten Jahres auf den Markt kommen soll.

Aus BlueMovement wird All-in+

Auf der IFA hat die BSH eine Weiterentwicklung des bisherigen Full-Service-Angebotes BlueMovement angekündigt. Unter dem neuen Namen All-in+ soll das Abo-Modell den Zugang zu hochwertigen Markengeräten noch leichter machen. Dabei können die Kunden entscheiden, ob sie das Gerät mieten oder

monatlich finanzieren möchten. Die letztgenannte Variante heißt All-in+ Yours und ermöglicht den unkomplizierten Erwerb von Neugeräten, während generalüberholte Produkte als All-in+ Use Angebot gemietet werden können.

Zudem gibt es mit All-in+ Business Solutions ein Service-Angebot für Unternehmen, die Ausstattungen von der Coffee Corner im Start-up-Office bis zu Waschmaschinen und Trocknern in Ferienwohnungen oder betreutem Wohnen nachhaltig und liquiditätsschonend nutzen möchten. Lieferung, Aufbau und Service gehören zum Gesamtpaket. →

*Der erste
Einbau Saug-
und Wischroboter
mit Servicestation
wurde von Bosch
gemeinsam
mit Ecovacs
entwickelt.*



Christoph Luis, Leiter des Vertriebskanals
Elektrohandel bei der BSH

„Der Fachhandel bleibt im Fokus“

Im Sommer hat die BSH eine komplette Neuaufstellung des Vertriebs für zahlreiche Marken bekanntgegeben (siehe PoS-MAIL 8/2025, S. 18): Jetzt bietet ein Vertriebsteam dem Handel die Portfolios der Marken Bosch, Siemens, Neff und Constructa aus einer Hand an. Die Leitung des Vertriebskanals Elektrohandel hat am 1. August Christoph Luis übernommen. PoS-MAIL hat auf der IFA mit dem Manager darüber gesprochen, was das neue Konzept für die Handelspartner bedeutet.

PoS-MAIL: Herr Luis, die Neuorganisation des Vertriebs für die Marken Bosch, Siemens, Neff und Constructa

sorgt im Fachhandel für viel Gesprächsstoff. Was steckt hinter der Maßnahme?

Christoph Luis: Mit der Neuorganisation des Vertriebs reagieren wir auf die aktuelle Marktsituation, um uns auf die Anforderungen der Konsumentinnen und Konsumenten einzustellen und dabei den Fachhandel noch wirksamer als bisher zu unterstützen. Was sich dabei nicht ändert: Die Markenvielfalt der BSH ist und bleibt eine große Stärke unseres Unternehmens, und unser Vertriebsteam ist gut darauf vorbereitet, den Handel mit unserem Marken- und Sortimentsportfolio bestmöglich zu unterstützen.

PoS-MAIL: Trotzdem hört man aus dem Fachhandel häufig die Frage, ob die BSH ihre Unterstützung für diesen Vertriebsweg reduziert.

Christoph Luis: Auf diese Frage gibt es eine klare Antwort: nein. Der Fachhandel bleibt im Fokus der BSH, die nach wie vor das stärkste



Christoph Luis, Leiter des Vertriebskanals Elektrohandel bei der BSH: „Der Fachhandel bleibt im Fokus der BSH.“

Außendienst-Team der Branche unterhält und über den Mittelstandskreis den direkten Kontakt zu ihren Partnern pflegt. Daran wird sich auch in der neuen Konstellation nichts ändern. Die selektiven Vertriebskonzepte bleiben ebenfalls Bestandteil unserer Strategie.

PoS-MAIL: Dennoch setzt die BSH auch bei ihrem neuen Konzept weiterhin auf Direktvertrieb.

Christoph Luis: Wir bieten unsere Geräte tatsächlich wie bisher in unseren Online-Shops an, und zwar deshalb, weil dies von vielen Kundinnen und Kunden erwartet wird. Hier liegt aber kein Schwerpunkt unserer Vermarktungsstrategie, sondern wir sehen diese Aktivität als Ergänzung zum Vertrieb im stationären Handel, der bei uns nach wie vor höchste Priorität hat.

PoS-MAIL: *Sie positionieren das bisherige Service-Angebot BlueMovement unter dem Namen All-in+ neu. Kann der Fachhandel davon auch profitieren?*

Christoph Luis: Der Fachhandel ist uns bei All-in+ als Partner willkommen, wie er es schon bei BlueMovement war. Allerdings gibt es bisher nur wenige Handelsunternehmen,

die sich ernsthaft für eine Teilnahme interessieren. Einer der Gründe liegt darin, dass viele Händler ihr Hauptgeschäft immer noch auf dem Geräteverkauf und dem klassischen Kundendienst sehen. Mit All-in+ ermöglichen wir es dem Fachhandel, das komplette Paket aus Rundum-Service, Premium-Hausgerät und flexiblen Zahlungsmethoden anzubieten – ohne eigene Investitionen in Abwicklung oder Logistik – und somit neue Kunden zu gewinnen, bestehende enger zu binden und sich klar als Anbieter nachhaltiger Lösungen zu positionieren. Deshalb hat All-in+ das Potential, auch für Fachhändler zu einem lohnenden Geschäftsmodell zu werden.

PoS-MAIL: *Zum Schluss eine Frage zum vierten Quartal: Welche Unterstützung kann der Fachhandel in die-*

ser wichtigen Zeit von der BSH erwarten?

Christoph Luis: Auch in der neuen Konstellation werden wir den Fachhandel im vierten Quartal mit attraktiven Angeboten rund um den Black Friday unterstützen. Zusätzlich sorgen wir mit Cashback-Aktionen für Nachfrage-Impulse – auch über den Black Friday und die Weihnachtszeit hinaus. So gibt es z. B. im Rahmen der extraKlasse Kampagne für mehr als 70 Geräte von Siemens bis zu 100 Euro Cashback – und das bis zum 28. Februar 2026. Auch für die Marken Bosch, Constructa und Neff sind Cashback-Aktionen geplant, von denen der Fachhandel profitieren kann.

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