

hitec

DAS FACHMAGAZIN FÜR HOME-
UND CONSUMER ELECTRONICS

MIELE WÄSCHEPFLEGE

Die weltweit erste rippenlose Waschtrommel

Miele



Miele InfinityCare
Schontrommel

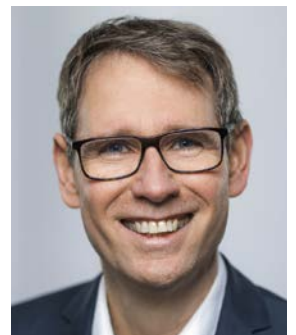


SPEZIAL KÜHLEN

Cool. Clever.
Connected.

ÄPFEL + BIRNEN

Die Besten
der Besten



IM GESPRÄCH:
MATTHIAS ASSMANN
ELECTRONICPARTNER



Prepare for the unexpected.

5.–9. September 2025
Messe Berlin

KALTER KAFFEE HEISS BEGEHRT!



Oma schlürft Filter – Enkel mixen Cold Brew. 89 % der Deutschen trinken regelmäßig Kaffee. Aber: Während bei den über 55-Jährigen die Kaffeetasse fast schon an der Hand angewachsen ist, hat die Gen Z andere Pläne. Nur rund 63 % der 18- bis 24-Jährigen greifen überhaupt noch zum Kaffee – und wenn, dann bitte mit Style. Filter? Alt. Schwarz? Langweilig. Die Jugend will's cool – im wahrsten Sinne.

Siebträger, Cold Brew, Slushy – Hauptsache abgefahren. Kaffeefullautomaten mit Cold-Brew-Funktion, stylische Siebträger, Smoothie-Blender und Slushy-Maker stehen bei jungen Leuten ganz oben auf der Wunschliste. Der Trend? Weg vom Standard – hin zum Selbermachen, Experimentieren, Ausprobieren. Was früher der Filter war, ist heute die eigene Getränkestation: mal Café, mal Cocktailbar, mal Instagram-Set.

Wer jung verkauft, verkauft Vielfalt. Elektrofachhändler sind längst auf Kurs – jetzt geht's darum, die Vielfalt noch weiter auszubauen. Ergänzen statt ersetzen: Cold-Brew-Maschinen, Mixer mit Power, Slushy-Maker mit Showeffekt. Wer mit coolen Geräten punktet, landet bei der neuen Generation ganz vorn im Einkaufswagen. Denn mal ehrlich: Ein Slushy zum Frühstück? Warum eigentlich nicht.

Genießen Sie die nächste Pause mit Ihrem Lieblingsgetränk!

Steffen Kahnt
BVT-Geschäftsführer

TITEL



Auf der IFA in Berlin wurden die Flaggschiffe der neuen Wäschepflege-Generation bereits vorgestellt – jetzt kommt die „Nova Edition“ von Miele auf den Markt. Die Modelle sind nicht nur randvoll mit innovativer Technik. Dank der „InfinityCare Schontrommel“ ist der Umgang mit Textilien maximal sanft. Herzstück der Waschmaschine ist die weltweit erste Trommel ohne die sogenannten Mitnehmerrippen. Stattdessen sorgen die „Königswaben“ für das Wenden und Durchmischen der Wäsche. (FOTO: MIELE)

5/25

BRANCHE & MARKT

- 5 **Telekom:** Deutschland digitalisieren
- 6 **Magazin:** Branchennews
- 8 **Samsung:** Die Welt ist nicht genug
- 9 **Miele:** Die sanften Helfer

INTERVIEW DES MONATS

- 10 **ElectronicPartner:** Matthias Assmann, Sprecher des Vorstandes

SPECIAL

- 12 **Kühlen:** Cool. Clever. Connected

ÄPFEL & BIRNEN (NR. 41)

- 16 **Frisch gepflückt:** Die reifsten Früchte mit den saftigsten Argumenten




**10 INTERVIEW
DES MONATS**

ElectronicPartner: **Matthias Assmann**, Sprecher des Vorstandes, über die Rolle von Kommunikation, Kooperation und die Kultur eines Mittelständlers.



18 ANTWORTEN

„Mein Motorrad“
Nedzad Gutic, Vice President
Home Appliances Samsung

ANTWORTEN

- 18 **„Mein Motorrad“**
12 Fragen an Nedzad Gutic, Vice President
Home Appliances Samsung

STÄNDIGE RUBRIKEN

- 3 **Editorial**
- 4 **Impressum**

WWWTAGESAKTUELLE NEWS AUF UNSERER HOMEPAGE HITEC-MAGAZIN.DE**IMPRESSUM**

Offizielles Organ des Bundesverband Technik
des Einzelhandels e.V. (BVT)

Copyright und Verlag:
Handels-Servicegesellschaft mbH (HSG)
An Lyskirchen 14
50676 Köln
0221 27166-0

IBAN: DE20 3705 0299 0000 2823 23
SWIFT/BIC: COKS DE 33

Internet: www.hitec-magazin.de

E-Mail: info@hitec-magazin.de

Geschäftsführung: Steffen Kahnt

Redaktion:

Joachim Dünkemann, 0221 27166-14
Steffen Kahnt (V.i.S.d.P.), 0221 27166-10
Franziska Köster, 0221 27166-15
Annika Schmitz, 0221 27166-13

Redaktionsassistent: Katharina Albiez, 0221 27166-11

Redaktionsadresse:

hitec-Magazin, c/o HSG,
An Lyskirchen 14, 50676 Köln

Administration: Annika Schmitz, 0221 27166-13

Anzeigen:

Verlagsbüro Felchner
Julia Pagelkopf
Alte Steige 26
87600 Kaufbeuren
08341 96617-83

Druck und Litho:

Strube Druck & Medien GmbH
Stimmerswiesen 3
34587 Felsberg
05662 9487-0

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Köln.

Mit Namen gekennzeichnete Artikel stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion dar.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt.

Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar.

Sitz der Gesellschaft: Köln
Handelsregister B Köln / HRB 54544
Steuer-Nr.: 214 / 5807 / 1898
Umsatzsteuer-ID: DE239779099

Deutschland digitalisieren

Seit August 2023 ist Wolfgang Metze Geschäftsführer Privatkunden der Telekom Deutschland. Als Privatkunden-Chef leitet er das Breitband- und Mobilfunkgeschäft und verantwortet zusätzlich die Strategie und Umsetzung des Glasfaserausbaus. Außerdem ist er für die Themen Customer Experience, Digital Channels und Magenta Entertainment (TV) verantwortlich. Wo er Wachstumschancen sieht, verrät er im hitec-Interview.

hitec: Herr Metze, Sie reklamieren das beste Preis-Leistungs-Verhältnis im deutschen Mobilfunkmarkt für die Telekom. Wie kommen Sie darauf?

Wolfgang Metze: 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 den Shops. Und wir haben die besten Produkte. Mit unserem Loyalitätsprogramm „Magenta Moments“ belohnen wir Treue. Das geht von extra Datenvolumen über Tickets für bereits

Wir wollen die zufriedensten Kunden und darum bleiben wir nicht stehen und schauen immer: Was ist wichtig, was brauchen die Menschen? Und 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.

Die Netzabdeckung wird von Kunden manchmal als problematisch empfunden – was tun?

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 lang, bis ein Mast genehmigt ist –

ausverkaufte Konzerte hin zu Partner-Deals mit beispielsweise Disney.

Wie sollen Ihre Mobilfunk-Tarife noch attraktiver werden?

Ab April gibt es mehr Datenvolumen in allen Tarifen. Und noch nie war es so leicht, sogar unbegrenztes Datenvolumen zu bekommen. Denn wir gestalten unsere Familien-Tarife neu. Wenn ein Kunde unseren mittleren Tarif bucht und dann für ein Familienmitglied, ein WG-Mitglied, Freund oder Freundin eine zweite SIM-Karte hinzubucht, haben beide Karten unlimitiertes Datenvolumen mit 5G-Geschwindigkeit.

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.

Wie sieht es an den Strecken der Deutschen Bahn aus?

Unsere Aufgabe ist es, das Mobilfunksignal an die Schienen zu bringen. Das tun wir. 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. Wir haben in Deutschland relativ viele Tunnel. Die sind komplexer zu versorgen, weil wir spezielle Genehmigungen brauchen.

Wie weit ist die Telekom beim Glasfaserausbau in Deutschland?

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 Glasfaserarif der Telekom entschieden haben, um mehr als 50 Prozent steigern. Bis 2027 soll der jährliche Zuwachs auf eine Million neuer Kunden anwachsen.

Wie steht's um die Entwicklung von Magenta TV?

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 Live-Shows echte Lagerfeuermomente sind. Und genau darüber redet man am nächsten Tag mit Freunden oder Kollegen.

Welche Chancen entstehen mit Künstlicher Intelligenz?

Wir werden noch in diesem Jahr ein KI-Phone an den Markt bringen. Die Nutzung ist vor allem sprachbasiert. Das wird die Handynutzung stark verändern. Natürlich entwickelt sich die Künstliche Intelligenz immer weiter. Das Smartphone wird noch nicht ganz ohne Apps auskommen. Aber die Nutzung wird bequemer und 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. ■

FOTO: TELEKOM

»Als Telekom wollen wir Deutschland digitalisieren – in den Städten und auf dem Land.«

WOLFGANG METZE, GESCHÄFTSFÜHRER PRIVATKUNDEN TELEKOM DEUTSCHLAND



ZUR PERSON



FOTO: CANON

Michael Willenborg ist mit Wirkung zum 1. April 2025 neuer Country Director der Imaging Technologies & Communications Group (ITCG) DACH bei **Canon**. Er leitet damit Vertrieb und Marketing der Business Unit in Deutschland, Österreich und der Schweiz und wird Mitglied der Geschäftsleitung von Canon Deutschland. Willenborg kam von Sony und ist seit September 2017 als Channel Director Sales Retail ITCG DACH bei Canon tätig. In seiner neuen Funktion berichtet er direkt an Rainer Führes, Senior Managing Director & CEO von Canon Deutschland. Michael Willenborg folgt auf Guido Jacobs, der zum 1. April 2025 die Geschäftsführung bei Canon UK & Ireland übernommen hat.



FOTO: DITTERT

Oliver Neumann wird neuer Vertriebsleiter bei **dittert**. Ab Juni 2025 übernimmt er die Leitung des dittert-Vertriebs und bringt langjährige Kleingeräte-Erfahrung von den Marken WMF und KitchenAid ein. In seiner letzten Rolle bei Severin hat Neumann ein neues Fachhandelskonzept mitentwickelt und umgesetzt. Die Teamleitung des Vertriebsteams im neuen dittert-Büro in Augsburg übernimmt Denise Rupp, die gemeinsam mit ihrem Team bestehend aus Kerstin Schnelle, Melanie Funk und unterstützt durch eine Werkstudentin die Händlerbetreuung übernimmt.



FOTO: MARKT INTERN

Zum 1. April 2025 hat **RA Lorenz Huck** die Position des Geschäftsführers und Herausgebers beim **'markt intern' Verlag** übernommen. Der bisherige Prokurist und Leitende Redaktionsdirektor des Düsseldorf Verlags hat damit die Nachfolge von Olaf Weber angetreten, der auf eigenen Wunsch und im Einvernehmen mit den Gesellschaftern seine Ämter Ende März niedergelegt hatte. Olaf Weber hatte beide Positionen im April 2014 von seinem Vater, dem Mitgründer von 'markt intern', Dipl.-Ing. Günter Weber, übernommen. Huck ist bereits seit 28 Jahren für den 'markt intern' Verlag aktiv. Künftig soll er gemeinsam mit André Bayer die Geschicke des Verlages mit seinen Infobriefen lenken.



FOTO: XXXXXXXX

Matthias Walgenbach, Geschäftsführer von **Walgenbach Küchen & Geräte** aus Düsseldorf Eller, ist neuer Vorstandssprecher des BSH-nahen Mittelstandskreises (MK). Der Unternehmer folgt damit auf Dirk Wittmer, der mit dem Rückzug aus dem operativen Handelsgeschäft Ende vergangenen Jahres auch sein Amt im Vorstand des Mittelstandskreises niedergelegt hatte. In seiner konstituierenden Sitzung am 18./19.03. in München wählte der Vorstand Walgenbach zu seinem Sprecher, stellvertretender Vorstandssprecher ist Volker Meier. Von Mitte Dezember bis Ende Januar hatten die 2.165 Mitglieder turnusgemäß die Möglichkeit, die Zusammensetzung des Vorstands zu bestimmen. Einzige Veränderung im Vorstand ist die Wahl von Jörg Barthel für die Region West als Nachfolger von Wittmer.



FOTO: HD PLUS

Veränderte Sehgewohnheiten stellen neue Anforderungen an den TV-Markt: Zuschauer wollen flexibel zwischen Live-TV und On-Demand-Inhalten wechseln und schnell individuelle Inhalte finden

HD+

Attraktive Lifetime-Provision

HD+ will mit seiner HD+ TV-App eine überzeugende Lösung bieten. Und für den Elektrofachhandel hat der HD+ IP TV-Stick eine attraktive Lifetime-Provision im Gepäck. Händler erhalten beim Verkauf des HD+ IP TV-Sticks nicht nur eine attraktive Marge, sondern langfristige Einnahmen durch eine Provision für die Dauer der aktiven Nutzung. Entscheiden sich Kunden nach der kostenlosen Testphase für das monatliche HD+ Abo, profitieren Händler dauerhaft durch fortlaufende Zahlungen – eine nachhaltige Chance, den Umsatz langfristig zu sichern und Kunden zu binden. Mit dem HD+ IP TV-Stick können auch ältere Fernseher von HD+ profitieren. Die einfache Installation über HDMI und die ausgezeichnete Bildqualität überzeugten die Tester von Chip, Computer Bild, Satvision und digitalfernsehen – alle zeichneten den Stick mit Bestnoten aus.

Der HD+ IP TV-Stick macht jeden Fernseher smart

127 NUR NOCH TAGE IFA 05. bis 09.09. 2025

»IFA-Angebote für Fachbesucher«

„Fachbesucher erwarten exklusive Networking-Möglichkeiten, hochkarätige Keynotes, VIP-Services, Frühzugang sowie ein spannendes Programm mit Innovationen und Entertainment. Sichern Sie sich Ihren Platz auf dem weltweit führenden Event für Home & Consumer Tech! Jetzt anmelden und Vorteile sichern.“

PETER ZYPRIAN,
IFA MANAGEMENT, BERLIN

Jetzt für die IFA 2025 registrieren!

FOTO: 003





Bei den OLED evo TVs der G5 Serie analysiert der α11 Gen2 4K AI-Prozessor dank fortschrittlicher Deep-Learning-Algorithmen Inhalte in Echtzeit und optimiert sie zugunsten von maximaler Auflösung, Schärfe, Tiefe und Kontrast

LG CONVENTION

Premierenfieber in Frankfurt

LG Electronics (LG) hat im Rahmen der LG Convention in Frankfurt Innovationen in allen Produktbereichen präsentiert. Bei den neuesten OLED evo TV-Serien ermöglicht Künstliche Intelligenz (AI) ein auf die Nutzer individuell zugeschnittenes Entertainment-Erlebnis. Die dafür notwendige Power liefert unter anderem der leistungsstarke α11 4K AI-Prozessor der zweiten Generation, der in den Flaggschiff-Modellen der neuen OLED evo M5-Serie mit Zero Connect Box für kabellose Bild- und Tonübertragung sowie der OLED evo G5-Serie verbaut ist. Neben den beiden Top-Serien umfasst das diesjährige OLED TV-Line-up die OLED evo C5-Serie sowie die konventionellen OLED TVs der B5-Serie.

Ebenfalls Deutschland-Premiere feierte auf der LG Convention der weltweit erste transparente 4K OLED-TV. Der 77 Zoll LG Signature OLED T ist in Deutschland in ausgewählten Fachgeschäften verfügbar. „Mit dem LG Signature OLED T präsentiert LG erneut eine spektakuläre Innovation im TV- und Heimkino-Bereich. Indem wir unsere branchenführende OLED-Technologie mit einzigartigem Design, transparenten Bildschirmen, kabelloser Konnektivität und vielem mehr kombinieren, entsteht ein atemberaubendes Entertainment-Erlebnis, das man nur bei LG erleben kann“, so Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment bei LG.

Die IFA 2025 verspricht Innovationen, Networking und unvergessliche Erlebnisse

IFA 2025

Vorbereitungen auf Hochtouren

Die Vorbereitungen für die IFA 2025 laufen auf Hochtouren – und das mit großem Erfolg. Die Buchungszahlen erreichen bereits ein Rekordniveau und übertreffen das Vorjahr deutlich. Dies zeigt: Die IFA bietet einen echten Mehrwert für Aussteller, Handel und Besucher. Nach dem erfolgreichen Marken-Relaunch im Jubiläumsjahr setzt die IFA 2025 ihre Entwicklung fort. Der Claim „Innovation For All“ bleibt, während das neue Designsystem mit einer modularen Gestaltung weiter ausgebaut wird. Ein saisonaler Slogan – „Imagine the Future“ – begleitet das Jahr 2025 und spiegelt die Innovationskraft der IFA wider. Ein besonderes Highlight wird die Fortsetzung der beliebten „100 Moments“ in neuer Form: „IFA Moments“ schafft kuratierte Erlebnisräume für Markeninszenierungen, Storytelling und emotionale Highlights.

Für den Handel gibt es exklusive Formate wie die „Executive Breakfast Briefings“, den neuen „IFA Retail Leaders Summit“



und zielgruppenspezifische Networking-Events. Zudem startet 2025 der IFA Award, der herausragende Innovationen und Marken auszeichnet. Auch in der Kommunikation setzt die IFA neue Maßstäbe. Die Medienreichweite wird weiter ausgebaut, insbesondere in Asien und den USA. Social Media spielt dabei eine zentrale Rolle: Das Ziel ist es, die Reichweite auf über 50 Mil-

lionen relevante Nutzer zu steigern. Dazu verstärkt die IFA ihre Zusammenarbeit mit Influencern und Content Creators. Ebenfalls begeistert das Entertainment-Programm erneut: Der IFA Sommergarten wird mit erstklassigen Live-Acts ein Highlight. Bereits bestätigt sind Max Herre & Joy Denalane, Ikimmel & Friends sowie die Podcast-Aufzeichnung „Fest & Flauschig“.

Ein wichtiger Tipp: Die Ticket-Registrierung für Fachbesucher hat begonnen



Die Welt ist nicht genug



Bei der „World of Samsung“ präsentierte der Hersteller nicht nur die neuesten Produkte, sondern auch die Möglichkeiten von **Samsung AI** – und wie Künstliche Intelligenz den Alltag verändern kann.

„Mit Samsung Vision AI bündeln wir Unterhaltung, Personalisierung und Lifestyle Lösungen in einem nahtlosen Erlebnis“, unterstreicht Mike Henkelmann, Director Marketing Consumer Electronics bei Samsung Electronics



„Der Fachhandel ist der Dreh- und Angelpunkt für unseren Erfolg“, so Nedzad Gutic, Vice President Home Appliances bei Samsung Electronics

Intelligent und vernetzt. Anlässlich der „World of Samsung“ Mitte März in Offenbach am Main präsentierte man den Handelspartnern das aktuelle Samsung-Universum. Die neuesten Produkte aus den Bereichen TV, Audio, Smart Home, Hausgeräte, Gaming und Mobile verbindet eine Gemeinsamkeit: AI-Funktionen, die sich nahtlos in den Alltag der Nutzer integrieren sollen und diesen erleichtern können. „Bei der ‚World of Samsung‘ geht es nicht nur darum neue Produkte zu zeigen. Wir machen erlebbar, wie AI-Funktionen das tägliche Leben verbessern können“, so Benjamin Braun, Chief Marketing Officer von Samsung Europe. „Ob Vision AI für ein beeindruckendes TV- und Sounderlebnis oder AI-gestützte Mobil- und Hausgeräte, die sich an individuelle Gewohnheiten der Nutzer anpassen – wir zeigen, wie Technologien persönlicher und greifbarer werden können“, so Braun weiter. Wie Mensch und Technik interagieren will der Hersteller neu definieren. Dabei werden die AI-Funktionen sinnvoll und auf den individuellen Lebensstil zugeschnitten, von Unterhaltung und Produktivität bis hin zur mühelosen Unterstützung bei alltäglichen Aufgaben.

FACHHANDEL IM FOKUS

Im Bereich Hausgeräte setzt Samsung auf Kontinuität und Stabilität. Die enge, partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem Elektrofachhandel gehört seit Jahrzehnten zum Erfolgsrezept der Vertriebs- und Markenstrategie. „Wir unterstützen unsere Partner einerseits mit einer Reihe speziell abgestimmter Programme, andererseits mit attraktiven Hausgeräten, die über alle Produktkategorien hinweg mit Künstlicher Intelligenz das Leben und den

Haushalt der Kunden komfortabler machen können“, so Nedzad Gutic, Vice President Home Appliances bei Samsung Electronics. Gutic weiter: „Dabei setzen wir auf stabile Erfolgsformate, wie das Smart Dealer Programm, und identifizieren kontinuierlich neue Potenziale, zum Beispiel im Bereich Bodenpflege.“ Mit speziellen Angeboten, POS-Materialien, aufmerksamkeitsstarken Marketing-Kampagnen sowie Trainings will man den Fachhandel unterstützen. Das Smart Dealer Programm wird mittlerweile von über 600 teilnehmenden Händlern genutzt. Ein umfangreiches Angebot an Trainingsmaßnahmen sowie abverkaufsunterstützende Maßnahmen gehören zu den Kern-Leistungen. Im neuen Samsung Sales Portal wiederum werden verkaufsfördernde Optionen angeboten. Das Portal unterstützt die Bestell- und Informationsprozesse auch mit Hinweisen auf Promotions und Aktionen.

HOME ENTERTAINMENT NEU GEDACHT

Mit seinem 2025er TV- und Audioportfolio stellte man im Rahmen der World of Samsung die nächste Generation AI-gestützter Bilder und Sounds für das Home Entertainment vor. So verfügen die neue-

sten Neo QLED-, QLED- und OLED-Geräte, einschließlich The Frame und The Frame Pro, über integrierte AI-Funktionen, die Bilder in Echtzeit anhand von Deep-Learning-Algorithmen analysieren und optimieren. „Das neue TV- und Audio-Portfolio von Samsung setzt starke Akzente nicht nur in Bild- und Klangqualität“, sagt Mike Henkelmann, Director Marketing Consumer Electronics bei Samsung Electronics GmbH. „Die 2025er Samsung Fernseher sind smarte Begleiter im Alltag – sie können sich flexibel den individuellen Bedürfnissen der Nutzer anpassen und sich nahtlos in unterschiedliche Lebensstile integrieren.“ Bildgewaltig passen die Geräte Helligkeit, Kontrast und Farbe präzise zugunsten einer realitätsnahe Bildarstellung an. Der Color Booster Pro sorgt für ein intensives Farbvolumen. Mit Vision AI kommen neue Funktionen auf den Schirm: Zum Beispiel die Gestensteuerung des TVs über Universal Gestures, oder Click to Search, das auf Knopfdruck Hintergrundinformationen und Empfehlungen zu Inhalten einer Szene liefern kann. In Sachen Sound sorgt Q-Symphony für beeindruckenden Surround-Klang, indem es die Lautsprecher von bis zu drei Samsung Geräten nahtlos synchronisiert.



„AI for All“: Ein vernetztes Zuhause ist bei Samsung keine Zukunftsvision, sondern Realität



FOTOS: MIELE

Die sanften Helfer

Schonung, Komfort und Design – dafür stehen die neuen Modelle der Miele Nova Edition. Sie markieren einen „neuen Standard“ in der Wäschepflege.

Auf der IFA in Berlin wurden die Flaggschiffe der neuen Generation W2 und T2 bereits vorgestellt – jetzt kommt die „Nova Edition“ von Miele auf den Markt. Die Modelle sind nicht nur randvoll mit innovativer Technik. Dank der „InfinityCare Schontrommel“ ist der Umgang mit Textilien maximal sanft. Herzstück der Waschmaschine ist die weltweit erste Trommel ohne die sogenannten Mitnehmerrippen. Stattdessen sorgen die „Königswaben“ für das Wenden und Durchmischen der Wäsche. Sie stehen für noch mehr Schonung und längere Lebensdauer empfindlicher Textilien bei gleichzeitig gründlicher Reinigung. Die Modelle der „Nova Edition“ überzeugen durch kürzere Programmlaufzeiten bei kleineren Beladungsmengen sowie mehr Flexibilität bei der Beladung. Beim neuen Trockner sorgt das Programm WoolDry für den schonenden Umgang mit empfindlichen Wolltextilien. Dank einer erhöhten Trommeldrehzahl legt sich die Kleidung eng an die Trommelwand, sodass ein ständiges „Fallen“ vermieden wird. Co

bleiben ihnen zusätzliche mechanische Belastungen erspart. Bis zu 1 Kilogramm feinste Wolltextilien werden so sanft getrocknet, dass sie locker und flauschig bleiben.

TAKE IT EASY

Der Komfort beginnt beim Öffnen: sowohl die Waschmaschine als auch der Trockner der Nova Edition verfügen über Comfort-Open. Der motorische Türöffner gibt die Tür ihre Öffnung frei, sobald man den Griffbereich sanft berührt. Mit MotionReact reagieren die Modelle auf ihre Nutzer: Der Sensor im Bedienfeld erkennt die Annäherung und schaltet die Maschine automatisch ein. Das M Touch Pro Display ist ein größeres, vollflächiges Touch-Display mit verbesserter Bedienoberfläche und ist auch dank Abbildung der Wäschearten noch einfacher und intuitiver zu nutzen. Bei dem neuen Ausstattungsmerkmal AmbientLight denkt mancher an Design-Aspekte – aber die innovative Lichtfunktion hat auch höchst praktischen Nutzen und ist damit eher Komfortmerkmal für

Eine Frage der Ehre: Auch die neuen Modelle sind auf 20 Jahre Lebensdauer getestet. Die W2 Nova Edition erreicht modellabhängig eine Energieeffizienz von A bzw. A - 20 %. Der T2 Nova Edition liegt bei A+++ - 10 %

intuitive Bedienung. Zum Beispiel zeigt das Licht in der TwinDos Einheit an, wenn eine Kartusche ausgetauscht werden muss, und um welche Kartusche es sich handelt. Apropos TwinDos: Die automatische Dosierung von Waschmittel erfährt in den Waschmaschinen der Nova Edition ein Update. Mit der neuen Waschtechnologie der Modelle können im Vergleich zu manueller Dosierung bis zu 40 % Waschmittel eingespart werden, dies haben interne Tests ergeben. Beim Trocknen ist QuickPowerDry ein Komfortmerkmal des neuen Spitzenmodells. Bis zu 4 Kilogramm Wäsche können in nur 49 Minuten getrocknet werden. Ein zusätzliches, effizientes Heizmodul an der Rückseite des Trockners im Heizkanal verkürzt die Aufheizphase um etwa 50 Prozent.

ANZIEHENDE GEGENSÄTZE

Eine durchgehende, dunkle Bedienblende komplett aus schwarzem Glas bietet bei den Geräten der Nova Edition einen einzigartigen, eleganten Kontrast zur weißen Gerätefront. Der BlackEffect im Türdesign ist kein Zufall. Die integrierte Tür mit Glasfront und dunklem Rahmen ist perfekt auf die neue Bedienblende abgestimmt. Die Glastür bietet eine um 25 Prozent vergrößerte Türöffnung, für eine komfortablere Beladung, vor allem bei großen Stücken wie Bademänteln, Bettdecken oder Vorhängen. Das neue Lichtkonzept „AmbientLight“ setzt – neben den Komfortaspekten und einer optisch geleiteten Benutzerführung – auch atmosphärische Akzente. So bleibt man beim Design der neuen Waschmaschinen und Trockner dem Premium- und Perfektionsanspruch des Unternehmens treu. ■

Der nächste Innovationssprung: Die InfinityCare Schontrommel verzichtet auf Trommelrippen und schon damit die Textilien



TwinDos reloading: Die automatische Dosierung von Waschmittel ist mit an Bord und signalisiert bei der Nova Edition sogar mit Lichteffekten, welcher Tank nachgefüllt werden muss

Nach Stationen bei T-Mobile UK und Metro Cash & Carry Deutschland ist **Matthias Assmann** seit 2016 bei der Verbundgruppe ElectronicPartner. Er begann als Leiter der IT und ist seit Anfang 2023 im Vorstand für die Bereiche IT, Logistik, Prozesse und das Technologie-Netzwerk comTeam verantwortlich. Nach dem Ausscheiden von Karl Trautmann aus der Führung der Düsseldorfer Verbundgruppe hat der studierte Diplomingenieur der Elektrotechnik zusätzlich die Verantwortung für die Landesgesellschaft Niederlande, den internationalen Verbund E-Square und den Bereich Kommunikation übernommen. hitec befragte den Sprecher des ElectronicPartner-Vorstands zur Rolle von Kommunikation, Kooperation und der Kultur eines Mittelständlers.

Herr Assmann, normalerweise sind IT-Profis und Diplomingenieure nicht die kommunikationsstärksten Fachkräfte. Wieso schlagen Sie aus der Art?

Matthias Assmann: Die richtige Antwort ist: Ich bin in erster Linie Händler, aber eben auch IT'ler. Schon im Studium habe ich im Systemhausbereich gearbeitet und da ist Kommunikation das zielführende Element neben der technischen Expertise. Wir müssen die Kunden begeistern und überzeugen, was für sie die richtige Lösung ist. Dafür muss man Technik auch mal in einfache Sprache transformieren. Außerdem komme ich aus einer Familie, die immer gerne und viel diskutiert und argumentiert hat – das habe ich nie abgelegt.

Was sagen Sie zu jemandem, der ElectronicPartner als Großhändler bezeichnet?

Die Gründerfamilie Haubrich ist als Großhändler gestartet, aber heute sind wir eine Verbundgruppe. Und eine Verbundgruppe definiert sich als freiwilliger Zusammenschluss von selbständigen Unternehmen. Wir bieten nicht einfach nur Ware, sondern sind viel interaktiver – sozusagen mit den Vorteilen einer Genossenschaft, aber ohne ihre Nachteile. Wir sind sehr handlungsfähig und

gleichzeitig nah an den Endkunden. Wir verstehen sehr gut, was unsere Händler brauchen, um erfolgreich zu sein.

Welche Vorteile liegen für Ihre Mitglieder darin, dass ElectronicPartner nicht nur beim Eigenkapital, sondern auch bei der IT-Umgebung stark aufgestellt ist?

Es geht eigentlich gar nicht um IT, sondern um Geschäftsprozesse. Mit der IT verdient man am Ende des Tages kein Geld. Im Geschäftsprozess liegt der Ertrag. Unser großer Vorteil ist, dass wir sehr lange eigene MEDIMAX-Filialen hatten. Deshalb haben wir auch heute noch ein starkes Verständnis für die Abläufe und Prozesse in einem Einzelhandelsgeschäft unserer Branche und können ein sehr rundes und effizientes Leistungsspektrum anbieten, das weit über Ware und IT hinausgeht.

Wie kann der mittelständische Handel von Künstlicher Intelligenz profitieren?

Klar ist, dass KI unsere Arbeitswelt massiv verändert. KI ist im Büroalltag ein Assistent, der viele Dinge einfacher macht. Tools wie ChatGPT, Gemini oder CoPilot können sehr niederschwellig genutzt werden und sind für viele Aufgaben wie zum Beispiel die Texterstellung eine hilfreiche Abkürzung. Wir müssen aber den Mitarbeitern die notwendigen Leitplanken geben. KI setzt auf Daten auf – und die müssen valide sein. Man muss seine Datenbasis im Griff haben, sonst sind die Ideen und Entwicklungen der KI ohne Fundament.

Haben die weltwirtschaftlichen Querelen Einfluss auf das Tagesgeschäft?

Sie werden nicht spurlos an uns vorbei gehen. Gerade wir in Deutschland sind dafür viel zu stark vom Außenhandel abhängig. Was unsere Lieferketten angeht, kommt deutlich mehr aus China, als aus Amerika. Die extrem volatile Politik, insbesondere der USA, wird dazu führen, dass viele andere Länder enger zusammenstehen werden. Vielleicht gelingt es durch diese Entwicklung sogar, aus dem Europa-Verdross herauszukommen und Europa wieder zu einen und zu stärken. Dass wir Teile der Lieferketten entkoppeln und simplifizieren müssen, hat – glaube ich – mittlerweile jeder verstanden.

»Reparatur ist kein Hobby, sondern ein Bereich, mit dem man Geld verdienen kann.«



Was fällt Ihnen zum Stichwort „Bürokratieabbau“ ein?

Der Verdross über Europa ist vor allem auch der Tatsache geschuldet, dass sich die EU in der Vergangenheit sehr, sehr viel mit Regularien beschäftigt hat. Die falsch eingeschlagene Richtung sehen wir aktuell sehr deutlich beim ‚Green Deal‘. Das Beispiel ‚Entwaldungsverordnung‘, bei der ein Elektrohändler, der zum Kaffeevolautomat ein paar Kaffeebohnen anbietet, eine ungeheure Nachweiskette liefern muss, zeigt das überdeutlich. Im Rahmen der aktuellen Omnibus-Richtlinie noch einmal zu hinterfragen, was hilft uns und der Umwelt wirklich, ist der richtige Ansatz.

Sie sind seit kurzem im Aufsichtsrat von E-Square und schlagen operativ Brücken zu Teling und auch zur EK Retail – warum die Nähe zu anderen Verbundgruppen?

Wir haben fünf Verbundgruppen in Deutschland, die sich mit Consumer und Home Electronics beschäftigen und alle ein ähnliches Geschäftsmodell haben. Ich glaube, dass es sehr schlau ist, darüber nachzudenken, wo Synergien entstehen – für unsere Händler und für unsere Kunden. Der Fachhandelskanal kann nicht substituiert werden durch einen Coolblue oder MediaMarkt. Das Verständnis des Kunden und die unabhängige Beratung kann kein anderer so gut wie der Fachhandel. Und der Kunde hat ein Recht auf anbieterneutrale Empfehlungen. Wie viele Verbundgruppen es in Zukunft noch geben wird, kann ich nicht genau sagen. Aber was ich mit Sicherheit sagen kann, ist, dass es in Zukunft ElectronicPartner geben wird.

Ist das Recht auf Reparatur eher Chance oder eher Risiko?

Ganz klar eine Chance. Wir haben sehr viele Betriebe, die sich mit dem Thema Reparatur befassen. Viele Werkstätten sind schon heute sehr gut ausgelastet. Aber Effizienz und Effektivität sind auch hier entscheidende Faktoren – und nicht jede Werkstatt kann alles gleich gut. Deshalb sehen wir hier eine Chance und schaffen für unsere Händler Prozesse, eine Plattform und einen Austausch, die das Reparaturgeschäft professionalisieren helfen. Für uns ist klar: Reparatur ist kein Hobby, sondern ein Bereich, mit dem man Geld verdienen kann.

Wird die Industrie mit ihren vielfältigen D2C-Aktivitäten künftig auch im Kundendienst noch stärker zum Konkurrenten?

Im Sinne von Fokussierung muss sich auch die Industrie entscheiden, was sie wirtschaftlich sinnvoll selbst machen kann und welche Reparaturen man in andere Hände legen sollte. Der Kunde entscheidet letztlich, was er bereit ist für eine Reparatur auszugeben. Die Reparierbarkeit wird aber auch bei der Kaufentscheidung künftig eine größere Rolle spielen – und wir sind gut beraten, die Kunden auch darauf hinzuweisen.

Was halten Sie vom Konzept der KOOP?

Ich war noch nie auf der KOOP. Was ich von vielen höre, ist, dass es eine großartige Veranstaltung ist und unter Effizienz-Gesichtspunkten ist sie sicherlich auch besser als zwei Einzel-Veranstaltungen. Unser Kongress ist deswegen ein großartiges Format, weil bei uns der Erkenntnisgewinn der Mitglieder im Fokus

» Wir verstehen sehr gut, was unsere Händler brauchen, um erfolgreich zu sein.«



steht. Wir kuratieren ein Programm, das den Mitgliedern ermöglicht, Dinge künftig anders und vor allem besser zu machen, mehr zu verkaufen und mehr Geld zu verdienen.

Was unterscheidet Ihre Mitglieder noch von Filialisten wie MediaMarktSaturn und Coolblue, die Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungsraten zum Maß der Dinge erklären?

Die große Stärke der Unternehmer vor Ort ist das bessere Verständnis der Kundschaft vor Ort und die Einschätzung des tatsächlichen Bedarfs. Das ist auch eine der ganz großen Stärken der Verbundgruppen: Der selbständige Händler mit seiner Kundennähe und Kundenkenntnis vor Ort. Und wir sehen auch, wie kommerziell erfolgreich dieses Modell ist. Net Promotor Score ist eine tolle Marketing-Theorie, aber Praxis hilft!

Was ist heute für einen Mittelständler tödlich?

Fehlendes Prozessverständnis. Das Einzige, was wir heute von Amazon lernen müssen, ist, dass Handel heute ein Technologiethema ist.

Was ist Ihnen als Führungskraft wichtig?

„Culture eats strategy for breakfast“. Kultur im Unternehmen ist die Voraussetzung dafür, dass ich eine Strategie entwickeln und leben kann. Zum einen gilt: Auch andere Menschen haben viele tolle Ideen. Und für mich gilt auch die Maxime: Mein Misstrauen muss man sich erstmal erarbeiten. Mit diesen beiden Regeln hat man eine gute Möglichkeit, Menschen dazu zu befähigen, Höchstleistungen zu vollbringen. Wertschöpfung und Wertschätzung hängen kausal zusammen.

Was verbinden Sie mit dem Begriff „work-life-balance“?

Gute Arbeit definiert sich nicht darüber, wieviel Zeit ich im Büro verbringe. Wir praktizieren bei ElectronicPartner schon lange und erfolgreich ein New-Work-Konzept. Es ist ein Geben und Nehmen. Entscheidend ist, dass am Ende auch geliefert wird. Aber ich bin durch und durch Optimist und glaube an das Gute im Menschen. Bei ElectronicPartner funktioniert's!

Herr Assmann, vielen Dank für das Gespräch.



Die Fragen gestellt hat:
Joachim Dünkemann
j.duenkelmann@hitec-magazin.de

Die ungekürzte Fassung des Interviews finden Sie unter
www.hitec-magazin.de

Cool. Clever. Connected.

AEG

8000 Cooling 360° Einbau-Kühl-Gefrierkombination

Gefundener Preis: UVP 2.799 Euro

- „Die AEG 360° Cooling-Technologie hält Temperatur und Luftfeuchtigkeit im ganzen Kühlschrankschrank stabil und sorgt für eine bessere Temperaturverteilung auf jeder Ablage.“
- „Die GreenZone+ Schublade ist vollständig vom restlichen Kühlbereich getrennt und entfernt dank innovativer Membran automatisch überschüssiges Kondenswasser.“
- „Zwei separate Kühlkreisläufe.“

Stiftung Warentest
test
GUT (2,1)
 AEG TSC8M18WCC
 Produktgleich mit
 AEG TSC8M181CC
 Im Test:
 16 Einbau Kühl-/
 Gefrierkombinationen
 7 gut; 4 befriedigend;
 2 ausreichend;
 3 mangelhaft
 Ausgabe 07/2024
 www.test.de



FOTOS: AEG



LEEN DEVOS, HEAD OF PRODUCT LINE TASTE DEUTSCHLAND & ÖSTERREICH BEI AEG:



„Unsere innovativen Kühltechnologien stehen für höchste Qualität und Effizienz – das bestätigt auch die Stiftung Warentest. Unsere 8000er Cooling 360° Einbau-Kühl-Gefrierkombination (TSC8M18WCC) erreichte im letzten Jahr einen starken zweiten Platz. Im Bereich der Temperaturstabilität beim Lagern schnitt sie mit der Bestnote ‚Sehr gut (0,8)‘ ab – ein Ergebnis, das wir durch das Zusammenspiel unserer TwinTech® No Frost- und 360° Cooling-Technologie erzielen.“



FOTO: LIEBHERR

LIEBHERR

Kühl-Gefrierkombination
 CBNbsa10 575i-1

Gefundener Preis:
 UVP 2.499 Euro

- „Die BioFresh-Technologie hält Lebensmittel bis zu 5x länger frisch.“
- „Integrierte SmartDeviceBox zur Steuerung via App.“
- „10% sparsamer* als Geräte der höchsten Energieeffizienzklasse A.“

*Im Vergleich zum Grenzwert der höchsten Energieeffizienzklasse A nach der Verordnung (EU) 2019/2016 (Stand Juli 2023).




BOSCH

French Door Kühl-Gefrier-Kombination KFD96APEA

Gefundener Preis: UVP auf Anfrage



- „Durch den Festwasseranschluss haben Konsumenten stets Zugang zu eisgekühltem Wasser, Eiswürfeln und Crushed Ice.“
- „Dank Flex Interior kann der Kühlteil individuell angepasst werden.“
- „Die No Frost Technologie entzieht Luftfeuchtigkeit aus dem Gefrierraum und leitet sie über eine spezielle Auffangschale ab.“

CASO DESIGN

IceChef Compact

Gefundener Preis: UVP 119,99 Euro

- „Frische Eiswürfel in nur ca. 6–13 Minuten.“
- „Zwei Eiswürfelgrößen stehen zur Auswahl.“
- „Mit 43 Dezibel besonders leise.“



SOUND. DESIGNED



MEISTERSTÜCK (Gen.2) Die All-In-One-Audiosystem Referenz. Detailreicher Stereoklang, hochwertige Materialien und ikonisches Design. Mit 6 Streaming-Diensten, Apple® AirPlay, Google Cast®, CD, WLAN, Bluetooth® und HDMI genießen Sie Musik so, wie Sie es wollen. **Weitere Informationen unter [sonoro.com](https://www.sonoro.com)**

SONORO
**GERMAN
AUDIO
DESIGN**

SAMSUNG

French-Door, Modell RM94F

Gefundener Preis:
UVP 4.799 Euro

- „Türöffnung per Sprachbefehl oder Berührungssensor – individuell einstellbar in der SmartThings-App.“
- „Automatische Lebensmittelerkennung, Erstellung von Lebensmittellisten in der SmartThings-App & Lieferung von passenden Rezeptvorschläge.“
- „9 Zoll AI Home LC-Farbdisplay mit AI Vision Inside.“



A ↑ G E



DIANA DIEFENBACH SENIOR MANAGER TECHNICAL PRODUCT MANAGEMENT AND COMMUNICATION BEI SAMSUNG ELECTRONICS:

„Unsere neuen French-Door- und Side-by-Side-Geräte vereinen leistungsstarke Kühlen-Hardware mit einer ganzen Reihe komfortabler und energiesparender AI-Funktionen, die wir im letzten Jahr weiter optimiert haben“, sagt Diana Diefenbach, Senior Manager Technical Product Management and Communication bei Samsung Electronics. „Das reicht von der intelligenten Erfassung der Lebensmittel im Kühlschrank über eine kontextbasierte Sprachsteuerung bis hin zur intuitiven Steuerung aller vernetzten Geräte im Smart Home direkt vom Kühlschrank aus und ermöglicht unseren Kunden ein hohes Maß an Komfort und automatisierter Unterstützung im Alltag.“



LG

Kühl-/Gefrierkombination GBG5160CEV

Gefundener Preis: UVP 1.999 Euro

- „Die Multi-Airflow Umluftkühlung verteilt die Temperatur im Kühl- und Gefrierbereich schnell und gleichmäßig.“
- „Das Food Cover ist eine innovative Lösung, um den Inhalt der Kühlschranktür attraktiv und übersichtlich in Szene zu setzen.“
- „Smart Inverter Compressor: leise, effizient und zuverlässig mit 10 Jahren Garantie.“

GINA WADNER, PRODUCT MARKETING MANAGER BEI LG ELECTRONICS DEUTSCHLAND:

„Erstmals bringt LG die beliebte InstaView-Technologie, die bisher nur bei unseren Side-by-Side und MultiDoor-Kühlschränken verfügbar war, in eine Kühl-/Gefrierkombination. Zweimal klopfen genügt, um den Innenraum zu sehen – ohne die Tür zu öffnen und ohne Kälteverlust. Zusammen mit DoorCooling+ und Total No Frost bietet der GBG5160CEV höchste Frische und Komfort.“



A ↑ G C

SAMSUNG

So smart wie dein Smartphone.

Der Bespoke AI Family Hub+
Kühlschrank mit AI Food Manager.
Alnfach smart leben.



A
↑
G E



[samsung.de/
french-door](https://samsung.de/french-door)

SMEG

Retro-Kühlschrank FAB28RDSA5

Gefundener Preis: UVP 1.899 Euro

- „Mit seiner neuen Farbe Sea Salt Green holt er die Stimmung eines perfekten Tags am Meer in jedes Zuhause.“
- „244 Liter großer Innenraum mit zusätzlich 26 Liter großem Gefrierfach.“
- „Der Inverter-Kompressor macht das Gerät besonders leise.“



FOTO: SMEG

A
↑
G D



FOTO: ROMMELSBACHER

ROMMELSBACHER

Eismaschine IM 12

Gefundener Preis: UVP 79,99 Euro

- „Herausnehmbarer 1,5 Liter Gefrierbehälter mit 500 ml Füllmenge.“
- „40 Minuten Zeitschaltuhr mit Signalton.“
- „Komplett zerlegbar und leicht zu reinigen.“

Äpfel & Birnen

Nr. 41

Frisch gepflückt: Die reifsten Früchte mit den saftigsten Argumenten

ORAL-B

iO2

Gefundener Preis: UVP 59,99 Euro

- „Macht den Wechsel der Handzahnbürste zur elektrischen Zahnbürste so einfach und intuitiv wie möglich.“
- „Entfernt 100 % mehr Plaque im Vergleich zu herkömmlichen Handzahnbürsten*.“
- „Bietet klinisch bewiesenen Zahnfleischschutz – für einen rundum gesünderen Mundraum.“

* Basierend auf einer 4-wöchigen klinischen Studie mit 90 Probandinnen, Oktober 2023.



DIRK DIEKMANN, VERKAUFS-DIREKTOR ELEKTRO-CHANNEL FÜR DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DIE SCHWEIZ BEI PROCTER & GAMBLE:

„Oral-B hat die iO2 mit allen Vorteilen entwickelt, die sich Handzahnbürstennutzer:innen wünschen. Wir sind überzeugt, dass viele Konsument:innen dank der überlegenen Reinigungsleistung, einfachen Handhabung und einem attraktiven Preis auf die neue Oral-B iO2 umsteigen werden.“



FOTO: SEVERIN



SEVERIN

WL 0683 Hot-Air-Multi-Styler 5-in-1

Gefundener Preis: UVP 129,90 Euro

- „Einstellbar mit jeweils drei Temperatur- und Geschwindigkeitsstufen für maßgeschneiderte Ergebnisse.“
- „Kombiniert fünf verschiedene Aufsätze mit einem Gerät und ermöglicht so eine Vielzahl an Looks.“
- „Mit 2,80 Meter Kabel bietet das Gerät maximale Flexibilität beim Styling.“



BISSELL

CrossWave OmniForce Edge

Gefundener Preis: UVP 449,99 Euro

- „Dank ZeroGap-Technologie werden auch schwer zugängliche Bereiche gründlich gereinigt, bis unmittelbar an Kanten und Ecken heran.“
- „Die motorisierte, verwicklungs-freie Bürstenrolle minimiert das Verwickeln und Verstopfen mit Haaren und sichert so eine unterbrechungs-freie Reinigung.“
- „Der einzige Nass-Trockensauger mit separater Staubsauger-Funktion.“



FOTOS: BISSELL



JÖRG STROETZEL, REGIONAL SALES MANAGER DACH BEI BISSELL:

„Seit 14 Jahren sind wir in Europa aktiv und haben uns als der Nassreinigungs-Spezialist eine starke Online-Präsenz aufgebaut. Unser klares Ziel für 2025 ist es, unsere Distribution im stationären Handel weiter auszubauen. Bereits heute finden Sie unsere Produkte bei führenden Handelspartnern wie Media Markt, Expert, Euronics und vielen weiteren. Unser Anspruch ist es, die bevorzugte Marke für echte Reinigungslösungen zu werden – mit Leidenschaft, Innovation und Qualität.“



FOTO: GRAEF



GRAEF

STYLE Allesschneider

Gefundener Preis: UVP ab 139,99 Euro

- „Energiesparend, stark und leise.“
- „Dank der reibungsreduzierenden Messerabdeckung und dem leichtgängigen Schlitten mit präziser, beidseitiger Schlittenführung steht einer leichten und ergonomischen Bedienung nichts im Wege.“
- „Die stufenlose Schnittstärkeneinstellung von 0 bis 20 mm ermöglicht immer konstante Schneideergebnisse.“

BEURER

Haartrockner HC 70

Gefundener Preis: UVP ab 49,99 Euro

- „Mit drei flexiblen Temperatur- und zwei Gebläsestufen.“
- „Dank der integrierten Ionenfunktion sind die Haare geschmeidiger und weniger statisch aufgeladen.“
- „Die feststellbare Cool Shot Taste sorgt für leichte Handhabung bei der Fixierung der Frisur.“



FOTO: BEURER

>> MEIN MOTORRAD <<

NAME: **NEDZAD GATIC**

POSITION: **VICE PRESIDENT HOME APPLIANCES BEI SAMSUNG**

HERKUNFT: **FRANKFURTER BUB' / MONTENEGRINER**

Was war Ihr Berufswunsch als Kind?

Als Kind wollte ich Arzt werden. Mein Cousin, der Allgemeinmediziner ist, war mein großes Vorbild.

Wohin fahren Sie gerne in den Urlaub?

Ich habe kein Lieblingsland – dafür gibt es noch viel zu viel auf der Welt zu entdecken. Zur Erdung zieht's mich aber immer wieder nach Montenegro. Oft bringen mich auch unsere Nachbarn auf neue Reiseziele. Die reißen einen mit, kommen spontan auf Reisepläne – und plötzlich sind wir gemeinsam unterwegs. Und ganz wichtig: Berge müssen sein, ohne geht's nicht. Das Meer nicht unbedingt.

Was war Ihr schönster Lustkauf?

Mein Motorrad – eine 1984er BMW Café Racer, ein echtes Einzelstück. Anzeige gesehen, verliebt, hingefahren, gekauft, ganz ohne Plan, ein Spontankauf.

Ich bin Fan von ...

Boxen, ein harter, aber fairer Sport. Besonders beeindruckt mich Muhammad Ali: Jahrhundertathlet, aber vor allem eine große Persönlichkeit mit Haltung.

Am liebsten esse ich ...

koreanisches Essen. Am liebsten koreanisches BBQ, direkt am Tisch frisch zubereitet. Und am besten in guter Gesellschaft. Da schmeckt's gleich doppelt so gut.

Kaum jemand würde annehmen, dass ich ...

mich wirklich gerne unter mein Motorrad lege und selbst Hand anlege, ob beim Schrauben oder beim Ölwechsel. Auch unsere Hausgeräte baue ich am liebsten selbst ein und aus. Ich mache

mir gerne die Hände schmutzig, vor dem Haus und im Haus – das ist für mich befreiend und fühlt sich einfach gut an.

Ich würde gerne mal ...

öfter meinen Bootsführerschein nutzen, den ich seit drei Jahren besitze.

Welche Freiheit nehmen Sie sich?

In der wenigen Freizeit, die ich habe, nehme ich mir gerne die Freiheit, allein mit dem Motorrad loszufahren und abzuschalten. Einen Tag mit meinem Motorrad und mit mir selbst zu verbringen, tut einfach gut.

Welchen Klang/Geräusch/Musik mögen Sie am liebsten?

Ich liebe Musikstücke mit einer guten Stimme. Ob Soul, Stevie Wonder oder Whitney Houston, die Musikrichtung spielt für mich keine Rolle. Hauptsache, die Stimme berührt.

Wie entspannen Sie am besten?

Am besten entspanne ich, indem ich mit dem Motorrad dem Sonnenuntergang entgegenfahre. Das Gefühl der Freiheit und Ruhe ist für mich einfach unschlagbar.

Wer sagt Ihnen die Wahrheit?

Meine Frau und meine Kinder. Vor allem, wenn meine zwei Söhne mal etwas was sagen, dann weiß ich, dass es die Wahrheit ist.

Haben Sie ein Lebensmotto?

Niemals aufgeben und immer aktiv bleiben. Bei mir gibt's keinen langweiligen Urlaub, ich bin immer in Bewegung!



Der Kitec-Klassiker

**Wo ein Doppel-Maybaum steht, gibt's kein Dilemma.
Sondern 8 Kaffee und 8 Tee.**

Ehefrauen, Sekretärinnen, Köchinnen! Der Doppel-Maybaum spart Zeit. 8 Tassen Kaffee und 8 Tassen Tee oder 16 Tassen von einem gleichzeitig in 8 Minuten. Und die 84° C-Heißplatten lassen Kaffee, Tee und Betriebsklima nicht auskühlen. Die neuen anatomisch geformten Anti-Hitzgriffe sorgen für den kühlen Griff zur heißen Kanne. Und der Teefilter-Einsatz macht das Teefiltern einfach. Und die oben befestigten Filter

machen's bequem. Und die Wandhalterung spart Platz und die Kontrolllampen kontrollieren was gerade läuft. Was will man mehr? r
Man kann weniger wollen. Nur Kaffee oder nur Tee: dann genügt eine Seite des Doppel-Maybaum. Oder es gibt auch den Einzel-Maybaum für 8 Tassen in 8 Minuten. Da Geschmäcker verschieden sind, werden Sie am Doppel-Maybaum Geschmack finden. Ihr Fachhändler zeigt Ihnen beide gern.



maybaum
Wir machen nicht alles. Aber alles gut.

1976



Bauknecht

SUPREME SILENCE WASCHMASCHINEN

Die leise Art zu waschen

BESONDERS LEISE


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

A^{-20%}

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

BESONDERS SPARSAM

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

 **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 Intelligence Technologie.
**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)