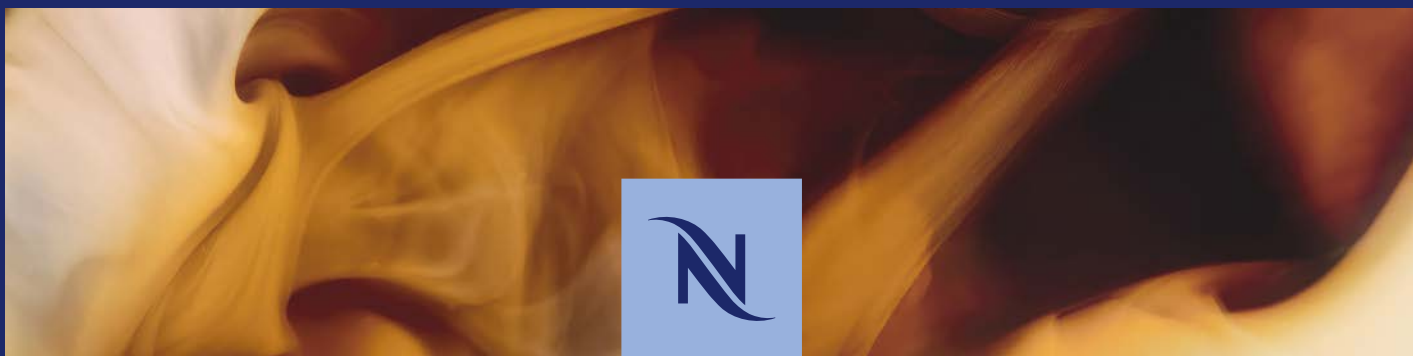


hitec

DAS FACHMAGAZIN FÜR HOME-
UND CONSUMER ELECTRONICS



NEW VERTUO UP



PRESS TO EXPLORE
ICED & HOT COFFEES

Jetzt **neu:** **DFB.TV** bei **HD+**

Fußballfreude und TV-Genuss als
exklusives Kombi-Angebot.



- + **6 Monate HD+ und DFB.TV** – der offizielle TV-Sender des DFB
- + **Live-Übertragungen & Reportagen**
- + **Frauen- und Nachwuchsfußball**
- + **Und vieles mehr ...**



MEHR PIRAT, WENIGER PLATTFORM!



Wer macht morgen das Geschäft? Plattformen oder der Handel mit Service und Nähe? Es ging ums Eingemachte beim Branchendialog von BVT und ZVEI in Berlin. Die Antwort ist unbequem: Das entscheidet jeder selbst ...

Blau oder Rot? Verwalten oder verändern? Blau steht für das, was wir alle kennen: Läden am Laufen halten. Prozesse sichern. Stabilität gewährleisten. Rot steht für das, was oft zu kurz kommt: Out of

the box denken. Dinge hinterfragen. Neues wagen.

Weniger blau, mehr rot. Business-Pionier Christoph Schwedler fordert von uns: Mehr Pirat wagen und öfter den Mut haben, Dinge wegzulassen statt immer nur draufzupacken. Mehr naive Fragen stellen, neue Dinge wagen und Veränderungen wirklich anpacken, nicht nur drüber reden.

Also: Nicht perfekter werden im Alten – sondern mutiger im Neuen.

Noch mehr Mut wünscht Ihnen

Steffen Kahnt

BVT-Geschäftsführer

hitec 6-7-8 erscheint am **16. Juni.**
Im Fokus: **Bodenpflege & Kochen**

Redaktionsschluss: 21. Mai Anzeigenschluss: 16. Mai

TITEL



Nespresso will mit der neuen „VERTUO UP“ den Kunden die Vielfalt des Kaffees eröffnen. Die neue Kaffeemaschine vereint Premium-Kaffeegenuss für zu Hause mit personalisierbarer Zubereitung, einfacher Bedienung sowie schlankem Design. Beim neuen Modell der „VERTUO“-Reihe treffen verbesserte Konnektivität und modernes Design auf eine kurze Aufheizzeit sowie eine intensivere Extraktion per Coffee-Creations-Button. Kaffeegenuss wird zum personalisierten Erlebnis: Über 40 Premium Kaffeesorten schaffen individuelle Momente für fünf verschiedene Tassengrößen. (Foto: Nespresso)



PURE



PURE



5/26

BRANCHE & MARKT

- 5 **Nespresso:** Mehr Kaffeervielfalt mit VERTUO UP
- 6 **Magazin:** Branchennews

BVT/ZVEI-JAHRESTAGUNG 2026

- 9 **BVT/ZVEI:** Zukunft wagen
- 10 **BVT/ZVEI:** Berliner Gipfel

INTERVIEW DES MONATS

- 12 **expert Klein:** Thomas Jacob, Geschäftsführer

SPECIAL

- 14 **Kühlen:** Perfekt gekühlt

ÄPFEL & BIRNEN (NR. 48)

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



**12 INTERVIEW
DES MONATS**

Thomas Jacob, Geschäftsführer expert Klein, über strukturelle Herausforderungen, notwendige Veränderungen – und warum gerade jetzt Profil wichtiger ist als Größe.



Perfekt gekühlt 14



22 ANTWORTEN

„Obstkorb-Abonnement“
12 Fragen an **Theresa Seitz**, Geschäftsführerin Fachverband Elektro-Haushalt-Kleingeräte, ZVEI

ANTWORTEN

- 22 **„Obstkorb-Abonnement“** 12 Fragen an Theresa Seitz, Geschäftsführerin Fachverband Elektro-Haushalt-Kleingeräte, ZVEI

STÄNDIGE RUBRIKEN

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

WWW

TAGESAKTUELLE 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

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

Mehr Kaffeervielfalt mit VERTUO UP

Mit der neuen „VERTUO UP“ will Nespresso den Kunden die Vielfalt des Kaffees eröffnen.

Nespresso erweitert seine „VERTUO“-Reihe um die neue „VERTUO UP“ und will damit zeigen, wie vielseitig Kaffeegenuss sein kann. Die neue Kaffeemaschine vereint Premium-Kaffeegenuss für zu Hause mit personalisierbarer Zubereitung, einfacher Bedienung sowie schlankem Design. Bereits in den vergangenen Jahren überzeugte das innovative „VERTUO“-System durch seine Centrifusion-Technologie, die auf Knopfdruck Hochgeschwindigkeitsrotation und Infusion kombiniert, um ein einzigartiges Geschmackserlebnis zu bieten, gekrönt von einer charakteristischen, dichten Crema.

Die „VERTUO“ Kaffeemaschinen bereiten eine breite Auswahl an Tassengrößen zu, die über klassische Größen hinausgehen. So werden beispielsweise auch die Größen Coffee Mug (230 ml) bis hin zu einer ganzen Karaffe (535 ml) zubereitet. Möglich macht dies ein individueller Barcode auf jeder Kapsel, den die Maschine ausliest und so jeden Kaffee präzise zubereitet. Mit der neuen „VERTUO UP“ eröffnet sich für Kunden nun eine noch größere Kaffeervielfalt für unterschiedliche Anlässe, die dazu einladen soll neue Welten zu entdecken. Vom ersten Kaffee am Morgen, über den liebsten Iced Latte, bis hin zum besonderen Espresso Cocktail am Abend.

NEUE WELTEN ENTDECKEN

Entwickelt für moderne Kaffeeliebhaber, definiert Nespresso mit der neuen „VERTUO UP“ das Kaffee-Ritual neu. Verbesserte Kon-

In nur drei Sekunden einsatzbereit: Die neue „VERTUO UP“



Mehr Vielfalt mit der VERTUO UP: Über 40 Premium Kaffeesorten schaffen individuelle Momente für fünf verschiedene Tassengrößen

Der „Coffee Creations“ Modus liefert konzentrierten Kaffee für cremige Milchkreationen

nektivität und modernes Design treffen dabei auf eine kurze Aufheizzeit sowie eine intensivere Extraktion per Coffee-Creations-Button. Mit dem neuen Modell der „VERTUO“-Reihe wird Kaffeegenuss zum personalisierten Erlebnis. Über 40 Premium Kaffeesorten schaffen individuelle Momente für fünf verschiedene Tassengrößen: Espresso (40 ml), Double Espresso (80 ml), Gran Lungo (150 ml), Mug (230 ml) und Carafe (535 ml). Die Position der Tasse lässt sich dafür je nach Zubereitungswunsch in drei verschiedene Ebenen einstellen. Auch die anpassbare Temperatur ermöglicht eine flexible Kreation für jede Kaffeesorte. Ein Feature der „VERTUO UP“ ermöglicht besonders den eigenen Kaffee an verschiedene Vorlieben anzupassen: Mit dem Coffee Creations Modus wird auf Knopfdruck ein konzentrierter Kaffee extrahiert. Durch die Zubereitung mit weniger Wasser wird der Geschmack zum Beispiel intensiviert – perfekt für erfrischende Kaffee-Momente auf Eis sowie für cremige Milchkreationen.

NAHTLOSE BEDIENUNG

Mit einem neuen, modernen Design und einem flexibel positionierbaren 1,4-Liter-Wassertank vereint die Maschine Funktionalität und Komfort auf elegante Weise. Der ikonische Nespresso-Hebel sorgt dabei für ein besonders müheloses Öffnen und Schließen. Durch die schnelle Aufheizzeit von nur drei Sekunden startet der Brühvor-



gang ohne Wartezeit. Um Energie zu sparen, schaltet sich die „VERTUO UP“ nach zwei Minuten aus. Mit der separaten Wartungstaste bietet die Maschine ein rundum komfortables, einfaches Nutzungserlebnis.

ERWEITERTE KONNEKTIVITÄT

Auch die Bedienung der „VERTUO UP“ ist so einfach wie nie zuvor. Mit der Nespresso Smart App lassen sich Kaffeegröße und -temperatur individuell mit dem Smartphone anpassen. Außerdem sind Benachrichtigungen in Echtzeit verfügbar, die dabei unterstützen, die Maschine ganz einfach zu entkalken oder zu reinigen. Auch Schritt-für-Schritt-Anleitungen für kreative Kaffeerezepte sind hier zu finden. Durch einen integrierten QR-Code direkt an der Maschine ist der Kopplungsprozess zwischen App und „VERTUO UP“ einfach umsetzbar. Die „VERTUO UP“ ist in den Farben Ink Black, Ocean Blue, Pearl White und Graphite erhältlich. ■

ZUR PERSON

FOTO: TP-VISION



TP Vision hat **John Anderson** mit sofortiger Wirkung zum Managing Director DACH ernannt und überträgt ihm die Verantwortung für das Geschäft von Philips TV in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Anderson folgt auf Thomas Nedder, der das Unternehmen Ende Februar 2026 verlassen hat. In Deutschland bekannt wurde Anderson vor allem durch seine Zeit bei Sony. Zuletzt verantwortete er bei TP Vision das Geschäft im Vereinigten Königreich in vergleichbarer Funktion.

FOTO: EXPERT



Zum 1. April 2026 übernahm **Michael Coordes** die Geschäftsführung der **expert Versicherungs-Service GmbH** (eVSG), einem Versicherungsmaklerunternehmen und Tochtergesellschaft der expert SE. Unter ihrem Dach firmiert zudem die VGV Versicherungsmakler für gewerbliche Verbundgruppen GmbH als selbstständiges Maklerbüro. Coordes verfügt über langjährige Fach- und Führungserfahrung im Versicherungswesen und bringt umfassende Expertise in den Bereichen Vertrieb sowie Maklerbetreuung mit.

FOTO: HOOGO



hoogo stärkt seine Vertriebsorganisation und gewinnt mit **Onur Kaya** einen erfahrenen Branchenexperten als neuen Verkaufsleiter Deutschland. Seit 1. April verantwortet er die strategische Weiterentwicklung des Vertriebs bei hoogo/Mytek sowie den Ausbau der Marktposition im deutschen Fachhandel. Zu seinen beruflichen Stationen zählen unter anderem Philips, Sony, LG und Sky. Zuletzt verantwortete er als Gebietsverkaufsleiter bei SharkNinja Germany den Ausbau von Vertriebsstrukturen im Verbund- und Einzelhandel.

FOTO: ROMMELSBACHER



Rommelsbacher erweitert sein Team in der Abteilung der Sortimentsentwicklung. Mit **Sebastian Blome** gewinnt das Familienunternehmen einen neuen Produkt Manager. Mit rund 15 Jahren Erfahrung in der Hausgerätebranche kehrt er nach einem kurzen Exkurs in ein anderes Marktfeld in den Bereich der Elektrokleingeräte zurück und übernimmt Verantwortung für die marktorientierte Weiterentwicklung des Portfolios.

FOTOS: GRAEF



Franziska Graef und **Johanna Graef-Krengel** (rechts) übernehmen in vierter Generation die Geschäftsführung des Traditionsunternehmens **Graef**. Im Zuge des Generationenübergangs übernimmt Franziska Graef die Verantwortung für die Bereiche Vertrieb Consumer, Marketing und Produktmanagement und bringt ihre langjährige Erfahrung in die Weiterentwicklung von Markt- und Markenstrategie ein. Johanna Graef-Krengel verantwortet die kaufmännische Verwaltung mit den Bereichen Finanzbuchhaltung, IT und Controlling. Auch sie ist bereits seit über zehn Jahren im Unternehmen aktiv.

Ein Jahr wichtiger Entscheidungen für das BSH Board of Management (v.l.n.r.): Rudolf Klötscher (CSS), Lars Schubert (COO), Dr. Matthias Metz (CEO), Dr. Alexander Dony (CSM), Dr. Thorsten Lücke (CFO)

BSH-BILANZ

„Wacker geschlagen“

Die BSH Hausgeräte hat sich im Geschäftsjahr 2025 „in schwierigem Fahrwasser wacker geschlagen“, so BSH-CEO Dr. Matthias Metz: „Es war ein Jahr mit viel Gegenwind, in dem sich jedoch gezeigt hat, dass unser Zukunftsfahrplan wirkt“, so Dr. Metz. Der Umsatz ging im Geschäftsjahr um -1,6 % auf 15 Milliarden Euro zurück – in lokaler Währung entspricht das einem Wachstum von +2,8 %. Mit seinem starken Markenportfolio, klaren

strategischen Entscheidungen, fokussierten Investitionen und einem auf die Bedürfnisse der Märkte zugeschnittenen Produktportfolio gelang es dem Hausgerätehersteller laut eigener Aussage, seine Position in wichtigen Regionen zu stärken und neue Wachstumspotenziale zu erschließen. Die Region Europa verzeichnete trotz Preisdruck ein Umsatzplus von +1,2 %. Vor allem das Umsatzplus von +4 % im Einbaubereich und positive Entwicklungen in

115

NUR
NOCH
TAGE

IFA

04. bis 08.09.
2026

»Das große Branchenhighlight im September«

„Die KOOP und HEPT haben starke Impulse für den Handel gesetzt und den Austausch in der Branche initiiert. Jetzt richtet sich der Blick auf die IFA. Hier treffen Handel und Industrie auf Konsumenten – Innovation wird erlebbar, Technik trifft auf Kultur und Gemeinschaft. Experience Zones und sommerliche Festival-Atmosphäre im Sommergarten machen die IFA zum besonderen Treffpunkt.“

PETER ZYPRIAN,
IFA MANAGEMENT

FOTO: IFA



BVT

Vorstand neu gewählt

Frank Schipper bleibt Vorstandsvorsitzender des Handelsverband Technik (BVT). Die Delegierten wählten ihn im Rahmen der turnusmäßigen Wahl am 16. April 2026 in Berlin einstimmig erneut in das Ehrenamt. Der Unternehmer aus Lüdinghausen steht damit für eine weitere Amtszeit an der Spitze der Branchenorganisation, die die Interessen des Handels mit technischen Gebrauchsgütern in Deutschland vertritt. Ebenfalls einstimmig wurden die Vorstandsmitglieder Jennifer Bianco (München), Horst-Werner Dick (Bad Kreuznach), Walter Kolbeck (Pfaffenhofen), Kristof Loll (Kiel) und Rainer Th. Schorcht (Gütersloh) wiedergewählt. Neu in das Führungsgremium gewählt wurde Eleftheria Papadopoulou (Hagen). Jens Schlupp



FOTO: BSH

lokalen Märkten – unter anderem in Deutschland – stimmen den Hersteller positiv. Laut BSH werden die Märkte auch im laufenden Geschäftsjahr volatil bleiben. „Eine wirkliche Erholung der Märkte ist nicht absehbar“, so der CEO Metz. „Unser Leitmotiv: Widerstandskraft beweisen und in Zukunft investieren. Unser Anspruch ist Märkte gestalten – mit klaren Entscheidungen, und konsequenter Umsetzung des Zukunftsfahrplans.“



FOTO: BVT

Der neue BVT-Vorstand (v.l.n.r.): Walter Kolbeck, Frank Schipper, Kristof Loll, Eleftheria Papadopoulou, Rainer T. Schorcht, Horst-Werner Dick – nicht im Bild: Jennifer Bianco

kandidierte nicht erneut und schied aus dem Vorstand aus. Frank Schipper: „Wir danken Jens Schlupp für seinen unermüdlichen Einsatz im Interesse seiner Kollegen und der Branche. Ohne das ehrenamtliche Engagement von Unternehmern ist eine ergebnisorientierte Verbandsarbeit nicht möglich.“ Schipper weiter: „In Zeiten von Kriegen und Krisen auf dieser Welt, Konsumflaute und Kostensteigerungen in Deutschland und der Überflutung der EU mit niedrigpreisiger Ware aus Fernost braucht der Handel mit technischen Konsumgütern mehr denn je eine starke Lobby. Ich werde mich für die Interessen der Kollegen einsetzen und gemeinsam mit dem BVT-Vorstand dem Handel der Branche Gehör verschaffen.“



FOTOS: ROMMELSBACHER

„Genussvolle Momente für Küche und Garten: Mit der Doppel Heißluft Fritteuse FRH 2650 und dem Barbecue Grill mit Grillwagen BBQ 4100/S wird anspruchsvolles Kochen und Grillen spürbar entspannter. Beide Geräte rücken den gemeinsamen Genuss in den Fokus und punkten mit überzeugender Leistung, die den Alltag erleichtert. ROMMELSBACHER verbindet dabei innovative Technik mit echter Freude am Kochen – und mit Momenten, die man gerne teilt.“

OLIVER HAWNER, GESAMTLEITUNG MARKETING | PR BEI ROMMELSBACHER ELEKTROHAUSGERÄTE GMBH



Doppel Heißluft Fritteuse FRH 2650

UVP: 229,99 Euro

- „Zwei 5,5-Liter-Körbe sowie Sync- und Match-Funktion sorgen dafür, dass komplette Mahlzeiten punktgenau gelingen – flexibel serviert für Familie und Gäste.“
- „Ein Temperaturbereich von 40 bis 230 °C und 12 Automatikprogramme eröffnen maximale Vielseitigkeit – von knusprigen Pommes bis zu sanftem Slow Cooking.“
- „Intuitive Touch-Bedienung, Farbsymbole, beleuchtetes Sichtfenster und PFAS-freie Keramikbeschichtung sorgen für volle Kontrolle und eine angenehm einfache Reinigung.“

Barbecue Grill mit Grillwagen BBQ 4100/S

UVP: 399,99 Euro

- „Massiver Gusseisen-Rost und Temperaturen bis 300 °C sorgen für perfekte Grillstreifen und diesen intensiv-typischen Grillgeschmack.“
- „Vom saftigen Steak über zartes Pulled Pork bis zur knusprigen Pizza – der Grilldeckel macht den Grill zum vielseitigen Alleskönner für jeden Anlass.“
- „Der mobile Grillwagen mit praktischen Ablageflächen schafft maximale Freiheit und Flexibilität auf Balkon, Terrasse oder beim Camping.“



ROMMELSBACHER

Oliver Hawner · Gesamtleitung Marketing | PR
+49(9851)5758-5829 · o.hawner@rommelsbacher.de
www.rommelsbacher.de



Energie, Kreativität und Gemeinschaft: Der IFA Sommergarten

lenden Unternehmen im praktischen Einsatz. „Persönliche Begegnungen sind ein Stabilitätsfaktor“, betont Leif Lindner, CEO der IFA Management GmbH. „Die IFA bringt Hersteller, Handel und Logistikpartner an einen Tisch und schafft einen Rahmen, in dem neue Geschäftsmodelle entwickelt und Chancen und Herausforderungen offen diskutiert werden können. Gerade in Zeiten zunehmend fragiler Lieferketten und geopolitischer Unsicherheiten sind Transparenz und belastbare Netzwerke entscheidend – genau hier setzt die IFA an.“ Bereits jetzt haben führende internationale Marken ihre Teilnahme bestätigt.

Während Besucher in den Messehallen die neuesten Technologien und Trends aus aller Welt hautnah erleben können, setzt die IFA auf der Freiluftbühne auf ein abwechslungsreiches Kulturprogramm: Der IFA Sommergarten betont einmal mehr die Verzahnung von Technik und Lifestyle und bildet das kulturelle Herzstück der IFA. Das Erfolgsformat holt gezielt die „Konsumenten von morgen“ auf das Messegelände. Hier erleben sie Technologie als Teil ihrer Lebenswelt. Eröffnet wird der IFA Sommergarten am 3. September

von DJ „BUNT.“, angekündigt ist ebenfalls der Berliner Deutschraper Luciano, präsentiert von Fritz (rbb).

Auch in diesem Jahr profitieren Fachbesucher der IFA wieder von attraktiven Rabatten für Anreise und Hotel. Für eine kosteneffiziente, komfortable und klimafreundliche Anreise aus ganz Deutschland sorgen vergünstigte Event-Tarife bei der Deutschen Bahn. In Kooperation mit Eventbeds können außerdem zentral gelegene Hotelzimmer zu Sonderkonditionen gebucht werden.

IFA BERLIN

Netzwerken, erleben und genießen

Innovationen entdecken, Partner treffen und das Jahresendgeschäft gezielt vorbereiten: Die internationale Tech-Branche kommt im Spätsommer zur IFA Berlin zusammen. Hier trifft B2B auf B2C: Händler erhalten direktes Feedback von Konsumenten und erleben neue Produkte und Technologien von ausstel-

INSIDE SAMSUNG

Premiumstrategie und Partnerschaft

Auf der „Inside Samsung“ präsentierte der südkoreanische Hersteller sowohl sein neues Home Entertainment Line-Up, als auch die Produktneuheiten im Bereich Bodenpflege, Kühlen und Waschen. Im Samsung Space in Eschborn konnten Pressevertreter und Handelspartner die Innovationen aus erster Hand entdecken und ausprobieren. Mit der Intensivierung der Premiumstrategie soll die Partnerschaft mit dem Fachhandel ausgebaut werden. Micro RGB als neue Display-Generation, ein starkes OLED Line-up und Programme wie „SPACE“ und „Premium Shield“ sollen die Positionierung und Wertschöpfung im Handel weiter ausbauen helfen. „Wir setzen bewusst auf nachhaltigen Mehrwert statt auf kurzfristigen Preiswettbewerb“, sagt Sven Greier, Vice President TV/AV bei Samsung Electronics. „Unsere Strategie basiert auf Premium-Technologie, überzeugender Bildqualität, praktische AI-Funktionen sowie langfristiger Zuverlässigkeit und Sicherheit.“ So soll 2026 für Samsung mehr als nur ein weiteres starkes Jahr werden. Es soll der Beginn eines neuen Kapitels sein, so Mike Henkelmann,

Qualität, fortschrittliche Technologie und kompetente Beratung gewinnen an Bedeutung, sind Mike Henkelmann und Sven Greier überzeugt



Director Marketing Consumer Electronics: „Wir gehen mit großer Klarheit in den Markt: mit unserer konsequenten Premiumstrategie, der Samsung eigenen Technologietiefe und nicht zuletzt einer vertrauensvollen Partnerschaft mit dem Fachhandel.“ Die Fortführung des Smart Dealer Programms, Exklusivsortimente und gemeinsame Abverkaufs-Aktivitäten sollen im Bereich Home Appliances für einen starken Fachhandel und nachhaltiges Wachstum sorgen. „Unsere Strategie ist konsequent auf den Fachhandel ausgerichtet“, sagt Nedzad Gutic,

Das Samsung-Team richtet zentrale Home Appliances-Initiativen auf den Fachhandel aus: Nedzad Gutic, Diana Diefenbach und Ralf Birk

Vice President Home Appliances bei Samsung Electronics. „Mit dem Ausbau des Smart Dealer Programms, der Stärkung des Jet Premium Partner-Portfolios, digitalen Werkzeugen wie Samsung Sales Portal SPACE und einer erweiterten Trainingsoffensive wollen wir unsere Partner in die Lage versetzen, ihre

Beratungskompetenz gezielt zu nutzen und nachhaltiges Wachstum zu erzielen.“ Denn der Beratungsbedarf rund um AI-gestützte Hausgeräte für das vernetzte Zuhause wächst deutlich. Der Erfolg smarter, energieeffizienter und sicherer Hausgeräte entstehe nicht allein durch Technologie, sondern auch durch starke Partnerschaften mit dem Handel, so Diana Diefenbach, Senior Manager Technical Product Management and Communication bei Samsung Electronics: „Wir integrieren AI nicht zum Selbstzweck in unsere Produkte, nur um sagen zu können, dass sie enthalten ist, sondern immer mit dem Ziel, den Komfort zu erhöhen und echten Nutzen zu schaffen.“ Außerdem verstärkte Samsung sein Engagement im Küchen- und Möbelfachhandel und eröffnet einen eigenen Showroom im Kitchen Center Löhne (KCL), so Ralf Birk, Head of Built-in Küchen- und Möbelfachhandel.



FOTOS: ZVEIMARK, BOLLHORST



„Es gilt, in einem System permanenter Veränderung handlungsfähig zu bleiben,“ so Dr. Reinhard Chr. Zinkann, Vorsitzender des ZVEI-Fachverbands Elektro-Haushalt-Großgeräte im ZVEI. „Die Frage der Kundenschnittstelle wird jedenfalls neu verhandelt.“



„Genau jetzt entscheidet sich, wer nur verwaltet – und wer wirklich gestaltet. Und genau deshalb sind wir heute hier“, skizziert Frank Schipper, Vorstandsvorsitzender des Handelsverband Technik (BVT), den Kern des gemeinsamen Branchendialogs von Handel und Industrie

Zukunft wagen

Der 16. BVT/ZVEI-Branchendialog in Berlin stand im Zeichen enormer Marktdynamik. Veränderungsbereitschaft und Fähigkeit zum Wandel rückten in das Zentrum der Diskussion.

Am 15. April trafen sich Industrie und Handel zum bereits 16. BVT/ZVEI-Branchendialog in Berlin. Am 16. April folgte die BVT-Delegiertenversammlung, das „Parlament“ des Technik-Fachhandels in Deutschland. Über 100 Teilnehmer trafen sich zu dem Branchentreff, bei dem traditionell die Entscheider von Kooperationen, Konzernen und Lieferantenpartnern Flagge zeigen. Angesichts der aktuellen Marktsituation hatten die Teilnehmer reichlich Stoff für den von den ZVEI-Fachverbänden Elektro-Haushalt-Großgeräte und Consumer Electronics gemeinsam mit dem Handelsverband Technik (BVT) ausgerichteten Branchendialog. Unter der Moderation von Maria Marinelli, Bereichsleiterin Consumer im ZVEI, und BVT-Geschäftsführer Steffen Kahnt gaben Keynotes im Forum die Impulse, bevor die Branche sich anschließend auf Einladung von Sam-

sung im Berliner Humboldt-Forum zum abendlichen Austausch traf.

MULTIPLE „BAUSTELLEN“

Der „frisch“ im Amt bestätigte Vorstandsvorsitzende des Handelsverband Technik (BVT) Frank Schipper, beschreibt zum Auftakt des Branchendialogs die Situation: „Die Zeiten sind nicht einfach. Die Menschen halten ihr Geld zusammen. Die Schlagzeilen sind voll von Krisen. Wachstum fühlt sich gerade eher wie ein Fremdwort an. Was diesen Branchendialog besonders macht: Das ist kein Seminar, das ist eher wie ein Maschinenraum. Jeder bringt seine eigene Perspektive mit, seine eigenen Interessen, seine eigenen Baustellen. Und genau hier laufen diese Stränge zusammen. Hier entsteht etwas, das man alleine nicht hinkommt.“ Die Bedeutung dieses Mitein-

anders, vor dem Hintergrund geopolitischer und weltwirtschaftlicher Veränderungen, fasste Dr. Reinhard Zinkann, Geschäftsführender Gesellschafter Miele & Cie. und Vorsitzender des ZVEI-Fachverbands Elektro-Haushalt-Großgeräte zusammen.

CHANCE DER VERÄNDERUNG

Unter dem Titel „Zukunft unter Spannung – Was Hersteller und Händler der Technikbranche bis 2050 erwartet“ lieferte Trend- & Zukunftsforscherin Kim Haußer neue Perspektiven. Kann ein stark reguliertes und kontrolliertes – aber langsames – Europa im globalen Wettbewerb mithalten? Oder übernehmen die weltweit aktiven Plattformen das Ruder und die Künstliche Intelligenz steuert Einkauf und Verkauf gleichermaßen? Wahrscheinlich beides. Der Business-Pionier, BMW-Strategie und Ambidextrie-Experte Christian Schwedler stellte sich unter dem Titel „Leading in the storm – stabil liefern, mutig erneuern“ einer anderen spannenden Frage: Ist die Bewahrer-Strategie „auf Nummer sicher“, die den Status erhalten soll, tatsächlich ausreichend? Oder gilt es mutig in Struktur und Denkweise Innovation zuzulassen und Risiken einzugehen, um Transformation einzuleiten und zu überstehen? Gestaltungswille und Veränderungsbereitschaft – so der Tenor der Tagung – müssen jedenfalls Hand in Hand gehen. ■

„Was uns im Kerngeschäft so erfolgreich macht, behindert uns im Wandel und Fortschritt“, so Christian Schwedler, Business-Pionier, BMW-Strategie, Ambidextrie-Experte. „Wir müssen Überraschungen umarmen, Neugierde entwickeln und mehr Piratengeist zulassen.“



„Die Technik-Branche befindet sich im Zentrum mehrerer historischer Umbrüche“, so Kim Haußer, Trend- & Zukunftsforscherin. „Die Zukunft gehört nicht denen, die Plattformen nutzen, sondern denen, die trotz Plattformen relevant bleiben.“



Martin Ludwig (Liebherr), Horst-Werner Dick (Elektro Dick GmbH, BVT-Vorstand), Steffen Nagel (Liebherr), Jochen Pohle (EK Retail)



Felix Krüger (MHK Group), Thomas Singer (Garantie-Datenbank 24 GmbH), Udo Knauf (Telering)



Gardy Kanzian (ElectronicPartner), Matthias Assmann (ElectronicPartner), Kristof Loll (EP:Loll, BVT-Vorstand)



Brendan Lenane (EURONICS Deutschland), Matthias Assmann (ElectronicPartner), Frank Schipper (EURONICS XXL Lüdinghausen, BVT-Vorstandsvorsitzender), Christoph Lux (EURONICS Lux-Team)



Karl-Heinz Burkhart, Eleftheria Papadopoulou (MediaMarktSaturn NRW/Niedersachsen), Sascha Kabierske (MediaMarktSaturn), Stephan Stoltenberg (MediaMarkt Fulda)

BERLIN GIPFEL

Zur gemeinsamen Abendveranstaltung trafen sich Handel und Industrie am



Nadja Rahimi (ZVEI), Carlo Breyer (ZVEI), Pierre Zimmermann (ZVEI)



Carine Chardon (GFU), Theresa Seitz (ZVEI)



Frank Schipper (EURONICS XXL Lüdinghausen, BVT-Vorstandsvorsitzender), Katharina Albiez (BVT), Nadja Rahimi (ZVEI), Barbara Schipper (EURONICS XXL Lüdinghausen)



Die BVT-Geschäftsführung mit Steffen Kahnt, Joachim Dünkelmann, Franziska Köster und ihrem Vorsitzenden Frank Schipper



Manfred Schnabel (Expert ESCH), Peter Zyprian (IFA Management), Susanne Harring (De'Longhi), Nedzad Gutic (Samsung), Sven Greier (Samsung), Dirk Koslowski (IFA Management)



Jochen Maas (Russell Hobbs), Dr. Sebastian Brockhaus (Robert Thomas), Michael Schüller (ritterwerk)



Andreas Peplinski (NielsenIQ), Sven Greier (Samsung)



Vom Sponsor Samsung begrüßen Nedzad Gutic und Sven Greier die Gäste im Restaurant Baret über den Dächern von Berlin

NER L

ung von **BVT und ZVEI**
15. April in Berlin.



Dirk Wittmer (Dirk Wittmer Unternehmensberatung), Manfred Schnabel (Expert ESCH), Dr. Reinhard Zinkann (Miele), Rainer Th. Schorcht (Foto Schorcht, BVT-Vorstand)



Leif Lindner (IFA Management), Cornelia Schwobe (IFA Management), Daniel Schiffbauer (LG), Dirk Koslowski (IFA Management)



Dr. Juan-Ignacio Conrat (BSH), Christoph Wendker (Miele), Dr. Gerhard Pischel (Heussen), Maria Marinelli (ZVEI)



Tim Endres (Koelnmesse), Joachim Dünkelmann (BVT)



Thilo Dröge (Wertgarantie), Jochen Pohle (EK Retail), Martin Wolf (EK/servicegroup), Franz Schreckenber (EK Retail), Peter Erdmann (Prodanet)



Dr. Vincent Meyer (Foto Meyer), Rainer Th. Schorcht (Foto Schorcht), BVT-Vorstand)



Sascha Kabierske (MediaMarktSaturn), Eleftheria Papadopoulou (MediaMarktSaturn NRW/Niedersachsen), Horst-Werner Dick (Elektro Dick, BVT-Vorstand), Kristof Loll (EP:Loll, BVT-Vorstand)



Frank Schipper (EURONICS XXL Lüdinghausen, BVT-Vorstandsvorsitzender) und Steffen Kahnt (BVT) begrüßen Eleftheria Papadopoulou (MediaMarkt-Saturn NRW/Niedersachsen) als neues BVT-Vorstandsmitglied

Die Rahmenbedingungen im Handel bleiben anspruchsvoll: geopolitische Unsicherheiten, Preisdruck und neue Wettbewerber verändern den Markt nachhaltig. Für **Thomas Jacob**, Geschäftsführer von expert Klein, ist das jedoch kein Grund zur Klage, sondern ein klarer Auftrag zum Handeln. Im hitec Interview des Monats spricht er über strukturelle Herausforderungen, notwendige Veränderungen – und warum gerade jetzt Profil wichtiger ist als Größe.

hitec: Wie läuft das Jahr 2026 – oder besser gefragt: Warum läuft es nicht?

Thomas Jacob: Ich würde die Frage so nicht stehen lassen – „es läuft nicht“ greift deutlich zu kurz. Das Jahr 2026 ist geprägt von globalen Unsicherheiten, geopolitischen Spannungen und einer spürbar zurückhaltenden Konsumstimmung. Diese Faktoren beeinflussen das Kaufverhalten unmittelbar – und das sehen wir natürlich auch im Handel. Gleichzeitig dürfen wir nicht übersehen, dass wir uns in vielen Sortimenten längst in einem Ersatzbedarfsmarkt bewegen. Das bedeutet: Nachfrage ist da, aber sie ist weniger impulsgetrieben und deutlich rationaler geworden.

Bei expert Klein haben wir uns frühzeitig auf genau dieses Umfeld eingestellt – mit klaren Vertriebsstrukturen, konsequenter Kundenorientierung und einem

»Es gibt Themen, die man gemeinsam besser – und auch wirtschaftlich sinnvoller – lösen kann als allein.«



Fokus auf nachhaltige Entwicklung statt kurzfristiger Effekte. Deshalb sagen wir ganz bewusst: Es läuft im Rahmen der Möglichkeiten – und für uns stabil. Wer heute jammert, hat häufig gestern die falschen Weichen gestellt. Entscheidend ist, wie gut ein Unternehmen auf solche Marktphasen vorbereitet ist.

Wie funktioniert aus Ihrer Sicht Kundenbindung?

Kundenbindung ist kein Konzept aus dem Lehrbuch, sondern tägliche Praxis – und zwar auf der Fläche. Bei expert Klein verstehen wir Kundenbindung als Ergebnis aus Vertrauen, Verlässlichkeit und echter Problemlösungskompetenz. Der Preis allein bindet keinen Kunden – im Gegenteil: Er macht uns als Unternehmen austauschbar für den Kunden. Gerade in einem Markt mit maximaler Preistransparenz ist es entscheidend, sich über andere Faktoren zu differenzieren. Beratung, Service, Erreichbarkeit und das Gefühl, gut aufgehoben zu sein, spielen dabei eine zentrale Rolle. Und genau hier kommen unsere Mitarbeiter ins Spiel. Sie sind der wichtigste Kontaktpunkt zum Kunden und damit der entscheidende Erfolgsfaktor. Wer heute nicht in Menschen investiert, wird morgen keine Kunden mehr binden.

Ist expert Klein der größte expert-Händler?

Wir gehören als inhabergeführtes Unternehmen zu den größten stationären Händlern im CE-Markt – das ist sicherlich richtig. Aktuell betreiben wir bei expert Klein 32 Fachmärkte mit über 900 Mitarbeitern – mit klar wachsender Tendenz. Das zeigt, dass unser Modell funktioniert und wir auch in einem anspruchsvollen Marktumfeld weiter Entwicklungspotenzial sehen. Aber: Größe allein ist kein Selbstzweck. Entscheidend ist, wie man damit umgeht. Für expert Klein steht im Mittelpunkt, diese Größe sinnvoll zu nutzen – für bessere Prozesse, für mehr Kundennähe und für nachhaltige Entwicklung.

Welche Leistung der Kooperation ist für Sie am wichtigsten?

Die Stärke einer Kooperation liegt nicht in einer einzelnen Leistung, sondern im Zusammenspiel aller Komponenten. Einkauf, Marketing, Systeme, Logistik und konzeptionelle Unterstützung müssen ineinandergreifen. Sobald ein Baustein nicht funktioniert, verliert das Gesamtsystem an Wirkung. Aus Sicht von expert Klein ist dabei besonders wichtig, dass die Kooperation unternehmerisches Handeln ermöglicht und stärkt – nicht ersetzt. Wir brauchen eine Plattform, die uns befähigt, bessere Entscheidungen zu treffen, nicht eine Struktur, die uns vorgibt, wie wir zu arbeiten haben.

Wie bewerten Sie Regiebetriebe von Kooperationen?

Regiebetriebe sind im Grundsatz ein sinnvolles Instrument. Sie helfen den Kooperationen, Märkte und den Einzelhandel besser zu verstehen sowie Präsenz zu sichern. Sie bieten zudem die Möglichkeit, Konzepte zu testen und ein Gefühl für operative Herausforderungen zu behalten – gerade aus Sicht einer Zentrale ist das nicht zu unterschätzen. Problematisch wird es allerdings, wenn wirtschaftliche Vernunft in den Hintergrund rückt und Standorte um jeden Preis gehalten werden. Hier entstehen schnell Risiken, die langfristig das gesamte System belasten können. Ich bin überzeugt: Unternehmerisch geführte Standorte sind in der Regel die erfolgreicheren Standorte. Deshalb sollten Regiebetriebe immer als temporäre Lösung verstanden werden – mit dem klaren Ziel, sie wieder in unternehmerische Verantwortung zu überführen.

Wie sehen Sie das Thema „Kooperation der Kooperationen“?

Wir diskutieren dieses Thema seit Jahren – aber die Geschwindigkeit reicht aus meiner Sicht nicht aus. Die Veränderungen im Markt sind erheblich. Neue internationale Wettbewerber, veränderte Kundenanforderungen und steigender Kostendruck treffen auf Strukturen, die teilweise historisch gewachsen sind und heute nicht mehr die notwendige Effizienz bieten. Wir leisten uns in Deutschland parallele Strukturen, die Ressourcen binden, Effizienz kosten und erhebliche Kosten verursachen. Das kann man sich auf Dauer nicht leisten.

Ich würde es ausdrücklich begrüßen, wenn wir hier mutiger werden – nicht im Sinne einer vollständigen Vereinheitlichung, sondern bei klar definierten Themenfeldern, in denen Zusammenarbeit echten Mehrwert schafft. Wir als expert Klein stehen für unternehmerische Freiheit, aber auch für wirtschaftliche Klarheit. Und ich sage ganz deutlich: Es gibt Themen, die man gemeinsam besser – und auch wirtschaftlich sinnvoller – lösen kann als allein.

Welche Bedeutung hat die Allianz von expert, Euronics und Wertgarantie zum Recht auf Reparatur?

Das ist ein wichtiges Signal – sowohl nach innen als auch nach außen. Dass sich hier große Kooperationen zusammenschließen zeigt, dass die Kooperationen verstanden haben, worum es geht: Verantwortung zu übernehmen und gleichzeitig tragfähige Lösungen für die Praxis zu entwickeln. Gerade beim Thema Reparatur geht es nicht nur um politische Zielsetzungen, sondern um konkrete Umsetzbarkeit im Alltag. Für expert Klein ist Reparatur seit jeher ein Bestandteil des Geschäftsmodells. Umso wichtiger ist es, dass Initiativen wie diese dazu beitragen, Strukturen zu schaffen, die langfristig funktionieren. Symbolik allein reicht nicht – entscheidend ist die Umsetzung.

Welche Fördermaßnahmen für Reparaturen wünschen Sie sich?

Das zentrale Problem ist aus meiner Sicht klar: Es fehlt an Kapazitäten. Wir haben nicht zu wenig Nachfrage nach Reparaturen, sondern zu wenig qualifiziertes Personal, um diese Nachfrage zu bedienen. Deshalb brauchen wir gezielte Förderprogramme für Ausbildung, Qualifizierung und den Aufbau entsprechender Strukturen. Darüber hinaus sollten wir auch über neue Formen der Zusammenarbeit nachdenken – auch über Kooperationsgrenzen hinweg. Wenn politisch mehr Reparatur gewollt ist, müssen die Rahmenbedingungen so gestaltet werden, dass sie auch realistisch umgesetzt werden kann.

Welche Veränderungen erwarten Sie durch neue Marktteilnehmer wie JD.com?

Die ersten Auswirkungen sind bereits sichtbar – insbesondere im Preisgefüge. Mit neuen internationalen Playern kommt zusätzlicher Wettbewerbsdruck in den Markt, der sich nicht immer an die etablierten Spielregeln und Strukturen hält. Das hat nicht nur Auswirkungen auf den Handel, sondern auch auf die Industrie. Gerade nicht-chinesische Hersteller sind darauf angewiesen, funktionierende Vertriebssysteme zu erhalten, die Wertschöpfung ermöglichen. Der mittelständische Fachhandel spielt dabei eine entscheidende Rolle. Für expert Klein ist diese Entwicklung Herausforderung und Chance zugleich. Denn je stärker der Preis in den Vordergrund rückt, desto wichtiger werden Differenzierungsmerkmale wie Beratung, Service und Vertrauen. Genau hier liegt die Stärke des Fachhandels.

Ist ein Onlineshop heute unverzichtbar?

Ja – aber die entscheidende Frage ist: mit welcher Zielsetzung. Ein Onlineshop als reiner Absatzkanal ist in vielen Fällen wirtschaftlich schwierig, weil die Vergleichbarkeit enorm hoch ist. Für expert Klein verstehen wir den Onlineshop vor allem als digitales Schaufenster und als gezielten Frequenzbringer für unsere stationären Märkte. Kunden erwarten heute ein durchgängiges Einkaufs-



» Wer heute jammert, hat gestern die falschen Entscheidungen getroffen.«

erlebnis: online informieren, stationär erleben – und bei Bedarf auch flexibel online kaufen oder bestellen. Die Zukunft liegt nicht im Entweder-oder, sondern im intelligenten Zusammenspiel beider Welten.

Wo muss der stationäre Handel aktuell am meisten investieren?

Die Antwort ist eindeutig: ins Personal. Technologie, Fläche und Prozesse sind wichtig – aber am Ende entscheidet der Mensch über den Erfolg. Bei expert Klein investieren wir gezielt in Qualifikation, Weiterentwicklung und Mitarbeiterbindung. Denn nur motivierte und kompetente Mitarbeiter können die Leistung erbringen, die Kunden heute erwarten. Ohne gute Mitarbeiter gibt es keinen guten Handel – und ohne guten Handel keine Zukunft.

Welche Lieferanten schätzen Sie besonders?

Ich schätze Partner, die langfristig denken und ein echtes Interesse an gemeinsamer Wertschöpfung haben. Kurzfristige Volumenstrategien helfen selten weiter. Entscheidend ist ein gemeinsames Verständnis von Markt, Kunde und Perspektive. Für mich ist partnerschaftliche Zusammenarbeit ein zentraler Erfolgsfaktor. Und ganz ehrlich: Es macht auch mehr Freude, mit Partnern zu arbeiten, die ähnlich ticken und auf Augenhöhe agieren.

Hat es Sie je gereizt, die Branche zu wechseln?

Nein – und das ganz bewusst. Diese Branche ist in ihrer Dynamik, Innovationskraft und Vielfalt nahezu einzigartig. Sie fordert einen permanent heraus, bietet aber gleichzeitig enorme Gestaltungsmöglichkeiten. Nach fast vier Jahrzehnten kann ich sagen: Ich habe diese Entscheidung nie bereut. Und wenn ich heute noch einmal wählen müsste, würde ich mich wieder genauso entscheiden.

Herr Jacob, vielen Dank für das Gespräch.



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

Perfekt gekühlt



TEFAL

Freezi

Gefundener Preis: UVP 519,99 Euro

- „Einsatzbereit in nur 20 Minuten – ganz ohne Vorkühlen.“
- „5 Automatik-Programme für Softeis, Slushi, Frozen Yogurt, Cocktails und Milkshakes.“
- „Fassungsvermögen für 1 l Eiscreme oder 1,2 l geistete Getränke.“



ROMMELSBACHER

Eismaschine IM 12

Gefundener Preis: UVP 79,99 Euro

- „Für Speiseeis, Frozen Yogurt, Sorbet und Slushies.“
- „Herausnehmbarer 1,5 l Gefrierbehälter mit 500 ml Füllmenge.“
- „40 Minuten Zeitschaltuhr mit Signalton.“



SIEMENS

iQ700 French-Door Kühl-Gefrier-Kombination

Gefundener Preis:
UVP auf Anfrage

- „Das anpassbare Innenraumkonzept mit verstellbaren Böden und multifunktionale Ablagen ermöglicht hohe Flexibilität.“
- „Der integrierte Eis- und Wasserspender bietet Crushed Ice, Eiswürfel und gekühltes Wasser direkt per Knopfdruck.“
- „Dank hyperFresh <0 °C Technologie bleiben Lebensmittel deutlich länger haltbar.“



FOTOS: SAMSUNG



SAMSUNG

Eintüriger
Kühlschrank RR80

Gefundener Preis:
UVP 1.399 Euro

- „Automatische Türöffnung durch Berührungssensoren.“
- „Metal Cooling sorgt für effizienten Energieeinsatz und langanhaltende Frische im Alltag.“
- „Der AI-Algorithmus in AI Precise Cooling lernt mit dem Nutzerverhalten.“



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

„Mit der automatischen Türöffnung haben wir bereits 2024 eine Funktion auf dem deutschen Markt bei Kühlgeräten vorgestellt, die im Alltag einen unmittelbaren Mehrwert schafft. Die starke positive Resonanz im Handel und vor allem bei Endkundinnen und Endkunden bestätigt diesen Ansatz eindrucksvoll und zeigt uns, dass Komfort heute ein entscheidender Faktor in der Produktentscheidung ist.“

LIEBHERR

French-Door-Kühl-Gefrierkombination MBbsdi 9528

Gefundener Preis: UVP 4.199 Euro

- „Das PowerCooling-System verteilt die kalte Luft effizient im gesamten Kühlraum.“
- „Die VarioTempZone kann gradgenau von -18 bis -10 °C und von -2 bis $+5$ °C eingestellt werden.“
- „Der praktische Organizer für Türabsteller sorgt für noch mehr Ordnung und Sicherheit in den Türen.“



MARTIN LUDWIG, HEAD OF BUSINESS AREA WESTERN EUROPE LIEBHERR, MEMBER OF THE EXECUTIVE COMMITTEE LHV, APPLIANCE DIVISION:

„Die eleganten French-Door-Geräte sind durch ihre innovativen Kühltechnologien, die edlen Materialien und das durchdachte Design echte Blickfänge, die Statements in jeder Küche setzen.“

GORENJE

Cross-Door Kühl-Gefrierkombination
NRM819D61X

Gefundener Preis: UVP 1.039 Euro

- „Vier Türen ermöglichen eine übersichtliche Trennung von Kühl- und Gefrierbereichen.“
- „Großzügiges Nutzvolumen von insgesamt 460 Litern.“
- „Die NoFrost Plus Technologie verhindert zuverlässig Eis- und Reifbildung im Gefriereteil.“

FOTOS: GORENJE



FOTOS: LIEBHERR



FOTO: BEKO

A++ C

BEKO

Kühl- und Gefrierkombi
B5RCNA416HXB

Gefundener Preis:
UVP 999 Euro

- „Getrennte Kühlkreisläufe für den Kühl- und den Gefrierbereich.“
- „Die HarvestFresh-Technologie verwendet drei energieeffiziente Farben, die das Licht der Sonne simulieren.“
- „Eine präzise gekühlte Zone mit einem Temperaturbereich von -2 °C bis +2 °C im Kühlteil ist speziell für empfindliche Produkte wie Fleisch, Milchprodukte und Delikatessen ausgelegt.“



FOTO: BOSCH

A++ E

BOSCH

French Door Kühl-Gefrier-Kombination Serie 6

Gefundener Preis: UVP auf Anfrage

- „Mit freihändiger Flaschenfüllfunktion für Wasser mit einstellbarer Füllhöhe.“
- „Mit bis zu 574 Litern Nutzvolumen.“
- „Wahlweise mit Festwasseranschluss oder Wassertank.“



A++ D

AMICA

Einbau-Kühl-Gefrierkombination EKGCS 389 200

Gefundener Preis:
UVP 1.789 Euro

- „Der Inverter Kompressor orientiert sich in seiner Leistung nach dem erforderlichen Kühlbedarf.“
- „Dank der Supergefrierfunktion lassen sich Nahrungsmittel besonders schnell abkühlen und einfrieren.“
- „Türalarm erinnert an das Schließen und schützt die Kältehaltung.“

FOTO: AMICA

FOTOS: LG



LG

Kühl-/Gefrierkombination GBBW726AMB

Gefundener Preis: UVP 1.799 Euro

- „Kann vollintegriert oder freistehend genutzt werden – mit flacher Tür für ein harmonisches Design.“
- „Breite Kühl-/Gefrierkombination (70 cm) mit bis zu 466 Litern Stauraum.“
- „0 °-Zone mit digitalem Display: Temperatur für Fleisch (-3 °C), Fisch (0 °C) oder Käse (2 °C) individuell einstellbar – für länger frische Lebensmittel.“

IVANA DROPULJA, HEAD OF PRODUCT MARKETING HOME APPLIANCE SOLUTION, LG ELECTRONICS DEUTSCHLAND:

„Mit unserer Kühl Gefrierkombination GBBW726AMB verbinden wir maximale Gestaltungsfreiheit mit hoher Funktionalität. Dank des Fit Designs lässt sich das Gerät sowohl vollintegriert als auch freistehend einsetzen und fügt sich mit seiner flachen Tür harmonisch in moderne Küchen ein. Gleichzeitig bietet das Gerät mit bis zu 466 Litern außergewöhnlich viel Stauraum. Mit der FRESHConverter+® 0° Zone geben wir unseren Kunden zudem die Möglichkeit, empfindliche Lebensmittel wie Fleisch, Fisch oder Käse individuell und optimal zu lagern – für eine längere Frische.“



CASO DESIGN

Eiswürfelbereiter Clear Ice Advanced

Gefundener Preis: UVP 169,99 Euro

- „Produziert klare Eiswürfel, die langsamer schmelzen und die Getränke länger kühl halten.“
- „Die ersten Eiswürfel sind nach 8 – 12 Minuten fertig, in 24 Stunden werden bis zu 8,8 kg produziert.“
- „Über das Sichtfenster ist jederzeit ein Überblick über die bereits produzierten Eiswürfel möglich.“

FOTO: CASO



SIGNAL IDUNA 
füreinander da

Der SI Handelsschutz: Sichert, was Ihr Geschäft am Laufen hält.

Sichern Sie sich mit dem SI Handelsschutz gegen alle geschäftsrelevanten Risiken ab. Von der betrieblichen Sach- und Haftpflichtversicherung über Elektronik und Maschinen bis hin zu Tiefkühlgut und Transport ist alles in unserer Multi-Risk-Police abgesichert.



Jetzt QR-Code scannen
und direkt informieren.

www.signal-iduna.de/handelsschutz

Äpfel & Birnen

Nr. 48

Frisch gepflückt: Die reifsten Früchte mit den saftigsten Argumenten



Nominiert für
**TOP10
TECHNIK
2026**

LEICA

Leitzphone powered by Xiaomi

Gefundener Preis: UVP 1.999 Euro

- „Die Hauptkamera arbeitet mit einem 1-Zoll-Sensor und LOFIC-Technologie (Lateral Overflow Integration Capacitor), die den Dynamikumfang deutlich erweitert.“
- „Periskop-Telekamera mit 200-Megapixel-Sensor.“
- „Der mechanische Kameraring ermöglicht eine direkte und haptische Interaktion.“



JULIAN BURCZYK, HEAD OF PRODUCT MANAGEMENT MOBILE, LEICA:

„Das Leitzphone bringt unsere Designprinzipien, unser Knowhow über Bildverarbeitung und unsere fotografische Haltung in den Alltag.“

GRAEF

Elektrischer Messerschärfer SG530

Gefundener Preis: UVP 229,99 Euro

- „Mit zwei Schärf- bzw. Schleifstufen mit feinsten Diamantschleifpartikeln und einem patentierten Polierverfahren.“
- „Neben handelsüblichen Küchenmessern auch für Jagd-, Filetier- und Taschenmesser geeignet.“
- „Dank der Vorschärfstufe können auch Messer mit starken Beschädigungen an der Klinge sorgfältig wiederaufgebaut und repariert werden.“





TINECO

FLOOR ONE S9 Scientist

Gefundener Preis: UVP 799 Euro

- „Der StreakFree-Abzieher senkt sich beim Zurückziehen des Geräts automatisch ab, nimmt überschüssiges Wasser direkt auf und sorgt so für schnell trocknende, streifenfreie Böden.“
- „Das DualBlock Anti-Verhedderungs-Design setzt zwei unabhängige Mechanismen ein, die Haare und Tierhaare aktiv vom Einwickeln um die Bürste abhalten.“
- „Akkulaufzeit von bis zu 80 Minuten im QUIET Mode, 60 Minuten im AUTO Mode in liegender Position.“



Miele

**Zwei Arten zu reinigen.
Ein Miele Standard.
Der neue Triflex HX3 Plus Aqua.**



KÄRCHER

Akku-Fenstersauger WV 5 Ultra

Gefundener Preis: UVP 99,99 Euro

- „Flexible Silikonabziehlippe für noch bessere Ergebnisse bei bodennaher Reinigung oder entlang von Kanten.“
- „Akku-Laufzeit von 45 Minuten.“
- „Mit 3-LED-Anzeige für den Akkustand.“



FOTO: KÄRCHER



ORAL-B

iO Kids

Gefundener Preis: UVP 69,99 Euro

- „Vereint modernste iO-Technologie für Kinder ab 6 Jahren und schützt wackelige Kinderzähne und empfindliches Zahnfleisch.“
- „Von der Europäischen Vereinigung für Kinderzahnheilkunde (EAPD) empfohlen.“
- „Der 2-Minuten-Musik-Timer und der Zugang zur Disney Magic Timer App sorgen für mehr Spaß beim Zähneputzen.“



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

„Mit Funktionen und Charakterdesigns, die speziell auf die Bedürfnisse von Kindern abgestimmt sind, unterstützt Oral-B Eltern und Zahnärzt:innen dabei, von Anfang an gesunde Zahnputzgewohnheiten zu etablieren.“



FOTO: WILFA

WILFA

Volo Multi Grind

Gefundener Preis: UVP 349 Euro

- „All-in-one-Kaffeemaschine mit integrierter Kaffeemühle, die frisch gemahlene Kaffee, Kapseln, Espresso und Filterkaffee in einem kompakten Gerät vereint.“
- „Das Edelstahl-Kegelmahlwerk bietet sieben Mahlgradstufen und eignet sich damit für unterschiedlichste Zubereitungsarten.“
- „Vier Adapter für maximale Flexibilität im Lieferumfang enthalten.“



FOTOS: PROCTER & GAMBLE



SHARK

ChillPill 3-in-1-Ventilator-, Sprühnebel- und InstaChill-System

Gefundener Preis: UVP 139,99 Euro

- „Kombiniert Hochgeschwindigkeits-Ventilator, ultrafeinen Sprühnebel und eine sofort kühlende InstaChill-Platte in einem schlanken, tragbaren Design.“
- „Dank des modularen Designs lassen sich Aufsätze schnell austauschen.“
- „In sechs Trend-Farben erhältlich.“

ECOVACS

Produktbezeichnung: DEEBOT X12 OmniCyclone

Gefundener Preis: UVP 1.399 Euro

- „Die FocusJet-Technologie löst eingetrocknete Rückstände gezielt an, bevor die eigentliche Reinigung beginnt.“
- „Dank intelligenter Sensorik passt sich der Roboter dynamisch an unterschiedliche Raumstrukturen an und reinigt präzise entlang von Möbeln, Wänden und engen Bereichen.“
- „Der KI-Agent analysiert Wohnumgebung und Nutzungsgewohnheiten, erstellt automatisch individuelle Reinigungspläne und passt Parameter wie Saugkraft, Wasserfluss und Routenführung kontinuierlich an.“



Einfach.
Gut.
Geschützt.

Reparaturkostenschutz
von WERTGARANTIE

Infos: wertgarantie.de

Zwei für
alle Fälle!

Mieten statt kaufen –
das Leben kann so einfach sein.

Infos: mietenstattkaufen.info

Elektrogeräte
kann man
auch mieten!

Member of

>> OBSTKORB- ABONNEMENT <<

NAME: THERESA SEITZ

POSITION: GESCHÄFTSFÜHRERIN FACHVERBAND
ELEKTRO-HAUSHALT-KLEINGERÄTE, ZVEI

HERKUNFT: BAYERISCHER UNTERMAIN

Was war Ihr Berufswunsch als Kind?

Politikerin.

Wohin fahren Sie gerne in den Urlaub?

Frankreich.

Was war Ihr schönster Lustkauf?

Ein regelmäßiges Obstkorb-
Abonnement.

Ich bin Fan von ...

... langen Wandertouren
in den Bergen, egal
ob in den Alpen, im
Karakorum oder im
Himalaya.

Am liebsten esse ich ...

... vietnamesisch oder
Selbstgekochtes.

**Kaum jemand würde annehmen,
dass ich ...**

... viel Zeit im Garten verbringe.

Ich würde gerne mal ...

... den Berliner Höhenweg wandern, eine
anspruchsvolle 8-Tages-Wanderung mit
grandiosem Ausblick.

Welche Freiheit nehmen Sie sich?

Neben dem Beruf meine verschiedenen Ehren-
ämter in der Jugendarbeit oder Gemeinde mit
Energie und Überzeugung auszuüben.

**Welchen Klang/Geräusch/Musik
mögen Sie am liebsten?**

Morgendlicher Vogelgesang
im eigenen Garten.

**Wie entspannen Sie am
besten?**

Beim Lesen eines guten
Buches.

**Wer sagt Ihnen die
Wahrheit?**

Mein Partner.

**Haben Sie ein Lebens-
motto?**

Wer immer tut, was er schon kann,
bleibt immer das, was er schon ist.



IFA

4-8 SEPT
2026

IFA Berlin 2026.

Das größte Networking-Event der Branche.

ifa-berlin.com



JETZT FACHBESUCHER-TICKETS SICHERN

AI-supported.

Wir bleiben weiter an der Spitze, weil Performance kein Zufall ist



TESTSIEGER



GUT (1,9)

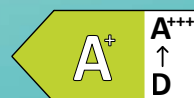
Siemens HB774G1B1

Im Test:
11 elektrische Einbaubacköfen mit Heißluft, Ober- und Unterhitze sowie Pyrolysefunktion

**Stiftung
Warentest**

Ausgabe 02/2026
www.test.de

26L112



Erneut Testsieger: der intelligente iQ700 Backofen

Kulinarik trifft Intelligenz. Ob feines Ofengemüse oder auf den Punkt zubereitete Fleisch-Kompositionen – der Siemens iQ700 Testsieger-Backofen HB774G1B1 garantiert perfekte Ergebnisse, die begeistern. Das bestätigt auch Stiftung Warentest mit der Note GUT (1,9) im Test 02/2026. Intuitive TFT-Touch-Bedienung, smarte Automatikprogramme, präzise Temperaturführung und vernetzte Steuerung heben jede Küche auf das nächste kulinarische Level. siemens-home.bsh-group.de