



Fotos: Messe Berlin

Zur „IFA“ kamen rund **220 000 Besucher**. **24 Prozent mehr Fachbesucher** wurden registriert

„HOME APPLIANCES@IFA“ 2008

Das war für Hausgeräte eine Top-Premiere!

Der Grundstein für eine neue Leitmesse scheint gelegt

Selbst nach wenigen Wochen Abstand lässt einen der grandiose Eindruck nicht los, den der Hausgerätebereich auf der „IFA“ in Berlin hinterlassen hat. Nach jahrelanger Abstinenz konnte sich die Branche endlich wieder so präsentieren, dass Aussteller und Fachbesucher gleichermaßen von einem großen Erfolg sprachen. Das bietet auch allen Anlass zur Hoffnung, dass mit der „Home Appliances@IFA 2008“ der Grundstein für eine neue Leitmesse für die Hausgeräteindustrie gelegt wurde.

Auch der für viele Aussteller neue Spagat, einen Messestand zu entwickeln, der für Fachbesucher und Endkonsumenten gleichermaßen von Interesse ist, konnte durchgängig gemeistert werden. Waschmaschinen, Kühlschränke, Espressomaschinen & Co. wurden dem Verbraucher gegenüber teilweise zele-

Roland Hagenbucher, Geschäftsführer der Siemens-Electrogeräte GmbH:

Die Siemens Botschaft „Die Zukunft zieht ein – Versprechen und Verpflichtung“ war ein voller Erfolg auf der diesjährigen „IFA“. Die Fachbesucherzahlen am Siemens Stand bewegten sich täglich im vierstelligen Bereich. Ein solches Interesse hat die Weiße Ware in der Vergangenheit nie erfahren. Unsere Umsatzerwartungen wurden deutlich erfüllt und die „IFA“ war für uns die gewünschte erfolgreiche Ordermesse.



Geräte, die Maßstäbe setzen sollen

Stets großer Trubel herrschte bei **Siemens**. Zogen im offiziellen Bereich Spitzenkoch **Tim Raue** mit seinen Kochvorführungen sowie die Gerätepräsentationen viele Verbraucher in ihren Bann, lockten den Elektrofachhändler die Messeofferten im Fachbesucherszentrum. Großes Interesse fanden u.a. die A+-Kühl-



Fotos: Siemens, H.W.

Stets „ausverkauft“: die Kochvorführungen von **Tim Raue** bei Siemens. Oben zeigt **Hans-Georg Winkel**, Vertriebsleiter Consumer Products, den neuen Vollautomaten „EQ.7“



Die neuen Einbaugeräte – ein Schwerpunkt am Siemens-Stand. Die neuen Backöfen werden über einen versenkbaren Drehwähler und über Drucktasten bedient



Der Miele-Stand war großzügig, farbenfroh und sehr informativ gestaltet



FOTOS: MIELE, H.W.

Gefrier-Kombi „coolMedia“ mit LCD-Fernseher, die Zeolith-Geschirrspüler sowie die neue Einbaugeräte-Reihe. Ihr Backofen in klar strukturiertem Design und mit blauem Lichtdesign wird durch die neue Beheizungsarten „hydroBacken“, durch die die Feuchtigkeit aus dem Gebäck als Wasserdampf im Garraum bleibt, und 3D-Heißluft charakterisiert. Mit ihr kann auf einer oder mehreren Ebenen mit völlig gleichem Ergebnis gebacken werden. Bedient wird mit „light-Control“, einem zentralen, versenkbaren Drehwähler und über Drucktasten.

Highlight bei den Siemens-Kleingeräten war natürlich der neue Kaffee-Vollautomat „EQ.7“, eine völlige Eigenentwicklung, mit der Siemens neue Maßstäbe am Markt setzen

möchte (mehr dazu „eh“ 9/08, S. 30). Auch der neue Compressor-Staubsauger „Z 6.0“ verfolgt dieses Ziel, trägt er doch deutlich zum Stromsparen bei. Dank seines neuen Aerodynamik-Systems kann er viel mehr Staub aufnehmen als andere vergleichbare Geräte. Luftstaus und Verwirbelungen im Inneren gehören damit der Vergangenheit an.

Energiesparer von Format

Täglich bis 22.00 Uhr gab es im Fachbesucherbereich von **Miele** nur wenige freie Plätze. Und auch im großzügig gestalteten Ausstellungsbereich riss der Besucherstrom bis 18.00 Uhr kaum ab. Wie bei den meisten Großgeräte-Vertretern gab es eine Fülle energiesparender



Der neue energiesparende Compressor-Staubsauger „Z 6.0“ von Siemens garantiert eine höhere Staubaufnahme

Karin Pädinger,
Leitung
Werbung der
Miele & Cie.
KG:



Die Messe ist sehr, sehr erfolgreich verlaufen. Unsere Erwartungen wurden übertroffen, das gilt sowohl für den Endverbraucher- wie auch für den Händlerbereich. Wir haben hier eine Welt des Genusses geschaffen, in der der Fachhandel Miele erleben konnte, bis in den Abend nach Messeschluss hinein. Die Begeisterung unserer Händler hat sich voll auf uns übertragen.

Maximale Leistung bei minimalem Verbrauch



AS3250

Der beutellose Bodenstaubsauger

Eco Apollo

mit dem Non Stop Cyclone System



Umweltfreundlich

Energieverbrauch 1.400 Watt, gleiche Leistung wie 2.000 Watt.

Non Stop Cyclone System

- Beutellose und filterlose Technologie: Extrem energiesparend, minimale Instandhaltung.
- Kein Verstopfen: Saugleistung stets konstant und leistungsstark.



Komfort

Staubbehälter mit Knopf zur automatischen Öffnung: Bequeme Reinigung des Behälters.

Elektrogeräte

solac

Vertrieb GmbH
Tel. 06432/5076-0
Fax 06432/5076-76



FOTOS: MIELE, H.W.

Miele präsentierte den neuen „S2“ am stabilen Schlauch. Links der neue Wärmepumpetrockner



Am Kenwood-Stand lockten Farben und leckere Speisen



Kenwood-Produkt-Manager Angelo Luce und ein Ausschnitt der Farbenvielfalt des Sortiments

Neuheiten zu erfassen, etwa den neuen Wärmepumpetrockner in der Energieeffizienzklasse A – ein besonders leise und schnell arbeitendes Gerät. Fast 40 Prozent sparsamer ist sein Wert als es der für die Klasse A vorgibt. Zudem spart er im Vergleich zu herkömmlichen Trocknern der Energieeffizienzklasse B bis zu 46 Prozent Energie sowie CO₂ ein. Ein wahres Sparwunder ist auch der „EcoLine“-Geschirrspüler, der für 14 Maßgedecke nur noch acht Liter Wasser benötigt. Wenn er an Warmwasser angeschlossen wird, lassen sich sogar noch mehr Energie und Zeit sparen (mehr dazu nächste Ausgabe). Neu im Miele-Bodenstaubsauger-Sortiment ist der „S2“ für preisbewusste Premiumkäufer. Die Staubaufnahmeleistung des 1600 W Motors wird durch eine neue Bodendüse mit der Bezeichnung „FiberteQ“ unterstützt. Sie besitzt eine glasfaserverstärkte Gleitsole, durch die sie weniger ist und noch leichter über den Boden geführt werden kann. Über das Gespräch, das „eh“ mit Christian Gerwens, Leiter der Vertriebsgesellschaft Deutschland, auf der „IFA“ geführt hat, lesen Sie auf S. 8.

Mit ehrgeizigem Ziel

Beim Gespräch am Messestand von De'Longhi war von Geschäftsführer Helmut Geltner zu erfahren, dass die Marke laut GfK erstmals bei Espressomaschinen mengenmäßig mit 23,3 Prozent Anteil zum Marktführer in Deutschland avancierte. „Zwar vorerst nur in der kleinen Zeitperiode von Mai bis Juni, aber es ist ein wichtiges Etappenziel erreicht, um in allen Espressobereichen zur absoluten Nummer 1 aufzusteigen“, so der Geschäftsführer dazu. Der Bereich „Kaffe Zubereitung“ bestimmte dann auch das Neuheiten-Sortiment der Marke. So wurden das neue Vollautomaten-Spitzenmodell „PrimaDonna Avant“ mit extra-großem Touch-Display für das Premium-Segment, und die limitierte „Perfecta Living Room“-Serie vorgestellt. Sie setzt Akzente durch neue



De'Longhi-Produkt-Manager Scott Taylor vor der neuen „PrimaDonna Avant“

FOTOS: DE'LONGHI, H.W.

Gehäuseoberflächen im Leder-, Wurzelholz und Titanium-Look. Farblich verändert zeigten sich auch verschiedene Nespresso-Kapselgeräte. Um das ehrgeizige Ziel für die Marke bei der Kaffe Zubereitung zu erreichen, investiert De'Longhi im zweiten Halbjahr auch eine hohe Millionen-Summe in eine Werbekampagne in allen relevanten Print- und TV-Medien. 500 Millionen Kontakte mit Endverbrauchern sollen damit hergestellt werden.

Matthias Moschner, Marketing Direktor der De'Longhi Deutschland GmbH:

Wir waren vorsichtig optimistisch, aber optimistisch. Es gab durchaus Fragezeichen. Wir wussten vor allem nicht, ob der Handel die Messe annimmt. Jetzt können wir sagen, die Händler sind gekommen, die Händler haben auch gekauft. Unsere Vertriebsmitarbeiter werden in den nächsten Wochen das gute und positive Gefühl der Messetage mit zu den Händlern nehmen, die nicht nach Berlin kommen konnten.



So sehen die „Perfectas“ mit Wurzelholz- und Titaniumoptik aus

Schwerpunkt bei Kenwood waren natürlich Küchenmaschinen. Europas Nummer 1 in diesem Produktbereich, möchte es auch in Deutschland werden und gibt dementsprechend Gas. „Das weltweit größte Zubehörsortiment mit 35 Produkten haben wir bereits, aber wir erweitern nochmals. Nun kommen noch Beerenpresse, Trommelraffel, Profi-Entsafter und ein neuer Food-Prozessor-Aufsatz hinzu“, erläutert Produkt-Manager Angelo Luce das Konzept. Weiterentwickelt wurden auch die beiden Top-Modelle der „Titanium“-Küchenmaschine, die jetzt über einen Timer verfügen. Auf die „kMix“-Serie machte am Stand eine Lichtshow unter dem Motto „Kochen mit Farbe“ aufmerksam. Bilder von „farbstarken“ Speisen lockten an den Stand und das Kenwood-Kochexpertenteam belohnte das mit kleinen Leckereien. Neben neuem Zubehör für die „kMix“-Küchenmaschine wird die Range ab sofort um eine Frühstücksserie erweitert. Erstes Gerät ist die Kaffeemaschine „CM 020“ mit „Opti-Temp“-Funktion, Warmhalteplatte und beheizbarer Tassenablage.



AEG widmete dem 50. Geburtstag der „Lavamat“-Waschmaschinen viel Fläche. Links ist der American-Side-by-Side „SANTO 85628 SK“ zu sehen, rechts der „Ergorapido“ black & white

Mit Dampf und Warmwasser

Sparsame Waschmaschinen und Kühlgeräte, dazu neue Kochfelder und Design-Staubsauger waren nur vier der Produktbereiche, die bei **AEG-Electrolux** für Aufmerksamkeit sorgten. Der großzügige Stand in Form einer „Straße der Innovationen“ lenkte den

Besucher rechts und links jeweils in interessante „Themenhäuser“. Neben den neuen „Lavamat“-Waschmaschinen, mit denen die Marke den 50. Geburtstag ihres ersten Vollautomaten feiert, und auf die „eh“ bereits in der Ausgabe 7–8 näher eingegangen war, stand auch der neue „Pro-Stream“-Trockner im Mittelpunkt. Er entzieht jetzt mit Dampf in der Energieeffizienz-

klasse B der Wäsche ihre Feuchtigkeit. Die große American Side-by-Side-Kühlkombination kühlt trotz XXL-Format mit A+-Einsparung. Ihr „Wave Touch Control Screen“ funktioniert wie ein Bewegungsmelder. Dazu eine Edelstahlfront mit Anti-Fingerprint-Beschichtung, Wasser- und Eisspender für Eiswürfel und Crushed Ice sowie automatischer Filterwechselanzeige. Hervorzuheben



FOTOS: MIESE BERLIN, ELECTROLUX, H.W.

Klaus Wühl, Geschäftsführer von Electrolux Deutschland:



Wir sind mit unserer „IFA“-Premiere sehr zufrieden. Bereits vom Start weg wurde deutlich, dass die „IFA“ vor allem von unseren Kunden – den Handelspartnern – als Ordermesse sehr gut angenommen wird. Überwältigend ist für uns aber auch das Medienecho: Zahlreiche Journalisten aus Funk, Fernsehen und Printmedien zeigten sich sehr interessiert an unseren Innovationen. Vor dem Hintergrund der stark gestiegenen Energiepreise stand hier eindeutig das Thema „Energieeffizienz bei Hausgeräten“ im Vordergrund. Und schließlich begeisterte uns die enorme Resonanz seitens der Endverbraucher. Wie uns von allen Seiten bestätigt wurde, hat die Hausgeräte-Industrie auf dieser „IFA“ für pralle Abwechslung in der buchstäblich „flachen“ Welt der Flachbildschirme gesorgt. Damit ist uns ein gelungener Auftakt geglückt!

ANZEIGE



Wir feiern leise: 50 Jahre Miele Wäschetrockner.

Die neuen Jubiläumsmodelle Miele SilentCare sind die leisesten Wäschetrockner am Markt. Feiern Sie mit.

0180-52 52 100 (0,14 €/Min.)*

www.miele.de

*Festnetz der T-Com, Mobilfunkgebühren abweichend

Miele
IMMER BESSER





Zanussis neuer Einbaueherd „ZOU 135 X“ mit gutem Preis-/Leistungsverhältnis.

**Volker Klodwig,
Geschäftsführer der
Bosch Hausgeräte
GmbH:**



Es ist auf der „Home-Appliances@IFA“ gelungen, den Handel, die Konsumenten und die Medien für die Innovationen zu begeistern. Der Handel hat in einer Einstimmigkeit, die ich so noch nie erlebt habe, erklärt, dass er sich auf der „IFA“ gut aufgehoben fühlt. Und er hat das mit der Ordertätigkeit eindrucksvoll unterstrichen. Die Mischung der Besucherschaft aus Handel und Endverbrauchern trägt entscheidend zum Flair der Messe bei.

beim neuen AAA-Geschirrspüler „Favorit Öko Plus“ ist sein Warmwasseranschluss. Sechs Programme können bei ihm gewählt werden.

Auch als neues Designobjekt will AEG die Limited-Edition des Akkustaubsaugers „Ergorapido black & white“ verstanden wissen. Mit tief schwarzem oder pur weißem Hochglanzgehäuse wird das Gerät bestimmt noch mehr Liebhaber finden. Genau wie seine Schwestermodelle arbeiten auch die neuen Geräte mit der Zyklon-Technik. Speziell entwickelte Ni-MH-Akkus geben den neu gestylten Modellen viel Kraft, Ausdauer und Langlebigkeit.

Im **Zanussi**-Gelb kam der neue Einbaueherd „ZOU 135 X“ sehr gut zur Wirkung. Neben Heißluft und Ober-/Unterhitze bietet das preiswerte Gerät auch einen Infrarotgrill und ist zudem mit energiegeregelten Kochstellen, elektrischer Uhr mit An- und Abschaltautomatik sowie einem Kühlgebläse ausgestattet. Über die Strategie von Electrolux in Deutschland lesen Sie auf Seite 7.

Keiner trocknet sparsamer

In glänzend weißen Modulen und Vitrinen mit viel Platz dazwischen stellte **Bosch** seine Großgeräte-Palette dem Messepublikum vor.

Da konnten bequem Kühlschrank- und Waschmaschinen-Türen geöffnet und Backöfen-Garräume von innen begutachtet werden. Aber ihnen sollte ja auch die vollste Aufmerksamkeit gelten. Dem neuen Einbaugeräte-Programm zum Beispiel, dass alle Geräte – Herd, Backofen oder Dampfbackofen – stilvoll sowie mit einheitlicher Displayanordnung und Gerätegröße zeigt. Bei den Kochstellen ist „DirectSelect“-Bedienung angesagt, die leichte Berührung mit der Fingerspitze. Stolz ist Bosch auch auf den neuen Wärmepumpentrockner „EcoLogixx 7“, der 40 Prozent weniger Energie benötigt als der A-Vergleichswert. Das Modell kommt auch ohne ständiges Nachheizen aus, da sein Wärmetauscher vorhandene Energie nutzt. Energie- und zeitsparend spült auch der neue Zeolith-Geschirrspüler. Das Mineral verwandelt Flüssigkeit in hohe Wärme, die zum Trocknen des Geschirrs verwandt wird. Das verkürzt die Programmzeit erheblich und spart darüber hinaus noch 15 Prozent Energie. Bei Kleingeräten wurde das neue Top-Modell der „Tassimo“, die „T65“, mit LC-Display, Tassenpodestbeleuchtung und Brita-Wasserfilter vorgestellt sowie die „mixxo quattro“-Stabmixer, die erstmals mit vier, statt nur mit zwei Klingen pürieren und mixen. Das erzeugt mehr Effizienz und Schnelligkeit sowie ein deutlich feineres Pürierergebnis. Drei Varianten mit 500, 600 und 750 W kommen ins Sortiment. Mehr dazu nächste Ausgabe.



Fotos: Messe Berlin, Bosch, H.W.

Boschs Wärmepumpen-Kondenstrockner gilt als der sparsamste. 40 Prozent Energie benötigt er weniger als der A-Vergleichswert



Bosch-Vertriebsleiter Consumer Products Roland Sommerkamp zeigt die neuen Stabmixer



Bosch stellte seine Geräte in Berlin in glänzend weißen Modulen vor



Fotos: Messe Berlin, Bosch, H.W.



Oben ist der Zeolith-Geschirrspüler von Bosch zu sehen, darunter der Dampfbackofen

Neue Padmaschine stand im Mittelpunkt

Philips stellte seine Produkte der Unterhaltungselektronik und die Elektro-Kleingeräte in einer Halle aus. Mit der neuen „Senseo Latte Select“ hatte man dabei einen wahren Publikums-Magneten unter den Neuheiten, denn sämtliche Probierinseln auf dem Stand waren ständig dicht bevölkert. Cappuccino aus einem Pad und Frischmilch wollten viele Besucher genießen, und so hatten die Damen mit dem Ausschank viel zu tun. Und dass man auch die Herrenrasierer zur Genüge nutzte, konnte ebenfalls im Foto festgehalten werden.



Die „Senseo Latte Select“-Stände waren dicht umlagert



Auch die Herrenrasierer von Philips wurden getestet

Als Messe-Kleingeräte-Neuheit stellte Philips das „Wake up Light HF 3475“ vor (s. auch „eh“ 7-8/08, S. 27), das seinen Besitzer mit

einem simulierten Sonnenaufgang weckt. Bis zu 300 lx Lichtintensität tauchen das Schlafzimmer in angenehmes Licht. Wer auch noch akustisch geweckt werden möchte, kann sich Vogelgezwitscher, Glockenspiel- und afrikanische Dschungeltöne, einen sanften Weckton oder das Radio einstellen.

Henrik Köhler, Leiter der Philips-Sparte Consumer Lifestyle:



Wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf der „IFA 2008“. Das neue Konzept der „IFA“, erstmalig Unterhaltungselektronik und Hausgeräte unter dem Dach einer Messe anzubieten, ist für Philips bestens aufgegangen. Neben der traditionell hohen Besucherzahl von Fachhändlern und Einkaufsentscheidern für Unterhaltungselektronik, verzeichneten wir eine Reihe von Fachbesuchern, die erstmalig auf der „IFA“ waren und Hausgeräte für das bevorstehende Weihnachtsgeschäft orderten. Die rege Ordertätigkeit der Fachhändler und Einkäufer führte auch in diesem Jahr zu Auftragseingängen in dreistelliger Millionenhöhe.



Jura stellte die „Signature Line“ mit fünf extravaganten Design-Sondereditionen vor

Luxus pur für Kaffee-Vollautomaten

Mit ihrer neuen „Signature Line“ durchbrach **Jura** eine neue Schallgrenze für Kaffee-Vollautomaten. Fünf extravagante Sondereditionen – gefertigt aus hochwertigsten Materialien wie Rhodium, Swarovski-Kristallen, Nacht- und Eisbirke sowie feinstem Rindsleder – heben fünf Jura-Modelle in neue Design- und Preis-Sphären. Ihre Oberflächenveredelung erhalten sie in aufwändigster Handarbeit. Einbezogen in die „Signature Line“ sind die „Impressa Z5 2@1“, deren Oberfläche mit Rhodium und Swarovski-Steinen veredelt wurde (UVP: ca. 3500,- €), die „Impressa J5“, deren Gehäuse durch Nacht- oder Eisbirke neue optische Anziehungskraft erhielt sowie die „ENA 5“, die mit narbenfreiem Rindsleder und äußerst akkurater Sichtnaht zum Luxusgut avanciert.

ANZEIGE

Faszination Dampf.

Schneller, leichter, besser bügeln.



Clever gedacht. Sicher gemacht.



Hailo-Werk · Postfach 1262 · D-35702 Haiger
 Telefon: +49 (0) 27 73/82-0 · Telefax: +49 (0) 27 73/8 22 39 · www.hailo.de · E-Mail: info@hailo.de



**Rolf Diehl,
Geschäftsführer der
Jura Elektrogeräte
Vertriebs-GmbH:**



Unsere hohen Erwartungen im Vorfeld der „IFA“ wurden deutlich übertroffen. Der große Zuspruch von Verbrauchern, Fachhändlern und Medienvertretern für die Marke Jura bestätigt die Entscheidung, unsere Espresso- und Kaffee-Vollautomaten auf der „HomeAppliances @ IFA 2008“ zu präsentieren. Es hat sich gezeigt, dass der gemeinsame Auftritt der drei Premiummarken Miele, Liebherr und Jura in einer Halle insbesondere vom Fachpublikum positiv bewertet wurde. Das Highlight für unsere Fachbesucher war die neue „Signature Line“ mit ihren fünf Veredelungsvarianten.



**Grundig zeigte
UE und Klein-
geräte auf
einem Stand.**

**Neu sind die
„White Line“
und der
„Bodyguard
VCC 4850“-
Staubsauger**



Foto: Messe Berlin, Grundig



Foto: H. W. Jura, Haier

Haier zeigte neben neuen Kühl- und Gefrierkombis auch Waschmaschinen, darunter die „WasH2O“

neue Waschmaschine „WasH2O“, die zum Säubern der Wäsche die Wasser- elektrolyse nutzt und daher auf Waschmittel verzichten kann. Das patentierte AAB-6 kg Gerät, das Anfang kommenden Jahres nach Deutschland kommt, spaltet Wasser in OH- zur Reinigung und H+ zur zusätzlichen hygienischen Säuberung beim Spülen. Mehr über Haier und seine Unternehmensstrategie in Deutschland lesen Sie in der kommenden Ausgabe.

gelegt, zu der drei technisch perfekte Geräte in Weiß gehören: ein 2200 W Haartrockner mit Ionic-Funktion und Schonstufe für die sanfte Trocknung von Kinderhaar sowie drei Temperatur- und zwei Gebläsestufen; ein Haarstyler mit drei verschiedenen, kermikbeschichteten Thermobürsten für Wellen und Locken sowie ein Hair Styler Straight & Curls für glattes Haar und Locken. Bereits nach 60 Sekunden ist das Modell betriebsbereit. Seine Temperatur

Die erste ohne Waschmittel

Dass am **Haier**-Stand die Kühl- und Gefrierkombis der „3D Fridge“-Serie (s. „eh“ 7-8/08, S. 33) sowie die ohne Waschmittel waschende „WasH2O“ für großes Interesse beim Messepublikum sorgen wird, war vorauszusehen. Vor allem gespannt sind Fachbesucher und Endverbraucher auf die

**Von „White Line“
bis „Bodyguard“**

Die neue „White-Line“-Haarpflegegeräte-Serie sowie neue Bodenpflegegeräte von **Grundig** wurden gemeinsam mit der Unterhaltungselektronik am attraktiven Stand des Unternehmens präsentiert. Besonders Augenmerk dabei wurde auf die „White-Line“

**Dr. Michael Peterseim,
Geschäftsführer der
Grundig Intermedia
GmbH:**



Die „IFA 2008“ war für Grundig eine überaus erfolgreiche Messe. Die Entscheidung der Messe, die Weiße Ware mit in das „IFA“-Angebot aufzunehmen, hat sich als sehr gut erwiesen. Unsere Kunden haben sehr gerne die Möglichkeit angenommen, unser gesamtes Angebot aus den Bereichen Unterhaltungselektronik und Elektrogeräte in Augenschein zu nehmen und zu ordern. Endgültig etabliert hat sich auch der jährliche Turnus, der den Entwicklungszyklen der Branche sehr viel besser entspricht.

William Cantara, Sales- und Marketing Director von Haier Deutschland:

Die Auftragsbücher nach der „IFA“ sind gut gefüllt und die Arbeit fängt jetzt an. Wir freuen uns schon auf die „IFA 2009“. Die bereits mehrfach ausgezeichneten Kühl- und Gefrierkombis der „3D Fridge“-Serie und die „WasH2O“, die erste Waschmaschine, die ohne zusätzliches Waschpulver waschen kann, waren die Publikumsmagnete am Stand. Obwohl die „WasH2O“ erst im Frühjahr 2009 auf den deutschen Markt kommen wird, hat sie schon jetzt alle Blicke auf sich gezogen. Die Reaktionen der Besucher haben uns darin bestärkt, unsere Strategie fortzusetzen, als Innovationsführer in Deutschland aufzutreten. Unser Konzept – die Kombination aus Innovation, Design und Qualität – ist auf der „IFA“ aufgegangen.



kann von 140 bis 230 Grad in zehn Stufen geregelt werden. Vorgestellt wurde auf der „IFA“ auch ein Shop-in-Shop-Warenpräsentier, der auch für die Platzierung der „White-Line“ genutzt werden kann (s. „eh“ 9/08, S. 46).

Auch der neue Bodenstaubsauger „Bodyguard VCC 4850“ wurde von Grundig mit der patentierten „Microban“-Technik gegen Bakterien und Gerüche im Gerät ausgestattet. Derbeutellose arbeitende 2000 W „Bodyguard“ lässt sich stufenlos in der Leistung regulieren. Acht Meter Kabel sorgen für genügend Bewegungsfreiheit.



Der Gorenje-Stand vor Messeeröffnung – da war er noch gut einsehbar. Foto unten zeigt den neuen Backofen mit bogenförmiger Ofenkuppel



Gorenje kooperiert mit Apple iPod

Noch während der „IFA“ übernahm *Klemen Prešeren* bei Gorenje Deutschland planmäßig die Amtsgeschäfte als Geschäftsführer. Natürlich nutzte er die Messe, erste Bekanntschaften mit deutschen Fachhändlern und Kooperationen zu schließen und sie auf die Fülle der Neuheiten am Stand aufmerksam zu machen. Herausragendes Thema dabei neben den neuen Herden und Backöfen war sicherlich die Kooperation zwischen Gorenje und Apple iPod. Sie sieht als Resultat einer Lizenzvereinbarung die Ausstattung von Kühl-/Gefrierkombis



Klemen Prešeren

des slowenischen Herstellers mit einer docking station für einen iPod vor. Damit können über das Hausgerät Musik und Filme abgespielt, vernetzte Gorenje-Hausgeräte über Wireless LAN gesteuert und z. B. Rezepte vom Internet abgerufen werden. Bei der neuen Herd- und Backofenreihe sind die bogenförmige Garraumdecke hervorzuheben, die für eine noch bessere Ver-

Thomas Wittling, Direktor Marketing und Vertrieb der Gorenje Vertriebs-GmbH:



Dank hoher Frequenz der Endverbraucher und überragender Qualität der Fachbesucher können wir nach sechs Messetagen eine sehr positive Bilanz ziehen. Einmal mehr konnten wir hier mit unserem futuristischen Stand unsere Vision 2010 untermauern, der designorientierteste Hersteller von Hausgeräten zu werden, der innovative Trends setzt. Zahlreiche Gespräche mit führenden Vertretern von Verbänden, Einkaufskooperationen, Fachhändlern, Medien und Endverbrauchern bestätigen, dass Gorenje dies mit vielen Messehighlights beweisen konnte.

teilung der Wärme sorgt, die Garraumbreite von 46 cm, das Volumen bis zu 65 Litern, der zum Patent angemeldete Touch Control-Timer sowie die Anordnung der Grillelemente. Weitere Highlights waren die Designlinie Ora-Ito in Weiß und die neuen Oldtimer-Kühlgeräte. *H.W.*

In der kommenden Ausgabe setzen wir unsere Berichterstattung über die „IFA 2008“ fort.

ANZEIGE



petra[®]
electric

...bringt's auf den **Punkt** ☉

Bis zu **7** verschiedene Heißgetränke – mit **1 Knopfdruck** zubereitet.

● Qualität aus Deutschland.

