



## HAUSGERÄTE

Horst Winkler  
Chefredakteur

Noch gut fünf Monate, dann kommt es, das Energielabel für Bodenstaubsauger. Dann sind Sie gefordert, dürfen jedes Gerät nur noch mit Aufkleber verkaufen, müssen gegenüber dem Kunden argumentieren können, was ein C, D, E oder G für die Reinigungsleistung auf Hart- und floralen Böden oder für die Staubemissionsklasse bedeutet. Bei den Energiewerten wird ab September bestimmt überall ein A auf dem Label prangen. Die Wattzahl der Motoren zu senken, ist für die Hersteller ja auch nicht schwer.

## Mit einer ganz neuen Lesart

Knifflig wird es allerdings für sie, mit weniger Kraft auch die Reinigungsleistung zu erzeugen, die heute noch bspw. ein 2000 W Gerät erzielt. Alles nur in A – das wird es ab September auf dem Label also sicher nicht geben. Aber ein C für die Staubaufnahme, das wird möglich sein.

Und jetzt sind Sie gefragt. „Ein C?“ – wird der Kunde fragen, „ist das gut? Taugt das Gerät etwas?“ Ihr „ja“ müssen Sie dann begründen können. Sie müssen erklären können, dass diese Bewertung der Leistung der von heutigen StiWa-Test-siegern entspricht. Und der Käufer sollte wissen, dass er das Label neu interpretieren, in neuer Reihenfolge lesen muss, denn ein A für den Energieverbrauch ist längst noch kein Beweis für eine hohe Reinigungsleistung am Boden oder die Lautstärke beim Saugen. Und beides sollte doch beim Kaufentscheid des Kunden sicher Vorrang haben. Auf den Bodenstaubsauger-Markt kommt nach dem 1. September eine völlig neue Entwicklung zu. Sie werden darauf einen großen Einfluss haben.

Ihr

Horst Winkler  
horst.winkler@hussberlin.de | Redaktion 030 42151-315



## UNTERHALTUNGS-ELEKTRONIK

Holger Kötzsch  
Redakteur

Der Gewinner des Cebit-Startup-Wettbewerbs Code\_n ist Viewsy. Mit ihm kann der Händler das Verhalten des Kunden analysieren. Dazu werden Sensoren im Laden installiert, welche die WLAN-Signale des Kunden-Smartphones über dessen Mac-Adresse auswerten. So kann nachvollzogen werden, wie oft der Kunde das Geschäft betrat, wo er entlang-lief und wie lange er stehen blieb. Die Ergebnisse können dann zur optimalen Produktplatzierung und zur Verbesserung der Kundenleitsysteme im Geschäft genutzt werden. Natürlich ist Datenschutz für das Startup aus London – wie für das gesamte Vereinigte Königreich – sehr wichtig, die Daten sind anonymisiert, verschlüsselt, und der Kunde kann sein WLAN ja ausschalten, wenn er nicht getrackt werden möchte.

## Die Smartphones smart nutzen

Das Smartphone des Kunden kann vom Händler nicht nur passiv ausgelesen, sondern auch aktiv genutzt werden. Die App barcoo setzt dabei auf beacon, eine Technik, mit der das Handy des Kunden beim Betreten des Geschäftes erkannt werden soll und der potentielle Käufer z. B. über Sonderangebote informiert werden kann. Zukünftig soll auch der mobile Einkauf mit beacon im Einzelhandel möglich sein. In den USA hat Apple bereits in einigen Geschäften diese Technik installiert.

Das Smartphone und die digitale, mobile Welt eröffnen viele neue nützliche Möglichkeiten. Ob und was sich dabei durchsetzen wird, bleibt abzuwarten und wird an der Umsetzung und Akzeptanz der teils cleveren Ideen liegen.

Ihr

Holger Kötzsch  
holger.koetzsch@hussberlin.de | Redaktion 030 42151-418