

EINE SONDERAUSGABE DER FACHZEITSCHRIFTEN hitec ELEKTROFACH UND hitec HANDEL

BRÜSSEL

Plan-Spiele

GERÄTE

Spar-Ziele

TIPPS

Fall-Beispiele

UMWELT-DIALOG

BRANCHE

MAGAZIN



ÖKO\_LINE

**AEG**  
Electrolux

# 100% Saugkraft bei bis zu 50% weniger Stromverbrauch.\*



Bis zu  
**50%**  
Strom  
sparen\*

ARD

ZDF

RTL

stern

Brigitte

FÜR SIE

BUNTE

SCHÖNER  
WOHNEN

Die TV- und Printkampagne für die „green power edition“-Aktion von Siemens führt zu ca. 65 Mio. Kontakten.

Siemens präsentiert eine völlig neue Art energiesparender Bodenpflege. Für alle, die weder bei der Leistung noch in Sachen Umweltverträglichkeit Kompromisse machen wollen: die neue green power edition. Die drei Staubsauger mit compressor technology® garantieren maximale Staubaufnahme bei minimalem Energieeinsatz. Für Ihre Kunden bedeutet das: exzellente Reinigungsergebnisse bei bis zu 50 % weniger Stromverbrauch.\* Für Sie: sensationelle Verkaufserfolge. Weitere Informationen bei Ihrem Siemens-Vertriebsbeauftragten oder unter [www.siemens.de/hausgeraete](http://www.siemens.de/hausgeraete)

Die Zukunft zieht ein.

**SIEMENS**

# Technik wird grün



Ein Klimagipfel jagt den anderen, und die Politik nimmt Wirtschaft und Endverbraucher in die Pflicht. Green Electronics gehört die Zukunft, und Nachhaltigkeit gehört zum guten Ton. Mit den Umweltthemen rücken auch die Industriekonzerne das Ökugeschäft in den Mittelpunkt. Der Wettbewerb um die energiesparendsten Produkte fordert die Ingenieure und fördert Planungen neuer Produktionskapazitäten. Wer diesen Zug verpasst, den bestraft der Massenmarkt. Umwelt ist trendy, auch wenn das gestiegene Umweltbewusstsein noch nicht im Einkaufsverhalten der Bundesbürger angekommen ist. Die dramatische Preisentwicklung bei Strom, Öl/Gas und Benzin lässt selbst die größten Umweltmuffel nicht mehr kalt. Das drängendste Problem ist und bleibt der Stromverbrauch. Die kleinen und großen Haushaltshelfer beim Waschen, Spülen, Trocknen, Kochen, Kühlen

und Gefrieren verbrauchen um die 80 Prozent des im Haushalt benötigten Stroms. Höchste Zeit für Industrie und Handel, die grüne Karte zu spielen.

Viele gute Gründe für hitec HANDEL und hitec ELEKTROFACH, zeitnah über die neue Zweisamkeit von Ökologie und Ökonomie zu berichten. Die Koordinaten aus Politik, People, Profit und POS gilt es zu beleuchten. Was erwartet die Politik von der Wirtschaft und umgekehrt? Welche Marktanzreizprogramme stehen vor der Tür? Haben freiwillige Selbstverpflichtungen Vorfahrt vor Gesetzen? Wie sehen die neuen Energielabel aus? Welche Kommunikationskonzepte, sprich Verbrauchsinformationen bei Hausgeräten, Konsumelektronik, Informationstechnik- und Kommunikationselektronik-Produkten sind die richtigen? Wie sieht die projektbezogene Arbeit zwischen Handel und Industrie aus? Fragen über Fragen, die uns heute, morgen und in Zukunft begleiten. Natürlich geht's auch um konkrete Projekte der Markenfirmen und um die Frage, wie der Handel und damit auch der BVT mit der grünen Welle umgeht. Da gibt es einiges: Weil die Verbrauchsausgaben weder für den Konsumenten noch für den Handel immer auf den ersten Blick ersichtlich sind, zeigt der kostenlose BVT-Energiekostenrechner Fachhändlern und Konsumenten über konkrete Vergleichsrechnungen die Sparpotenziale in Cent und Euro auf. Das Ganze als Download immer und überall verfügbar. Eine gelungene Abverkaufsunterstützung und Verbraucherinformation in einem. Eine Zwischenbilanz in puncto Umwelt lieferte dann der BVT-/ZVEI-Branchendialog „Energieeffizienz“ im Rahmen der BVT-Delegiertenversammlung am 6. Mai 2008 in Bremen. Damit sich die „Umwelt“ auch für den Handel rechnet!!! Technik wird grün, lassen Sie uns gemeinsam die Weichen für eine bessere Zukunft stellen.

Herzlichst, Ihr

WILLY FISCHEL  
BVT-GESCHÄFTSFÜHRER

hitec GREEN ELECTRONICS ist auf  
Umweltpapier („Bulk Silk“) gedruckt.

Der „ULTRA SILENCER ÖKO“ von AEG:  
Das Gerät besteht zu 55 Prozent aus  
recyceltem Kunststoff. Der neue 1250-Watt-  
Motor braucht 33 Prozent weniger Energie als  
ein 2000 Watt-Standardstaubsauger ver-  
braucht. Die neue Bodendüse gewährleistet  
aber die gleiche Staubaufnahmeleistung.  
(Foto: AEG)

## Inhalt

### UMWELT-DIALOG

Energie, aber effizient	
„Branchendialog Energieeffizienz“ von BVT und ZVEI	4
Grün ist Mehrwert	
Hersteller über die Chancen von Green Electronics	6
Umsatz im grünen Bereich	
Das sagen die Kooperationen zu Green Electronics	11

### BRANCHE

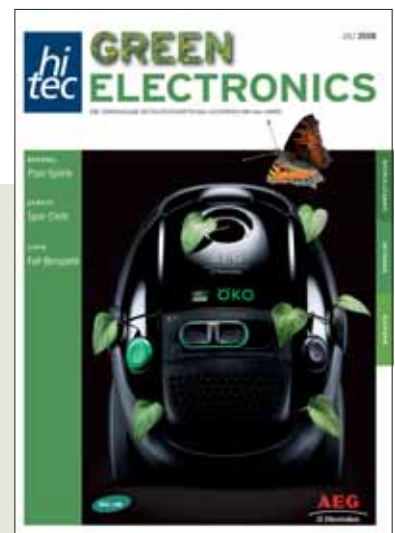
„Komfort gewinnen, Energie einsparen“	
Bosch-Strategie: Interview mit Volker Klodwig	12
Weniger ist mehr	
Moderne Elektro Großgeräte erfüllen ganz unterschiedliche Kundenwünsche	14
Gute Gründe	
Top-Verkaufsargumente von Neff	15
Fortschritt auszeichnen	
Reform des EU-Labels gefordert	16
Eine Frage der Zeit	
EU-Label für Staubsauger kommt spätestens 2011	18
Nachhaltige Bodenpflege	
Öko-Sauger von AEG: Interview mit Martin Thielmann	19
Sauber Energie sparen	
Ökologisch: Die „green power edition“ von Siemens	20
Sonne, Sand und Umweltschutz	
Sharp ist in Sachen Umwelt mehrspurig unterwegs	21
Ökologisch gespart	
Kommt das EU-Label für Unterhaltungselektronik?	22
Sparen auf Knopfdruck	
Mehr Komfort bei abschaltbaren Steckerleisten	22
Sparen mit Metz	
Der UE-Hersteller sorgt für eine gute Okobilanz	23
Grün im Angebot	
Es grünt so grün ... Green IT auf dem Vormarsch	24
Grüner Erfolg	
Konsequent: Epson verfolgt „The Green Way“	25
Von Telefonen und mehr	
DECT-Telefone auf der Öko-Welle	26
Ausgelüht	
Glühlampe ade – Interview: Robert Pfarwallner, Philips Licht und Christian Schraft, Osram	27

### MAGAZIN

Magazin	
Trends und News	28
Acht Tipps ...	
Kompakt die besten Energiespartipps für Ihre Kunden	30

### STÄNDIGE RUBRIKEN

Editorial	3
Impressum	29





# Energie, aber effizient

UMWELT GEHT UNS ALLE AN! MIT DIESEN WORTEN ERÖFFNETE DER BVT-VORSITZENDE WILLI KLÖCKER DEN „BRANCHENDIALOG ENERGIEEFFIZIENZ“ VON BVT UND ZVEI.

„Vor noch nicht allzu langer Zeit sah es so aus, als ob Ökonomie und Ökologie wenige Gemeinsamkeiten hätten“, führte Klöcker weiter aus. „Das war gestern! Heute reden wir über neue Produkte, energieeffiziente Gerätegenerationen von Waschmaschine über PC oder Lampe bis zum Fernseher. Wir wollen, dass die Konsumenten klimafreundlich einkaufen können.“

Zum ersten Mal tagten BVT und ZVEI gemeinsam: ein Treffen von Handel, Industrie und Politik. Dagmar Wöhr, Staatssekretärin aus dem Ministerium für Wirtschaft und Technologie, ließ gleich zu Anfang ihrer Rede vernehmen: „Nachhaltige Energie- und Produktpolitik muss mit Augenmaß betrieben werden. Umweltschutzaufgaben dürfen die Innovationskraft unserer Unternehmen nicht beeinträchtigen.

Ohne Innovationen lassen sich für Deutschland weder Wachstum und Beschäftigung sichern noch das Problem des Klimaschutzes und der Energieknappheit weltweit nachhaltig lösen.“ In einem weltweiten Exkurs belegte die Politikerin, dass es nicht angehen könne, Produkte in die EU einzuführen, die mit sehr hohem Energieaufwand hergestellt würden. Da müsse die gesamte Energiebilanz zu Rate gezogen werden.

Dem setzte in der anschließenden Diskussion Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet, Vorsitzender der Geschäftsführung BSH, entgegen, dass auch vor der eigenen Tür noch genügend Spielraum für Optimierungen liege: „Bei Kühlschränken entstehen CO<sub>2</sub>-Vermeidungskosten von 50 bis 60 Euro je Tonne, bei der geförderten Photovoltaik liegen die Vermeidungskosten bei 1 100 Euro je

Tonne, bloß weil Politiker Voltaik ‚sexy‘ finden. Ich glaube, dass dabei eher danach entschieden wird, was in der politischen Landschaft attraktiv ist.“

## ZUKUNFTS-PLANUNG

Hans-Joachim Kamp, Sprecher der Geschäftsführung Philips, legte gleich nach: „Ich betrachte die geforderte Unterstützung für die Weiße Ware nicht als Subvention, sondern als intelligente Lösung. Bei der UE haben wir in den letzten zehn Jahren schon Lösungen realisiert, etwa den Stand-by-Verbrauch um 80 Prozent gesenkt. Wir arbeiten bereits an weiteren innovativen Lösungen für die Zukunft.“

Wie die Zukunft bei der Glühlampe aussieht, wo die Politik einen kompletten Ausstieg bis 2012 fordert, erklärte Wolfgang Gregor, CSO Osram, sehr zurückhaltend: „Die Energiesparlampe ist gut, aber noch nicht optimal. Sie ist nicht voll dimmbar, nicht mit den Farben lieferbar, die der Verbraucher wünscht. Wir arbeiten daran und werden bis etwa 2013 alternative Produkte auf dem Markt haben. Aber vorher müssen wir Nachhaltigkeit und Energieeffizienz zum Kunden bringen.“





„Nachhaltige Energie- und Produktpolitik muss mit Augenmaß betrieben werden“, so Dagmar Wöhr, Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft und Technologie

Ein anderes Geschäftsfeld, das in der Kritik steht, sind Drucker, Scanner und Faxgeräte, weil ihre Toner angeblich umweltschädlich sein sollen. Jeppe Frandsen, Geschäftsführer Canon, hielt den Ball flach: „Es gibt keine wissenschaftlichen Beweise, dass Toner gesundheitsgefährdend sind. Wir investieren bei Canon pro Jahr mehr als drei Milliarden Euro, um sicherzustellen, dass Tinten und Toner umweltfreundlich bleiben.“

Auch der kooperierte Handel sieht sich in der Pflicht, energieeffiziente Produkte zu vermarkten, allerdings sieht Benedict Kober, Vorstand Euronics, auch Probleme: „Wir arbeiten mit der Industrie und wünschen uns Unterstützung, was den Datenaustausch anbelangt, damit wir im Handel eine entsprechende Energieberatung realisieren können. Denn die vordringlichste Aufgabe ist die Aufklärung der Verbraucher. Da leistet der BVT-Energiekostenrech-

ner schon große Hilfe, um die Kaufentscheidung zu unterstützen.“

Willi Klöcker, im Verkauf gestählter Unternehmer, geht noch einen Schritt weiter: „Das Problem ist, dass es die Kunden zahlen müssen. Und es gibt jede Menge Kunden, die es nicht bezahlen können. Wenn die Geräte bezahlbar werden, wird es auch im Verkauf besser gehen, ansonsten wird es bei fünf bis sechs Prozent Marktanteil bleiben.“

**POLITIK IST GEFORDERT**

Sehr deutlich wurde BSH-Mann Gutberlet, als er die Sinnfrage beantwortete: „Wir als Industrie brauchen die Subvention für Hausgeräte nicht, wir sind auch so mit unseren Umsätzen zufrieden. Denn, wenn wir nicht an die installierten Bestände von 60 Millionen Kühlschränken, Waschmaschinen und auch die Straßenleuchten in Deutschland herankommen, ist die gesamte Gesetzgebung Makulatur.“

Zu guter Letzt wählte Hans-Joachim Kamp noch eine kämpferische Note an die Politik. Er forderte, unabhängig von Begriffen wie Weiße oder Braune Ware, dass „das Label einheitlich und dynamisch sein muss“. „Wichtig ist,“ so Kamp weiter, „dass das neue Label numerisch ist, denn wir leben von Innovationen. Und neue Geräte werden besser sein und energieeffizienter. Und dafür brauchen wir ein dynamisches Label.“

Fazit: Für die gemeinsame Veranstaltung von BVT und ZVEI gab es großes Lob von allen Seiten. Ein Veranstaltungsformat mit Zukunft! ■

**TIPP:**

Den Energiekostenrechner des BVT können Sie auf der Internet-Seite des Verbandes in der Rubrik „Aktuelles“ und dem Unterpunkt „Top-Downloads“ herunterladen.

[www.bvt-ev.de](http://www.bvt-ev.de)

**Klare Worte pro Verbraucher und pro Umwelt.**  
 „Branchendialog Energieeffizienz“ mit (v.l.n.r.) Benedict Kober, Euronics; Wolfgang Gregor, Osram; Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet, BSH; Willi Klöcker, BVT; Hans-Joachim Kamp, Philips; Jeppe Frandsen, Canon; Willy Fischel, BVT



FOTOS: JOCLAUSEN

UMWELT-DIALOG  
 BRANCHE  
 MAGAZIN



FOTO: CANON

**Jeppe Frandsen, Geschäftsführer  
Canon Deutschland**

Für uns ist das Thema „Green-Electronics“ alles andere als ein neuer Trend. Das Streben nach Harmonie zwischen Natur und Technik und der verantwortliche Umgang mit der Umwelt liegt schon in der Canon-Unternehmensphilosophie des „Kyosei“ begründet. Wir sind eines der we-

nigen Unternehmen mit globaler Zertifizierung gemäß ISO 14001. Canon nimmt in allen EU-Ländern an der Rücknahme von Elektro- und Elektronik-Altgeräten (WEEE) teil. Die Umsetzung der RoHS-Richtlinie ist mittlerweile in der gesamten EU gesetzlich vorgeschrieben. Als erstes Unternehmen der Branche haben wir Produkte im Einklang mit dieser Richtlinie auf den Markt gebracht – unter anderem die Multifunktionssystemserie „iR 6800CN“ und die EOS-Digitalkameras. Unsere Händler unterstützen wir durch ein Portfolio, das technologische Spitzenleistungen und Umweltverträglichkeit miteinander in Einklang bringt.



FOTO: EPSON

**Paul Schmidt, Vertriebsdirektor  
Epson Deutschland GmbH**

Das Thema „verantwortlicher Umgang mit den natürlichen Ressourcen“ ist für die Seiko-Epson-Gruppe seit Jahren ein vorrangiges Unternehmensziel. Im Jahr 2006 hat die Epson-Gruppe circa 6,3 Millionen Euro in umweltschonende Maßnahmen investiert, davon 80 Prozent allein in den Bereich CO<sub>2</sub>-Reduzierung. Dies schlägt sich in unseren Produkten nieder, die zum einen sowohl im Betrieb als auch im Ruhezustand sehr wenig Strom benötigen und sich zum anderen durch ressourcenschonende Herstellung auszeichnen. Der Erfolg unserer Produkte im Markt gibt uns Recht und ist auch ein Indiz dafür, dass unsere Kunden zunehmend Wert auf umweltschonende Geräte legen. Der Fachhandel sollte sich daher über die Energieeffizienz der Geräte informieren und dieses Verkaufsargument offensiv vermitteln. Eine Hilfestellung bietet hier zum Beispiel das Umweltzeichen der „Blaue Engel“, mit dem unsere Produkte ausgezeichnet sind. Weiterhin bietet Epson die Möglichkeit, Tonerpatronen nach Gebrauch kostenlos einem Recyclingkreislauf zuzuführen. In dieses System ist auch der Fachhandel eng eingebunden. Sein Vorteil liegt in der Kundenbindung: Wer gebrauchte Patronen beim Händler abgibt, kauft hier auch die neuen Kartuschen.

# Grün ist Mehrwert

WIE BEURTEILT DIE INDUSTRIE DAS GESCHÄFTSFELD GREEN ELECTRONICS UND WIE UNTERSTÜTZEN DIE HERSTELLER DEN HANDEL BEI DIESEM THEMA? GREEN ELECTRONICS HAT NACHGEFRAGT.

Green Electronics stehen erst am Anfang. In Deutschland wächst die Gruppe der Konsumenten, die Lifestyle mit Nachhaltigkeit verbinden will. In den kommenden Jahren werden Umweltaspekte für die Kaufentscheidung daher immer wichtiger. Dies ist eine Entwicklung, die Panasonic als A-Markenhersteller mit weit reichendem Umweltprogramm natürlich begrüßt. Unsere Eco Ideas – Ideen für Mensch und Umwelt, die den gesamten Produktlebenszyklus betreffen – stellen klare Abgrenzungsmöglichkeiten zu anderen Herstellern dar. Es ist jetzt unsere Aufgabe, Handel und Konsumenten hierüber zu informieren. Ein Anfang ist unter [www.panasonic.de/umwelt](http://www.panasonic.de/umwelt) gemacht.

Dass in Panasonic-Geräten die besseren Ideen stecken, können Konsumenten außerdem am „Eco Ideas“-Logo auf den Verpackungen ablesen – wie etwa bei den jetzt verfügbaren DECT-Neuheiten.

**Michael Langbehn, Manager  
Trade Marketing / PR,  
Panasonic Deutschland**



FOTO: LOEWE

**Frieder C. Löhner, Vorstandsmitglied  
der Loewe AG**

Umweltschutz ist heute mehr denn je ein Thema und wichtig für die Kaufentscheidung von immer mehr Menschen. Besonders im Premiumsegment des Marktes ist dieser Trend klar zu erkennen. Loewe setzt hier nicht erst seit heute Maßstäbe. Bereits vor über zehn Jahren haben wir ein Fernsehgerät aus Edelstahl und Keramik auf den Markt gebracht, das unter Umweltgesichtspunkten perfekt zu recyceln war. Heute bedeutet Umweltschutz vor allem: geringer Energieverbrauch im Stand-by- und im laufenden Betrieb. Loewe-Geräte sind deshalb mit einer speziellen Schaltung ausgestattet, die die Display-Helligkeit abhängig vom Umgebungslicht regelt. Das spart Strom beim Fernsehen. Die Integration vieler Funktionen ins TV-Gerät spart Energie im Stand-by-Betrieb. Unsere Handelspartner werden über diese Verkaufsargumente bestens informiert und im Rahmen unserer Fachhandelsakademie ProCollege auch geschult.



FOTO: PANASONIC

FOTO: HEWLETT-PACKARD



**Thomas Heyder, Director Corporate Enterprise & Public Sector, Personal Systems Group, HP Deutschland**

Der Markt für grüne IT wächst in beachtlichem Umfang und soll laut den Analysten von Experton allein im Hardware-Bereich bis 2012 das zehnfache Volumen erreichen. Ein treibender Faktor ist dabei sicherlich das Thema Stromverbrauch. Denn hier können sowohl Privat- als auch Geschäftskunden ihren Geldbeutel schonen – und das ist das beste Argument für umweltbewusste Kaufentscheidungen.

Hier ist viel Beratung und Know-how gefragt, vor allem im Geschäftskunden-Umfeld. Und genau damit kann der Fachhandel punkten. HP unterstützt seine Partner beispielsweise mit entsprechenden „grünen“ Produktinformationen dabei, das Marktpotenzial zu nutzen. Außerdem wird in den nächsten Monaten eine Marketing-Kampagne die „grünen Helden“ von HP ins rechte Licht rücken und Nachfrage generieren.

Das Thema Energieeinsparung wird für den Handel ein immer wichtigeres Argument im Beratungsgespräch und spielt bei Grundig schon seit langem eine Rolle. So verbraucht beispielsweise ein Digi-200-Gerät mit Micro-Receiver im Stand-by nur 1,6 Watt. Natürlich hat unsere Entwicklungsabteilung auch auf diesem Gebiet weitergearbeitet. Im Vorfeld der IFA und auf der IFA selbst werden wir LCD-TVs vorstellen, die noch deutlich unter den Werten der Digi-200-TVs liegen. „Zero Stand-by“ ist dann ebenso realisiert wie eine um bis zu 50 Prozent reduzierte Leistungsaufnahme im Betrieb. Wir werden dem Handel mit ausführlichen und fundierten Informationen zahlreiche Argumente, Daten und Fakten zum Energieverbrauch der Grundig-LCD-TVs an die Hand geben und auch in der Kundenkommunikation auf dieses Thema eingehen.

FOTO: SHARP



**Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Germany/Austria**

Nach dem Verständnis von Sharp ist Green Electronics kein eigenständiges Geschäftsfeld, sondern Teil einer notwendigen ressourcenschonenden und langfristigen Unternehmensstrategie, die in die einzelnen Geschäftsfelder implementiert wird. Sharp betrachtet das als aufrichtige Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft. Wir sehen unsere Aufgabe in einem verantwortungsvollen und vorbildlichen Umgang mit unserer Umwelt und den natürlichen Ressourcen im Rahmen einer ökologischen Wirtschaftlichkeit. Das bedeutet:

Entwicklung zeitgemäßer Produkte, umweltschonende Produktionsprozesse, vorbildliche Recyclingkreisläufe und ein hohes Engagement bei der Entwicklung und Förderung alternativer Energiequellen wie Solarstrom.

Wir informieren unsere Händler aktiv über Sharps Engagement und arbeiten aktuell an der Intensivierung dieser Informationen, um unseren Händlern noch mehr Details über den gesamten ökologischen Kontext eines Produktes geben zu können, die diese in ihren Verkaufsgesprächen an den Kunden weitergeben können.



FOTO: GRUNDIG

**Erik Böhme, Vertriebsleiter Grundig Intermedia GmbH**

## NACHGEFRAGT

**GREEN IT WAR AUF DER DIESJÄHRIGEN CEBIT EINES DER TOP-THEMEN. WIE SCHÄTZEN SIE DIE ENTWICKLUNG DES GESCHÄFTSFELDES GREEN IT/ELECTRONICS EIN UND WIRD GREEN IT AUF DER KOMMENDEN CEBIT DER GLEICHE ODER MEHR PLATZ EINGERÄUMT WERDEN?**

Green IT ist längst kein Nischenthema mehr, sondern in Zeiten steigender Strompreise eine lohnende Investition. Davon konnten sich die Besucher der diesjährigen CeBIT überzeugen. Mittlerweile stehen energieeffiziente Informationstechnologien bei den meisten Unternehmen ganz oben auf der Agenda. Denn durch den Einsatz von Green IT lassen sich in fast allen Branchen erhebliche Einsparungen erzielen. Das haben auch die privaten Anwender erkannt. Studien belegen, dass sie beim Kauf eines Produktes neben dem Preis-/Leistungsverhältnis und der Bedienungsfreundlichkeit immer häufiger auch auf den Energieverbrauch achten.

Die CeBIT 2008 hat mit Green IT wichtige Impulse gegeben, die jetzt umgesetzt werden. Das Marktpotenzial „grüner IT-Lösungen“ ist noch lange nicht ausgeschöpft. Auch gesellschaftspolitisch ist das Thema Klimaschutz von herausragender Bedeutung.

Green IT wird daher auch auf der kommenden CeBIT 2009 einen wichtigen Schwerpunkt bilden. Mit Kalifornien als Partnerland haben wir einen starken Schlüsselpartner an unserer Seite. Im Silicon Valley fördert Kalifornien Spitzenforschung für erneuerbare Energien und sucht beim Umwelt- und Klimaschutz eine enge Zusammenarbeit mit Europa. Gleichzeitig gilt der US-Bundesstaat als wichtigste Ideenschmiede in der Hightech-Industrie weltweit.



FOTO: DEUTSCHE MESSE

**Dr. Sven-Michael Prüser, Geschäftsbereichsleiter CeBIT**



FOTO: SONY

**Silke Bernhardt, Head of PR Sony Deutschland GmbH**

Sony arbeitet kontinuierlich an der Entwicklung neuer Technologien und Innovationen, um die Energieeffizienz und Umweltfreundlichkeit der Produkte zu verbessern. Das 2006 unterschriebene Abkommen im Rahmen des WWF Climate Savers Programme und die Auszeichnung mit dem Sustainable Energy Europe Award der Europäischen Kommission unterstreichen unser langfristiges Engagement für den Klimaschutz. Mit dem im Februar 2008 eingeführten europäischen Umweltkommunikationsprogramm „Produkt, Prozess, Planet“ haben wir erneut Akzente gesetzt – Kern dieser Initiative sind transparente und konsistente Verbraucherinformationen zu Umweltfragen. Sie umfasst alle Berührungspunkte mit dem Kunden und beinhaltet unter anderem eine spezielle Umwelt-Website für Verbraucher. Sie unterstützt den Handel und hilft damit dem Verbraucher, die richtige Wahl zu treffen, wenn er durch seine Kaufentscheidung einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten möchte.



**Thilo Möller, Vertriebsdirektor  
Elektrohandel Electrolux Deutschland**

Aufgrund des enorm steigenden Energiepreises sowie des zunehmenden Umweltbewusstseins sehen wir in diesem Geschäftsfeld einen langfristigen Wachstumsmarkt. Für unser Haus steht seit mehr als 20 Jahren das Thema „Ökologie“ im Vordergrund. Wir haben unsere Kommunikation ganz klar auf dieses Thema fokussiert. Unsere neueste Kampagne steht unter dem Motto „Tun Sie etwas für die Umwelt – sparen Sie Geld“. Dabei haben wir ein Sortiment unter dem Namen „Öko\_Line“ definiert, das wir über entsprechende Verkaufsförderungs-Aktivitäten breit und sehr prominent im Handel platzieren. Beim Abverkauf unterstützen wir unsere Handelspartner mit umfassenden und aufmerksamkeitsstarken POS-Materialien. Darüber hinaus haben wir vor allem für das Thema „A+++“ bei Kältegeräten separate Verkaufsunterlagen erstellt, die dem Verbraucher prägnant die Stromersparnis gegenüber 15 Jahre alten Geräten aufzeigen. Übrigens bietet unser Haus das derzeit breiteste Sortiment an A+++-Geräten der Branche an.

Die öffentliche Diskussion zeigt, dass sich in unserer Gesellschaft gerade ein neuer Lebensstil entwickelt. Durch diesen Wandel sehen wir attraktive Wachstumschancen in dem Marktsegment „Green Electronics“. Bosch Hausgeräte wird hier eine entscheidende Rolle spielen, da die Forschung und Entwicklung im Bereich energieeffizienter Hausgeräte bei uns Tradition hat. Somit trägt Bosch dem aktuellen Verhalten der Verbraucher Rechnung, die ihren Konsum mit immer mehr Verantwortung für Umwelt und natürliche Ressourcen verbinden. So konzentrieren wir u.a. unsere Sortimente im Handel und stellen klar den Komfortgewinn heraus, den der Kunde von technologisch hochwertig ausgestatteten energieeffizienten Geräten erwarten kann. Aufklärung steht an erster Stelle – und so bieten wir dem Handel Trainings, damit er die Kunden aufklären kann. Das Einsparungspotenzial und die messbar hinterlegten Werte müssen klar kommuniziert werden, für die Bosch jeden Tag aufs Neue den Beweis antreten kann.



**Volker Klodwig, Geschäftsführung  
Robert Bosch Hausgeräte GmbH**

Das Geschäftsfeld Green Electronics wird sich, angesichts immer knapper werdender Rohstoffe einerseits und immer rascher steigender Energiekosten andererseits, zunehmend im Bewusstsein der Konsumenten niederschlagen und damit letztlich das Kaufverhalten mit beeinflussen. Metz zeigt bereits durch die Entscheidung für den Standort Deutschland, dass man verantwortungsvoll produziert. So gelingt es, unnötige Transportwege zu vermeiden und gleichzeitig noch Arbeitsplätze zu sichern. Unsere Fachhändler können zudem den modularen Aufbau unserer Fernseher nutzen, um darauf hinzuweisen, dass ein Metz-Fernseher diverse Zusatzgeräte überflüssig macht. Somit verbrauchen die Geräte von Metz mit einer Vielzahl von bereits integrierten Lösungen sowohl im Betrieb als auch im Stand-by deutlich weniger Strom als die Summe herkömmlicher Geräte einer realistischen TV-Anwendung. Nicht zuletzt bleibt zu erwähnen, dass deutsche Umweltauflagen zu den strengsten der Welt zählen, wobei wir zusätzlich ständig unsere Prozesse sowohl im Hinblick auf Primär- als auch Sekundär-Energie-Verbrauchsreduktion optimieren.“



**Robert Trapp, Metz-Vertriebsleiter  
CE Inland**



**Stefan Kinkel, Geschäftsführung  
Constructa-Neff Vertriebs GmbH**

Das Thema Energie und Energieeffizienz ist seit langem von besonderer Relevanz für den Hausgerätemarkt. Mit der Intensivierung der Klima-Debatte weltweit hat es an Bedeutung noch zugelegt: „Green Electronics“-Produkte werden bei den Käufern zunehmend die Nase vorn haben. Neff hat dieses Potenzial schon frühzeitig erkannt und bietet besonders viele Modelle der Energieeffizienzklassen A+ und

A++ an – speziell im Kühl-Segment. Effiziente Energiesparmöglichkeiten liegen aber auch beim Kochen mit Induktion – durch Magnetströme entsteht die Hitze nur im Topf, nicht auf dem Kochfeld. Kunden verlangen heute Einbaugeräte, die schonend mit wertvollen Ressourcen umgehen: Die Neff-Geschirrspülmaschine „Eco Vario“ spart nicht nur kostbares Wasser, sie kommt auch mit einem Bruchteil der Energie aus, die ältere Modelle benötigen. Über die Funktionsweise und die Vorteile solcher Geräte informieren wir unsere Händler anhand entsprechender Beispiele, die sie im Verkaufsgespräch an die Kunden weitergeben können. Wirkungsvolle Argumente liefert auch die demnächst erscheinende Broschüre „Neff Energy“, die unsere größten Energiesparer vorstellt und zeigt, wie konsequent Neff Verantwortung für die Umwelt übernimmt.

# MoneySaver – Die Geldsparleiste®

Schluss mit kostentreibendem Stand-By/Schein-Aus

Mit der Geldsparleiste® „MoneySaver“ können Sie bequem abschalten. Beispiel: Sie haben den Computer ausgeschaltet, der Lüfter läuft nicht mehr, und der Bildschirm ist schwarz. Das ganze Set ist jedoch nur „Schein-Aus“, da die stromfressenden Netzteile nicht abgeschaltet sind. Dies kostet Ihr Geld und verkürzt die Lebensdauer Ihrer teuren Geräte deutlich.

Leerlauf entsteht vor allem in den Betriebszuständen:

- Bereitschaft (Stand-by)
- Schein-Aus (Elektrogeräte verbrauchen Energie, obwohl sie scheinbar ausgeschaltet sind).
- Kindersicherung

Bei der Erzeugung einer Kilowattstunde elektrischer Energie entstehen etwa 0,6 Kilogramm Kohlendioxid. Somit werden durch Stand-by und andere Leerlaufverluste rund 8 Millionen Tonnen Kohlendioxid jedes Jahr in Deutschland freigesetzt.



Kohlendioxid gilt als Treibhausgas, welches zu den Hauptverursachern der weltweiten Klimaveränderung gerechnet wird.



reddot design award  
honourable mention 2008



Empfohlen von der  
Aktion No-Energy in  
Zusammenarbeit mit  
dem Umweltbundesamt



8020-S MoneySaver  
schwarz

Reduziert CO<sub>2</sub>  
und spart Geld



Abschalten mindert  
Elektrosmog



Abschalten mindert  
Brandgefahr




Stromrechnung  
senken



Energiesparen ist  
Klimaschutz

Stand-by-Stromfresser

Fernseh-Set  
bis 120,- €\*  


Stereo-Anlage  
bis 90,- €\*  


Computer-Set  
bis 80,- €\*  


\* geschätzter jährlicher Stromverbrauch, abhängig von  
Alter, Anzahl und Typ der Geräte, die Sie benutzen

Die Lösung



Geld sparen mit Komfort!



## ZWEIBRÜDER® OPTOELECTRONICS

Germany • 42699 Solingen • Kronenstr. 5-7 • Tel. +49 212/5948-0 • Fax +49 212/5948-200 • www.zweibrueder.com • info@zweibrueder.com



FOTO: PHILIPS

Henrik Köhler, Leitung des Philips Unternehmensbereiches Consumer Lifestyle

Verbraucher berücksichtigen zunehmend Umweltaspekte bei ihrer Kaufentscheidung. Energieeffizienz, weitgehende Vermeidung umweltschädlicher Materialien und Stoffe im Produkt und bei der Produktion stehen dabei im Vordergrund. Wir erfüllen diese Anforderungen seit vielen Jahren, dies gilt auch für unsere Zulieferer. Vergangenes Jahr konnte bereits jeder fünfte Euro mit umweltfreundlichen Produkten Erlös werden. Wir kennzeichnen diese mit unserem „grünen Logo“, das ausschließlich bei so genannten „Green Flagship“-Produkten verwendet wird, die durch externe Auditoren zertifiziert werden. Damit ist für den Verbraucher klar ersichtlich, dass sich diese Produkte sowohl im Vergleich zu Vorgängermodellen als auch zu relevanten Wettbewerbsprodukten besonders in Bezug auf ihre Umwelteigenschaften positiv unterscheiden. Der Handel übernimmt eine sehr wichtige Aufgabe bei der Beratung der Kunden. Wir unterstützen ihn im Rahmen der regelmäßig stattfindenden Trainings und informieren über „grüne“ Trends und Neuigkeiten.



FOTO: SIEMENS

Roland Hagenbucher, Geschäftsführer der Siemens-Electrogeräte GmbH

Für die Kunden wird Energieeffizienz bei der Kaufentscheidung immer wichtiger – Innovation und Nachhaltigkeit sind bei Siemens Konzept. Mit unseren Produkten hat der Handel dadurch echten Mehrwert bei der Vermarktung. Hausgeräte der Marke Siemens arbeiten schon jetzt so ökonomisch, dass sie mit einem Minimum an Strom und Wasser auskommen. Eine moderne Siemens-Kühl-Gefrier-Kombination mit einem verbrauchsarmen Kompressor kühlt heute beispielsweise mit 66 Prozent weniger Strom als ein vergleichbares Gerät Baujahr 1993.

Um Händlern und Endverbrauchern die Orientierung im Handel zu erleichtern, kennzeichnen wir besonders energieeffiziente Siemens-Geräte seit letztem Jahr mit dem ecoPlus-Zeichen. Unsere Aktion „Testival“ zu Beginn des Jahres mit einem ausgewählten Programm von ecoPlus-Geräten aus allen Produktbereichen war ein großer Erfolg und zeigt, dass der Trend ganz klar zu Energie sparenden und umweltfreundlichen Hausgeräten geht. Selbstverständlich wird sich Siemens weiterhin ganz intensiv mit der Entwicklung und Vermarktung besonders Energie sparender Produkte beschäftigen. Denn CO<sub>2</sub>-freundliche Angebote sind für unser Unternehmen ein wichtiger Baustein für eine Mehrwertstrategie am Markt.

Vor dem Hintergrund der Klimadiskussion werden Kunden in Zukunft verstärkt so genannte „grüne Produkte“ nachfragen. Wir sind gut darauf vorbereitet, denn energieeffiziente Hausgeräte und deren ressourcenschonende Herstellung sind bei Miele seit Jahrzehnten fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Wir testen alle Geräte auf eine Lebensdauer von 20 Jahren, so dass auch der lange Lebenszyklus zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Rohstoffen beiträgt. Unsere Staubsauger „S 4“ und „S 5 Ecoline“ sind nicht zuletzt deshalb aktuelle Testsieger, weil sie beste Saugleistung bei geringem Energieverbrauch bieten. Andere Beispiele sind der AllWater-Waschautomat oder der neue Geschirrspüler „G 1224 EcoComfort“, der im Energiesparmodus nur 0,70 kWh Strom und zehn Liter Wasser benötigt. Zur IFA stellen wir neue Produkte vor, die auch beim Energieverbrauch Maßstäbe setzen. Dazu wird es gute Argumentationshilfen und interessantes POS-Material für den Handel geben.



FOTO: MIELE

Christian Gerwens, Leiter der Miele-Vertriebsgesellschaft Deutschland

Energie sparende Produkte werden immer stärker nachgefragt. Bei Bauknecht haben wir diesen Trend bereits frühzeitig aufgegriffen. 2007 ist es Bauknecht als erstem Hersteller gelungen, das komplette Side-by-Side-Sortiment in der Energieeffizienzklasse A+ anbieten zu können – 2008 werden wir Schritt für Schritt immer mehr Kühl- und Gefriergeräte mit der derzeit höchsten Energieeffizienzklasse A++ auf den Markt bringen. Darüber hinaus haben wir mit der Kühl-Gefrierkombination „KGEA 356 Bio“ sogar ein Modell entwickelt, das mit der zuschaltbaren „1/2 Load Funktion“ bei halber Belastung im Gefrierfach um acht Prozent sparsamer ist als A++-Geräte. Dies zeigt, dass die technische Entwicklung noch nicht abgeschlossen ist. Es ist unser Ziel, in naher Zukunft möglichst alle Geräte im Bereich Kühlen und Gefrieren mit der höchsten Energieeffizienzklasse anzubieten. Derzeit arbeiten wir an noch leistungsfähigeren Motoren, intelligenter Elektronik und Vacuum Panels, die in den Kühlschrankwänden integriert werden.



FOTO: BAUKNECHT

Jaroslaw Bartnik, Brand Manager Food Conservation bei Bauknecht

#### AUS DEM HAUSE LIEBHERR ERREICHTE DIE REDAKTION FOLGENDE STELLUNGNAHME:

Die A++ Geräte von Liebherr tragen aktiv zur Schonung unserer Umwelt bei. So hat sich beispielsweise der Stromverbrauch einiger Geräte im Vergleich zu alten Vorgängermodellen in den letzten zehn Jahren mehr als halbiert. Damit spart der Austausch eines alten Gerätes durch ein neues nicht nur Strom, sondern wirkt sich auch positiv auf die CO<sub>2</sub>-Emission aus.

Ökologie beginnt bei Liebherr bereits bei der Konzeption neuer Geräte. Schon bei der Auswahl der Materialien legt Liebherr höchsten Wert auf Qualität und Umweltverträglichkeit. So werden beispielsweise bei der Herstellung alle Kunststoffteile gekennzeichnet und somit eine optimale Recyclingfähigkeit gewährleistet. Bei der Innenausstattung der Geräte setzt Liebherr, soweit möglich, natürliche Materialien wie Glas und Edelstahl ein. Wärme, die natürlicherweise im Fertigungsprozess entsteht, wird bei Liebherr als Heizenergie rückgeführt.

Um all das zu kommunizieren, braucht Liebherr den beratenden Fachhandel. Dieser wird mit zusätzlichen Informationsmaterialien für den Point of Sale ausgestattet.



**Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner**

Klimaschutz ist in Deutschland ein populäres Thema. Ein Beitrag zum aktiven Klimaschutz ist Energiesparen. Vor dem Hintergrund knapper werdender Ressourcen und somit steigender Preise ist Energiesparen ein Thema, das für

die Verbraucher zunehmend wichtiger wird. Wir nehmen gerne unsere Verantwortung wahr und unterstützen unsere angeschlossenen Mitglieder dabei, die Endkunden kompetent zu beraten. Wir sind froh, dass es im Bereich Weiße Ware eine eindeutige Regelung für die Kennzeichnung von Energieeffizienzklassen gibt. Allerdings ist aus Sicht unserer Endkunden eine Klassifizierung mit Buchstaben und Zeichen (A, A+, A++) weniger deutlich als eine fortlaufende Nummerierung von 1 bis .... Wir sehen in fortlaufender Nummerierung zudem einen höheren Anreiz für die Hersteller, die Energie-Effizienz ihrer Produkte weiter zu verbessern. Im Bereich Consumer Electronics sehen wir nach wie vor Handlungsbedarf seitens der Politik. Wir wünschen uns einheitliche und somit vergleichbare Kriterien, damit wir auch in dieser Produktgruppe verbindliche Informationen über den Energieverbrauch an unsere Endkunden weitergeben können. (...)

# Umsatz im grünen Bereich

WIE SCHÄTZEN DIE KOOPERATIONEN DAS GESCHÄFTSFELD GREEN ELECTRONICS EIN? GREEN ELECTRONICS HAT UM EIN KURZES STATEMENT GEBETEN.

Immer mehr Menschen handeln und kaufen umweltbewusster, weil die Energiekosten steigen und die Umweltgesetze und Verordnungen immer schärfer werden. Die Industrie reagiert entsprechend mit Energie sparenden und energieeffizienten Produkten und begegnet somit schon seit geraumer Zeit den großen ökologischen Herausforderungen, dank neuer Technologien und Gerätekonzepte. (...) Um dieses wachsende Umsatzpotenzial in unserem Markt auszuschöpfen, können und müssen wir die richtigen und überzeugenden Produkte anbieten und mit Nachdruck vermarkten. Dafür stehen unseren 2 080 Telering- und Markenprofil-Fachhändlern unsere attraktiven Werbemittelpakete zur Verfügung, die von immer mehr unserer Mitglieder bereits sehr erfolgreich eingesetzt werden.

Der Markt spricht über „Green Electronics“. Wir sind weiter gefordert, neue Ideen zu entwickeln und unseren Fachhändlern an die Hand zu geben, mit denen sie sich gegenüber ihren Konkurrenten profilieren und mehr Kunden gewinnen können, die etwas für den Klimaschutz und den Geldbeutel tun möchten.



**Franz Schnur, Geschäftsführer Telering**

Die EK setzt sich verantwortungsvoll mit den Themen Energie und Umwelt auseinander. Gerade im Elektrobereich gehen wir daher weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus und unterstützen unsere Mitglieder mit entsprechenden Maßnahmen.

Seit Anfang 2008 begleiten wir unsere Handelspartner mit dem Konzept „Ihr Energiespar-Partner“. Die Kampagne beinhaltet Flyer, Werbemittel, Deko und vieles mehr. Parallel dazu wurden die Fachhändler mit Messgeräten ausgestattet, die von ihren Kunden zur Verbrauchsermittlung genutzt werden können. Einen überzeugenderen Vergleich zwischen Altgeräten und neuester Technik gibt es nicht. In puncto Leuchtmittel verzeichnen wir ebenfalls einen starken Trend in Richtung Energiesparen, was wir natürlich in unseren Listungen berücksichtigen. Ein weiterer Schwerpunkt unserer Arbeit liegt in der nachhaltigen Information aller Beteiligten. Hier führen wir zurzeit konzeptionelle Gespräche mit einer kompetenten Fachorganisation.

Das Thema „Green Electronics“ ist aus meiner Sicht sehr wohl mit unterschiedlicher Beurteilung in Weiße Ware und Braune Ware aufzuteilen. Grundsätzlich ist die Notwendigkeit, sich im Handel mit dieser Thematik auseinanderzusetzen, sehr hoch. Dies tun wir im direkten Kontakt zu unseren Gesellschaftern, indem wir die Gesellschafter über den aktuellen Stand informiert halten. Darüber hinaus finden die Produkte, die umweltverträglich und Strom sparend sind, eine ganz besondere Berücksichtigung in unseren Kernsortimenten. Durch die bereits vorliegende Nomenklatur in der Weißen Ware ist die Transparenz natürlich einfacher herzustellen. Deshalb forcieren wir gemeinsam mit dem Verband BVT die Einführung und Standardisierung einer vergleichbaren Nomenklatur im Bereich der Braunen Ware.



**Lutz Burneleit, Bereichsleiter comfort bei der EK/servicegroup**



**Volker Müller, Geschäftsführer Deutsche expert Zentrale GmbH**

Grün denken und handeln lohnt sich. Immer mehr Konsumenten fordern einen nachhaltigen Kurs von Herstellern und Händlern. Den Verbrauchern geht es nicht nur darum, Kosten beim Stromverbrauch zu sparen, sondern um einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz.

Energieeffiziente Produkte der Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte bieten dem Fachhandel deshalb künftig großes Umsatzpotenzial. Unsere Verbundgruppe sieht sich hier vor allem im Bereich der „umweltfreundlicheren“ Ware in der Verantwortung und bietet langlebige, hochwertige Produkte mit niedrigem Reparaturbedarf. Wir arbeiten eng mit der Industrie zusammen, um in zunehmendem Umfang energieeffiziente Produkte in die Sortimente zu integrieren.

(...) Für die nötige Produkttransparenz sorgen unsere Mitglieder schon jetzt, indem sie unter anderem das Produktinformationssystem Prodanet Online nutzen. Darin integriert ist ein Energiekosten-Rechner, mit dessen Hilfe die Händler ihren Kunden Energieverbrauch und Stromkosten aussagekräftig und transparent darstellen können. Ebenso unterstützen wir die Initiativen von BVT und ZVEI zum Thema Nachhaltigkeit.



**Benedict Kober, Finanzvorstand der EURONICS Deutschland eG**

# »Komfort gewinnen, Energie einsparen«

BOSCH HAUSGERÄTE IST EINER DER HERSTELLER, DIE BESONDERS STARK AUF DAS THEMA ENERGIEEFFIZIENZ SETZEN. DAS ZEIGT SICH AM MARKENAUFTRITT EBENSO WIE AN DEN PRODUKT-NEUENTWICKLUNGEN. GREEN ELECTRONICS SPRACH MIT DEM GESCHÄFTSFÜHRER VON ROBERT BOSCH HAUSGERÄTE, VOLKER KLODWIG.

Das Thema Energieeffizienz ist in aller Munde. Dafür hat nicht zuletzt auch Bosch Hausgeräte mit einer großen Marketingkampagne und neuen A+- und A++-Geräten gesorgt. Wie sind die Reaktionen der Endkonsumenten?

Sehr positiv. Zugegeben: Wir hatten auch ein wenig Glück, dass sich das Thema so gut entwickelt. Wir haben uns relativ früh, in 2005, dafür entschieden, bei der Markenpositionierung auf das Thema Energie zu setzen. Das hat sich mit den Jahren sehr gut entwickelt. Wir sind davon überzeugt, dass dieses Thema nicht nur eine temporäre Entwicklung ist, sondern ein Megatrend, der uns noch Jahre begleiten wird.

Wie schätzen Sie konkret die Chancen für unsere Branche ein?

Der Bereich Elektrogroßgeräte ist für das Thema Energieeffizienz prädestiniert. Bis zu 50 Prozent des privaten Stromverbrauchs gehen zulasten der Elektrogroß-

geräte. So sind beispielsweise die Kühl- und Gefriergeräte die einzigen Geräte, die Tag und Nacht, sieben Tage die Woche, im Haushalt laufen. Hier rechnet sich jedes Watt, das der Kunde spart. In Deutschland muss man aber zwei Kundenwünsche miteinander verbinden: Energiesparen auf der einen Seite und der Wunsch nach Komfort auf der anderen Seite. Unser Leitzsatz lautet daher: Komfort gewinnen, Energie einsparen. Unsere neuen Geräte sind nicht nur deutlich effizienter, sondern sie bieten auch deutlich mehr Komfort.

Das bringt mich auf die Ausgangsfrage: Wie sind die Reaktionen des Handels seit Beginn der Marketingkampagne und der Einführung der neuen Geräte?

Der Handel ist aktiv daran interessiert, diese Chance zu nutzen und neue Umsätze zu generieren. Dafür braucht er für den Konsumenten nachvollziehbare Nutzenargumente. Deshalb gibt Bosch relativ harte Aussagen wie etwa: „Dieses Gerät braucht X-Prozent weniger Energie“. Der Handel ist für diese Aussagen offen und freut sich, dass wir das Thema vorantreiben.

Wie schätzen Sie die zukünftige Entwicklung des Geschäftsfeldes Green Electronics unter diesem Aspekt ein?

Zuerst einmal glaube ich persönlich nicht, dass sich das Thema Energiekosten entspannen wird. Schauen Sie sich aktuelle Befragungen der GfK an, die der Frage nachgehen, was für Kunden wirklich

wichtig ist. Energie sparende Haushaltsgroßgeräte werden bereits heute an dritter Stelle genannt. Das ist für mich ein klarer Beweis, dass der Markt Energie sparender Geräte sich in den nächsten Monaten und Jahren so weiterentwickeln wird. Hinzu kommt, dass die technische Entwicklung immer neue Rekorde generieren wird.

30 Millionen Kältegeräte in den deutschen Haushalten sind mehr als zehn Jahre alt. Was können Industrie und Handel machen, um hier beim Kunden ein Umdenken zu erreichen?

Eine gute Frage. Hier sind drei Dinge wichtig: Aufklärung, Aufklärung, Aufklärung. Handel und Industrie müssen bei diesem Thema ständig am Ball bleiben. Energieberater am POS, wie wir sie gemeinsam mit der Dena dem Handel bereitstellen, sind eine Möglichkeit. Aus- und Weiterbildung der Fachberater ist ein weiterer Punkt – auch hier haben wir schon entsprechende Seminare erfolgreich durchgeführt.

Konkret: Was plant Bosch Hausgeräte in nächster Zeit für weitere Maßnahmen zum Thema Energieeffizienz?

Hier möchte ich zuerst deutlich den Wunsch in Richtung Politik formulieren: Ich hoffe, dass es bald eine staatliche Förderung für A++ Geräte oder andere besonders Energie sparende Geräte geben wird. Das ist in anderen europäischen Ländern bereits heute üblich. Bosch Hausgeräte wird auf der IFA seine neuen Sortimente zeigen, bei denen das Thema Energieersparnis im Vordergrund stehen wird. Wir hoffen, dass der Handel dann dem Thema am POS entsprechend Raum gibt. Wir sind als Hersteller aufgefordert, die Geräte entsprechend zu distribuieren. Der Handel ist mit aufgefordert, die Chance zu nutzen und das Thema entsprechend seiner Möglichkeiten den Endverbraucher nahe zu bringen.

Herr Klodwig, wir danken Ihnen für das Gespräch.



FOTO: BOSCH

„Wir sind davon überzeugt, dass dieses Thema Energie nicht nur eine temporäre Entwicklung ist, sondern ein Megatrend, der uns noch Jahre begleiten wird.“ Volker Klodwig, Geschäftsführer Robert Bosch Hausgeräte

# SLIDE & HIDE®

## DIE TÜR ZUR MODERNEN KÜCHE.



Ausgezeichnet  
mit dem international  
renommierten  
iF Design Award: der  
Mega SH 4664 A.



**Zu einer modernen Küche gehören ein vorbildliches Design und richtungweisende Ideen.** So wie HIDE®, die erste und einzige Backofentür, die sich mit einer Handbewegung am mitdrehenden Türgriff SLIDE® versenken lässt. Selbstverständlich sind die Backöfen und alle anderen Einbaugeräte von Neff ergonomisch beispielhaft. Neff ist ein Pionier in Sachen Ein-Knopf-Bedienung: Bei der Backofensteuerung NeffContRoll® hat man mit einem Finger bis zu 14 Betriebsarten im Griff. Für die Einbaugeräte von Neff werden nur die besten Materialien verwendet und auf das sorgfältigste verarbeitet. Deshalb gewinnen sie immer wieder Preise bei internationalen Wettbewerben, genau wie für ihre unverwechselbare Optik. Mehr über richtungweisende Ideen und einzigartiges Design erfahren Sie unter [www.neff.de](http://www.neff.de)

Ein Stück Zuhause.



# Weniger ist mehr

MEHR KOMFORT, WENIGER ENERGIEVERBRAUCH: DIE HERSTELLER VON ELEKTROGROßGERÄTEN SEHEN SICH MIT DURCHAUS UNTERSCHIEDLICHEN KUNDENWÜNSCHEN KONFRONTIERT. ABER DIE QUADRATUR DES KREISES KANN GELINGEN, WIE SIEMENS BEISPIELSWEISE MIT DEN „SPEEDMATIC“-GESCHIRRSPÜLERN ZEIGT.

Die Situation erinnert an eine berühmte Schokoladenwerbung. Aber nicht Spannung, Spiel und Schokolade sind die Käuferwünsche bei Elektrogroßgeräten. Zwei Umfragen zeigen, was Kunden wirklich wollen: Komfort und Energie sparen.

So zeigt das GfK-Verbraucherpanel für die USA aus dem Jahr 2006, dass bei Geschirrspülern für zwei Drittel aller Spülgänge das Normalprogramm verwendet wird. Dieser Wunsch rückt auch bei den deutschen Konsumenten immer mehr in den Fokus: Der Geschirrspüler soll einfach auf Knopfdruck das Richtige tun. So haben im ausgefüllten Tagesablauf von Familien und Singles zunehmend diejenigen Geräte die Nase vorn, die den größten Mehrwert an Komfort bieten.

Hinzu tritt in Deutschland ein wiedererwachtes Interesse am Energiesparen – sicherlich auch durch die rasant gestiegenen

Energiepreise. So ermittelte die Forschungsgruppe Wahlen in einer repräsentativen Umfrage für den aktuellsten Energiemonitor des Verbandes der Elektrizitätswirtschaft (VDEW), dass 73 Prozent der Deutschen Energie sparen wollen. Tendenz steigend.

## ZEHN LITER REICHEN

Für Hersteller lautet die Hausaufgabe daher: ein Produkt zu entwickeln, das Energie spart und komfortabel zu bedienen ist. Ein gutes Beispiel für die gelungene Umsetzung sind die neuen „speedMatic“-Geschirrspüler von Siemens. Bei den Spülern wurde der Verbrauch im Normprogramm jetzt auf nur zehn Liter gesenkt. Zum Vergleich: Vor 20 Jahren setzten vergleichbare Spülmaschinen noch circa 30 Liter Wasser pro Spülgang ein. Bei durchschnittlich 220 jährlichen Spülgängen spart das im Normprogramm bis zu 4 400 Liter Wasser pro

Jahr – etwa 44 Badewannen voll. Weil weniger Wassereinsatz auch bedeutet, dass weniger aufgeheizt werden muss, ist zudem der Stromverbrauch deutlich gesunken. Deshalb tragen die neuen Triple-A-Spüler das „eco PLUS“-Zeichen von Siemens. Es steht für herausragende Energieeffizienz.

Aber auch in Sachen Komfort und Geschwindigkeit bieten die Geräte Höchstleistungen. Dank eines schnelleren Pumpensystems, einer neuen Heiztechnologie und der optimierten Wasserweiche verkürzt sich die Spülzeit um bis zu elf Prozent. Und mit der „varioSpeed“-Funktion sogar um bis zu 50 Prozent. Denn mit sechs Programmen und den „speedMatic“-Zusatzfunktionen sind die Spüler bestens auf jeden Kundenanspruch vorbereitet: Schmutziges Geschirr wird mit dem Schnellprogramm 45°C in nur 29 Minuten blitzsauber. Für beste Spülergebnisse auf Knopfdruck sorgt das Automatikprogramm auto 45°C - 65°C. Und die ganze Arbeit verrichten die Geräte zudem flüsterleise: Mit 40 dB arbeiten die neuen Spüler leiser als ein PC.

## MEHR PLATZ, MEHR KOMFORT

Auch die Flexibilität der Spülkörbe wurde weiter erhöht und um eine dritte Beladungsebene – die „varioSchublade“ – ergänzt. Sie nimmt Besteck und kleinere Geschirrtteile auf. Und weil damit der herkömmliche Besteckkorb entfällt, finden jetzt bis zu 14 Maßgedecke Platz. Stark verschmutzte Töpfe und Pfannen sowie empfindliche Gläser und Porzellan können ab sofort gemeinsam gespült werden. Das ermöglicht die neue Funktion „intensivZone“ mit 20 Prozent mehr Sprühdruk und einer erhöhten Temperatur im Unterkorb, während das für den Oberkorb gewählte Spülprogramm davon unbeeinflusst bleibt. Besonders komfortabel sind die neuen, flexiblen „varioFlexPlus“-Premiumkörbe. Damit können beispielsweise im Unterkorb bis zu zwölf und im Oberkorb bis zu sechs Weingläser sicher untergebracht werden. Ergonomische Griffe am Ober- und Unterkorb erleichtern das Herausziehen der Körbe. ■

Energie sparen und mehr Komfort bieten: Die „speedMatic“-Geschirrspüler von Siemens erfüllen zentrale Kundenwünsche



FOTO: SIEMENS



Induktion ist sehr sicher. Bei den Induktions-Kochfeldern von Neff gibt es noch eine zuverlässige zusätzliche Sicherung: die magnetische Ein-Knopf-Bedienung TwistPad. Wird sie abgenommen, kann das Kochfeld nicht mehr eingeschaltet werden

# Gute Gründe

FÜR EIN ERFOLGREICHES GESCHÄFT MUSS MAN NICHT NUR DAS RICHTIGE PRODUKT, SONDERN AUCH DAS RICHTIGE VERKAUFSARGUMENT PARAT HABEN. NEFF HAT DIE WICHTIGSTEN ARGUMENTE FÜR DAS VERKAUFGESPRÄCH ZUM THEMA ENERGIEEFFIZIENTE EINBAUGERÄTE ZUSAMMENGETRAGEN.

Was kostet einen Kunden ein fünfzehn Jahre alter Kühlschrank?

Ein neuer Neff-Kühlschrank mit der Energie-Effizienz-Klasse A++ verbraucht gegenüber einem alten Gerät aus 1993 bis zu 70 Prozent weniger Strom. So spart man bis zu 50 Euro pro Jahr. Und weil die Energieerzeuger längst Preissteigerungen angekündigt haben, nimmt das Energie-sparpotenzial von Jahr zu Jahr weiter zu.

Das wichtigste Verkaufsargument bei Kältegeräten ist ein niedriger Stromverbrauch - im Bild das Kühlgerät „KLN 445A“ von Neff



Womit kann man Kunden, die immer noch mit der Hand spülen, von einem Geschirrspüler überzeugen?

Neben der lästigen Arbeit beim Abwasch per Hand spart die Spülmaschine mehr als die Hälfte der Energie für Heißwasser. In einem Drei-Personen-Haushalt mit durchschnittlich 220 Spülgängen im Jahr bedeutet das eine jährliche Ersparnis von etwa 100 Euro – und jede Menge Freizeit.

Kann eine moderne Kühltechnik wie VitaFresh helfen, Energie zu sparen?

Wenn man bedenkt, wie viel Energie heute für den Transport von Lebensmitteln

Kann man auch mit einem neuen Herd Strom sparen?

Ja, denn mit nur 0,79 kWh Energieverbrauch sind heute alle 60-cm-Backöfen und -Herde von Neff mit der Energie-Effizienz-Klasse A gekennzeichnet.

An welchen Gütesiegeln erkennt man ein Energie sparendes Kühl-/Gefriergerät?

Das wichtigste Kriterium beim Kältegerät ist der Stromverbrauch. Ihn erkennt man zuverlässig anhand des Energie-Labels, welches am Gerät angebracht ist und das die Energie-Effizienz-Klasse ausweist. Es unterscheidet die Klassen A bis G. Dabei steht A für niedrigsten Energieverbrauch. Für besonders effiziente Kühl- und Gefriergeräte wurden 2004 zusätzlich die Klassen A+ und A++ eingeführt, denen auch die meisten Kühl- und Gefriergeräte von Neff genügen.

Wie viele Kunden würden für ein energieeffizientes Gerät mehr Geld ausgeben?

Bei Kühl- und Gefriergeräten ist der Stromverbrauch das durchschlagende Verkaufsargument. Laut einer Forsa-Studie sind 90 Prozent der Kunden bereit, für ein sparsames Gerät mehr zu bezahlen. Energie-Effizienz-Klasse und Energieverbrauch sind für rund 70 Prozent mehr als doppelt so wichtig wie der Kaufpreis.



„SLIDE & HIDE“ sind zwei bahnbrechende Entwicklungen von Neff rund um den Backofen. Mit nur einer Handbewegung am mitdrehenden Türgriff „SLIDE“ lässt sich die Backofentür „HIDE“ komplett versenken

# Fortschritt auszeichnen

HAUSHALTSGERÄTE SIND FÜR BIS ZU 45 PROZENT DES STROMVERBRAUCHS IM HAUSHALT VERANTWORTLICH. DESHALB IST DAS INTERESSE DER KUNDEN AN ENERGIEEFFIZIENTEN GERÄTEN ENTWEDER HOCH ODER SCHNELL GEWECKT. WICHTIG AM POS IST DABEI EINE KLARE UND EINFACHE KENNZEICHNUNG DER STROM SPARENDEN GERÄTE. DAS SOLL DURCH DIE REFORM DES ENERGIELABELS ERREICHT WERDEN.

Die Zahlen sprechen für sich: Haushaltsgeräte sind für bis zu 45 Prozent des Stromverbrauchs im Haushalt verantwort-

lich. Diesen Umstand erläutert die Dena an einer Beispielrechnung. Bei einem Vier-Personenhaushalt mit einem Gesamtstromverbrauch von 4 500 kWh und einem angenommenen Strompreis von 20 Cent je kWh sind das stolze 900 Euro Stromkosten jährlich. Das bedeutet aber auch, dass bis zu 400 Euro auf das Konto von Kühlschrank, Herd und Co. gehen. Hinzu kommt, dass die Energiekosten in den ver-



» Der Handel unterstützt den Wechsel vom bisherigen Buchstabensystem des Energielabels zu einem nach oben offenen numerischen System als konsumentenfreundliche, einfach zu verstehende und zukunftsfähige Lösung für Europa.«  
Willi Klöcker, Vorsitzender des BVT

gangenen Jahren deutlich gestiegen sind und dass die Medien das Thema immer stärker für sich entdecken. Da nimmt es kein Wunder, dass immer mehr Kunden großes Interesse an möglichst sparsamen Haushaltsgeräten zeigen.

## VERBRAUCHS-INFO ERWÜNSCHT

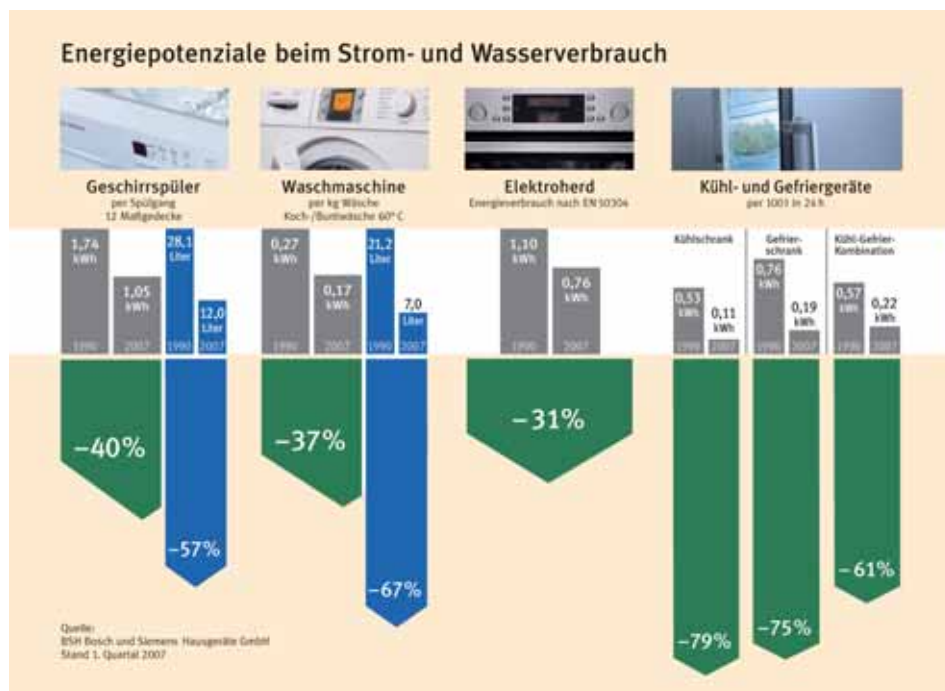
Allerdings zeigt eine Umfrage des Forsa-Instituts im Auftrag der Dena auch, dass Hersteller und zu Händler die Angaben zum Stromverbrauch und den jährlichen Kosten der von ihnen angebotenen Produkte übersichtlich und leicht zugänglich ausweisen sollen. Drei Viertel der Befragten gaben an, dass sie beim Kauf eines neuen Elektrogeräts Informationen über dessen Stromverbrauch direkt am Produkt wichtig finden. Dazu dient bei Elektrogroßgeräten vor allen Dingen das EU-Label. Dieses genießt – auch das machte die Forsa-Umfrage deutlich – eine hohe Akzeptanz bei Verbrauchern.

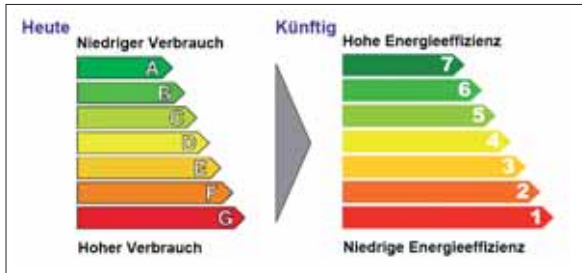
## REFORMBEDARF

Doch das EU-Label in seiner heutigen Form droht als Marketinginstrument und als Orientierungshilfe gleichermaßen abzustumpfen. Das Problem: Die technische Norm, die über die jeweils zu erteilende Energieeffizienzklasse entscheidet, ist statisch. Sprich: Immer noch gelten für die Einteilung der Effizienzklassen der meisten Gerätetypen die Bezugsmaßstäbe aus den frühen 90er Jahren. Bei Kühl- und Gefriergeräten – wo die Innovationssprünge beim Thema Stromeinsparung besonders groß sind – hat man sich deshalb auf die Einführung von neuen Energieverbrauchsklassen A+ und A++ verständigt. Doch das kann auf Dauer keine Lösung sein.

## REFORMVORSCHLAG

Ende vergangenen Jahres übten der Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) und der Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) den Schulterschluss und forderten eine zügige Reform der Energie-Kennzeichnung für Elektro-Hausgeräte auf EU-Ebene. Dr. Reinhard Zinkann, Sprecher der Hausgeräte-





Links das alte EU-Label; rechts der Reform-Vorschlag von BVT und ZVEI

Fachverbände im ZVEI: „Das Energielabel hat für den Verbraucher nur noch einen geringen Nutzwert. Es ist höchste Zeit, auf Basis der alten Kennzeichnung ein neues, zukunftsicheres Label zu entwickeln, das dem Geräteangebot und den Anforderungen des Marktes entspricht.“

Der Vorschlag der beiden Verbände war ein neues Energielabel, das mit den technischen Innovationen der Branche Schritt halten kann und sich am Grundprinzip der Euro-Norm – wie sie für Kraftfahrzeuge gilt – orientiert. Der Vorschlag, der zurzeit auf EU-Ebene diskutiert wird, zeichnet sich durch folgende Vorteile aus:

Die grafische Gestaltung des Labels mit sieben Balken und Farbskala bleibt auch in der neuen Version erhalten. Das erhöht den Wiedererkennungseffekt beim Konsumenten.



FOTO: ZVEI

» Das Energielabel hat für den Verbraucher nur noch einen geringen Nutzwert.«

Dr. Reinhard Zinkann, Sprecher der Hausgeräte-Fachverbände im ZVEI

ten. Die bestehenden alphabetischen Energieeffizienzklassen (zum Beispiel „A“) werden durch nach oben offene numerische Klassen (angefangen bei „1“) ersetzt. Die nach Zahlen durchnummerierten sieben Energieklassen können entsprechend dem technischen Entwicklungsstand dynamisch durch neue „bessere“ Klassen ergänzt werden. Die „schlechteste“ Klasse (mit der kleinsten Zahl) würde dann jeweils entfallen.

Die Einstufung des Elektrogerätes in eine Energieeffizienzklasse bleibt dauerhaft gültig, wodurch einmal gekennzeichnete Geräte nicht in regelmäßigen Abständen mit großem Aufwand von Handel und Industrie umetikettiert werden müssten.

Weil die höchste Ziffer immer für die bestmögliche Energieeffizienz steht, wäre das neue Label auch für den Konsumenten leicht zu verstehen. Durch das Ziffernsystem sind die neuen Energieeffizienz-Klassen zudem eindeutig vom herkömmlichen A-bis-G-Labeling unterscheidbar.

Die Forderung nach einer Reform des EU-Labels wurde auch in der Bremer Erklärung (siehe Seite 4) hervorgehoben. Hier unterstrich Willi Klöcker, Vorsitzender des BVT: „Der Handel unterstützt daher den Wechsel vom bisherigen Buchstabensystem des Energielabels zu einem nach oben offenen numerischen System als konsumentenfreundliche, einfach zu verstehende und zukunftsfähige Lösung für Europa.“

Ob sich der Vorschlag in dieser Form durchsetzen wird, bleibt abzuwarten. Fest steht, dass eine Dynamisierung des EU-Labels kommen muss. Denn sonst sind in wenigen Jahren beispielsweise alle Kühlgeräte in der „A“-Klasse oder höher, was das Label ad absurdum führen würde. ■

## NACHGEFRAGT

IM VERGANGENEN JAHR GRÜNDETE SICH DIE INITIATIVE HAUSGERÄTE+. GREEN ELECTRONICS FRAGTE BEI PROJEKTLEITERIN CLAUDIA OBERASCHER NACH, WAS DIE INITIATIVE DEM HANDEL BIETET.

Damit der Händler sich die richtigen Argumente für den Kauf besonders energieeffizienter Produkte nicht erst selbst zusammentragen muss, hat die Initiative Hausgeräte+ auf ihrer Homepage



FOTO: HAUSGERÄTE+

alles Wissenswerte zu den verschiedenen Bereichen der Weißen Ware zusammengetragen. Das Wichtigste haben wir noch einmal in der Broschüren-Reihe „Checkliste für Ihre Kaufentscheidung“ zusammengestellt. Hier finden sich Informationen zu den Geräten wie Bauformen, neue Zeit und Energie sparende Produktfeatures, Erläuterung des Energielabels, Komfortaspekte und vieles mehr. Die Initiative informiert darüber, wie man Energiefresser von Energiesparern unterscheidet, was sich seitens der Industrie in den vergangenen Jahren getan hat und ab wann sich ein Austausch lohnt. Außerdem gibt es nützliche Energiespartipps und Rechenbeispiele, die konkrete Sparpotenziale aufzeigen. Damit kann der Händler selbst bei gut informierten Kunden im Verkaufsgespräch punkten. Die Hausgeräte+ „Checklisten“ sind eine hervorragende Unterstützung für das Gespräch mit noch ungeschulten Verbrauchern. Es gibt sie inzwischen für alle Geräte. Mit vielen Detailinformationen zum Kühlen und Gefrieren, Waschen und Trocknen sowie Kochen und Backen und gezielten Fragestellungen helfen sie, den eigenen Bedarf genau zu erfassen und die optimale Ausstattung für die jeweilige Haushaltssituation zu finden. Durch diesen umfassenden Überblick gut gerüstet, kann der Kunde dann im Handel ganz gezielt seine Wünsche äußern und sich für das richtige Gerät entscheiden.



# Eine Frage der Zeit

DAS EU-LABEL FÜR STAUBSAUGER KOMMT. FRAGT SICH NUR WANN. DENN NOCH MAHLEN DIE MÜHLEN DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION GRÜNDLICH.

Fast alle Elektrogroßgeräte müssen ein so genanntes Energielabel tragen, auf dem zum Beispiel der Energieverbrauch des Gerätes ablesbar ist. Das gilt noch nicht für den Bereich Elektrokleingeräte. Das verwundert kaum, denn zumeist sind Toaster, Küchenmaschine und Co. nur kurz im Einsatz, entsprechend gering ist das Strom-Einsparpotenzial. Anders sieht es da im Bereich Bodenpflege aus, denn so ein Staubsauger ist in den meisten Haushalten mehrmals die Woche und recht lange in

Gebrauch. Und so ist ein EU-Label für Staubsauger schon des Längeren im Gespräch. Fakt ist wohl: Das Label wird kommen. Die Frage ist, wann und in welcher Form. Ein kurzer geschichtlicher Abriss sei erlaubt.

## DIE ÖKODESIGNRICHTLINIE

Mitte 2005 beschlossen das Europäische Parlament und der Rat die Ökodesign- oder auch EuP-Richtlinie (EuP leitet sich ab von der englischen Bezeichnung für energiebetriebene Produkte: Energy using Products). Diese soll bei ausgewählten Produkten und Produktgruppen die negativen Auswirkungen auf die Umwelt reduzieren. Um das zu erreichen, sieht die Politik zwei Möglichkeiten vor: entweder staatliche Regelungen oder Selbstregulierungsinitiativen der Industrie.

Um den Erlass von staatlichen Regelungen vorzubereiten, vergibt die Kommission Vorstudien zu bestimmten Produktgruppen. Die für die Hausgeräte-Branche relevanten Studien sind die über „Stand-by und Low power modes“ (Fraunhofer Institut, Deutschland), „Kühl- und Gefriergerä-

te“ (Isis/Enea, Italien), „Geschirrspüler und Waschmaschinen“ (Isis/Enea, Italien), „Klimageräte“ (Armines, Frankreich), „Warmwassergeräte“ (van Holsteijn en Kemna, Niederlande), „Wäschetrockner“ (Pricewaterhouse Coopers, Frankreich) sowie „Staubsauger“ (AEA Energy & Environment). Die Studie über Staubsauger ist im Oktober 2007 gestartet (Zwischenergebnisse kann man hier abrufen: [www.ecovacuum.org](http://www.ecovacuum.org)). Der Entwurf des finalen Reports wird für November dieses Jahres erwartet.

## NORM IST IN ARBEIT

So weit, so gut. Damit ist der Weg zum EU-Label für Staubsauger aber noch nicht frei. Denn vor der Klassifizierung der Staubsauger muss eine einheitliche Norm her. Das Mandat für die Normung (M/353-DE) hat die Kommission an die Normungsorganisationen CEN und CENELEC vergeben. Diese sollen nun Messnormen für Haushaltsstaubsauger erarbeiten. Diese legen zum Beispiel fest, welche Verfahren die Ingenieure zur Messung des Energieverbrauchs und der Leistung anwenden müssen. Dabei müssen die Organisationen aber auch bereits bestehende Regulierungen berücksichtigen wie die Rahmenrichtlinie für Energielabel (92/75/EG), aber auch die internationalen beziehungsweise europäischen Normen wie EN 60312 und IEC 312.

Das ist der Stand bei Redaktionsschluss. Eine Nachfrage beim ZVEI ergab folgende Einschätzung. Zurzeit sind in Frankfurt keine weiteren Aktivitäten als die im Artikel skizzierten bekannt. Die Vermutung liegt nahe, dass Brüssel auf die Ergebnisse der Staubsauger-Studie wartet. Werner Scholz, Geschäftsführer der ZVEI-Hausgeräte Fachverbände: „Die Studie wird nach derzeitigem Kenntnisstand voraussichtlich Anfang 2009 abgeschlossen. Für Umsetzungsformalitäten, Bekanntgabe und Inkrafttreten der Maßnahmen kann durchaus ein Zeitrahmen von mindestens weiteren zwölf Monaten angenommen werden. Die Einführung eines Energielabels für Staubsauger wäre also frühestens 2010, eventuell sogar erst 2011 zu erwarten.“



„Die Einführung eines Energielabels für Staubsauger wäre also frühestens 2010, eventuell sogar erst 2011 zu erwarten.“  
Werner Scholz, Geschäftsführer der ZVEI-Hausgeräte Fachverbände

# Nachhaltige Bodenpflege

DAS THEMA ÖKO IST BEI AEG SCHON SEIT JAHRZEHNEN EIN GROßES. NUN HAT DIE PREMIUMMARKE VON ELECTROLUX MIT DEM „ULTRA SILENCER ÖKO“ DEN WELTWEIT ERSTEN STAUBSAUGER VORGESTELLT, DER AUS RECYCELTEM KUNSTSTOFF HERGESTELLT WIRD. IM INTERVIEW: MARTIN THIELMANN, MARKETINGLEITER ELECTROLUX FLOORCARE DEUTSCHLAND UND ÖSTERREICH.

Herr Thielmann, ein echtes Ökoprodukt braucht ja nicht nur im Betrieb wenig Strom. Nehmen wir als Beispiel den „Ultra Silencer Öko“. Was zeichnet das Produkt aus?

Ein echtes Ökogerät zeichnet sich neben einem geringen Stromverbrauch auch durch weitere ökologische Komponenten aus, wie zum Beispiel eine umweltfreundliche Produktion. Der „Ultra Silencer Öko“ besteht so weit wie möglich aus recyceltem Kunststoff (55 Prozent). Und auch bei der Verpackung achteten wir auf den Einsatz von so viel recyceltem Papier wie möglich (56 Prozent). Überdies ist unser neuer Öko-Staubsauger äußerst leise und schont damit ebenfalls die Umwelt. Denn Lärm zählt auch zu den ökologischen Problemen unserer Zeit.

Der „Ultra Silencer Öko“ ist der weltweit erste Staubsauger, der aus recyceltem Kunststoff hergestellt wird. Was bringt die Verwendung von recyceltem Material?

Die Verwendung von recyceltem Kunststoff spart zwei sehr wertvolle Rohstoffe: Wasser und Erdöl. Pro Gerät konnten wir den Einsatz von Wasser um circa 80 Liter reduzieren, bei Rohöl sparen wir zwei Liter ein!

Der neue Staubsauger hat „nur“ 1 250 Watt. Bleibt da nicht Staub auf der Strecke?

Nein, keinesfalls. Das Gerät wurde so konzipiert, dass es die gleiche Staubaufnahme bringt wie ein vergleichbares 2 000-Watt-Modell. Aber eben mit Wesentlich weniger Energie! Dies wird im wesentlichen erreicht durch glatte Luftkanäle, die die Verwirbelungen und damit Leistungsverlust minimieren sowie durch die neue Hochleistungs-Bodendüse „Dust Magnet“.

Weshalb ist die Senkung des Energieverbrauchs denn überhaupt so wichtig?

Hier sind mehrere Gründe anzuführen. Auch Staubsaugen belastet die Umwelt durch einen Stromverbrauch: Denn eine Stunde Staubsaugen mit einem 2 000-Watt-Sauger „frisst“ 60 Prozent der Energie, die ein Kühlschrank der Energieklasse A+ in einer Woche benötigt. Beim gleichen Vorgang mit dem „Ultra Silencer Öko“ schonen die Nutzer aber nicht nur die Natur, sondern auch ihren eigenen Geldbeutel. In zehn Jahren können sie dank der innovativen Technik des neuen Gerätes bis zu 73 Euro einsparen, also fast ein Drittel der Anschaffungskosten. Hätten



Martin Thielmann, Marketingleiter Electrolux Floorcare Deutschland und Österreich

alle 100 Millionen Verbraucher in Europa, die in den letzten acht Jahren einen Staubsauger mit mehr als 1 300 Watt gekauft haben, stattdessen wöchentlich eine Stunde mit dem „Ultra Silencer Öko“ gesaugt, könnten wir zwei 200-Megawatt-Kohlekraftwerke schließen.

Der Name „Ultra Silencer Öko“ verweist ja noch auf eine weitere Qualität, nämlich die Geräuschkentwicklung. Wie schaut es damit aus?

Wie bei allen „Ultra Silencer“-Modellen beträgt die Lautstärke der neuen Öko-Version lediglich 71 dB (A), ein durchschnittlicher Staubsauger liegt im Vergleich dazu bei 78 dB (A). Und damit sind unsere Mitbewohner und Nachbarn einer viel, viel geringeren Lärmbelastung ausgesetzt.

Dies wurde durch die Einführung einer Reihe Lärm senkender Designmerkmale erreicht, unter anderem durch ein optimiertes Luftströmungssystem, eine extrem effiziente Abdichtung zur Verringerung des Luftaustritts, speziell schalldämpfende Materialien, eine weiche Motoraufhängung und ein effizientes Bodendüsensdesign.

Herr Thielmann, wir danken Ihnen für das Gespräch. ■

Ein echtes Ökogerät: der „Ultra Silencer Öko“, zu 90 Prozent recycelbar



FOTOS: AEG



PHOTOS SIEMENS

Die neue „green power edition“ reduziert nach Angaben des Herstellers den Stromverbrauch bei gleicher Leistung um bis zu 50 Prozent

Durch diese Technik entspricht die Saugleistung der drei „green power edition“-Modelle der eines herkömmlichen 2 400-Watt-Staubsaugers (der Vergleich beruht auf Siemens-eigenen Geräten). Sprich: gleiche Saugleistung bei nur 1 200 Watt maximaler Leistungsaufnahme und einem bis zu 50 Prozent geringeren Stromverbrauch.

Dabei ähnelt das Gebläse der „green power edition“ in der Funktion einer Flugzeugturbine. Mit aerodynamisch geformten Schaufelrädern erreicht es Spitzengeschwindigkeiten von 800 Stundenkilometern und erzeugt dadurch einen enorm hohen Luftdurchsatz. Kombiniert mit einer exakt darauf abgestimmten Luftführung im Gerät, ergibt dies maximale Staubaufnahme bei minimalem Energieeinsatz.

# Sauber Energie sparen

BEI SIEMENS GEHT IM BEREICH BODENPFLEGE DIE „GREEN POWER EDITION“ AN DEN START. DIESE GERÄTE ERREICHEN DURCH NEUE TECHNIK HOHE SAUGKRAFT UND SPAREN IM VERGLEICH MIT GLEICHWERTIGEN GERÄTEN DEUTLICH ENERGIE EIN.

## GRÜNE OPTIK

Für die Umweltfreundlichkeit der neuen Modelle wirbt Siemens mit vielen Mitteln. So ziert etwa ein grüner Schriftzug auf dem tiefschwarzen Korpus alle Modelle der „green power edition“. Das grüne Stromkabel ist dabei das i-Tüpfelchen aller Modelle. Und natürlich trägt auch die „green power edition“ das „eco Plus“-Siegel von Siemens. Das Logo wird von Siemens für jene Innovationen verwendet, die nicht nur der Umwelt, sondern direkt dem Verbraucher zugute kommen. Denn auch die Ausstattung ist umfassend: Vier Soft-Lenkrollen für geräuscharmes Dahingleiten, Vierfach-Kombi-Zubehör, sechs Liter Filtervolumen und 13 Meter Aktionsradius erleichtern die Arbeit mit dem Topmodell „VS 08GP12666“.

## MARKETINGPAKET

Aber auch bei Siemens gehört naturgemäß nicht nur gute Ingenieurskunst zum Handwerk, sondern auch das Klappern: Um die Produkteigenschaften der „green power edition“ in aller Munde zu bringen, schnürt Siemens ein ebenso attraktives wie offensives Kommunikationspaket. Es reicht von einem besonderen Verpackungsdesign über POS-Maßnahmen bis zur Anzeigen- und Plakatkampagne. ■

Während auf EU-Ebene immer noch über die Modalitäten eines EU-Labels für Haushaltsstaubsauger gesprochen wird, schaffen die Hersteller Tatsachen. So führte Siemens bereits im vergangenen Jahr den „Z 4.0 Automatik-Sauger“ ein, der automatisch die optimale Saugleistung passend zum Untergrund wählt. Neben dem Komfortgewinn hat dies messbare Vorteile: Beim abwechselnden Saugen auf Hart- und Teppichböden erzielt der Automatik-Sauger nach Angaben des Herstellers bis zu 30 Prozent Energieersparnis und arbeitet bis zu 22 Prozent leiser.

## „GREEN POWER EDITION“

Auf der diesjährigen Ambiente präsentierte dann Siemens eine weitere Lösung zum Energiesparen im Bereich Bodenpflege: die neue „green power edition“ für alle Geräte-Baureihen. Diese reduziere, so der Hersteller, den Stromverbrauch bei gleicher Leistung um bis zu 50 Prozent. Kernstück der „Sparmodelle“ ist die weiter verbesserte „compressor technology“ von Siemens.



Der „Z 4.0 Automatik-Sauger“ von Siemens wählt automatisch die optimale Saugleistung passend zum Untergrund

Die EU-Umweltblume signalisiert deutlich, wie erfolgreich sich Sharp mit dem Begriff Green Electronics auseinandergesetzt hat



# Sonne, Sand und Umweltschutz

ZWEI FLIEGEN, EINE KLAPPE. SHARP IST NICHT NUR IM BEREICH STROMSPAREN BEI UNTERHALTUNGSELEKTRONIK FÜHREND, SONDERN BIETET MIT SOLARSTROM-MODULEN DIE OPTION, DEN STROM UMWELTSCHONEND ZU GENERIEREN, MIT DEM UNTER ANDEREM AUCH CE BETRIEBEN WERDEN KANN.

Deutschlands Sonnenschein eignet sich gut für die sinnvolle Energienutzung, denn Fakt ist: Nur ein Quadratmeter Solarmodule in Deutschland produziert so viel Strom, dass man damit mehr als 100 000 Scheiben Toast bräunen, 15 000 Hemden bügeln, 1 500 Ladungen in der Maschine waschen oder gar einen Monat am Stück die Haare fönen kann.

Grund genug für Hiroshi Morimoto, Group General Manager, Environmental Protection Group, dem ganzen Konzern nicht nur „grüne“ Entwicklung zu verschreiben, sondern gleich eine Strategie zu entwickeln, die „Super-Green“ heißt und von der Technik über Produkte, Fabriken und Recycling auch das Super-Green-Management umfasst. Was Nachhaltigkeit bei Management-Entscheidungen bedeuten kann, wird an der LCD-Fabrik im japani-

schen Kameyama ersichtlich, wo nicht nur Solarmodule auf dem Dach verbaut sind, sondern auch Teile der Fassade mit den sogenannten „see-through“ (durchsichtigen) Panelen bestückt sind. Auch für eine Solaranlage auf einer ehemaligen Mülldeponie in Hamburg lieferte Sharp die Module, die auf 4 100 Quadratmetern 500 Kilowatt Leistung erzeugen können. Als Pionier der ersten Stunde blickt der Branchenführer Sharp auf fast 50 Jahre Sonnenenergie-Erfahrung zurück.

## AUSGEZEICHNET

Wen wundert es da, dass Sharp bereits im Jahre 2005 für die „SH1E“-Serie der LCD-Fernseher als erste das EU-Ökolabel erhielt. Seither sind mehr als 40 LCD-Fernseher aus gleichem Hause mit der wertvollen Auszeichnung versehen worden. Die

EU-Blume signalisiert deutlich, wie erfolgreich sich Sharp mit dem Begriff Green Electronics auseinandergesetzt hat, um Energie zu sparen, Ressourcen zu schonen und die Voraussetzungen für entsprechendes Recycling zu schaffen.

## STRINGENTE STRATEGIE

Sharp erreicht mit seinen neuen LCD-Technologien neben vorzüglicher Bildqualität und schlankem Design auch enorme Umweltleistungen: LCD-Prototypen mit einer Geräte-Tiefe von nur 20 Millimetern, Kontrastwerten von 100 000:1 und einem Verbrauch von nur 140 kWh pro Jahr für sage und schreibe 52 Zoll Bilddiagonale.

Aktiver Umweltschutz und Nachhaltigkeit stehen bereits seit Jahren im Mittelpunkt der Unternehmensaktivitäten. Und Umweltschutz beginnt für Sharp bereits bei der Produktgestaltung. Hierfür hat Sharp eine Produktrichtlinie (Green Product Guideline) entwickelt, die jährlich revidiert und angehoben wird. Damit wird eine fortlaufende Verbesserung umweltbezogener Produkteigenschaften gewährleistet. Forschung und Entwicklung unterliegen dabei den sieben Kategorien der Produktrichtlinie: niedriger Energiebedarf, sichere Produktherstellung, Ressourcenschonung, Kreislauffähigkeit, Wiederverwertung, Produktlebensdauer und Demontage.

Ein Beispiel: Bereits kurz nach der Einführung des neuen „Energy Star“ im April 2007 hat nahezu die gesamte Produktpalette der Sharp Kopier- und Multifunktionsgeräte die verschärften Anforderungen für das Energieeffizienz-Label „Energy Star“ eingehalten. Und auch bei der Weißen Ware punktet Sharp mit Optimierung: Im japanischen Markt bei Klimageräten minus 27 Prozent und bei Kühlschränken gar ein Minus von 74 Prozent beim Energieverbrauch in den Jahren 1999 bis 2008.

Mit seiner stringenten Umweltstrategie steht der Solarpionier bei Fuß, um Umweltschutz auf ein immer höheres Niveau zu treiben.



Was Nachhaltigkeit bei Management-Entscheidungen bedeuten kann, wird an der LCD-Fabrik im japanischen Kameyama ersichtlich, wo Solarmodule auf dem Dach verbaut sind

# Ökologisch gespart

BEI HAUSHALTSGERÄTEN GEHÖREN DIE EU-ENERGIELABEL SCHON LANGE ZUM GUTEN TON. BEI TV UND CO. IST TROTZ VERBESSESTEM STROMVERBRAUCH NOCH KEINE EU-UMWELT-ETIKETTIERUNG IN SICHT.

Der Markt für Unterhaltungselektronik ist von permanentem technischen Wandel geprägt. Pauschale Verbraucher-Aussagen wie „Flachbildfernseher sind sparsamer als Röhrengeräte“ oder „LCD-Fernseher sind effizienter als Plasma-TVs“ sind nicht immer richtig. In allen Gerätegruppen gibt es sparsame Modelle und Stromverschwender. Dennoch lässt sich zum Beispiel beim Thema Stand-by-Verbrauch feststellen, dass die Geräte generell immer weniger Strom verbrauchen. Was jedoch nicht bedeutet, dass es hier keine weiteren Stromsparpotenziale gibt. Die Deutsche Energie-Agentur Dena hat errechnet, dass Fernseher, Hi-Fi-Anlage und Co., die dauernd betriebsbereit sind, Kosten von etwa 95 Euro jährlich verursachen. Grundlage dieser Rechnung war ein Strompreis von 20 Cent pro Kilowattstunde. Dabei wurde von einem Stand-by-Betrieb von täglich 20 bis 24 Stunden an 335 Tagen im Jahr ausgegangen: Der Fernseher

zum Beispiel wird am Tag vier Stunden voll genutzt und bleibt die restliche Zeit im Stand-by-Modus. Anrufbeantworter und Handy-Ladegerät befinden sich rund um die Uhr in Rufbereitschaft.

## EINHEITLICHES LABEL

Nicht nur die Industrie kann also mehr gegen zu hohen Stromverbrauch tun. Auch der Kunde ist gefragt. Woher aber weiß der Verbraucher, wann es besser ist, den Stecker zu ziehen? Dem Handel kommt hier die Aufgabe zu, dem Kunden mehr als nur die Gebrauchsanweisung des Produktes in die Hand zu drücken. Eine Beratung, die über die rein technischen Fakten hinausgeht, wird keinen potenziellen Käufer vom Erwerb eines Fernsehers, MP3- oder DVD-Players abhalten. Verkaufsunterstützend wäre hier ein einheitliches Energielabel der EU, wie es seit Jahren im Weiße-Ware-Bereich vorhanden ist.

Mit einem standardisierten EU-Energielabel für Unterhaltungselektronik könnten auch die Kunden überzeugt werden, die bisher den Kauf beispielsweise eines Flachbildfernsehers aus ökologischen Gründen abgelehnt haben. Energieverbrauchszahlen sind für den Handel ein optimales Instrument bei Beratung und Verkauf von Unterhaltungselektronik. Laut GfK unterstützen europaweit vier von fünf Händlern das Thema Energieeffizienz im Bereich Unterhaltungselektronik, indem sie den Stromverbrauch der Geräte ausweisen. Doch nicht nur ein geringer Verbrauch kann als Argument für ein Gerät genutzt werden. Empfehlungen zur korrekten Einstellung von Helligkeit und Kontrast, die den Stromverbrauch verringern, können zur weiteren Überzeugung des Kunden beitragen. Energielabel wie „Energy Star“, „Blauer Engel“ und „Euroblume“ helfen Handel und Verbraucher heute schon, technisch sparsame Geräte zu erkennen. Als EU-Standardlabel für die Unterhaltungselektronik, ähnlich dem der Weißen Ware, gelten sie jedoch nicht. ■

## SPAREN AUF KNOPFDRUCK

MIT DER STECKDOSENLEISTE „MONEY SAVER“ VON ZWEIBRÜDER OPTOELECTRONICS LASSEN SICH FERNSEHER UND CO. KOMFORTABEL ABSCHALTEN UND DIREKT GELD UND ENERGIE SPAREN.

Bisher liegen abschaltbare Steckerleisten oft an so unzugänglichen Orten wie hinter einem Schrank oder unter dem Schreibtisch und werden dann leider nicht abgeschaltet. Die Steck-

dosenleiste „Money Saver“ ist mit einem Fußschalter ausgestattet, der genau da platziert werden kann, wo er bequem erreicht wird. Der mit einer Kontrollleuchte versehene Fußschalter erlaubt es, die Steckdosenleiste, selbst wenn sie hinter Schreibtischen, Schränken oder Kommoden verborgen liegt, bequem zu bedienen. Praktische Haltebänder dienen der raschen Montage, beispielsweise an Schreibtischbeinen, und

Der mit einer Kontrollleuchte versehene Fußschalter erlaubt es, die Steckdosenleiste, selbst wenn sie hinter Schreibtischen, Schränken oder Kommoden verborgen liegt, bequem zu bedienen



Die Steckdosenleiste „Money Saver“ ist mit einem Fußschalter ausgestattet, der genau da platziert werden kann, wo er bequem erreicht wird

lassen sich auch einfach wieder lösen. Ein großzügiger Abstand zwischen den Steckdosen erlaubt auch die Nutzung mehrerer Transformatorstecker. Der spezielle Doppelschalter (mit Vier-Kabel-Zuleitung) soll zudem das Risiko von Beschädigungen der Geräte durch Blitzeinschlag oder Überspannung reduzieren. ■



FOTOS: ZWEIBRÜDER OPTOELECTRONICS

# Sparen mit Metz

RESSOURCEN SIND ERSCHÖPFBAR, DIE ENERGIEKOSTEN STEIGEN JEDES JAHR, UND DIE UMWELT WIRD IMMER STÄRKER BELASTET. IN DEUTSCHLAND GELTEN SEHR HOHE UMWELTAUFLAGEN. METZ STELLT SICH DIESER HERAUSFORDERUNG MIT EINEM „JA“ ZUR VERANTWORTUNGSBEWUSSTEN, WERTHALTIGEN PRODUKTION „MADE IN GERMANY“.

Seit jeher legt Metz Wert auf eine umweltverträgliche Produktion mit minimierten Transporten und intelligenten, Energie sparenden Lösungen. Wobei man bei den Einsparungen zwischen Primär-Energie-Verbrauch (Produktion des Geräts) und Sekundär-Energie-Verbrauch (am Gerät selbst) unterscheidet. Nachfolgend einige Punkte, wie das Metz-Energie-Konzept zum Sparen beiträgt.

## PRIMÄRENERGIE

Insgesamt verbrauchen die integrierten Metz-Lösungen weniger Ressourcen als die Summe gleichwertiger Einzelkomponenten (z.B. externe Sat-Receiver, Festplattenrecorder etc.). Denn ein Metz-LCD-Fernseher bietet die Funktionalität mehrerer Geräte in einem einzigen. Dadurch werden Rohstoffe und Energie gespart. So wird im Vergleich zum Einzelbetrieb all dieser Komponenten ein wesentlicher Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Reduktion geleistet.

Konkret bedeutet das, dass sich durch Integration verschiedenster Empfangsteile wie DVB-Kabeltuner über terrestrische

DVB-T-Tuner bis hin zum Satelliten-Tuner oder eines Festplatten-Recorders verschiedene Peripherie-Geräte einsparen lassen. Damit sinkt der Primärenergiebedarf, da auf zusätzliche Gehäuseteile, Netzteile und verschiedene Kunststoffteile verzichtet werden kann. Und das bei erhöhtem Bedienkomfort, denn die Fernseh-Fernbedienung dient als einheitliche Steuerzentrale.

Das Energie-Spar-Prinzip des modularen Aufbaus von Metz-LCD-TVs wirkt sich aber auch im Falle einer Reparatur minimierend aus. Im Idealfall kann diese sogar beim Kunden vor Ort durchgeführt werden oder zumindest beim Fachhändler in unmittelbarer Nähe.

Hinzu kommt, dass Metz gerade beim Einsparen des Primär-Energie-Verbrauchs durch die Produktion am Standort Zirndorf einen besonders großen Beitrag leistet. Metz ist eine der wenigen Firmen, die am Standort selbst die Gehäuse-Komponenten produzieren. So lassen sich unnötige Transportkosten bei der Fertigung auf ein Minimum reduzieren und zusätzliche Umweltbelastungen vermeiden.

Natürlich lässt sich mit Metz-Flachbildfernsehern auch im laufenden Betrieb Energie einsparen. So ist es sinnvoll, die automatischen Backlight-Steuerungsoptionen von Metz

immer zu aktivieren. Mit dieser Funktion wird das Bild über eine intelligente Kontrastautomatik ständig an die Umgebungshelligkeit angepasst. Das schont Augen und Geldbeutel zugleich. So sinkt die Leistungsaufnahme beträchtlich. Bei einem Fernsehkonsum von vier Stunden pro Tag kann das im Jahr bis zu 35 Euro ausmachen.

## SEKUNDÄRENERGIE

Metz zählt zu den wenigen TV-Geräte-Herstellern, die einen richtigen Ein-/Aus-Schalter bieten. So lässt sich mittels Netz-Schalter der Fernseher komplett von der Stromversorgung trennen. Somit findet keine Leistungsaufnahme mehr statt.

Weiterhin werden im Metz-eigenen Kunststoffwerk für die Gehäuseproduktion hochwertige Kunststoffe verwendet. Moderne, geschlossene Lackiersysteme mit auf Wasser basierenden Lacken tun ein Übriges, um die Umwelt zu schonen.

Sekundärenergie lässt sich natürlich auch durch den modularen Aufbau der Metz-Fernseher sparen, der ja insgesamt weniger Energie verbraucht als die Summe gleichwertiger Einzelkomponenten (z.B. externe Sat-Receiver, Festplattenrecorder etc.). Übrigens: Positiver Folgeeffekt hiervon ist natürlich auch, dass Metz-Fernseher dadurch länger „jung“ bleiben.

Und nicht zuletzt trägt auch die Langlebigkeit von Metz-Fernsehern natürlich dazu bei, Ressourcen zu schonen. Wobei Metz dem Fachhandel zusichert, dass Ersatzteile mindestens sieben Jahre nach Produktionsstopp noch zur Verfügung stehen.



FOTOS: METZ

Weiterhin werden im Metz-eigenen Kunststoffwerk für die Gehäuseproduktion hochwertige Kunststoffe verwendet



Metz ist eine der wenigen Firmen, die am Standort selbst die Gehäuse-Komponenten produzieren

Der „Scaleo Li 2405 Green Edition“ arbeitet mit besonders umweltfreundlichen Bauteilen



FOTO: FUJITSU SIEMENS

# Grün im Angebot

GREEN IT IST HEUTZUTAGE IN ALLER MUNDE. SOWOHL PRIVATE ANWENDER ALS AUCH UNTERNEHMEN ENTDECKEN ALLMÄHLICH DAS THEMA FÜR SICH. WIRTSCHAFTLICHE FAKTOREN, WACHSENDES UMWELTBEBWUSSTSEIN UND IMMER MEHR AUCH DIE VORGABEN DES GESETZGEBERS LASSEN GREEN IT IMMER MEHR ZUR WIRKLICHKEIT WERDEN.

Wachsendes Umweltbewusstsein und Vorgaben des Gesetzgebers sind zwei Gründe für IT-Verantwortliche in Unternehmen, sich mit dem Thema Green IT auseinanderzusetzen. Ein jedoch viel gewichtiger Grund für die Einführung einer Green-IT-Strategie sind die rasant gestiegenen Energiekosten. Viele Unternehmen entwickeln bereits eigene Strategien, um Arbeitsplätze umweltfreundlicher zu gestalten und so Energiekosten zu sparen. Die IT-Branche reagiert auf diese Erkennt-

nis mit umweltfreundlichen, intelligenten und wirtschaftlichen Produkten. Die Gesetzgebung, zum Beispiel die EU-Richtlinie 2005/32/EC von Juli 2007 für die umweltgerechte Gestaltung energiebetriebener Produkte (EuP), wird den gesamten Energieverbrauch von Elektronikprodukten deutlich senken und schafft einen zusätzlichen Anreiz zum Einsatz energiesparender Technik. Doch nicht nur für die großen Unternehmen bauen IT-Anbieter ihr „grünes“ Angebot aus. Green IT steht für Produkte,

die Energieeffizienz, Wiederverwertbarkeit von Komponenten und Umweltverträglichkeit der Materialien in sich vereinen. Eigenschaften, die zukünftig auch für viele Verbraucher zu den entscheidenden Kaufkriterien gehören werden.

## COMPUTER UND CO.

Ob in Unternehmen oder für den Hausgebrauch, Green-IT-Produkte und -Lösungen werden inzwischen für alle Lebenslagen angeboten. So bietet Fujitsu Siemens Computers mit den PCs der „Scaleo Green Edition“ energie sparende und schadstoffarme Rechner für den Consumer-Bereich an. In den „Scaleo“-PCs arbeiten halogenfreie Bauteile und das von Fujitsu Siemens entwickelte und hergestellte „grüne“ Mainboard, das besonders wenig Schadstoffe enthalten soll. Eine eigens entwickelte Software regelt, laut Fujitsu Siemens, den Stromverbrauch so weit runter, dass vergleichsweise wenig Energie verloren geht. Außerdem wurde auf eine geringe Geräuschentwicklung geachtet. Entwicklung, Produktion, Logistik, Service und Recycling der „Scaleo“ sind nach ISO 9001 und 14001 zertifiziert. Mit den beiden Umweltauszeichnungen „Blauer Engel“ und „Nordic Swan“ darf sich die „Scaleo Green Edition“ bereits schmücken.

Die Geräte der Epson „Stylus SX200/SX400“-Serie beherbergen in ihrem zeitlos gestalteten Gehäuse eine Vielzahl praktischer Funktionen. Ob Kopie, Scan oder Druck: Die Epson „SX“-Multifunktionsgeräte liefern, laut Epson, erstklassige Qualität in hoher Geschwindigkeit. In Sachen Wirtschaftlichkeit punkten die „SX“-Serien zweifach. Durch den Einsatz von Einzelpatronen muss nur die Farbpatrone gewechselt werden, die gerade benötigt wird. Auch bei diesen Geräten hat Epson die CO<sub>2</sub>-Emissionen so gering wie möglich gehalten. Dadurch bleiben die Kosten für den Stromverbrauch übersichtlich. ■



FOTO: EPSON

Die sparsamen Multifunktionsgeräte der Epson „Stylus SX400“-Serie wurden bereits mit dem Energy Star ausgezeichnet



FOTO: EPSON

# Grüner Erfolg

STROM ZU 100 PROZENT AUS ERNEUERBAREN ENERGIEN, VIDEOKONFERENZ STATT REISEN, RECYCLEBARE MATERIALIEN – UMWELTSCHUTZ IST EINE WESENTLICHE LEITLINIE DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND DES UNTERNEHMERISCHEN HANDELNS BEI EPSON. MIT DEM 7-PUNKTE UMWELTPROGRAMM „THE GREEN WAY“ ZEIGT DER IMAGING-SPEZIALIST, WIE SICH WIRTSCHAFTLICHER ERFOLG MIT UMWELTBEBUSSTEM VERHALTEN VEREINBAREN LÄSST.

Ein wichtiger Meilenstein auf dem „Green Way“ war die Umstellung auf 100 Prozent Ökostrom. Seit Oktober letzten Jahres laufen die Rechner bei Epon mit Energie aus einem Laufwasserkraftwerk. „Mit dem Wunsch nach Ökostrom steht Epon an der Spitze eines neuen Trends bei unseren Großkunden“, erklärt Michael Stangel, Leiter der Niederlassung Düren der RWE Rhein-Ruhr AG.

Für Epon ist die Umstellung der Energieversorgung auf Ökostrom ein weiterer Schritt auf dem „Green Way“, wie das Programm zum nachhaltigen Wirtschaften heißt. Henning Ohlsson, Geschäftsführer der Epon Deutschland GmbH, sagt dazu: „Bereits seit mehreren Jahren setzt Epon weltweit Maßnahmen für umweltverträgliches Wirtschaften um – und das nicht nur in der Produktion. Dazu arbeiten wir eng mit unabhängigen Umweltorganisationen zusammen. In Deutschland haben wir 2007 einen konkreten 7-Punkte-Plan aufgestellt, der uns den Weg zur Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes weist.“

Dazu gehört unter anderem, dass jede Messebeteiligung und jeder Event CO<sub>2</sub>-neutral bestritten wird. Für alle unvermeid-

lichen Reisen und Transporte wird ein adäquater Beitrag in anerkannte, CO<sub>2</sub>-neutralisierende Maßnahmen investiert. Für die unvermeidbaren Autofahrten der Epon-Vertriebsmitarbeiter sorgt Epon für einen besonders effizienten Ausgleich: Im vergangenen Jahr pflanzte das Unternehmen gemeinsam mit dem Klimaschutzverein „Prima Klima Weltweit“ zwölf Hektar Wald an verschiedenen Standorten.

Zudem setzt die Epon Deutschland GmbH an jedem Arbeitsplatz und für jeden Arbeitsprozess nach und nach umweltverträgliche Maßnahmen um. Das reicht von der sortenreinen Mülltrennung bis zu Mitarbeitertrainings für umweltbewusstes Verhalten. Natürlich ist das Unternehmen auch mit Energiesparlampen und Bewegungsmeldern ausgestattet.

## ENERGIEEFFIZIENTE PRODUKTE

Darüber hinaus legt Epon großen Wert auf die Energieeffizienz seiner Produkte. Der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) veröffentlichte Anfang 2008 eine Untersuchung zum Stromverbrauch von Tintenstrahldruckern. Das Ergebnis: Epon-Drucker liegen in puncto Stromsparen

Gemeinsam mit dem Klimaschutzverein „Prima Klima Weltweit“ pflanzte Epon zwölf Hektar Wald, um im Nachhinein für die CO<sub>2</sub>-Neutralität der täglichen Autofahrten seiner Mitarbeiter im Jahr 2006 zu sorgen. Mit dabei: Epon-Markenbotschafter Wigald Boning (vorne links)



## THE GREEN WAY

Das Logo „The green way“ steht bei Epon für einen 7-Punkte Plan, der Maßnahmen für ökologisch verträgliches Wirtschaften beschreibt

ganz weit vorne. Laut BUND verursachen einige Multifunktionsdrucker anderer Hersteller im Stand-by-Betrieb innerhalb von zehn Betriebsjahren bis zu 144 Euro Stromkosten. Ganz anders die Epon-Geräte: Durchschnittlich verbrauchen sie im gleichen Zeitraum Strom für lediglich rund neun Euro. Das schont die Umwelt und den Geldbeutel. Kein Wunder also, dass Epon die beste Note aller getesteten Hersteller erhält.

## UMWELTMANAGEMENT

„Wir werden unsere Maßnahmen im Bereich Umweltschutz weiter ausbauen und intensivieren“, verspricht Ohlsson. „Unsere Fachhändler sind ein wichtiger Teil dieses Konzepts: Sie können sich regelmäßig über die Energieeffizienz und Umweltverträglichkeit unserer Produkte informieren und dies gegenüber dem Kunden kommunizieren. Schließlich stellen wir an unsere Produkte den gleichen Anspruch wie an unser Umweltengagement: Es ist der Anspruch, die Erwartungen unserer Kunden zu übertreffen.“



Mit der „KX-TG83xx“-Serie bekommt die Panasonic DECT-Familie neuen strahlungsarmen Zuwachs



Kaufen, einsetzen und schon sind Elektronikgeräte der mobilen Art mit den „ready to use“-Akkus von teccus startklar



Die Siemens-Stromsparer Gigaset „E450“ und „E455SIM“

# Von Telefonen und mehr

SIE SOLLEN NICHT NUR WENIGER STROM VERBRAUCHEN, SONDERN AUCH BESONDERS STRAHLUNGSARM SEIN. DIE DECT-TELEFONE DER NEUESTEN GENERATION FUNKEN SOZUSAGEN AUF DER ÖKO-WELLE.

Befindet sich das Mobilteil vieler Modelle in der Basisstation, dann wird die Abstrahlung elektromagnetischer Wellen an Basis und Telefon entweder vollständig abgeschaltet oder bis fast auf Null reduziert. Das funktioniert allerdings häufig nur, wenn lediglich ein Handtelefon angemeldet ist. Bei Siemens sind es die Telefone Gigaset „E450“ und „E455SIM“, die durch die ECO-DECT-Technik bis zu 60 Prozent Energie sparen sollen. Im ECO-Modus kann sich die Sendeleistung der Telefone um 80 Prozent reduzieren, auch wenn mehrere Mobilteile im Einsatz sind oder telefoniert wird. Auch Panasonic bietet seine

Schnurlostelefone nach dem „Weniger ist mehr“-Prinzip an. Bei den Modellen, die 2008 auf den Markt kommen, soll sich auch beim Telefonieren im Umkreis von zehn Metern zur Basisstation die Strahlung um circa 90 Prozent reduzieren. Ein sehr günstiges Argument für seine Produkte gibt Panasonic dem Handel gratis an die Hand. Mit Einführung der 2008er-Neuheiten gibt es bei Panasonic strahlungsarme Schnurlostelefone bereits für unter 30 Euro.

Mit dem kompakten „Solar Handy-Lader“ von Ansmann ist man mit seinen Kleingeräten tatsächlich netzunabhängig –

sowohl von der Steckdose, als auch vom Kfz. In den Solarzellen wird die Sonnenenergie in Strom umgewandelt, und als Energiespeicher dienen zwei NiMH-Akkus. Das Solar-Ladegerät kann nun als Notstromversorgung für Handy, MP3-Player oder andere Kleingeräte eingesetzt werden. Im Lieferumfang sind Steckeradapter für die gebräuchlichsten Handys und für USB enthalten. Die internen Akkus können entweder über das Solar-Modul oder über den USB-Adapter am Computer geladen werden.

## MOBILE ENERGIE

Generell gilt, dass Akkus umweltschonender sind als herkömmliche Batterien. Die wieder aufladbaren „ready to use“-Akkus von teccus mit verbesserter NiMH-Technologie bieten neben der sofortigen Einsatzbereitschaft auch eine, laut teccus, deutlich geringere Selbstentladung als herkömmliche NiMH-Akkus. Nach sechs Monaten soll der Akku noch über 90 Prozent seiner Kapazität, nach zwölf Monaten sogar noch über 80 Prozent der Nominalleistung verfügen. Die „ready to use“-Akkus sind damit ein ganzes Jahr einsatzbereit, ohne dass eine Neuaufladung nötig wird. Ein „ready to use“-Akku kann bis zu 1 000 mal geladen werden und soll damit bis zu 1 000 alkaline-Batterien ersetzen. ■



FOTO: ANSMANN

Der „Solar Handy Lader“ bringt Steckeradapter für die gebräuchlichsten Handys sowie USB gleich mit

# Ausgeglüht

WENN EDISON DAS GEWUSST HÄTTE: NOCH IMMER ERFREUT SICH SEINE BEKANNTESTE ERFINDUNG GRÖßTER BELIEBTHEIT. DOCH DAS ENDE DER KLASSISCHEN GLÜHLAMPE IST NAHE, SO IST ROBERT PFARRWALLER, GESCHÄFTSFÜHRER PHILIPS LICHT, ÜBERZEUGT.

FOTO: PHILIPS LICHT



Robert Pfarrwaller,  
Geschäftsführer Philips  
Licht

Die Glühlampe ist rund 130 Jahre alt. Wie lange wird es sie in Deutschland noch geben?

Die Glühlampe wird es noch lange geben, und zwar als hoch effiziente Weiterentwicklung in Form von Halogenlampen. Für die traditionelle Allgebrauchslampe, die immer noch hundertmillionenfach bundesdeutsche Haushalte mit Licht versorgt, ist das Ende voraussichtlich eingeläutet. Wer es mit dem Klimaschutz ernst nimmt, ist gut beraten, auf Licht umzuschalten, das die Energie intelligenter nutzt.

Bereits im Herbst 2006 hatte Philips zu gemeinsamen Anstrengungen der Industrie, Politik und Nichtregierungsorganisationen aufgerufen, Lichtenwender zu motivieren, künftig auf die wenig effizienten Glühlampen zu verzichten. Der Branchenverband Europäischer Lampenhersteller

(ELC) hat daraufhin angekündigt, ab 2009 bis zum Jahr 2015 schrittweise aus der Produktion Glühlampen auszusteigen. Durch die gestaffelte Vorgehensweise bleibt gewährleistet, dass für alle Bereiche rechtzeitig Energie sparende und kompatible Alternativen zur Verfügung stehen, damit die Lichter nirgends ausgehen.

Wer wird das Rennen in der Nachfolge machen? Die Energiesparlampe oder die LED?

Vollwertige Alternativen zur Allgemeinbeleuchtung sind bereits heute Energiesparlampen und Energie sparende Halogenlampen. Sie sind zwar in der Anschaffung teurer, aber rechnen sich wegen ihres deutlich geringeren Stromverbrauchs und der längeren Lebensdauer durchaus bereits nach weniger als einem Jahr.



Die neuen Energiesparer sind kleiner, günstiger und qualitativ noch besser als ihre Vorgänger und können praktisch in allen Wohnbereichen eingesetzt werden. Das gilt auch für unsere „EcoClassic 50“ eine neue Generation von Halogenlampen, die herkömmliche Glühlampen 1:1 ersetzen können, bis zu 50 Prozent Energie sparen, dreimal so lange halten und eine erstklassige Lichtqualität haben.

Immer relevanter werden künftig Lichtlösungen auf Basis von Leuchtdioden (LED). Sie benötigen rund 95 Prozent weniger Energie als vergleichbare Glühlampen, halten erheblich länger und sind erstaunlich vielfältig. LEDs gelten deshalb mit Recht als Beleuchtungslösungen der Zukunft.

Herr Pfarrwaller, wir danken Ihnen für das Gespräch. ■

AUCH BEI OSRAM SIEHT MAN DAS ENDE DER KLASSISCHEN GLÜHLAMPE GEKOMMEN. WIE ES WEITERGEHT, ERLÄUTERT CHRISTIAN SCHRIFT, OSRAM, LEITER BUSINESS UNIT CONSUMER PRODUCTS.

FOTO: OSRAM



Christian Schraft, Osram,  
Leiter Business Unit  
Consumer Products

Bis wann wird es für jede Leuchte eine Energie sparende Alternative zur Glühlampe geben?

Schon jetzt gibt es mit unseren Energiesparlampen (CFLi) und Halogen Energy Saver Energie sparende Alternativen mit verschiedenen Formen und Wattagen für fast alle Anwendungen. Vor kurzem haben wir ein neues Energiesparsockel-Fassungssystem präsentiert, wodurch die Einbaulänge verkürzt wurde. Damit haben wir eines der letzten Hindernisse für einen noch breiteren Einsatz von Energiesparlampen in Leuchten aus dem Weg geräumt.

Nehmen wir an, alle Deutschen verwenden ab sofort nur noch Energiesparlampen. Wie groß ist das Energieeinsparpo-

tenzial? Wie viele Tonnen CO<sub>2</sub> werden beispielsweise dann jährlich eingespart?

Wenn alle klassischen Glühlampen, die heutzutage in Deutschland verkauft werden, durch CFLis mit einer Lebensdauer von circa 10 000 Stunden ersetzt würden, würde dies ein zusätzliches jährliches Verkaufsvolumen von 26 Millionen Kompaktleuchtstofflampen mit sich bringen. Damit könnte man jährlich 7,5 TWh Strom einsparen, was einer Reduktion von circa 3,75 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> entspräche. Um eine CO<sub>2</sub>-Reduktion in dieser Größenordnung zu erzielen, müsste man einen Wald mit der rund vierfachen Größe Berlins aufforsten. Durch Ausschöpfung weiterer Potenziale im privaten Bereich

sowie des Einsparpotenzials bei Industrie-, Büro- und Straßenbeleuchtung ergeben sich für Deutschland sogar Einsparmöglichkeiten von 13 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub>.

Wie sieht die Informationspolitik gegenüber dem Handel aus? Und wie informieren Sie die Endkunden über das Thema Energiesparen?

Unsere neuen Regal-Konzepte machen dem Endkunden auf einfache Weise die Wahlmöglichkeiten im Bereich der Energie sparenden Produkte deutlich. Auf den ersten Blick sieht der Verbraucher, wie viel Energie er einspart, und Osram gibt so dem Handel ein weiteres Verkaufsargument an die Hand. Über Energiesparrechner auf unsere Website kann sich der Endkunde zudem ganz leicht über die konkreten Einsparungen in seiner Wohnung informieren.

Vielen Dank für das Gespräch. ■

FOTO: ROBERT THOMAS



Robert Thomas schlägt die Werbetrommel für den „THOMAS TWIN T2 AQUAFILTER“: hier das Präsentationsdisplay inklusive LCD-Bildschirm und Anwendungsfilm

#### ROBERT THOMAS:

## Doppelt gut

Bei Robert Thomas schlägt man die Werbetrommel für den „THOMAS TWIN T2 AQUAFILTER“. Der Sauger kommt dank der innovativen und patentierten Wasserfiltertechnik vollkommen ohne Staubbeutel aus und reinigt die angesaugte Luft in Kombination mit einem HEPA-Filter zu fast 100 Prozent. Staub, Bakterien und Milben werden im Wasser gebunden und können nicht mehr über die Abluft zurück in den Raum gelangen. Eine 800-Watt-Eco-Stufe sorgt für einen geringen Energieverbrauch –

ohne Abstriche bei den Reinigungsergebnissen beim Staubsaugen. Neben einem hochwertigem Präsentationsdisplay, inklusive

LCD-Bildschirm und Anwendungsfilm für den POS, unterstützt der Hersteller den Fachhandel im Juli und im August während der Olympiade verstärkt durch attraktive Werbezeiten in der ARD und im ZDF beim Abverkauf der Premium-Sauger mit Wasserfilter.

## JETZT BEWERBEN!

Im Rahmen des 1. Kongresses „Energie-Management im Einzelhandel“ am 28./29. Oktober in Köln wird erstmalig auch der Preis „Energy Saver Award 2008“ verliehen. Ausrichter des Kongresses sind der Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) und das EHI Retail Institute gemeinsam mit den Bundesverbänden Lebensmittel, Textil und Wohnen. Mit dem Award werden Einzelhandelsunternehmen ausgezeichnet, die in 2007 oder 2008 erfolgreich Konzepte zur Energie-Einsparung realisiert haben. Das können entweder identische Einzelmaßnahmen an mehreren Gebäuden sein oder unterschiedliche Maßnahmen an einem einzelnen Haus. Die Preise werden am 28. Oktober während der Abendveranstaltung verliehen. Die detaillierte Vorstellung der Konzepte und deren Umsetzung wird am 29. Oktober durch die Preisträger folgen. Interessierte Einzelhandelsunternehmen richten ihre Bewerbung mit einer Kurzbeschreibung ihrer Maßnahme (maximal drei Seiten) bis 1. September an das EHI Retail Institut, Spichernstraße 55, 50672 Köln oder Fax 02 21/57 99 30 oder E-Mail: info@ehi.org.

#### VDE:

## Neue Norm

Seit 1990 ist der Stromverbrauch um mehr als 30 Prozent gestiegen – trotz erheblicher Effizienzsteigerungen bei Geräten, Netzen und Prozessen. Eine weitere Verringerung der Stand-by-Verluste von Audio-/Video-Geräten sowie Produkten der Informations- und Kommunikationstechnik soll Energie von bis zu zehn Terawattstunden (TWh) eingespart werden können. So jedenfalls lauten die Ergebnisse der VDE-Studie „Effizienz- und Einsparpotenziale elektrischer Energie in Deutschland – Perspektiven bis 2025 und Handlungsbedarf“. Einen wichtigen Beitrag zur Energieeinsparung und damit zum Klimaschutz leistet die Normung. So liefert die bei der Internationalen Elektrotechnischen Kommission (IEC) jetzt erschienene Norm „IEC 62075“ einen umfassenden Ansatz zur Verminderung von negativen Umwelteinflüssen. Die Norm ist in Deutschland als DIN EN 62075 „Audio-/Video-, Informations- und Kommunikations-technikgeräte – umweltbewusstes Design“ voraussichtlich ab Herbst 2008 verfügbar.

#### GNF:

## Fischfang mit Solarenergie

Am Viktoriasee in Kenia hat der Global Nature Fund (GNF) in Zusammenarbeit mit internationalen Partnern ein weltweit einzigartiges Umweltprojekt gestartet. Bisher verwendeten die Fischer beim nächtlichen Fischfang Kerosinlampen, durch die der See und das Trinkwasser immer wieder mit Mineralöl belastet wird. Da die meisten Fischerdörfer nicht an das Stromnetz angeschlossen sind, kommen nur unabhängige, über Solarenergie aufladbare Energiesparlampen als Lösung in Frage. Die Nachfrage ist groß, allein an den Ufern des Viktoriasees gibt es etwa 175 000 Fischer. An der neu entwickelten Solarstation im Dorf Mbita können die Menschen die Akkus günstig und gleichzeitig umweltschonend wieder aufladen lassen. Mehr Infos zum Projekt stehen unter <http://www.globalnature.org/solarlakes-viktoria>.



Ein Mitarbeiter des Projektes erklärt interessierten Fischern, wie die Solarlampe funktioniert

FOTO: GNF

# Märkte von morgen

DAS TRENDBÜRO IN HAMBURG BEFASST SICH MIT DER BEOBACHTUNG VON TRENDS UND DER INTERPRETATION DES GESELLSCHAFTLICHEN WANDELS. EIN HAUPTAUGENMERK LIEGT DABEI AUF DEN MÄRKTEN VON MORGEN. GREEN ELECTRONICS SPRACH MIT JÖRG JELDEN, BERATER VOM TRENDBÜRO, WIE SICH DAS THEMA NACHHALTIGKEIT IN NEUEN VERKAUFSKONZEPTEN NIEDERSCHLAGEN KÖNNTE.

Sie haben in München beim GfK-Umweltgipfel Mitte Juni einen Vorschlag zur Rücknahme und Wiederaufbereitung von Elektrogeräten unterbreitet. Was genau schlagen Sie vor?

Was genau schlagen Sie vor?

Ich habe in München einen Vortrag zum Thema „Nachhaltiger Handel“ gehalten. Wir haben im vergangenen Jahr eine Studie für Ebay gemacht zum Thema „Flexibler Besitz“. Dabei haben wir festgestellt, dass die Zeit, in der Menschen ein Pro-

dukt besitzen, immer kürzer wird. Zudem gibt es eine gewachsene Bereitschaft, auch gebrauchte Produkte zu kaufen.

Ist das ein internationaler oder ein nationaler Trend?

Wir haben das für Deutschland untersucht. Es ist vor allen Dingen in solchen Branchen interessant, wo die Produktzyklen besonders kurz sind. Das gilt durchaus auch für die Consumer Electronics.

Können Sie ein Beispiel nennen?

Nehmen Sie die Mobilfunkbranche. Hier ist der Lebenszyklus eines Produktes mit 1,5 Jahren extrem kurz. Die Hersteller haben kein Interesse, das eigene Produkt immer wieder neu anzuschleichen. Stattdessen setzt man auf die Kundenbindung, die durch ein permanentes Hardware-Up-

» Es gibt auch in Deutschland eine gewachsene Bereitschaft, gebrauchte Produkte zu kaufen.«  
Jörg Jelden, Berater vom Trendbüro

date erzielt wird. Interessant ist, was mit dem zurückgebenden Gerät passiert. Hier kann der Hersteller oder eben auch der Händler entweder das Gerät zurücknehmen und selber verkaufen oder es über andere Kanäle erneut vertreiben. Das muss nicht unbedingt eine Second-Hand-Ecke im Laden sein, sondern kann auch über Online-Plattformen passieren.

Das kann dann ja auch der Onlineshop des Händlers sein ... Wie könnte ein solches Konzept zum Beispiel beim Thema Flachbildfernseher aussehen?

Fernseher sind ein perfektes Beispiel. Die Bildschirmdiagonalen werden ja immer größer, sodass sich immer mehr Menschen das Gerät liefern lassen. Hier ist ja direkt der Ansatzpunkt für den Händler. Er kann dann sagen: Lieber Kunde, wir nehmen deinen alten Fernseher direkt mit und nehmen das alte Gerät in Zahlung oder verkaufen es gegen Provision.

Da müssen dann aber auch die Hersteller mitziehen ...

Da kann es in der Tat Widerstände geben. Dadurch, dass die Produkte im Sekundärmarkt wieder auftauchen, wird die Marke anders bewertbar. Das ist für viele Unternehmen eine Bedrohung. Dabei sind die Werte, um die es dort ja geht, die für die eine Marke stehen sollten: Beständigkeit und qualitativ hochwertige Produkte. ■



FOTO: TRENDBÜRO

## IMPRESSUM

**hi tec** GREEN ELECTRONICS

**Herausgeber:** Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT)

### Copyright und Verlag:

S.O.K. Verlagsgesellschaft mbH  
Obergplatz 14, 47804 Krefeld  
Telefon 0 21 51 / 15 25 6-10,  
Telefax 0 21 51 / 15 25 6-28  
Bankverbindung: Sparkasse Krefeld,  
BLZ 320 500 00, Konto 85 73 75

### Geschäftsführende Gesellschafter:

Heinz Josef Kerbusch, Thomas Schmidt

**Objektleitung:** Thomas Schmidt

### Redaktion:

Martin Schulze (verantwortlich),  
Telefon 0 21 51 / 15 25 6-20  
Jo Clahsen, Telefon 07 11 / 350 90 53  
Eva Pesch, Telefon 0 21 51 / 15 25 6-15

### Sekretariat und Abo-Service:

Evelyne Neumann, Telefon 0 21 51 / 15 25 6-10

### Anzeigen: (verantwortlich)

Wolfgang Esper, Telefon 0 24 31 / 98 62 38  
Alexander Zöhler, Telefon 0 91 22 / 88 57 23

**Herstellung:** Pia Ebner

**Druck und Litho:** K-Druck Kerbusch GmbH & Co. KG, Mönchengladbach

**Layout:** Schmidt//Overländer, Krefeld

Mitglieder des BVT erhalten die Zeitschrift im Rahmen ihrer Mitgliedschaft.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Krefeld

Alle Zuschriften für Anzeigen und Abonnements bitte an den Verlag.

Mit Namen gekennzeichnete Artikel stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion dar. Unaufgefordert zugeschickte Manuskripte werden nur dann zurückgeschickt, wenn ausreichend Porto beigefügt ist.

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.

# Acht Tipps . . .

... ZUM THEMA „RICHTIG STROM SPAREN“ HAT GREEN ELECTRONICS FÜR SIE ZUSAMMENGESTELLT.



## KÄLTE VON KÜHLGUT UND KELLER NUTZEN

Tiefgefrorenes Brot, Fleisch oder Gemüse sollte am Vortag der Zubereitung aus der Gefriertruhe zum Auftauen in den Kühlschrank gelegt werden. Dann muss der Kühlschrank weniger kühlen und verbraucht weniger Strom. Eine niedrige Umgebungstemperatur verringert den Stromverbrauch eines Kühlgeräts. Deshalb ist von Vorteil, die Kühltruhe oder den Gefrierschrank, wenn möglich, im kühlen Keller aufzustellen. Das Gerät kann die entstehende Wärme besser abgeben, hält dadurch länger und verbraucht weniger Strom. Zu beachten ist allerdings die Klimaklasse auf dem Typenschild des Gerätes. Denn die Klimaklasse N (normal) eignet sich für Umgebungstemperaturen von 16 bis 32 Grad Celsius. Für kältere Aufstellorte bis zehn Grad Celsius sollte das Gerät die Klimaklasse SN (subnormal) haben. Sonst kann es sein, dass der Thermostat nicht richtig arbeitet oder das Kühlagregat zu selten anspricht.



## STAND-BY-VERLUST VERRINGERN

Für Haushalte mit mehreren PCs lohnt sich die Ausstattung der jeweiligen Geräte mit einer Master-Slave-Steckdosenleiste. Wird der PC als Hauptgerät oder Master heruntergefahren, schaltet diese Steckdosenleiste auch allen anderen angeschlossenen Geräten (Slaves) den Strom ab. Damit spart man sich das lästige Ausstellen von Drucker, Lautsprecherboxen, Modem, Scanner oder der Arbeitsplatz-Leuchte. Beim Kauf einer Master-Slave-Steckdose sollte auf niedrigen Stromverbrauch geachtet werden. Vorsicht allerdings bei Notebooks: Sie eignen sich wegen ihrer geringen Leistungsaufnahme nicht unbedingt als Hauptgerät.



## ENERGIE SPARENDES KOCHEN AUF DEM ELEKTROHERD

Ein Deckel auf dem Topf spart beim Kochen nicht nur Energie, sondern ist auch gut für das Raumklima. Denn die Dunstabzugshaube läuft dann nicht auf der höchsten Stufe und es muss weniger gelüftet werden. Wird außerdem die Herdplatte frühzeitig abgeschaltet, lässt sich die Restwärme zum Fertigbaren nutzen. Wird ohne Deckel gekocht, kann ein E-Herd bis zu dreimal mehr Strom verbrauchen. Töpfe und Pfannen sollten zudem dem Durchmesser der Herdplatte entsprechen. Sind sie zu klein, gehen 20 bis 30 Prozent der Energie verloren.



## HEIMLICHE STROMVERBRAUCHER AUFFINDEN

Mit einem Energiemessgerät lassen sich heimliche Stromverbraucher leicht identifizieren. Viele Geräte im Haushalt verbrauchen Strom, obwohl sie nicht in Betrieb sind, so zum Beispiel Waschmaschine, Trockner, Spülmaschine, Stereoanlage oder der PC. Auch warme oder brummende Transformatoren bei vielen Halogenleuchten, Ladestationen oder Druckern zeigen an, dass Strom fließt.



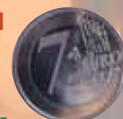
## SPIELEND AUF DIE ENERGIEVERSCHWENDUNG ZU HAUSE ACHTEN

Wer Kinder hat, kann mit ihnen spielend leicht Strom sparen. Das Spiel heißt: Wer daran denkt, das Licht zu löschen oder den Hauptschalter für TV und Hi-Fi auszuschalten, der bekommt eine Belohnung. Damit ist sogar das Geld für ein neues Spiel gespart.



## ENERGIE SPARENDES BACKEN

Der Backofen sollte nur dann vorgeheizt werden, wenn es im Rezept oder in der Gebrauchsanweisung des Gerätes so angegeben ist. Dunkle, schwarz lackierte oder emaillierte Backformen nehmen die Hitze besonders gut auf. Mehrere Kuchen am besten nacheinander backen. Da der Backofen noch warm ist, verkürzt sich die Backzeit für den zweiten Kuchen. Bei längeren Garzeiten kann der Backofen zehn Minuten vor Ende der Garzeit ausgeschaltet und die Restwärme zum Fertigbaren genutzt werden.



## STROM SPAREN BEI DECKENFLUTERN

Deckenfluter sind schöne Leuchten, verbrauchen aber auch viel Strom. Wer seine Halogenleuchten nicht entsorgen möchte, kann dafür Halogenlampen mit Infrarotbeschichtung (IRC) verwenden. Diese sind etwas teurer, verbrauchen aber rund ein Drittel weniger Strom. Halogenstrahler mit Schraubsockel in Hochvolt-Halogenleuchten können durch Energiesparlampen ersetzt werden, die es auch als dimmbare Modelle gibt.



## SCHALTER GEGEN VERGESSLICHKEIT

Häufig wird in Abstellkammern oder im Keller vergessen, das Licht auszuschalten. Ein Lichtschalter mit Kontrolllampe schafft hier Abhilfe. Denn er leuchtet, wenn Strom fließt, damit kann sofort gesehen werden, ob das Licht angelassen wurde. Eine weitere Alternative sind Lichtschalter mit integriertem Bewegungsmelder und/ oder Zeitschaltuhr. Sie schalten das Licht selbsttätig aus.



Weniger Wasser. Weniger Strom. Mehr Leistung.  
Die neuen **ActiveWater** Geschirrspüler von Bosch.

Halle 3.1, Stand 106



**Der effizienteste Geschirrspüler der Welt.** Unsere neue Geschirrspüler-Generation holt aus jedem Tropfen Wasser mehr Reinigungskraft: Durch die innovative, weltweit einzigartige Technologie wird bei jedem Spülgang aus 10 Litern Wasser die Kraft von über 4000 Litern geschöpft. Auf diese Weise setzen die **ActiveWater** Geschirrspüler ganz neue Maßstäbe: Sie sind die sparsamsten Bosch Geschirrspüler der Welt – und das bei hervorragendem Spülergebnis. Mehr über Europas Nr. 1 erfahren Sie unter [www.bosch-hausgeraete.de](http://www.bosch-hausgeraete.de)



**BOSCH**  
Technik fürs Leben

**75 Jahre**  
Bosch Hausgeräte

Wir arbeiten täglich daran, dass  
Ihre Stromrechnung kleiner wird.



Maximale Leistung, hoher Komfort – bei minimalem Energieverbrauch. Das ist die Herausforderung, der wir von Siemens uns täglich stellen. Durch neuartige Kompressoren und optimierte Isolationen haben wir den Energieverbrauch bei Kühl-Gefrier-Kombinationen seit 1993 um bis zu 66 %\* gesenkt. Das bedeutet nicht nur eine Entlastung unserer Umwelt, sondern auch Ihres Geldbeutels. Weitere Informationen bekommen Sie beim Fachhändler oder unter [www.siemens.de/hausgeraete](http://www.siemens.de/hausgeraete)

**Die Zukunft zieht ein.**

**SIEMENS**

\* Im Vergleich der nach Normprogramm ermittelten Verbrauchswerte der Kühl-Gefrier-Kombination KG 39FE91 mit den nach Normprogramm ermittelten Verbrauchswerten eines vergleichbaren Siemens-Liniengerätes aus dem Jahre 1993.