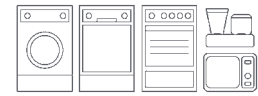


Einladung zur Jahrestagung 2019
 Fachausschuss Haushaltstechnik der dgh e. V.
 Mittwoch, 20. März bis Freitag, 22. März 2019
 BSH Hausgeräte GmbH
 Technologie- und Design-Center
 der Siteco Beleuchtungstechnik GmbH
 Georg-Simon-Ohm-Straße 50
 83301 Traunreut



Deutsche Gesellschaft
 für Hauswirtschaft e.V.



B/S/H/

Consumer centricity – Neue Wege in der Konsumentenorientierung

Programm 2019

Mittwoch, 20. März 2019

Ab 19:00 Uhr **Einstimmung in die Jahrestagung – Get-together**
 Privatbrauerei Schnitzlbaumer • Taubenmarkt 11 – 13 • 83278 Traunstein
www.schnitzlbaumer.de

Donnerstag, 21. März 2019

- 09:00 Uhr **Check-in zur Tagung**
 Technologie- und Design-Center der Siteco Beleuchtungstechnik GmbH
 Georg-Simon-Ohm-Straße 50 • 83301 Traunreut
- 09:15 Uhr **Beginn der Jahrestagung 2019 – Standortinformation**
- 09:45 Uhr **Exkursionsprogramm**
 Ausgangspunkt aller Exkursionen ist das Technologie- und Design-Center der Siteco Beleuchtungstechnik GmbH • Georg-Simon-Ohm-Straße 50 • 83301 Traunreut
 Die Exkursionsziele befinden sich auf dem weitläufigen Werksgelände, so dass ein entsprechend weiter Fußweg von den Exkursionsteilnehmern zurückgelegt werden muss!
- Exkursion 1 Siemens Cooking Competence Center**
 „Geschmack braucht genau die Zeit, die Sie haben.“
- Exkursion 2 Bosch Cooking Competence Center**
 „Perfekt war noch nie so einfach.“
- Exkursion 3 Benutzerinformationen**
 Von Geräteerprobung über Redaktion und Druckerei zur Beilage am Band
- Exkursion 4 Werksführung**
 Muldenfertigung und ergonomische Arbeitsplatzgestaltung
- Exkursion 5 Werksführung**
 Siteco Beleuchtungstechnik GmbH
- 12:00 Uhr **Info-Markt und Imbiss**
 Technologie- und Design-Center der Siteco Beleuchtungstechnik GmbH
 Georg-Simon-Ohm-Straße 50 • 83301 Traunreut
- 13:00 Uhr **Eröffnung der Jahrestagung 2019 – Begrüßung**
 Andreas Breitrainer – Werksleiter BSH Hausgeräte GmbH – Standort Traunreut
 Andreas Helm – Vorsitzender des Fachausschusses Haushaltstechnik
- 13:15 Uhr **Der Kunde im Fokus – Kundenorientierung in der BSH Fabrik der Zukunft**
 Rebekka Vohl – BSH Hausgeräte GmbH
- 14:00 Uhr **Sensorische Prüfungen – Die Lücke zwischen Experten und Konsumenten**
 Dr. Martin Kern – SAM Sensory and Marketing International GmbH
- 14:45 Uhr **Kaffeepause**

Donnerstag, 21. März 2019

- 15:15 Uhr **User-Centred Design ist ein Mindset, keine Methode**
Sven-Anwar Bibi – IXDS GmbH
- 16:00 Uhr **Die Human Centric Lighting Methode – Wohlbefinden am Arbeitsplatz durch biologisch aktivierendes Licht**
Christoph Link – Siteco Beleuchtungstechnik GmbH
- 16:45 Uhr **Kaffeepause**
- 17:00 Uhr **Beiträge des wissenschaftlichen Nachwuchses**
- Ca. 18:00 Uhr **Ende**
- 19:30 Uhr **Tagungsfest – Rittermahl auf Schloss Pertenstein**
Schlossstraße 4 • 83301 Traunreut
www.schloss-pertenstein.de

Freitag, 22. März 2019

- 09:00 Uhr **Begrüßung**
- 09:15 Uhr **Customer Experience: Nah. Näher. Zuhause bei Verbrauchern. Ein Beispiel aus der Forschungspraxis.**
Kerstin Klär – Q | Agentur für Forschung GmbH
- 10:00 Uhr **Verbrauchernahe Prüfmethode: Wie entstehen die Prüfprogramme der Stiftung Warentest?**
Dr. Axel Neisser – Stiftung Warentest
- 10:45 Uhr **Kaffeepause**
- 11:30 Uhr **Reformulierung – Chancen und Herausforderungen aus Sicht eines Lebensmittelherstellers**
Dr. Torsten Dickau – Nestlé Professional GmbH
- 12:15 Uhr **E²-Commerce: End-to-end-Prozesse und digitale Transformation im Gastronomie-Handel**
Martin Groß-Albenhausen – Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V.
Ingmar Böckmann – GRIMM Gastronomiebedarf GmbH
- 13:00 Uhr **Mittagspause**
- 14:00 Uhr **Mitgliederversammlung Fachausschuss Haushaltstechnik**
- Ca. 15:30 Uhr **Ende der Jahrestagung**

JAHRESTAGUNG 2019

VERANSTALTUNGSORT

BSH Hausgeräte GmbH
Technologie- und Design-Center der
Siteco Beleuchtungstechnik GmbH
Georg-Simon-Ohm-Straße 50 • 83301 Traunreut

Am Veranstaltungsort steht eine begrenzte Anzahl von Parkplätzen zur Verfügung. Bitte organisieren Sie Fahrgemeinschaften von den Hotels zum Veranstaltungsort.

TAGUNGSFEST

Rittermahl auf Schloss Pertenstein
Schlossstraße 4 • 83301 Traunreut
www.schloss-pertenstein.de
Eigenanreise mit Pkw – Organisation von Fahrgemeinschaften notwendig

VERANSTALTER

Fachausschuss Haushaltstechnik der
Deutschen Gesellschaft für Hauswirtschaft (dgh) e. V.
Hafenstraße 9 • 48432 Rheine • www.dghev.de

Bei Rückfragen:

Andreas Helm Tel.: +49 69 256268109
Andrea Jenkel Tel.: +49 177 3491561

KOSTEN

- Get-together 20. März 2019: Selbstzahler
- Tagung 21. – 22. März 2019:
Tagungsbeitrag inkl. Tagungsfest (Rittermahl inkl. Getränke)
dgh-Mitglieder: 170 €
Vollzahler/Gäste: 240 €
Studierende/Auszubildende: 75 €

Den Tagungsbeitrag für Studierende/Auszubildende übernimmt der Fachausschuss Haushaltstechnik der dgh im Rahmen der Nachwuchsförderung – bitte beachten Sie jedoch auch hier die Stornobedingungen!

ANMELDUNG

Bitte melden Sie sich über den folgenden Link oder QR-Code online an: <https://d305.keyingress.de/goto/Jahrestagung2019>
Anmeldung und Überweisung des Tagungsbeitrages zur verbindlichen Reservierung sind bis zum 31. Januar 2019 notwendig;
Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft e. V.
IBAN: DE58 3807 0024 0080 8808 00
BIC: DEUTDEDB380
Deutsche Bank Meckenheim
Verwendungszweck:
Jahrestagung FA HT 2019/Name des Teilnehmers

STORNOBEDINGUNGEN

Eine kostenneutrale Stornierung der Tagungsteilnahme ist bis zum 07.03.2019 möglich.

Nach Ablauf der Stornofrist gelten folgende Stornobedingungen – auch für Studierende/Auszubildende:

- 50 % des Tagungsbeitrages ab dem 08.03.2019
- 75 % des Tagungsbeitrages ab dem 15.03.2019
- 100 % des Tagungsbeitrages ab dem 20.03.2019

Bitte beachten Sie, dass die Stornobedingungen der Hotels davon abweichen können!



QR-Code –
Ihr kürzester Weg
direkt zur online Anmeldung



Consumer centricity – Neue Wege in der Konsumentenorientierung Donnerstag, 21. März 2019

Der Kunde im Fokus – Kundenorientierung in der BSH Fabrik der Zukunft

*Michael Gerhard Huber, Leiter Demand Supply Intelligence & IMPulse Program (GSC-DSI) –
BSH Hausgeräte GmbH, München*

Die BSH ist heute einer der erfolgreichsten Hausgerätehersteller der Welt. Der Grund: Wir produzieren seit über 50 Jahren hochwertige Hardware-Geräte, die Konsumenten weltweit begeistern. Auch in Zukunft werden diese Geräte die Basis unseres Erfolgs sein. Doch aktuell erlebt (nicht nur) die Hausgerätebranche einen großen Wandel: Die Digitalisierung. Sie stellt uns vor neue Herausforderungen.

Der fortschreitende digitale Wandel bringt zusätzliche Anforderungen der Konsumenten an Hausgeräte mit sich, die das Kerngeschäft der BSH verändern.

Der Konsument steht im Mittelpunkt unseres Handelns. Die Art, wie Menschen leben, kochen und ihre Hausarbeit erledigen, verändert sich. Individualisierte Erlebnisse werden zum Schlüsselkriterium. Wir wollen auch in Zukunft auf der ganzen Welt die erste Wahl für Konsumenten sein. Durch individualisierte und sichere Lösungen, die auf unseren Hausgeräten und Services aufbauen, bieten wir ihnen neue und spannende Erlebnisse.

Neben den Produkten ergeben sich auch völlig neue Anforderungen an unsere Produktions- und Distributionsprozesse. Das Schlagwort zur Neugestaltung kompletter Wertschöpfungsketten heißt Segmentierung. Globale Lieferketten, Sonderwünsche individualisierter Produkte und Services, neue Vertriebskanäle (online und offline) – das alles lässt Supply Chains immer komplexer werden. Mit einem „One size fits all“-Ansatz ist das nicht zu bewältigen. Durch eine konkrete Segmentierung der Supply Chain können wir diese Komplexität besser bewältigen. Die Segmentierung zieht sich dabei durch alle Planungs- und Steuerungsprozesse der Wertschöpfungskette, von der Absatz- und Produktionsplanung bis zur täglichen Umsetzung des Warennachzugs im gesamten Liefernetzwerk.

Kurzfassungen der Vorträge
Jahrestagung 2019
Fachausschuss Haushaltstechnik der dgh e. V.
Donnerstag, 21. März bis Freitag, 22. März 2019
Technologie- und Design-Center der
Siteco Beleuchtungstechnik GmbH
Georg-Simon-Ohm-Straße 50 ♦ 83301 Traunreut



Sensorische Prüfungen – Die Lücke zwischen Experten und Konsumenten

Dr. Martin Kern, Managing Director – SAM Sensory and Marketing International GmbH, München

Für viele Unternehmen stellen die sogenannten NGOs (Non Governmental Organizations) das Maß aller Dinge in Bezug auf die Beurteilung von Produkten dar: Sei es die „Stiftung Warentest“ in Deutschland oder der „Consumentenbond“ in den Niederlanden sowie viele andere ähnlich gelagerte Institutionen, welche Experten zur Beurteilung von Produkten einsetzen, die Beurteilungsergebnisse dann publizieren, um dem Verbraucher damit Hilfestellung zu geben. Ein publiziertes gutes Abschneiden in der Beurteilung durch die NGOs ist erstrebenswert – ein Garant für die Kaufentscheidung des Konsumenten.

Doch zunehmend gewinnen das Internet der Dinge und die Produktbeurteilung durch die Konsumenten selbst an Bedeutung: Konsumenten suchen und vertrauen Beurteilungen anderer Konsumenten immer mehr. Die Beurteilungen von Konsumenten für Konsumenten stehen somit ein Stück weit in Konkurrenz zu den Beurteilungen der NGOs.

Vor diesem Hintergrund gewinnt Konsumentenforschung an Bedeutung. Konsumentenforschung stellt sicher, dass der Konsument durch das Produkt zufriedengestellt ist. Sie arbeitet Stärken und Schwächen heraus, so wie diese vom Konsumenten erlebt werden. Damit werden klare Hinweise auf mögliche Verbesserungen der Akzeptanz auf Konsumentenseite gegeben und es wird zudem gewährleistet, dass das Produkt im Moment des Ge- bzw. Verbrauchs den Konsumenten zufriedenstellt. Somit kann schließlich erwartet werden, dass der Konsument *selbst* positiv über das Produkt berichten wird.

Der Vortrag zeigt die Möglichkeiten auf, die moderne Konsumentenforschung heute bietet, um systematisch Kundenzufriedenheit zu erreichen und damit den Produkterfolg nachhaltig zu verbessern.

Dr. Martin Kern/Managing Director
Yann Roux/Research Director

Kontakt: Martin.Kern@samresearch.com

Kurzfassungen der Vorträge
Jahrestagung 2019
Fachausschuss Haushaltstechnik der dgh e. V.
Donnerstag, 21. März bis Freitag, 22. März 2019
Technologie- und Design-Center der
Siteco Beleuchtungstechnik GmbH
Georg-Simon-Ohm-Straße 50 ♦ 83301 Traunreut



User-Centred Design ist ein Mindset, keine Methode

Sven-Anwar Bibi, Director Connected Living – IXDS GmbH, München

Wir alle erwarten heute als Nutzer und Kunde fast schon selbstverständlich: Ein nahtloses Erlebnis über alle Kontaktpunkte mit einem Unternehmen hinweg.

Unternehmen glauben häufig, sie sind nutzerzentriert. Die Nutzer ihrer Produkte und Services denken das häufig nicht. Die Planung einer Reise mit Bus und Bahn über verschiedene Verkehrsverbünde hinweg stellt einen Klassiker in der Rangliste lückenhafter Nutzererfahrungen dar. Wir scheitern häufig an den nicht vorhandenen digitalen Schnittstellen, an den internen Silo-Strukturen oder an den fehlenden unternehmens-internen Fähigkeiten, die einen nutzerzentrierten Erlebnisraum ganzheitlich entstehen lassen können.

Was sind also die Mechanismen, die Unternehmen heute in ihren Organisationen entwickeln und implementieren müssen, um „User-Centred“ zu sein? Warum braucht es weit mehr, als Design Thinking Trainings, Agiles Arbeiten, Prototyping mit Lego oder Nutzerinterviews, um eine Organisation und Marke zu einem ganzheitlich nutzerzentrisch denkenden und handelnden Organismus zu machen?

User-Centred Design betrachtet nicht nur das Frontend, also die Entwicklung von sichtbaren Produkten und Services, sondern auch das dahinter liegende Design (Backend) der Organisation und deren interne Prozesse. Beispiele aus der Praxis der Entwicklung von relevanter UX zeigen die Herausforderungen und Möglichkeiten und beschreiben, warum User-Centred Design oftmals mit einem kulturellen Wandel innerhalb von Organisationen einhergeht. Nutzerzentriertheit ist weit mehr als Anwendung von Methoden, es ist eine Haltung, die im Unternehmen integriert sein muss.

Kontakt: sven.bibi@ixds.com

Kurzfassungen der Vorträge
Jahrestagung 2019
Fachausschuss Haushaltstechnik der dgh e. V.
Donnerstag, 21. März bis Freitag, 22. März 2019
Technologie- und Design-Center der
Siteco Beleuchtungstechnik GmbH
Georg-Simon-Ohm-Straße 50 ♦ 83301 Traunreut



Die Human Centric Lighting Methode – Wohlbefinden am Arbeitsplatz durch biologisch aktivierendes Licht

*Christoph Link, Application Management Office & Commercial Buildings –
Siteco Beleuchtungstechnik GmbH, Traunreut*

Human Centric Lighting stellt eine neue Disziplin in der professionellen Beleuchtungsplanung dar und erweitert das Prinzip der biologisch wirksamen Beleuchtung um einen ganzheitlichen Planungsansatz, der die visuellen, emotionalen und biologischen Wirkungen des Lichts umfasst.

HCL unterstützt dabei langfristig die Gesundheit, das Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit des Menschen.

Der Vortrag erklärt Hintergründe und Wirkprinzip biologisch aktivierender Beleuchtung und gibt Auskunft über die Anwendung mit allgemeingültigen Planungsparametern.

Planungsbeispiele aus unterschiedlichen Applikationen geben Einblicke in bereits realisierte Projekte und schließen den Vortrag ab.

Kontakt: christoph.link@osram.com

Kühl- und Gefrierlagerung in Deutschland: Lagerverhalten, Kundenbedarfe, Optimierungspotentiale

Beate Kölzer – Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Harald Weber – Hochschule Albstadt-Sigmaringen

Frischeparameter stellen einen relevanten Entscheidungsparameter beim Kauf von Kältegeräten dar. Der Erhalt von Lebensmittelfrische wird jedoch nicht bzw. nicht ausreichend in den bestehenden Normen für Haushalts-Kühl- und Gefriergeräte berücksichtigt. Die Entwicklung von international anwendbaren Prüfstandards zur Bewertung der Frischeparameter von Kühl- und Gefriergeräten ist Zielsetzung des Forschungsprojektes Coolfresh. Das Verbraucherverhalten als entscheidender Inputparameter wird hierbei über eine Onlinestudie berücksichtigt, um relevante Qualitätsparameter zu identifizieren und das Lagerverhalten und die Bedarfe zu analysieren.

Verbraucherrelevante Frischeparameter sind, unabhängig von der Art des Lebensmittels, mikrobielle Sicherheit und Geschmackserhalt. Im Bereich der Kühlung zeigt sich, dass Frischwaren meist maximal fünf Tage gelagert werden und Lagerverluste selten sind. Dennoch ist der Verlust von Frischeparametern Hauptgrund für das Wegwerfen von Lebensmitteln. Zusatzfunktionen, die den Qualitätserhalt und die Lebensmittelsicherheit fördern, insbesondere separate temperatur- und feuchtekontrollierte Zonen, bieten hier den passenden Ansatzpunkt zur Optimierung. Gleichzeitig zeigt sich, dass Verbraucher eine geringe Kenntnis über den Nutzen dieser Zusatzfunktionen haben. Da vorgegebene Lageroptionen gut angenommen und weitgehend richtig genutzt werden, können durch einen Ausbau produktangepasster Lagerbereiche der Kundennutzen optimiert und Lagerverluste vermieden werden.

Die Qualitätseinbußen, die durch Gefrierlagerung zustande kommen, unterscheiden sich von denen der Kühlung. Gefrierbrand, Reifbildung, Tropfsaftverlust, Farb- und Geschmacksveränderungen sind kritische Punkte. Neben den Geräteparametern ist das Verbraucherverhalten entscheidend: Die Verpackung und die Einhaltung einer tiefen Temperatur sind essenziell für die Erhaltung lebensmitteleigener Charakteristika. Es zeigt sich, dass bis zu 10 % der Verbraucher trotz Einhaltung von Verpackungsempfehlungen häufig Gefrierschäden beobachten. Nur 50 % der Befragten geben an, nie Probleme mit Gefrierschäden zu haben. Aus der geringen Akzeptanz von geschädigten Lebensmitteln resultiert der eigentlich vermeidbare Verlust von Lebensmitteln. Verbraucherhilfen zur Prävention von Gefrierschäden und Erläuterungen zu deren Unschädlichkeit könnten Verluste verringern.

Kontakt Beate Kölzer: bkoelzer@uni-bonn.de

Kontakt Harald Weber: weberh@hs-albsig.de

Entwicklung einer Feuchtemessmethode mit Lambdasonde für elektrische Backöfen

Elisabeth Ferstl – Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Für ein optimales Garergebnis ist neben der Garraumtemperatur und der Backdauer auch die Feuchte im Garraum relevant. Mit Hilfe eines eigens entwickelten Versuchsaufbaus mit Lambdasonde und einer definierten Methode wird die Feuchte im Garraum von elektrischen Haushaltsbacköfen über die Messung des Sauerstoffs ermittelt.

Die Methode ist durch ihren mobilen Aufbau für die Anwendung in verschiedenen Backöfen geeignet. Als Beladungen werden eine Wasserlast und die Prüfspeise Apfeltarte genutzt und im Rahmen einer statistischen Versuchsplanung die Einflüsse verschiedener Parameter auf die Messung überprüft und ausgewertet. Die Durchführung der Messung und die Interpretation der Ergebnisse unterscheidet sich je nach verwendeter Last.

Mit der Berechnung einer Kenngröße aus dem Sauerstoffverlauf bei Beladung mit Wasser wird die sich einstellende Gleichgewichtszusammensetzung des Gases im Backofen, die Garraumfeuchte, quantifiziert. Mit Hilfe der Messergebnisse bei Verwendung der Prüfspeise werden Zusammenhänge zwischen Garergebnissen und Garraumfeuchten ermittelt und verschiedene Garraumfeuchten kategorisiert. Die Messung der Garraumfeuchte ist mit der entwickelten Methode wiederholbar und liefert Ergebnisse, die für die Entwicklung und Einordnung von Backöfen und Kombinationsgeräten hinsichtlich ihres Feuchtehaltevermögens genutzt werden können.

Kontakt: elisabeth.ferstl@t-online.de

Erarbeitung von Grundlagen zur Bestimmung des Energieverbrauchs von beheizbaren Teller- spendern als Basis für eine genormte Messmethode

Mara-Teresa Erwig – Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

Um einen Vorschlag für ein standardisiertes Messverfahren zur Bestimmung des Energieverbrauchs von beheizbaren Teller Spendern zu entwickeln, wird eine Grundlagenuntersuchung an drei unterschiedlichen Geräten durchgeführt. Die untersuchten Teller Spender unterscheiden sich in ihrer Größe und Beheizungsart.

Zur Erforschung des Verhaltens der Geräte sowie charakteristischer Parameter werden verschiedene Messungen durchgeführt. Darunter gibt es Langzeitmessungen zur Erfassung von Temperatur, aufgenommener Leistung und Energieverbrauch sowie Versuche zum Wärmetransport im Teller Spender. Aus den Versuchen werden Parameter für ein Messverfahren abgeleitet, die auf ihre Standardisierbarkeit überprüft werden. Dabei handelt es sich um die Zieltemperaturdifferenzen, die an den Messpunkten erreicht werden müssen, den Energieverbrauch pro Teller Masse sowie die Energieeffizienzen.

Schließlich wird ein Vorschlag für ein standardisiertes Messverfahren formuliert, in dem verschiedene Betriebszustände und Zielparameter festgelegt werden. Außerdem werden Einflussfaktoren auf den Energieverbrauch identifiziert.

Kontakt: marateresa.erwig@yahoo.de

Consumer centricity – Neue Wege in der Konsumentenorientierung Freitag, 22. März 2019

Customer Experience:

Nah. Näher. Zuhause bei Verbrauchern.

Kerstin Klär – Q | Agentur für Forschung GmbH, Mannheim

Der Kunde von heute ist neugieriger, anspruchsvoller und ungeduldiger als je zuvor. Er erwartet, dass die Technologie ihm genau das liefert, was er gerade haben möchte.

Eine große Aufgabe für Unternehmen!

In Zeiten von Customer Centricity richten moderne Unternehmen mehr denn je ihre Produkt- und Kommunikationsstrategie an den Bedürfnissen und Vorstellungen ihrer Kunden aus. Und wer könnte glaubhafter seine Wünsche, Erwartungen und Ansprüche an Produkte und Dienstleistungen zum Ausdruck bringen, als der Kunde selbst – an einem Ort, an dem er die Produkte auch nutzt.

Das Anliegen der ethnografischen Alltagsforschung ist genau das: Tiefer und detaillierter in den Alltag der Konsumenten hineinzublicken. Der Startpunkt sollte dabei sein: Ganz unvoreingenommen zu realisieren, was im Verbraucheralltag tatsächlich passiert, ohne vorschnell einzuordnen und zu klassifizieren, was die Konsumenten bewegt. Wir besuchen den Verbraucher zu Hause und verstehen seine Einstellungen und sein Verhalten im Kontext seiner Alltagsrealität – außerhalb der „Laborsituation“ von Fokusgruppen und Studio-Interviews. Ergänzend nutzen wir WhatsApp-Chats, um bereits vor dem Besuch unverfälschte Informationen über Verbraucher zu sammeln und Einblicke über einen längeren Zeitraum zu gewinnen.

Durch die Kombination von Beobachtung und offenem Gespräch können wir subjektiv relevante Informationen (Consumer Insights) sammeln und die Erlebniswelt der Nutzer in ihrer gesamten Breite erfassen. Ausgesprochene und unausgesprochene Bedürfnisse, Treiber, Emotionen und Motivationen können wir so direkt, authentisch und ohne störende Einflüsse begreifen und zielgruppengerechte Lösungen finden.

Kontakt: Kerstin.Klaer@teamq.de

Kurzfassungen der Vorträge
Jahrestagung 2019
Fachausschuss Haushaltstechnik der dgh e. V.
Donnerstag, 21. März bis Freitag, 22. März 2019
Technologie- und Design-Center der
Siteco Beleuchtungstechnik GmbH
Georg-Simon-Ohm-Straße 50 ♦ 83301 Traunreut



Verbrauchernahe Prüfmethode: Wie entstehen die Prüfprogramme der Stiftung Warentest?

Dr. Axel Neisser, Wissenschaftlicher Leiter Haus, Energie, Freizeit und Verkehr – Stiftung Warentest, Berlin

Jedes Jahr prüft die Stiftung Warentest tausende Produkte in mehr als 100 Warentests. Dazu kommen Dienstleistungsuntersuchungen, Schnelltests, Marktübersichten und untersuchungsgestützte Reports. Alle Untersuchungen der Stiftung Warentest erfolgen dabei nach einem definierten Ablauf. Nach einer umfangreichen Planung der Themen entwirft die Stiftung Warentest ein Testdesign, in dem sie alle wichtigen Prüfpunkte festhält, das Prüfprogramm. Ziel ist es, dass das Prüfprogramm alle wesentlichen Aspekte der Funktion, der Handhabung, der Haltbarkeit sowie Umwelt- und Gesundheitsaspekte des Produkts abdeckt. In vielen Fällen bilden die einschlägigen Normen und rechtlichen Vorgaben einen Teil des Prüfprogramms. Es ist jedoch oftmals so, dass es für wichtige Prüfpunkte keine passenden Normen gibt (wie zum Beispiel bei Handhabungsprüfungen). Für wieder andere Prüfpunkte sind die Normen nicht oder nicht mehr praxismäßig (wie zum Beispiel bei Kühlschränken oder Staubsaugern). In diesen Fällen geht die Stiftung Warentest in ihren Prüfanforderungen über das jeweilige Normenwerk hinaus, wendet andere Verfahren an und/oder entwickelt gemeinsam mit Experten neue Qualitätsanforderungen.

Sobald der Prüfprogrammwurf erstellt ist, lädt die Stiftung Warentest zu einem sog. Fachbeirat Verbraucherschützer, unabhängige Experten und Anbietervertreter ein. Gemeinsam diskutieren sie, ob die Untersuchung alle relevanten Prüfkriterien enthält. Der Fachbeirat hat beratenden Charakter. Nach welchen Kriterien letztendlich untersucht wird, entscheidet die Stiftung immer allein. Im Anschluss kaufen Mitarbeiter der Stiftung Warentest die Prüfmuster anonym im Handel ein. Ein externes unabhängiges Labor prüft die Waren im Auftrag der Stiftung Warentest, Dienstleistungen werden verdeckt in Anspruch genommen. Schließlich veröffentlicht die Stiftung Warentest ihre Untersuchungsergebnisse in den Zeitschriften test und Finanztest sowie auf der Webseite www.test.de.

Kontakt: a.neisser@stiftung-warentest.de

Kurzfassungen der Vorträge
Jahrestagung 2019
Fachausschuss Haushaltstechnik der dgh e. V.
Donnerstag, 21. März bis Freitag, 22. März 2019
Technologie- und Design-Center der
Siteco Beleuchtungstechnik GmbH
Georg-Simon-Ohm-Straße 50 ♦ 83301 Traunreut



Reformulierung – Chancen und Herausforderungen aus Sicht eines Lebensmittelherstellers

Dr. Torsten Dickau, Leiter Service Center – Nestlé Professional GmbH, Frankfurt am Main

Die Überarbeitung von Produkten ist aufwändig und bringt verschiedene Herausforderungen mit sich. Neben technologischen Aspekten ist vor allem die Kunden- und Verbraucherakzeptanz eine der größten Herausforderungen für die Überarbeitung von Produkten. Eine Reduktion von Zucker, gesättigten Fetten oder Salz ist daher meist nur in kleinen Schritten möglich. Bei zu starken Veränderungen in einem Schritt ist das Risiko hoch, dass die Akzeptanz darunter leidet. Die Reformulierungs-Bemühungen sind jedoch nur dann erfolgreich und bringen den Kunden/Verbrauchern einen Nutzen, wenn das überarbeitete Produkt noch genauso gut schmeckt wie vorher und die Käufer nicht auf Alternativen mit beispielsweise einem höheren Zuckergehalt ausweichen.

Um der gesellschaftlichen Herausforderung von Übergewicht und nicht-übertragbaren Erkrankungen zu begegnen, bedarf es eines gemeinsamen Vorgehens aller relevanten Akteure und eines ganzheitlichen Ansatzes. Die Reformulierung von Produkten kann hierbei eine Option sein, die von weiteren Maßnahmen flankiert werden muss – beispielsweise von einer umfassenden Verbraucherinformation, einer transparenten Nährwertkennzeichnung und von Empfehlungen zur Portionsgröße. Nestlé unterstützt dies unter anderem durch die freiwillige Angabe von Referenzmengen für die Nährstoffzufuhr, durch die „Portion Guidance Initiative“ mit Portions-Empfehlungen und dem Informationsangebot des Nestlé Ernährungsstudios. Hier finden interessierte Verbraucher wissenschaftlich fundierte und verständliche Informationen rund um das Thema Ernährung.

Das Thema Reformulierung ist für Nestlé Deutschland kein neues Thema. Wir überarbeiten bereits seit vielen Jahren schrittweise die Zusammensetzung unserer Produkte.

Nestlé Deutschland unterstützt die „Reduktions- und Innovationsstrategie Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten“ und wird dazu beitragen, die branchenspezifischen Zielvereinbarungen zu erreichen.

Kontakt: Torsten.Dickau@de.nestle.com

Kurzfassungen der Vorträge
Jahrestagung 2019
Fachausschuss Haushaltstechnik der dgh e. V.
Donnerstag, 21. März bis Freitag, 22. März 2019
Technologie- und Design-Center der
Siteco Beleuchtungstechnik GmbH
Georg-Simon-Ohm-Straße 50 ♦ 83301 Traunreut



E²-Commerce: End-to-end-Prozesse und digitale Transformation im Gastronomie-Handel
Direkte und indirekte Disruption – wie die Digitalisierung die Gastronomie-Ausstattung verändert

*Martin Groß-Albenhausen, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer –
Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V., Berlin*
Ingmar Böckmann, Senior Consultant – Bitlane UG, Berlin

„Im B2B funktioniert das nicht“ ist eine der beliebtesten Aussagen, um disruptive Ansätze im gewerblichen Beschaffungsbereich in Frage zu stellen. Weil sich der B2B-Sektor langsamer und mühsamer entwickelt, übersehen die Firmen dabei häufig, dass bei ihren Kunden eine Disruption stattfindet, die im zweiten Schritt die Lieferanten erreicht.

Das gilt auch für die Gastronomie als Ziel-Branche der Hersteller von Haustechnik. Sie befindet sich mitten in einer der stärksten Veränderungen, die Digitalisierung in den letzten Jahren hervorgebracht hat. Die Aufhebung der räumlichen und zeitlichen Gebundenheit des gastronomischen Angebots durch Lieferdienste schüttelt den Wettbewerb durch. Wo der Endkunde früher drei Restaurants im Ort hatte, kann er nun über verschiedene Lieferdienste von einer deutlichen größeren Vielzahl von Restaurants unterschiedlichste Gerichte beziehen.

Das ändert potentiell die Bedarfssituation der Gastronomie, weil sich Auslastungen von Geräten ändern. Oder aber es treten ganz neue Anbieter in den Markt ein. Denn bei Lieferheld, Lieferando und Co. ersetzen die positiven Bewertungen des Lieferanten die Besichtigung der Gaststätte. So wie es Merchants gibt, die sich perfekt auf den überschießenden Convenience-Wert der Plattform einrichten, diesen perfekt unterstützen und damit etablierte Handelsmarken überholen, können boomende Restaurants ohne Gastraum entstehen („dark kitchens“).

Damit ändert sich auch das Geschäftsmodell der Gastronomen im Hinblick auf die Daten, mit denen Nachfrage gesteuert werden kann. Liefergeschwindigkeit beispielsweise treibt die Sterne-Bewertung und diese wird z. B. durch die systemische, digitale Integration des Betriebes mit den weiteren genutzten Plattformen und Geräten ausgespielt.

Für Hersteller wie Zwischenhändler ergeben sich dadurch neue Wertschöpfungsmodelle. Das können neuartige Pricing-Modelle sein – etwa nicht mehr der Verkauf eines Dampfgarers, sondern die Bezahlung nach zubereiteten Gerichten. Oder eine Integration der verbauten digitalen Steuerungen verschiedener Geräte-Hersteller in einer digitalen Steuerungsplattform, die eine bessere Berechnung der Lieferzeiten möglich macht. Oder ein Service, der den Ausfall von Geräten absichert, denn angesichts des Durchsatzes skaliert der Umsatzausfall pro Stunde ggf. viel deutlicher als in der normalen Gastronomie.

Die Grundlage, um solche Geschäftsmodelle entwickeln und betreiben zu können, ist eine hohe Datenkompetenz mindestens auf Anbieterseite. Anbieter sind hier die Hersteller oder Großhändler, die Produktdaten digital abbilden, standardisieren, zusammenführen und verschiedenen Nutzern bereitstellen.

Kontakt Martin Groß-Albenhausen: Martin.Gross-Albenhausen@bev.h.org
Kontakt Ingmar Böckmann: ingmar.boeckmann@bitlane.net