



EIN HAUCH VON STERNENSTAUB

Seit jeher strahlen Sterne eine unglaubliche Faszination aus. Einst wurden sie sogar als Götter verehrt. Und auch heute noch, in unserer naturwissenschaftlich aufgeklärten Gesellschaft, schreiben viele Menschen den Sternen die Macht zu, über ihr Schicksal zu entscheiden. Eine besondere Kraft wird auch dem Sternenstaub nachgesagt. So sollen sich die geheimsten Wünsche erfüllen, wenn er zur Erde fällt. Ein Sprichwort besagt: Lass Sternenstaub in deiner Nähe sein, dann kommt das Glück zu dir nach Haus und lässt dich niemals wieder aus. Sternenstaub lässt unsere Augen leuchten und uns staunen. Im Sternenstaub liegt etwas mystisches, magisches, das uns bewegt und berührt. Ein Mensch, der das verinnerlicht hat, ist Michael Rambach, Gesellschafter von Trendfairs, dem Veranstalter der kürzlich zu Ende gegangenen küchenwohntrends in Salzburg. Rambach meinte im Interview (Seite 26) auf die Frage, was Trendfairs anders macht als die anderen und worauf es bei einer guten Messeplanung ankommt: „Wir versuchen Sternenstaub zu versprühen! Wir machen sehr viele Dinge, die dazu führen sollen, dass sich alle gut fühlen.“ Neben der Verwirklichung dessen, wie eine Messe aus Sicht der Aussteller und Besucher faktisch zu funktionieren hat (und das ist eine Menge in Anbetracht der Tatsache, dass mit jedem einzelnen Aussteller mehrmals (!) über seine Vorstellungen und Wünsche gesprochen wird), werden also auch noch viele emotionale Aspekte realisiert, die in ihrer Gesamtheit einfach nur staunen lassen. Teils sind es nur kleine Details, hinter deren Umsetzung jedoch eine große Portion Kreativität steckt und auch Mut, etwas zu tun, was bisher vielleicht noch nicht versucht wurde...

Rambach will auf seinen Veranstaltungen eine ganz tolle Eventatmosphäre zaubern, wie er sagt. Er will ein Erlebnis bieten, denn das ist es, was die Kunden heutzutage wollen. „Wenn sich der Fachbesucher ins Auto oder in den Fieger setzt, um eine unserer Veranstaltungen zu besuchen, dann erwartet und will er ein Erlebnis. Und es ist unsere Aufgabe, ihm das zu bieten. Wir müssen, soweit es in unserer Macht steht, Erlebnisse schaffen! Sodass die Kunden sagen: Wau, toll, ist das schön!“ Und das gilt nicht nur für Messen, sondern auch für den Handel! Denn: Online-shopping ist Alltag. Wenn sich die Menschen dann aber doch rausbewegen in die reale Welt, dann wollen sie etwas erleben.

Rambach macht's vor und ich finde er macht Mut. Probieren auch Sie mal was Neues aus. Versprühen auch Sie ein wenig Sternenstaub in Ihrem Geschäft und Sie werden sehen, dass sich Ihre Kunden gut fühlen werden. Ein Lächeln, ein offenes Ohr, ein nettes Wort, eine schöne Ausstellung, ein sauberes Wohlfühlambiente, vielleicht Musik, ein Duft, Vorführungen, kleine Events wie Verkostungen, Aufmerksamkeiten, ... Oft sind es die kleinen Details, die überraschen, staunen lassen und faszinieren. Apropos faszinieren: Es steckt theoretisch in uns allen. Wirklich! Forscher haben nämlich herausgefunden, dass wir Menschen zu 97% aus Sternenstaub bestehen ...

DYSONS ENERGIELABEL-KAMPF

„Historischer Sieg“

Die 2013 wurde das Energielabel für Staubsauger europaweit eingeführt. „Die von der Europäischen Kommission im Einklang mit einigen von großen Herstellern ausgearbeiteten Vorschriften legen dabei fest, dass die Leistung von Staubsaugern leer und ohne Staub geprüft wird“, erläutert das Technologieunternehmen Dyson, das diese Prüfung der Leistung ohne Staub als „nicht repräsentativ und irreführend“ bezeichnet. Denn: „Im Gegensatz zu Zyklon-Staubsaugern verstopfen Beutel-Staubsauger, was oft zu einem Verlust der Saugkraft führt.“ Verbraucher könnten dann u.U. einen vermeintlichen EEK A-Staubsauger kaufen, dessen Leistung jedoch, wenn er sich mit Staub füllt, auf die D- oder E-Klasse sinkt (was Dyson durch unabhängige Labortests belegen konnte). Dyson argumentierte schließlich, dass unter realen Bedingungen gemessen werden müsste, also mit einem mit Staub gefüllten Staubsauger.



Dyson klagte, dass die mit einem leeren Staubbeutel durchgeführten Tests (für das EU Energielabel) die Verbraucher irreführen – nun wurde dem Unternehmen recht gegeben

IN FRAGE GESTELLT

In der ursprünglichen Entscheidung (Nov. 2015) hatte das EuG festgestellt, dass Tests von Staubsaugern mit Staub nicht zuverlässig sind und nicht reproduziert werden können. „Allerdings wurde von der IEC (International Electrotechnical Commission) eine Testmethode mit Staub entwickelt, die von Prüforganisation und Herstellern weltweit verabschiedet wurde und in den zwölf Jahren, die sie bestanden hat, niemals in Frage gestellt wurde“, kommentierte Dyson. In seiner Entscheidung vom Mai 2017 stellte der EuGH nun klar, dass die Prüfung, soweit technisch möglich, „eine Berechnungsmethode zugrunde legen muss, die es ermöglicht, die Energieeffizienz von Staubsaugern unter möglichst realen Bedingungen zu messen, wobei der Staubbehälter der Staubsauger bis zu einem bestimmten Niveau gefüllt werden muss.“ Dieses EuGH-Urteil hebt im Wesentlichen das Urteil des Gerichts der niedrigeren Instanz (also des EuG) auf. Damit werden die Prüfverfahren in Europa laut Dyson in Frage gestellt – „ein erstes Anzeichen einer positiven Veränderung für die Verbraucher.“

Max Conze, CEO von Dyson, sagte: „Dies ist ein seltener und historischer Sieg für die Verbraucher, der die Sicht von Dyson bestätigt, dass die Prüfung der Leistung unter Alltagsbedingungen erfolgen muss. Die Europäische Kommission hat sich außerhalb ihrer rechtlichen Kompetenzen begeben, um den Test für die Verbraucher irrelevant und irreführend zu machen. Dyson war der einzige Hersteller, der sich für eine Begrenzung der Motorleistung einsetzte, die effektivste Art, den Energieverbrauch zu senken und gleichzeitig mehr Effizienz zu erzielen.“



elektro.at bietet mehr Information via **STORYLINK: 1706024**

EINBLICK

„Wir sind ungern Kopierer. Wir versuchen Dinge, die zuvor vielleicht noch keiner gemacht hat, auch mal mutig anzugehen.“

SEITE 26

„Wenn man dort nicht dabei ist, ist man halt nicht dabei - dann fehlt man in dieser Branche.“

SEITE 32