



Genuss-Innovationen von Jura



Die neue Z10 – und mehr

Mit so vielen Neuheiten wie nie unterstrich Jura auf der IFA seinen Anspruch, dem Markt für Kaffeevollautomaten mit Innovationen eine neue Dynamik zu geben. Nach der Ankündigung der neuen E8 im Vorfeld der Messe stellte der Hersteller in Berlin drei weitere neue Kaffeevollautomaten vor, darunter die zweite Genera-

tion der Jura Z10, die mit 51 Spezialitäten aus den vier Genusswelten Hot Brew, Light Brew, Cold Brew und Sweet Foam den Begriff Vielfalt auf ein neues Niveau bringt. Dazu kommt mit der J10 twin ein weiteres Top-Produkt, das mit zwei P.A.G.3+ Mahlwerken die Möglichkeit bietet, zwischen verschiedenen Bohnensorten zu

wählen. Mit der C9 bringt Jura zudem ein attraktives Modell für Puristen auf den Markt, das im kompakten Format die Genusswelten Hot Brew und Light Brew vereint. Geschäftsführer Horst Nikolaus zeigt sich zuversichtlich, dem Fachhandel mit diesen Neuheiten positive Impulse für das vierte Quartal geben zu können.



EDITORIAL

Danke an das IFA-Team

Es ist mehr als eine Floskel, wenn man feststellt, dass die IFA 2025 ein voller, vielleicht sogar ein toller Erfolg war. Das zeigten nicht nur die Zahlen im Abschlussbericht, die Sie auf Seite 5 dieser Ausgabe finden. Noch wichtiger als die Tatsache, dass mehr Aussteller und Besucher als im Vorjahr den Weg nach Berlin fanden, ist die gute, zum Teil sogar enthusiastische Stimmung, die man rund um den Funkturm spüren konnte. Dazu haben nicht nur die zahlreichen Neuheiten beigetragen, über die wir in dieser und auch in der folgenden Ausgabe von PoS-MAIL ausführlich berichten. Hochkarätige Vorträge und gut aufgestellte Sonderflächen stellten die aktuellen Themen der Technologie-Branche in größeren Zusammenhängen dar – von der allgegenwärtigen künstlichen Intelligenz bis zur Nachhaltigkeit, die immer deutlicher das Potential zeigt, nicht zu einer Belastung, sondern zu einem attraktiven Geschäftsmodell für Industrie und Fachhandel zu werden.

Mit Recht zeigten sich die in Berlin vertretenen Hersteller ebenso wie die großen Kooperationen und Verbundgruppen begeistert von der IFA 2025. Dabei wurde einhellig betont, dass eine „richtige“ Messe auch im Zeitalter von Teams, Konferenzen und Sozialen Medien ihre Berechtigung hat. Denn auch im Digitalzeitalter werden Geschäfte immer noch von Menschen gemacht, und die hatten in Berlin viele Gelegenheiten, sich zu begegnen und untereinander auszutauschen, und sie machten rege Gebrauch davon. Wenn man die Kommentare auf der Internetseite ifa-berlin.com liest, sieht man kaum eine Stellungnahme, in der nicht der hohe Wert von persönlichen Begegnungen hervorgehoben wird.

Jetzt kommt es darauf an, die Impulse der IFA 2025 für ein erfolgreiches viertes Quartal zu nutzen, das unsere Branche dringend nötig hat. Das wird am besten gelingen, wenn alle Beteiligten aus Berlin die Botschaft mitnehmen, dass es am Ende nicht niedrige Preise, Cashback-Aktionen und Sonderrabatte sind, die Menschen zum Kauf motivieren, sondern die Faszination der Technologie und die Lösungen, mit denen sie das alltägliche Leben leichter macht. Dafür wünschen wir Ihnen in der wichtigsten Saison des Jahres viel Erfolg.


Thomas Blömer

Diese dürften sehr willkommen sein, denn der Umsatz mit Kaffeevollautomaten ist in Deutschland in der ersten Jahreshälfte um 3,7 Prozent zurückgegangen. In diesem Umfeld hat sich Jura allerdings gut behauptet und konnte seine Spitzenpositionen im Premiumsegment und im Fachhandel weiter ausbauen.

Um die verhaltene Nachfrage zu beleben, setzt Jura auf drei Elemente. „Durch die Inszenierung unserer Marke betonen wir den Premium-Charakter unserer Produkte“, erklärte Nikolaus. „Mit Innovationen schaffen wir Mehrwerte für unsere Handelspartner und einen hohen Nutzen für die Konsumenten. Der wichtigste Faktor bleibt aber der Mensch, denn nur mit kompetenter Beratung im Fachhandel können wir den Konsumenten die Vorteile unserer Produkte vermitteln. Dabei geht es nicht um die Geräte

*Jura
Geschäftsführer
Horst Nikolaus:
„Mit Innovationen
schaffen wir
Mehrwerte
für unsere
Handelspartner
und einen
hohen Nutzen für
die Konsumenten.“*



alleine, sondern auch darum, den Menschen auch Kenntnisse über die Kaffeervielfalt sowie die perfekte und individuelle Zubereitung zu vermitteln.“ Beim letzten Punkt gibt es noch durchaus Potential: Mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von 4,8 kg im Jahr liegt Deutschland noch längst nicht an der Spitze der europäischen Kaffeeverbraucher.

Vielfalt mit der neuen Jura Z10

Mit der Fähigkeit, nicht weniger als 51 Kaffeespezialitäten zuzubereiten, bietet die neue Generation der Jura Z10 sozusagen Vielfalt in vier Dimensionen, denn der Vollautomat bringt Hot und Cold Brew ebenso gut in die Tasse wie Light und Sweet Spezialitäten. Bei den letzteren kann man



Auch die neue Jura J10 twin beherrscht Hot Brew, Cold Brew, Light Brew und Sweet Foam und bietet zudem zwei Bohnenbehälter für unterschiedliche Bohnensorten.

mit den entsprechenden Aufsätzen dem Milchschaum nicht nur mit Sirup einen aromatischen Akzent verleihen, sondern auch Mocaccino und Schokoschaum zubereiten. Auch der Long Black, der wegen seines milden Profils besonders in Australien und Neuseeland beliebt ist, lässt sich mit der Z10 herstellen.

Herzstück des Vollautomaten ist das Präzisionsmahlwerk P.R.G.2+, das Mahlgrad und Menge automatisch steuern und auf das Aromaprofil des gewählten Getränks abstimmen kann. Mit der Aroma Selection lassen sich die Parameter auf den individuellen Geschmack abstimmen; fünf verschiedene Brühprozesse werden dem Charakter der jeweils ausgewählten Spezialität gerecht und sorgen für vielfältige Aromen von kräftig-intensiv bis mild und fruchtig.

Wie die bereits vor der IFA vorgestellte neue Jura E8 ist auch die Z10 mit dem Coffee Timer ausgestattet, der es in Verbindung mit der Jura App J.O.E. möglich macht, den Zeitpunkt festzulegen, an dem der frisch gebrühte Kaffee fertig sein soll. Ein neuer Regler erlaubt die individuelle Einstellung des Koffeingehaltes in drei Stufen. Assistenzfunktionen wie der Milk Assistant und der

Quality Assistant sorgen für eine unkomplizierte Pflege und Reinigung.

Ein gutes Verkaufsargument für die Jura Z10 ist auch ihr zeitloses Design mit der konvex-konkav geformten Frontseite. Das Bedienfeld ist nach außen gewölbt; dank der intuitiven Menüführung mit farblich hervorgehobenen Genusswelten gelingt die Auswahl der gewünschten Spezialität spontan und intuitiv. Der Wassertank wird durch ein edles Wellenmuster akzentuiert.

Die Jura Z10 ist ab sofort in den Farbvarianten Aluminium Black und Aluminium White für 2.499 Euro (UVP) erhältlich.



*Die neue
Jura Z10 kann
51 Spezialitäten
zubereiten –
von Hot und
Cold Brew bis zu
Light und Sweet
Getränken.*

Das Multitalent Jura J10 twin

Auch die neue Jura J10 twin steht für Vielfalt beim Kaffeegenuss: Sie kann 46 Spezialitäten zubereiten und beherrscht dafür die Disziplinen Hot Brew, Cold Brew, Light Brew und Sweet Foam. Zwei separate P.A.G.3+ Präzisionsmahlwerke ermöglichen die Auswahl der bevorzugten Kaffeebohnen, denn man kann unterschiedliche Röstungen oder koffeinfreien und koffeinhaltigen Kaffee bevorraten. Die Bedienung erfolgt über ein 6,7 Zoll großes, berührungsempfindliches Panorama Coffee Panel, auf dem man die unterschiedlichen Getränke mit einfachem Swipen und Antippen auswählen kann. Auch die Mischung der Kaffeebohnen, die Feinheit des Mahlgrades oder das Verhältnis von Kaffee mit Milch und Milchschaum in der Tasse lassen sich hier auswählen. Das klare Design betont die hochwertigen Materialien und bietet stilvolle Night-Chrome-Akzente.

Die Jura J10 twin ist ab Oktober in der Farbvariante Diamond Onyx für 2.249 Euro (UVP) erhältlich.

Die Jura C9 für Puristen

Mit der neuen C9 stellte Jura auf der IFA einen Kaffeefullautomaten vor, der für Hot Brew und Light Brew Kaffee entwickelt wurde und 17 Spezialitäten zubereiten kann – von klassischen Pure-Coffee-Varianten bis zu trendigen Kreationen wie Flat White, Cortado oder Espresso macchiato. Damit steht auch für Puristen ein Vollautomat zur Verfügung, der mit dem Light Extraction Process bei einer Brühtemperatur von 60 °C aromatisch-milde Ready-to-Drink-Getränke mit einem besonders milden Geschmacksprofil zubereiten kann. Für kurze Spezialitäten arbeitet der Vollautomat mit dem Pulse



Die neue Jura C9 ist eine gute Empfehlung für Liebhaber für alle, die beim Kaffeegenuss Wert auf außergewöhnliche Leistung und zeitloses Design legen..

Extraktionsprozess P.E.P., Kaffee- und Milchmenge sowie Temperatur können auch individuell eingestellt werden. Über einen Pulverschacht ist auch die Verwendung gemahlener Kaffees möglich, z. B. für die Herstellung koffeinfreier Getränke. Mit dem optional erhältlichen WiFi Connect lässt sich die C9 auch mit der Jura App J.O.E. verbinden.

Optisch setzt der kompakte Vollautomat mit seiner konvex-konkav geformten Front, einem harmonisch integrierten 2,8" großen Farbdisplay und dem wellenförmigen Design von Wassertank und Tassenplattform einen eleganten Akzent in der Küche. Das Gerät ist in der Farbe Piano Black ab sofort für 899 Euro (UVP) erhältlich.

Neuer Milchschaumer Hot & Cold

Mit dem neuen Milchschaumer Hot & Cold stellte Jura auf der IFA eine passende Ergänzung für coffee only Vollautomaten vor. Der neue Milchschaumer ist für Kuhmilch oder pflanzliche Alternativen geeignet und erzeugt in jedem Fall perfekten Schaum. Für besonders gute Ergebnisse empfiehlt Jura bei Milchalternativen die Barista-Varianten mit hohem Eiweiß und Fettgehalt.

Die Bedienung des Gerätes ist einfach: Für die gewünschte Spezialität genügt ein Knopfdruck; die richtige Temperatur ist voreingestellt. Mit seinem konischen Sockel, der abgerundeten Form und hochwertigen Materialien wie Edelstahl bietet der Milchschaumer einen harmonischen Anblick in der Küche, wo er dank seiner kompakten Abmessungen von 13 cm Durchmesser und 21 cm Höhe wenig Platz beansprucht.

Der Milchschaumer Hot & Cold erhitzt oder kühlt die Milch schnell und gleichmäßig; ein Stand-by Modus und eine Abschaltautomatik reduzieren den Energieverbrauch. Auch die Reinigung des Milchbehälters ist unkompliziert.

Der Jura Milchschaumer Hot & Cold ist ab sofort zum Preis von 99 Euro (UVP) erhältlich.



Der neue Milchschaumer Hot & Cold erzeugt aus Kuhmilch oder pflanzlichen Alternativen feinporigen Schaum.

INHALTSVERZEICHNIS

PoS-MAIL Aktuell – Nachrichten und Neuheiten

IFA 2025 mit 220.000 Besuchern	4, 7, 13, 15
ElectronicPartner mit Zuversicht auf der IFA	5
Erster Over-Ear-Kopfhörer von Loewe	6
Metz mit OLED-Neuheiten auf der IFA	8
Telekom: Manuel Wolf im Gespräch mit PoS-MAIL	8
Der Philips OLED+950 ist jetzt auf dem Markt	9
Die neue True X Surround 90A von Yamaha	10
Die Smart Control Pro Touch von One For All	11
Die IFA-Neuheiten von Panasonic	12
Neue Geschirrspüler-Generation, neue Backöfen von AEG	14
Die neue Wäschepflege-Lösung von LG	16
Bosch und Siemens Hausgeräte auf der IFA	17
Christoph Luis, Leiter des Vertriebskanals Elektrohandel bei der BSH	18
Der neue Cosori Iconic Single Airfryer	18

Rommelsbacher mit aktuellen Neuheiten auf der IFA	20
Smarte Samsung Hausgeräte mit AI	21
Severin mit neuer Markeninszenierung auf der IFA	22
Die neuen Space Master Hausgeräte von Midea	22
dittert Küchengeräte meldet erfolgreiche IFA	23
Temperaturgesteuerte Induktionskochfelder von Bauknecht	24
Kochfeld mit integriertem Dunstabzug von Amica	24
Das Smart-Home-Ökosystem von Haier	25
Sharp und Fidlock kooperieren im Bereich E-Mobilität	26
Die Koch-Innovationen von Miele auf der IFA	27
Xiaomi kündigt Mijia Haushaltsgeräte an	28
Repartly will das Reparieren einfach und günstig machen	29
Testsiege • Awards • Auszeichnungen	30
Impressum	31
Wagners Welt	31
PoS-MAIL@	31

Wechsel im Management des Miele-Vertriebs in Deutschland

Danijel Vladimirov hat zum 1. Oktober 2025 die Position des Vice President Sales der Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland KG übernommen. Er folgt auf Bernhard Hörsch, der künftig als Director Commercial Operations & Special Projects DACH im Unternehmen tätig sein wird. Unter seiner Führung sei das Geschäft in Deutschland entscheidend gestärkt worden, betonte Miele in einer Pressemitteilung. In seiner neuen Funktion werde Hörsch die Optimierung kommerzieller Prozesse sowie die Leitung strategischer Projekte zur Steigerung der Kundenzufriedenheit im B2B- und D2C-Umfeld verantworten.



Danijel Vladimirov (links) übernimmt die Position des Vice President Sales der Miele Vertriebsgesellschaft Deutschland KG von Bernhard Hörsch (rechts).

„Wir danken Bernhard Hörsch ganz herzlich“, sagte Christian Gerwens, Senior Vice President für die Region DACH. „Er hat die Rolle als Commercial Director Sales über viele Jahre hinweg mit großer Leidenschaft, Weitblick und Erfolg ausgefüllt – und dabei stets den Blick für Menschen, Zusammenarbeit und die langfristige Entwicklung des Geschäfts bewahrt. Zugleich freue ich mich, dass wir mit Danijel Vladimirov einen strategisch erfahrenen Experten aus den eigenen Reihen für die Rolle gewinnen konnten, der internationale Perspektiven, mehr als 15 Jahre Vertriebserfahrung in der Unterhaltungselektronik sowie der Groß- und Kleingeräteindustrie und eine besondere Nähe zum Fachhandel mitbringt.“

Vladimirov ist seit sechs Jahren in der Miele Gruppe und leitete zuletzt das Team Sales Channel and Account Management. Dabei verantwortete er das strategische internationale Key Account Management, das Projektgeschäft sowie die Zusammenarbeit mit Küchenmöbelherstellern. Zudem war er zuständig für die selektive Distribution mit kanalspezifischer Produktdifferenzierung und die Digitalisierung von Prozessen in der Zusammenarbeit mit B2B-Partnern.

Jan Hillebrand übernimmt Gesamtvertriebsleitung bei Caso Design



Jan Hillebrand

Am 1. September 2025 hat Jan Hillebrand die Gesamtvertriebsleitung beim Hausgeräte-Hersteller Caso Design in Arnsberg übernommen. In dieser Funktion will er nicht nur die nationalen Kundenbeziehungen festigen und ausbauen, sondern auch Schwerpunkte im internationalen Geschäft setzen und die Markenbekanntheit von Caso Design steigern. Zuletzt war der gebürtige Ostfrieser als Geschäftsbereichsleiter Vertrieb bei der expert SE tätig.

„Wir freuen uns, dass sich Jan für uns entschieden hat, und wollen gemeinsam mit ihm die weitere Entwicklung

Rainer Führes verlässt Canon Deutschland



Dr. Markus Naegeli (rechts) hat am 30. August zusätzlich zu seiner Funktion als CEO von Canon Schweiz auch die Geschäftsführung von Canon Deutschland von Rainer Führes übernommen.

Nach über 30 Jahren im Canon-Konzern – davon 11 Jahre als Geschäftsführer von Canon Deutschland – hat Rainer Führes das Unternehmen verlassen. Seit dem 30. August 2025 hat Dr. Markus Naegeli zusätzlich zu seiner Funktion als CEO von Canon Schweiz auch die Geschäftsführung von Canon Deutschland übernommen. Er berichtet direkt an Shinichi „Sam“ Yoshida, der seit dem 1. März als Präsident und CEO von Canon Europa, Naher Osten und Afrika (EMEA) amtiert.

Naegeli arbeitet seit 2002 bei Canon und hat nach seinem Einstieg bei Canon Schweiz verschiedene internationale Führungspositionen bekleidet, darunter die des Service Directors bei Canon Europa in London.

Von 2007 bis Mitte 2015 stand er an der Spitze von Canon Schweiz, bevor er von 2015 bis 2018 als Executive Vice President am EMEA-Hauptsitz in London das B2B-Office-Geschäft und strategische Transformationsprojekte verantwortete. Seit Ende 2018 führt er erneut die Canon Tochtergesellschaft in der Schweiz.

„Ich freue mich, neben meiner Funktion in der Schweiz nun auch die Verantwortung für Canon Deutschland zu übernehmen“, kommentierte Naegeli seine zusätzliche Aufgabe. „Deutschland ist ein Schlüsselmarkt für Canon in Europa. Gemeinsam mit unseren Teams und Partnern wollen wir die Nähe zu unseren Kunden weiter ausbauen und die digitale Transformation konsequent vorantreiben.“

Canon dankt Rainer Führes für sein langjähriges Engagement und seine erfolgreiche Arbeit als Geschäftsführer, heißt es in einer Pressemitteilung. Unter seiner Leitung wurden wichtige Integrations- und Transformationsprojekte umgesetzt, welche die heutige Marktposition maßgeblich geprägt haben. Canon wünscht Rainer Führes für die Zukunft alles Gute und viel Erfolg bei seinen neuen Projekten.

von Caso Design vorantreiben“, kommentierte Geschäftsführer Peter Braukmann Hillebrands Wechsel aus Langenhagen ins Sauerland. „Seine vielseitige und langjährige Erfahrung in unserer Branche sowie die offene und teamorientierte Einstellung wird uns helfen, Caso Design langfristig erfolgreich im Markt zu positionieren.“ „Ich bin überzeugt, dass ich gemeinsam mit dem Vertriebsteam den Ausbau und die Intensivierung der Geschäftsbeziehungen voranbringen kann“, erklärte Jan Hillebrand. „Und ich bedanke mich für das Vertrauen von Bernd und Peter Braukmann. In dem attraktivem Produktportfolio von Caso Design sehe ich großes Potential, und ich freue mich darauf, daran mitwirken zu können, die nächsten Meilensteine zu gestalten.“

Neuer Channel Lead Kitchen/Furniture bei Beko Germany



Roman Zimmer

Zum 1. September 2025 hat Roman Zimmer bei der Beko Germany GmbH als Channel Lead Kitchen/Furniture die Verantwortung für den Vertrieb im Küchen- und Möbelhandel sowie für die Küchenmöbelhersteller übernommen. In dieser Funktion berichtet er direkt an Uwe Paul, Sales Director Germany.

Zimmer bringt langjährige Erfahrung aus leitenden Vertriebsfunktionen in der Hausgerätebranche mit. Zuletzt war er als Senior Key Account Manager bei SMEG Deutschland tätig. Davor verantwortete er bei Samsung Electronics Deutschland als Key Account Manager und Head of Key Account den Bereich White Goods/Home Appliances. Seine Karriere begann er im Vertriebsteam von Beko Deutschland/Grundig Intermedia, wo er bereits von 2011 bis 2018 tätig war. Zimmer folgt auf Peter Herzberger, der sich nach sechs Jahren Tätigkeit als Vertriebsleiter Möbel-/Küchenfachhandel auf eigenen Wunsch entscheiden hatte, das Unternehmen zu Ende August 2025 zu verlassen. „Wir danken Peter Herzberger für seinen Einsatz und sein Engagement und wünschen ihm für seinen weiteren Weg alles Gute!“, so Paul. Zur M.O.W. 2025 hat

Christian Unger die Verantwortung an Roman Zimmer übergeben und richtet seinen Fokus künftig auf eine neue, zentrale Führungsaufgabe im Bereich Einbaugeräte innerhalb des Konzerns.

Neuer Telekom Privatkunden-Chef



Axel Orbach (links) hat das Amt als Geschäftsführer Privatkunden der Telekom Deutschland GmbH von Wolfgang Metze zum 1. Oktober übernommen.

Wolfgang Metze hat das Unternehmen im besten gegenseitigen Einvernehmen zum 30. September 2025 verlassen. Axel Orbach hat das Amt des Geschäftsführers Privatkunden der Telekom Deutschland

GmbH zum 1. Oktober übernommen.

Metze übernahm die Verantwortung als Geschäftsführer Privatkunden im August 2023. In dieser Rolle war er verantwortlich für das Festnetz- und Mobilfunkgeschäft der Deutschen Telekom, MagentaTV, ein durchgängiges Kundenerlebnis über alle Kanäle sowie für die Strategie und Steuerung von Glasfaser.

Unter der Leitung von Wolfgang Metze konnte die Telekom die Marktführerschaft in Deutschland ausbauen und die Kundenzufriedenheit weiter steigern. So hat das Unternehmen in Metztes Zeit erfolgreich Mobilfunktarife ohne Datenlimit eingeführt und auch damit stetiges Umsatz- und Ergebniswachstum erzielt. Zuvor hatte die Telekom mit einem dedizierten Glasfaser-Portfolio in Deutschland für Aufsehen gesorgt und die Kundenzufriedenheit durch personalisierte Angebote gesteigert. Die EURO 2024 förderte neben umfangreicher Berichterstattung bei MagentaTV und Aktionen wie unlimitiertes Datenvolumen eine starke Kundenbindung und Rekordabsätze für das TV-Angebot der Telekom.

In seiner neuen Funktion wird Axel Orbach direkt an Rodrigo Diehl, Vorstandsmitglied der Deutschen Telekom und Geschäftsführer Telekom Deutschland, berichten.

IFA 2025 mit 220.000 Besuchern

Gute Stimmung in Berlin

Nach zwei Media- und fünf Messetagen zeigten schon die nüchternen Zahlen, dass die IFA 2025 ihre Rolle als globale Leitmesse erneut eindrucksvoll bestätigt hat: Mehr als 1.900 Aussteller (Vorjahr: 1.800) aus 49 Ländern zeigten auf 190.000 Quadratmetern Fläche ihre Produkte und Dienstleistungen, rund 220.000 Besucher (Vorjahr 215.000) belebten das Messegelände. Sie konnten sich über zahlreiche neue Produkte informieren und dabei Weltpremieren erleben – besonders in den Bereichen Home & Consumer Tech, Künstliche Intelligenz im Alltag, Robotics, Smart Home, Gaming und Content Creation.

Mit über 500 Bewerbungen stieß das neu eingeführte Programm IFA Innovation Awards auf eine große Resonanz. Ebenfalls eine gelungene Premiere verzeichnete der erste IFA Retail Leaders Summit, der namhafte internationale Top-Händler und Tech-Unternehmen anzog. Zu den letzteren gehörte der mit einer Keynote vertretene Softwarekonzern Microsoft, der künftig stärker eingebunden werden soll, sowie das Unternehmen AMD.

Große Medienpräsenz

Zudem erzielte die IFA 2025 eine besonders hohe Reichweite in den internationalen Medien: Die Zahl der Pressekonferenzen stieg um 16 Prozent. Auch das Konferenzprogramm legte zu: Mit deutlich mehr Keynotes und hochkarätigen Referenten waren z. B. die Innovation Stage und die Dream Stage durchgängig ausgebucht. Besonders die neuen Freitagnachmittag-Keynotes, bei denen u. a. Jack Shuai Li, CEO von JD Worldwide auftrat, sorgten für Aufsehen und trugen dazu bei, dass die Vortragsveranstaltungen 50 Prozent mehr Besucher verzeichneten als 2024. Der deutlich erweiterte Creator Hub wurde von über 1.200 Influencern und Content Creators besucht – ein Zuwachs von mehr als 50 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Viele neue Formate

Die etablierten und neuen Formate Beauty Hub, Creator Hub sowie die Communication & Connectivity Areas und der Mobility Track fanden ein interessiertes Publikum, ebenso die Outdoor Gardening & Cooking-Zone und der RoboCup.

Auch der IFA Sommergarten erwies sich erneut als attraktives Ziel – besonders für Vertreter der Gen Z, Gen Alpha und für Familien. Dabei hatte die IFA auch noch Pech: Das für den 5. September geplante Konzert von Joy Denalane und Max Herre musste ganz kurzfristig gestrichen werden, nachdem die beiden Künstler ihre gesamte Tour aus



gesundheitlichen Gründen am 4. September abgesagt hatten. Dafür war die Open Air Performance von Ikkimel & Friends mit rund 10.000 Besuchern ebenso ausverkauft wie die Auftritte von Fest & Flauschig sowie Jan Böhmermann und Olli Schulz. Auch die Präsenz der Politik unterstrich die Führungsposition der IFA. Zu den hochkarätigen Gästen gehörten u. a. Dorothee Bär (Bundesministerin für Forschung, Technologie und Raumfahrt), Kai Wegner (Regierender Bürgermeister von Berlin), die Berliner Wirtschaftssenatorin Franziska Giffey, der frühere Vizekanzler und Wirtschaftsminister Robert Habeck sowie Persönlichkeiten aus der Sport und

Tech-Szene, darunter Ex-Fußball-Nationalspieler Bastian Schweinsteiger und der Tech-Blogger Sascha Pallenberg. Auch der bewährte Reseller Park, der in diesem Jahr erstmals im Hub27 platziert war, erwies sich erneut als Publikumsmagnet. Hier konnte sich der Fachhandel über die Angebote von mehr als 200 internationalen Ausstellern informieren.

„Die IFA hat 2025 wieder gezeigt, wie eng Technologie, Handel und Kultur heute miteinander verbunden sind“, kommentierte Leif Lindner, CEO der IFA Management GmbH. „Wir sind stolz, dass die IFA auch in diesem Jahr zum Treffpunkt der internationalen Tech-Welt geworden ist und wir neue Maßstäbe für internationale Zusammenarbeit setzen konnten. Die IFA baut Brücken und steht für Innovation, Connectivity, Networking und Weltoffenheit. Genau das macht sie für Aussteller, Besucher und die Politik gleichermaßen attraktiv. Dass bereits jetzt zahlreiche Aussteller ihre Teilnahme für 2026 zugesagt haben, bestätigt, dass das neue IFA Konzept aufgeht.“ Neben Branchenriesen wie LG Electronics, TCL und Vestel lägen bereits zahlreiche Zusagen weiterer Unternehmen für eine erneute Beteiligung an der IFA 2026 vor, die 4. bis 8. September 2026 auf dem Messegelände Berlin stattfinden wird.

Stimmen aus dem Fachhandel

„Die Verbundgruppe ElectronicPartner konnte die Messe erneut für gute und wichtige Gespräche nutzen. Mein persönliches Highlight war in diesem Jahr der IFA Retail Leaders Summit: super organisiert, genau die richtigen Themen für unsere aktuellen Herausforderungen – und es hat echt Spaß gemacht!“

Matthias Assmann, Vorstand ElectronicPartner Handel SE

„Die IFA 2025 war ein starker Impulsgeber und hat sowohl unsere Erwartungen als Mehrbranchenverbundgruppe EK Retail als auch die unserer Händler von electroplus küchenplus wieder einmal übertroffen. Gerade in herausfordernden Zeiten ist der Zusammenhalt aller Marktteilnehmer besonders wichtig. Unser Dank geht an das IFA Management, die GFU sowie an alle Aussteller und Besucher für den großartigen Branchenaustausch.“

Jochen Pohle, Chief Retail Officer electroplus küchenplus

„Die IFA 2025 hat Hightech-Innovation mit klaren strategischen Konzepten verbunden, von zukunftsfähigen Formaten bis hin zur Rolle als bedeutende Bühne für Handel und Industrie. Besonders beeindruckend ist, wie Künstliche Intelligenz als integraler Treiber in nahezu jedem Bereich mittlerweile sichtbar wird. Damit wird die Messe ihrem Ruf als Impulsgeber für die Erwartungen von morgen mehr als gerecht. Deshalb ist klar: Als Europas führender Handelsakteur sind wir selbstverständlich auch 2026 wieder mit dabei.“

Benedict Kober, Sprecher des Vorstands, Euronics Deutschland eG

„Die IFA 2025 war für uns erneut ein großer Erfolg. Unser neuer Messeauftritt mit dem Fokus auf unsere Gesellschafter und Partner wurde mit großer positiver Resonanz aufgenommen und hat den persönlichen Austausch nachhaltig gestärkt. Ein besonderes Highlight waren die Besuche unserer Kolleginnen und Kollegen von expert International, die den länderübergreifenden Dialog und die Zusammenarbeit weiter intensiviert haben. Wir haben diese Impulse direkt an unsere Kunden in verschiedene Länder von expert International über unsere Social-Media-Kanäle weitergeleitet.“

Dr. Stefan Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE

„Unsere Teilnahme auf der diesjährigen IFA in Berlin war sehr erfolgreich und wir sind mit der Resonanz äußerst zufrieden. Besonders hervorheben möchten wir den Besuch unserer Technik-Profi Händler der UniElektro im Rahmen ihrer organisierten Tour am Samstagmorgen am Stand von Telering in Halle 2.2, bei dem wir sie stimmungsvoll begrüßt und ihnen einen kurzen Rundumblick zu relevanten Themen gegeben haben. Wir freuen uns auf die weiteren Impulse und Kooperationen aus der Messe.“

Udo Knauf, Geschäftsführer, Telering Marketing GmbH & Co. KG

ElectronicPartner mit Zuversicht auf der IFA

Keine Angst vor dem Wandel

Mit einem selbstbewussten Auftritt präsentierte sich ElectronicPartner auf der IFA als Verbundgruppe mit Zukunftskonzepten. Bereits am Vortag der Messe kamen die Medimax Franchisepartner zur Unternehmertagung zusammen, um sich über aktuelle Entwicklungen auszutauschen. Am Morgen des ersten Messetages präsentierten die Vorstände Friedrich Sobol und Matthias Assmann in der traditionellen Presserunde aktuelle Geschäftszahlen, stellten Projekte für die Zukunft vor und diskutierten mit den Teilnehmenden über die bekannten Herausforderungen für die Branche.

Auf der Galerie im Palais war der Stand der Verbundgruppe sehr gut besucht und wurde von Mitgliedern und Partnern aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden sowie internationalen Gästen aus dem E-Square-Verband für Networking und entspannte Pausen genutzt.

Wachstum bei EP:

In Deutschland verzeichnete die Marke EP: in den ersten sechs Monaten dieses Jahres ein Umsatzplus von vier Prozent im Vergleich zum Vorjahr. „Wir reden nicht über Service, wir machen ihn“, erklärte Friedrich Sobol die positive Entwicklung. Folgerichtig lag das Wachstum bei den EP:-Betrieben sogar bei elf Prozent. Seit dem 1. Januar verzeichnete die Kooperation 22 neue Unternehmer – neun von ihnen als interne Nachfolge in oder neue Eigentümer von bestehenden Mitgliedsbetrieben; die übrigen 13 stießen aus anderen Kooperationen oder als zuvor unkooperierte Unternehmen zur Verbundgruppe. Im Servicebereich steht bei ElectronicPartner derzeit der Aufbau eines Reparaturnetzwerks im Mittelpunkt; er befindet sich aktuell in der entscheidenden Planungsphase, berichtete Matthias Assmann. Ziel sei es, ein flächendeckendes Netz aus Annahmestellen und Reparaturpartnern zu schaffen, das Verbraucher mit kurzen Wegen und zuverlässigem Service überzeugt. Um möglichst viele Händler hierfür zu gewinnen, arbeitet ElectronicPartner nicht nur weiter mit Teleming, sondern auch mit den electroplus-Händlern von EK Retail zusammen.

Medimax konnte sich dagegen beim Umsatz den aktuellen Marktentwicklungen nicht entziehen und verzeichnete im ersten Halbjahr ein Minus von ca. fünf Prozent; verbesserte Margen hielten die Erträge aber fast auf Vorjahresniveau. Der Umbau bestehender Märkte geht zügig voran: Im Laufe des Jahres 2025 wurden bisher 13 von 14 geplanten Projekten bereits umgesetzt, im Oktober soll noch eine Wiedereröffnung in Berlin-Pankow folgen. Insgesamt werden dann zwölf Wiedereröffnungen und zwei Neueröffnungen abgeschlossen sein, dabei haben fünf Märkte in Kooperation mit der MHK eine eigene Küchenabteilung in-



Die Vorstände Matthias Assmann (links) und Friedrich Sobol stellten in der traditionellen Presserunde gute Zahlen und interessante Konzepte für die Verbundgruppe vor.

tegriert. Zusätzlich steht im November eine Neueröffnung unter der Marke ProMarkt an.

Wendepunkt legt weiter zu

Wendepunkt – die Marke von ElectronicPartner für den Vertrieb nachhaltiger Energielösungen – wächst weiter und ist inzwischen nicht nur in Deutschland, sondern auch in Österreich und der Schweiz präsent. Seit dem Start im Jahr 2024 bieten bereits 122 Mitgliedsbetriebe Dienstleistungen rund um Photovoltaik, Stromspeicher, Wärmepumpen und Energiemanagement an. Mit Zarske in Wustermark wurde jüngst der erste Wendepunkt-Markenhändler als neues Mitglied gewonnen. Zudem konnten neue Lieferanten wie eon, IBC Solar, Sunbooster und Bosch Power Tools an Bord geholt werden.

Auch die ersten Handwerksbetriebe mit eigener Marktpräsenz in den Bereichen Solarenergie/Elektroinstallation sowie dem SHK-Handwerk konnten für Wendepunkt gewonnen werden – ein Betrieb in Österreich, vier in Deutschland. Diese Unternehmen bleiben eigenständig, haben aber zu attraktiven Konditionen Zugang zum gesamten Wendepunkt-Portfolio, das neben Photovoltaiklösungen und Wärmepumpen auch Dienstleistungen wie smarte Ökostromtarife, Heimenergie-Management Systeme, Solarzäune und PV-Carports umfasst.

Mit der Expansion in die Schweiz und der Anbindung neuer Fachbetriebe will ElectronicPartner die Rolle von Wendepunkt als ernstzunehmender Anbieter ganzheitlicher Lösungen für erneuerbare Energien unterstreichen und auf diese Weise Wachstum für die gesamte Verbundgruppe generieren. „Die Entwicklung zeigt: Wendepunkt ist keine kurzfristige Reaktion auf die Energiewende, sondern unse-

re langfristige Antwort darauf“, betonte Sobol. „Ein flexibles, modernes und erfolgreiches Geschäftsmodell – und nun auch auf internationaler Ebene eine stabile Säule unserer Verbundgruppe.“

Fachkräfte gewinnen und fördern

Gerade in den derzeit herausfordernden Zeiten setzt ElectronicPartner auf qualifiziertes Personal: „Ein schwieriges Jahr lässt sich mit vertrieblicher Exzellenz und motivierten Teams meistern“, erklärte Sobol. Deshalb wurde bereits im vergangenen Jahr mit der „ElectronicFamily“ eine gruppenübergreifende Kampagne für diese Arbeitgebermarke gestartet, unter der sich ElectronicPartner, EP: und Medimax gemeinsam am Arbeitsmarkt positionieren. Ein weiterer Meilenstein in der Nachwuchsförderung ist die Young Partner Masterclass, die aufgrund der starken Nachfrage im Herbst mit zwei parallelen Klassen startet. Innerhalb der Verbundgruppe richtet sich die zweijährige Weiterbildung an potenzielle Nachwuchs-Unternehmerinnen und -Unternehmer, denen sie mit acht Präsenzmodulen unter anderem Kompetenzen in den Bereichen Führung, Betriebswirtschaft, Digitalisierung und Standortanalyse vermittelt. Die Veranstaltungen finden sowohl in der Düsseldorfer Zentrale als auch bei ausgewählten Industriepartnern wie Miele, Hama und De'Longhi statt.

Auf dem ElectronicPartner-Stand der Verbundgruppe auf der Galerie im Palais gab es viele Gelegenheiten zu interessanten Fachgesprächen und zur Entspannung.



Wechsel in der Geschäftsführung bei HIW



Dominik Denzner

Dominik Denzner hat am 1. Oktober neben Peter Heller die Geschäftsführung der HIW Gesellschaft für Warenwirtschaftssysteme mbH übernommen. Die 50prozentige Tochter der Euronics Deutschland eG entwickelt für den Handel Softwarelösungen sowie Konzepte rund um Omnichannel, Warenwirtschaft und digitale Prozesse. Denzner folgt in seiner neuen Position dem Sprecher des Vorstands Euronics Deutschland, Benedict Kober.

Denzner verantwortet derzeit bei Euronics die Bereiche POS-IT sowie Supply Chain Management und bringt damit eine enge thematische Nähe zu den Aufgaben der HIW mit. Zudem erhält Dr. Martin Moro, der seit über 20 Jahren als Leiter der Softwareentwicklung bei der HIW tätig ist, Prokura für das Unternehmen.

„Mit der Doppelrolle als Vorstandssprecher und Geschäftsführer der HIW haben wir in den vergangenen Jahren wichtige Impulse gesetzt“, kommentierte Kober. „Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, die Verantwortung in enger fachlicher Anbindung an das operative Geschäft weiterzugeben. Ich freue mich, dass wir mit Dominik Denzner einen ausgewiesenen Spezialisten aus den eigenen Reihen gewinnen konnten.“

„Die HIW hat sich in den vergangenen Jahren als zuverlässiger Partner für die Digitalisierung der Euronics Mitglieder etabliert“, fügte HIW-Geschäftsführer Peter Heller hinzu. „Mit Dominik Denzner in der Geschäftsführung und

Dr. Martin Moro als Prokurist stellen wir die Weichen für eine strategische Weiterentwicklung der HIW-Software. Der Fokus liegt auf der permanenten Optimierung von Geschäftsprozessen, der Integration von KI, Data-Warehouse-Lösungen und einer zentralen Datenverwaltung. So treiben wir den Ausbau der Omnichannel-Strategie von Euronics konsequent voran und stärken unsere Marktposition nachhaltig.“

Wertgarantie Profi-Tour in Nordmazedonien

Die diesjährige Profi-Tour, an der rund 240 erfolgreiche Absolventen des Wertgarantie-Profi-Trainings teilnahmen, führte vom 12. bis 14. September in das nordmazedonische Ohrid. Neben dem Austausch der Teilnehmer untereinander wurde auch das Rahmenprogramm gut angenommen. Auch der neue Wertgarantie-Angebotsrechner für „3 für 2“ wurde thematisiert und die vielen Vorteile ausgiebig diskutiert.

Das Feedback der Teilnehmer fiel sehr positiv aus, auch Ruben Rehner von expert Gröblichhoff in Wittlich zeigte sich begeistert: „Die Aussicht auf die Profi-Tour motiviert so sehr, dass ich am Ende des Jahres bei knapp

600 Verträgen rauskomme. Und nächstes Jahr bin ich definitiv wieder dabei. Kroatien 2024 war schon toll, aber Nordmazedonien hat dies getoppt.“ Jan Maybaum von der MacSystems GmbH in Bielefeld ergänzte: „Ich bin total glücklich, zum wiederholten Mal Teil der Profi-Tour gewesen zu sein und mit so vielen tollen Leuten gemeinsam feiern zu können. Und noch ein Tipp von mir: Nutzt den ‚3 für 2‘-Rechner, ladet ihn euch runter und zeigt ihn den Kunden, dann ist ‚9 für 6‘ keine Utopie mehr.“

„Nach den tollen Zielen in Kroatien war es schwer vorstellbar, dass Nordmazedonien dies noch toppen kann“, erklärte Maurice Jöhler, Leiter Außendienst bei Wertgarantie. „Aber das hat es. Die Verkäuferinnen und Verkäufer unserer Fachhandelspartner hatten eine tolle Zeit und haben es sich auch verdient, für ihren super Job tagtäglich auf der Fläche belohnt zu werden. Denn so motivieren wir sie auch ein Stückweit, immer weiterzumachen. Mit dem neuen Angebotsrechner haben wir zudem unser



Die Teilnehmer der diesjährigen Wertgarantie Profi-Tour im nordmazedonischen Ohrid.

neues Tool in den Mittelpunkt gestellt, um zu zeigen, wie einfach es künftig geht, ‚3 für 2‘, ‚6 für 4‘ oder gar ‚15 für 10‘ abzuschließen. Im Übrigen waren auch in diesem Jahr Stimmung und Atmosphäre sensationel, und so hatten wir alle enormen Spaß.“

Loewe leo Travel Beyond Sound.



Innovative KI-Kopfhörer für eine neue Dimension des Hörens.

LOEWE.
Home of Excellence.

loewe.tv      

Erster Over-Ear-Kopfhörer von Loewe

Start mit zwei Botschaftern

Loewe hat den ersten Over-Ear-Kopfhörer der Marke angekündigt. Mit dem neuen Loewe leo will das Unternehmen nach eigener Aussage eine neue Produktkategorie erschließen und an seine über 100-jährige Tradition hochwertiger audiovisueller Handwerkskunst anknüpfen. Dabei wird das Unternehmen von zwei prominenten Markenbotschaftern unterstützt. Neben Fußballstar Kylian Mbappé, der die Marke bereits seit 2024 vertritt, wird auch der DJ und Produzent David Guetta die Einführung der neuen Kopfhörer begleiten. Die beiden Persönlichkeiten stehen im Mittelpunkt der neuen globalen Kampagne Travel Beyond Sound.

Als eigenständige HiFi-Audiolösung ist der Loewe leo u. a. mit einem hochwertigen Digital-Analog-Wandler, einem High-End-Verstärker sowie 50-mm-Treibern mit OCE-Membran ausgestattet und unterstützt hochauflösende Audio-Codecs. Adaptive Geräuschunterdrückung (Adaptive ANC),



Mit dem ersten Over-Ear-Kopfhörer Loewe leo will das Kronacher Traditionsunternehmen ein neues Marktsegment erschließen.

Transparenzmodus, Hi-Res Audio Wireless, Spatial Audio, Dolby Atmos und Bluetooth LE Audio lassen kaum technische Wünsche offen; der Codec LC3+ bei 96 kHz / 24 Bit ermöglicht eine hochaufgelöste, kabellose Wiedergabe. Mit der Mimi Sound Personalisierung über die Loewe App kann der Klang

an das individuelle Hörprofil angepasst werden. Die Steuerung erfolgt über Drehregler und berührungsempfindliche Bedienelemente.

Viele Komfortfunktionen

Der Loewe leo unterstützt smarte Technologien wie Sprachassistenten, Echtzeit-KI-Übersetzung und Multi-

point-Konnektivität. Mit bis zu 65 Stunden Akkulaufzeit kann der Kopfhörer mehrere Tage lang unterbrechungsfrei genutzt und dann über USB-C wieder aufgeladen werden. Die meisten Bauteile des Kopfhörers können nach Angaben von Loewe im Falle eines Defekts repariert oder ausgetauscht werden. Der in den Farben midnight blue und moonlight beige für 1.299 Euro (UVP) erhältliche Loewe leo ist mit einem eloxierte Aluminiumrahmen und Polstern aus echtem Leder ausgestattet. Zehn Exemplare wurden von dem New Yorker Luxusjuwelier Jacob & Co. zur Loewe leo – Bespoke Edition veredelt, deren Verkaufspreis im sechsstelligen Euro-Bereich liegt.

Die Kampagne Travel Beyond Sound stellt mit Kylian Mbappé und David Guetta zwei unterschiedliche Persönlichkeiten in den Mittelpunkt, die das Empfinden von Klang als Ausdruck von Energie und Emotion verbindet. „Mit Loewe leo haben wir mehr als nur Kopfhörer geschaffen“, kommentierte Aslan Khabliev, Geschäftsführer und Inhaber von Loewe Technology. „David und Kylian verkörpern den Geist von Travel Beyond Sound. Sie bewegen sich durch die Welt und werden vom Klang von Loewe getragen. Ihre Geschichten zeigen, wie Musik und Performance zu einer einzigen, kraftvollen Reise verschmelzen.“

Metz mit OLED-Neuheiten auf der IFA

Sondermodell und Großbild TV

Metz kündigte auf der IFA zwei neue OLED-Modelle an, die dem Fachhandel im wichtigen vierten Quartal zur Verfügung stehen. Neben dem OLED-Flaggschiff Metz Primus in der respektablen Größe von 77 Zoll kommt das limitierte 55 Zoll Sondermodell Aurus silverline mit fünf Jahren Garantie in Deutschland und Österreich auf den Markt.

Zum Preis von 2.499 Euro (UVP) gibt es eine umfangreiche Ausstattung. Der Aurus silverline unterstützt aktuelle HDR-Formate wie HDR10, HLG, HDR10+ und Dolby Vision; dank pixelgenauer Helligkeitssteuerung und leistungsstarkem Bildprozessor erzeugt er TV-Bilder mit hoher Schärfe, Farbbrillanz und flüssiger Bewegungskontrast. Mit dem Twin-Multi-Tuner und zwei CI+ Schnittstellen werden alle gängigen Empfangswege unterstützt; auch USB-Recording und umfangreiche Timeshift- sowie Aufzeichnungsfunktionen gehören zur Ausstattung. Aufzeichnungen können direkt aus dem EPG programmiert werden, auch Serien-Aufnahmen sind möglich. Dabei können andere Programme parallel angeschaut werden.



Das 55 Zoll Sondermodell Aurus silverline bietet ein attraktives Preis-Leistungsverhältnis.

Für den guten Ton sorgt das MetzSound-Pro-System mit Zwei-Wege-Bauweise, Bassreflex-Kanal und sechs nach vorne abstrahlenden Lautsprechern, die dezent hinter einem Akustikstoff in Silbergrau verborgen sind.

Großer Primus

Ein Jahr nach der Vorstellung des Prototyps ist das neue Metz OLED-Flaggschiff Primus mit 77-Zoll großem Metea-OLED-Bildschirm jetzt verfügbar. Dank der Mikrolinsen-Array-Technologie (MLA) erzielt das Gerät beeindruckende Helligkeitswerte mit hohen Kontrasten und bril-

lantenen Farben. Der passende Sound kommt aus einem MetzSoundPro 2-Wege-Vollaktivsystem mit Bassreflex, das in einem verwindungssteifen MDF-Gehäuse mit massiver Aluminium-Schallwand sitzt und 160 W Musikleistung (2 x 50 W Tieftöner und 2 x 30 W Mittel-Hochton-Lautsprecher) bietet.

Der neue Metz Primus 77 Zoll ist als Wandlösung (UVP 7.999 Euro), mit Stand- (UVP 8.598 Euro) oder mit Tischfuß (UVP 8.598 Euro) erhältlich.



Meta-OLED-Technologie, erstklassiger Klang und eine imposante Größe von 77 Zoll: das Metz Flaggschiff Primus.

Manuel Wolf im Gespräch mit PoS-MAIL

„Die Partner sind nicht alleine“

Am 1. August 2025 hat Manuel Wolf die Leitung Telekom Partner von Georg Schmitz-Axe übernommen. Die neue Aufgabe bedeutet für den Manager kein Neuland: Er bringt 20 Jahre Erfahrung in den Bereichen Vertrieb, Operation, Kunden- und Partnermanagement im Technologie- und Telekommunikationsumfeld mit; vor der Übernahme seiner derzeitigen Position war er erfolgreich für das operative Geschäft des Bereichs Sales & Care in Süddeutschland verantwortlich. Von seinem Vorgänger hat Wolf eine gut aufgestellte Organisation übernommen, in der es auch spezielle Herausforderungen gibt. Denn der technische Fachhandel bekommt in vielen Bereichen die Konsumzurückhaltung der Konsumenten zu spüren. PoS-MAIL hat mit Manuel Wolf darüber gesprochen, wie er seinen Einstieg erlebt hat und mit welcher Unterstützung die Telekom Partner im vierten Quartal dieses Jahres und darüber hinaus rechnen können.

PoS-MAIL: Herr Wolf, die berühmten 100 Tage sind noch nicht ganz rum. Deshalb danken wir Ihnen besonders, dass Sie sich schon jetzt zu einem Interview bereit erklärt haben. Wie haben Sie den Start in Ihre neue Position als Leiter Telekom Partner erlebt?

Manuel Wolf: Ich habe die vergangenen Wochen und Monate als besonders intensive und spannende Zeit erlebt, in der ich vor allem zugehört und Kontakte zum technischen Fachhandel, aber auch zu anderen Vertriebspartnern der Telekom aufgebaut habe. Dabei habe ich viel Tatendrang und Optimismus wahrgenommen, und ich bin begeistert, mit welchem Engagement unsere Partner mit der Telekom zusammenarbeiten.

PoS-MAIL: Hat Sie der Optimismus nicht überrascht? Immerhin steht der technische Fachhandel auch in diesem Jahr vor großen Herausforderungen...

Manuel Wolf: Natürlich geht die aktuelle Kaufzurückhaltung vieler Konsumenten nicht spurlos an unseren Partnern vorbei. Aber aktive Händler wissen: Hohe Qualität bei Service und Beratung hilft dabei, auch in schwierigen Zeiten solide Ergebnisse zu erzielen. Und sie wissen, dass sie sich auf die Produkte, Tarife und Marketingmaßnahmen der Telekom verlassen können. Unsere Partner sind nicht alleine, sondern wir unterstützen, wie Sie schon häufig berichtet haben, mit umfassenden Maßnahmen auf allen Ebenen.

PoS-MAIL: Künstliche Intelligenz ist bekanntlich in aller



Manuel Wolf, Leiter Telekom Partner: „Ich bin begeistert, mit welchem Engagement unsere Partner mit der Telekom zusammenarbeiten.“

Munde – auch bei der Telekom und ihren Partnern. Ihr Angebot, den Händlern mit KI-Avataren die persönliche Ansprache von Kunden in digitalen Medien zu ermöglichen, ist in diesem Frühjahr gut gestartet. Hat sich die positive Entwicklung fortgesetzt?

Manuel Wolf: Die KI-Avatare wurden von unseren Partnern tatsächlich von Anfang an gut aufgenommen – aus gutem Grund, denn zum einen ist das Konzept innovativ und macht Spaß, aber noch wichtiger sind die überzeugenden Effekte, die man damit erzielen kann. Die Praxis hat gezeigt: Avatare dienen der authentischen Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden, sie können dem Einzelhandel neue Zielgruppen zuführen und damit Wachstumsimpulse geben. Das spricht sich herum, und deshalb wächst die Zahl der teilnehmenden Telekom Partner stetig. Wir werden das Konzept auch in Zukunft weiterentwickeln.

PoS-MAIL: Zum Thema KI gehört auch das KI-Phone T Phone 3, das ebenso wie das T Tablet 2 seit August auf dem Markt ist. Diese Produkte haben in den Medien viel Beachtung gefunden. Sind auch die Telekom Partner vom KI-Phone überzeugt?

Manuel Wolf: Das KI-Phone ist tatsächlich ein Highlight, das wir mit breiter Brust kommunizieren können. Es bietet ein phantastisches Preis-/Leistungsverhältnis und macht KI für alle zugänglich. Das haben auch unsere Partner sofort verstanden, denn beim T Phone 3 ist KI kein Selbstzweck, sondern sie bringt einen konkreten Kundennutzen, der sich am PoS hervorragend vermitteln lässt. Das wirkt über das Gerät hinaus: Mit dem KI-Phone haben unsere Partner die Möglichkeit, sich bei den Kundinnen und Kunden als KI-Experten zu profilieren und sie zu unterstützen, diese faszinierende Technologie in ihren Alltag zu integrieren.

PoS-MAIL: Die Telekom hat in diesem Jahr neue Mobilfunktarife eingeführt, mit denen die Kunden noch mehr

Leistung für ihr Geld erhalten. Hat diese neue Tarif-Struktur die gewünschten Impulse gebracht – auch und gerade für die Telekom Partner?

Manuel Wolf: Mit den neuen Tarifen machen wir in der Tat dem Verkaufspersonal bei den Telekom Partnern das Verkaufen noch einfacher. Denn die Tarife sind leicht zu verstehen und bieten mehr Leistung als früher. Das hilft bei der Argumentation im Vergleich mit Wettbewerbsprodukten und verbessert so die Vermarktungsmöglichkeiten für unsere Partner.

PoS-MAIL: Für den technischen Fachhandel ist das vierte Quartal bekanntlich besonders wichtig. Welche Schwerpunkte will die Telekom in dieser verkaufsstarken Zeit setzen?

Manuel Wolf: Das vierte Quartal ist tatsächlich für unsere Partner und auch für die Telekom die wichtigste Zeit im Jahr. Hier kommen attraktive Produkte wie das neue iPhone wie gerufen. Die Telekom wird in dieser verkaufsstarken Zeit wieder mit den Magenta Black Days für Wachstumsimpulse sorgen, und wir werden auch in der Vorweihnachtszeit mit weiteren Maßnahmen und spannenden Themen bei unseren Partnern Frequenz erzeugen. Neben den Angeboten bleiben wir auch bei der Unterstützung unserer Partner durch Training und Coaching des Verkaufspersonals im Partner Hub am Ball. Das Gleiche gilt für das Wachstumswerk, mit dem wir Führungskräfte besonders qualifiziert unterstützen.

PoS-MAIL: In den letzten Jahren hat die Telekom die Unterstützung für ihre Partner auch im Geschäftskundenbereich verstärkt. Entsprechen die Ergebnisse Ihren Erwartungen?

Manuel Wolf: Ja, denn das Geschäftskunden-Segment hat sich für unsere Partner in den letzten Jahren tatsächlich zu einem Wachstumsfeld entwickelt – dieser Trend setzt sich auch in diesem Jahr fort. Wir unterstützen unsere Partner mit gezielten On-Boarding-Programmen beim Einstieg in das KMU-Geschäft und bauen auch in diesem Bereich unsere Schulungs- und Trainingsmaßnahmen weiter aus. Dabei geht es nicht nur um die klassischen Geschäftskunden-Produkte, sondern auch um Mehrwerte wie Security und Ausfallschutz, die in dieser Zielgruppe eine besondere Bedeutung haben.

PoS-MAIL: Zum Schluss ein Ausblick ins nächste Jahr: Gibt es bei der Telekom bereits neue Ideen für Impulse, von denen Ihre Partner profitieren können?

Manuel Wolf: Wir haben sehr viele Ideen für 2026, aber ich kann Ihnen noch nicht viel verraten. Auf jeden Fall können unsere Partner damit rechnen, dass wir die Fußball-WM nutzen werden, um weitere Impulse und Verkaufsargumente für Magenta TV zu erzeugen.

PoS-MAIL: Herr Wolf, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

Der Philips OLED+950 ist jetzt auf dem Markt

Spitze für Filme und Gaming

Das neue TV-Flaggschiff der Marke Philips ist jetzt verfügbar. Mit vierseitigem Ambilight, der P5 Dual Engine der 9. Generation mit AI, Meta 3.0 OLED-Technologie sowie einem RGB-Tandem-Panel mit einer Spitzenhelligkeit von 3.700 Nits ist das Gerät für Kundinnen und Kunden gedacht, die bei Filmen und beim Gaming Bildqualitäten und Ambilight-Effekte auf höchstem Niveau erwarten.

Mit seiner einzigartigen Kombination aus hervorragender Bildqualität und einem immersiven Fernseherlebnis mit vierseitigem Ambilight soll der Philips OLED+950 neue Maßstäbe setzen. Der Hersteller verspricht sich von der 9. Generation des P5 AI Dual Engine-Prozessors sowie von dem OLED-Meta 3.0 Panel mit der primären RGB-Tandem-Technologie TV-Bilder in Referenzqualität.

Neben der hohen Bildqualität bietet der OLED+950 auch viele Möglichkeiten für personalisiertes Gaming. Die erweiterte Game Bar erkennt automatisch die beliebtesten Spiele, für welche die Anwender individuelle Anpassungen vornehmen und unter ihrem eigenen Profil speichern können, damit der Fernseher beim nächsten Mal automatisch das richtige Profil auswählen und die gewünschten



Den Philips OLED+950 gibt es in den Größen 65 und 77-Zoll.

Einstellungen vornehmen kann. Die neue Game Bar bietet zudem einen verbesserten Color Helper Modus, mit dem Farben aus einer noch größeren Palette als bei den Vorgängermodellen ausgewählt werden können. Neu ist auch eine Zoomfunktion, mit der Gamer die Minikarte des Spiels vergrößern, an eine andere Stelle auf dem Bildschirm verschieben und ihre Transparenz anpassen können.

Noch höhere Bildqualität

Die neue Generation des P5 AI Dual Engine-Prozessors bietet zahlreiche neue bzw. weiterentwickelte Technologien und Funktionen. Adaptive Intelligence nutzt zur Klassifizierung von Inhalten nicht nur wie bisher künstliche Intelligenz sowie maschinelles Lernen und Deep Learning, sondern verwendet auch zusätzliche Daten, z. B. trainierte In-Frame-Analysen, Metadaten, Quellinformationen, Vollbildanalysen, Umgebungserfassung und Big-Data für die Anpassung der Bildqualität. Ganz neu ist die Specular-Highlight-Funktion zur Kontrasterweiterung, die helle Details in Bildern aus HDR-Quellen intelligent hervorheben kann.

Die neue P5 AI Dual Engine enthält zudem eine neue KI-Funktion zur adaptiven Farbraumerweiterung, die speziell für Rec.709-Quellen gedacht ist und die Farbpalette erweitert, um Bilder lebendiger erscheinen zu lassen, ohne Hauttöne zu beeinflussen. Die Intensität der Farbverbesserung kann nach Geschmack eingestellt werden, z. B. natürlich, ausgewogen und lebendig.

Die OLED-Meta-3.0-Technologie des Displays beruht im Wesentlichen auf dem neuen Primary RGB Tandem-Panel, das eine gestapelte Vier-Schicht-Struktur mit reinen RGB-Lichtquellen verwendet. Dadurch wird der Farbraum auf 99,5 Prozent des DCI-P3 (83 Prozent BT2020) Farbraums vergrößert und gleichzeitig die Helligkeit erhöht. Sie erreicht bei bildschirmbefüllendem Weiß maximal 350 Nits und einen Spitzenwert von 3.700 Nits. Durch die verbesserte Ultra-Low-Reflection-Technologie werden nach Angaben des Herstellers mehr als 99 Prozent aller Reflexionen auf dem Bildschirm verhindert, so dass die Bildqualität auch in hellen Umgebungen erhalten bleibt. Mit einer verbesserten Panel-Stromversorgung trägt Meta 3.0 außerdem dazu bei, den Stromverbrauch im Vergleich zu herkömmlichen Panels um bis zu 20 Prozent zu senken. Für eine Klangqualität, die den TV-Bildern gerecht wird, ist der Philips OLED+950 mit einem 70 Watt starken 2.1-Soundsystem ausgestattet. Eine digitale Frequenzweiche steuert den linken und rechten Zweigege-Lautsprecher sowie den nach hinten gerichteten Triple-Ring-Tieftöner, der von vier Passivradiatoren unterstützt wird.

Neues Panel

Das neue Philips TV-Flaggschiff arbeitet mit der neuesten Version des Google TV-Betriebssystems und unterstützt den Matter-Standard für eine problemlose Integration in Smart-Home-Umgebungen. Der OLED+950 ist ab sofort in den Größen 65 Zoll (UVP 4.199 Euro) und 77 Zoll (UVP 6.199 Euro) verfügbar.

Neuer kabelloser Over-Ear-Kopfhörer



Der Philips H8000E ist in Schwarz oder Weiß erhältlich.

Mit dem H8000E bringt Philips Audio einen kabellosen Over-Ear-Kopfhörer mit hybrider adaptiver ANC-Technologie und leichtem, faltbarem Design zu einem mittleren Preis auf den Markt. Er ist in Schwarz oder Weiß erhältlich und mit von Philips Audio entwickelten 40-mm-Treibern ausgestattet, die eine keramikbeschichtete Membran mit einer gewebten Seidenaufhängung kombinieren. Die Keramikbeschichtung hat den Vorteil, die Steifigkeit der Membran deutlich zu erhöhen, ohne die Masse zu vergrößern. Das ermöglicht eine lineare Wiedergabe mit sehr geringer Verzerrung und führt besonders bei höheren Frequenzen zu einer besseren Detailwiedergabe und einen räumlichen Höreindruck.

Die Wiedergabe von HiRes-Audio-Inhalten ist kabellos über LDAC möglich; für Kabelverbindungen steht eine 3,5-mm-Buchse zur Verfügung. Der H8000E bietet außerdem AAC- und LC3-Kompatibilität sowie in Verbindung mit der Philips Headphone App die Option „Spatial Audio“.

Die kabellose Verbindung zur Klangquellen erfolgt über Bluetooth 5.4, auch Multipoint- und Auracast-Funktionalität wird unterstützt. Schnelle und einfache Verbindungen gelingen mit Google Fast Pair und Windows Swift Pair.

Der H8000E verfügt über fünf Mikrofone; die Geräuschunterdrückung (adaptive ANC) kann in fünf Stufen über die Philips Headphone App gesteuert werden. Drei Mikrofone werden für Anrufe verwendet; für gut Gesprächsqualität in lauten Umgebungen arbeitet die Geräuschunterdrückung mit einem KI-basierten Algorithmus, der auch Windgeräusche reduziert. Eine Ladung des auswechselbaren Akkus reicht für 50 Stunden Wiedergabe bei aktiviertem ANC (70 Stunden ohne ANC); die Schnellladefunktion ermöglicht acht Stunden Wiedergabe nach nur 10 Minuten.

Die neue True X Surround 90A von Yamaha

Flaggschiff für Dolby Atmos

Mit der True X Surround 90A bringt Yamaha ein neues Flaggschiff im Soundbar-Sortiment auf den Markt. Sie unterstützt Dolby Atmos, DTS:X und als weltweit erste Soundbar auch Auro-3, um immersiven 3D-Sound zu erzeugen. Dafür hat Yamaha die Hardware komplett neu gedacht und eine Konfiguration mit zwölf nach oben gerichteten Beam-Lautsprechern entwickelt, die Deckenreflexionen für ein besonders realistisches Klangfeld nutzen.

Für die unkomplizierte Einrichtung eines kabellosen Heimkino-Setups wird die Soundbar im Paket mit einem True X Subwoofer und zwei True X Surround-Lautsprechern ausgeliefert. Beim Zusammenspiel dieser Komponenten nutzt Yamaha seine jahrzehntelange Expertise für erstklassigen Heimkino-Sound.

Nachdem der Hersteller bereits 2004 mit dem YSP-1 den ersten Soundprojektor auf den Markt brachte, der an Stelle von Algorithmen gezielt die Reflexionen im Raum nutzte, um echten Surround-Sound aus einem einzelnen Gehäuse zu erzeugen, wird dieses Knowhow in der neuen True X Surround 90A Soundbar mit Innovationen wie der Surround:AI-Technologie kombiniert, die sich bereits in Yamaha AV-Receivern bewährt hat. Sie analysiert mit künstlicher Intelligenz die einzelnen Klangelemente jeder Szene – z. B. Dialoge, Hintergrundmusik und Sound-Effekte – um das Klangfeld dynamisch an den jeweiligen Moment anzupassen. Das Ergebnis ist eine moderne Heimkino-Lösung, die sich dezent in jeden Raum einfügt sowie unkompliziert eingerichtet und bedient werden kann, aber keine Kompromisse beim Klang macht.



Die Yamaha True X Surround 90A hat ein robustes, 1,6 mm starkes Metallgehäuse.

Neue Lautsprecheranordnung

Die Grundlage für den raumfüllenden, dreidimensionalen Klang der Soundbar ist die neue Anordnung der Lautsprecher im Gehäuse. An der Front befinden sich neben drei Hochtönern auch vier speziell entwickelte ovale „Eye-Shaped“-Treiber, die dank ihrer speziellen Form auch bei begrenztem Platz auf dem schlanken Soundbar-Gehäuse einen praktisch verzerrungsfreien Klang erzeugen. Auf der Oberseite befinden sich zwölf Beam-Lautsprecher, je sechs links und rechts. Sie geben mit gezielter Schallabstrahlung an die Decke die Höheninformationen von 3D-Soundformaten in einer Intensität wieder, die selbst mit echten Deckenlautsprechern vergleichbar ist.

Erste Soundbar mit Auro-3D

Als erste Soundbar der Welt unterstützt die Yamaha True X Surround 90A neben Dolby Atmos und DTS:X auch Auro-3D. Das wirkt sich besonders bei der Wiedergabe von Musik aus. Selbst Stereo-Material ertönt dank der

Auro-3D Auro-Matic Upmixer-Funktion in einem dreidimensionalen Klangfeld.

Der kabellose True X Subwoofer wurde für das Soundbar-Paket neu entwickelt und mit einem patentierten Symmetrical Flare Port ausgestattet, damit Ein- und Ausgang symmetrisch sind; eine interne Platte steuert den Luftstrom. Ebenfalls zum Lieferumfang gehören zwei kabellose True X Surround-Lautsprecher mit passenden CC-T1A Ladeschalen.

Die True X Surround 90A ist auch mit dem Yamaha Music-Cast Netzwerk und der zugehörigen App kompatibel; auch die kabellose Wiedergabe per Apple Airplay und Bluetooth ist möglich. Die Verbindung zum Fernseher erfolgt per HDMI In/Out mit eARC, zudem steht ein optischer Audio-Eingang zur Verfügung. Mit der mitgelieferten Wandhalterung lässt sich die Soundbar auch hängend montieren. Die neue Soundbar True X Surround 90A ist ab sofort lieferbar und kostet 2.499 Euro (UVP inkl. True X Subwoofer und zwei True X Surround-Lautsprecher).

PRIMUS 77" OLED. Made in Germany.



ELEGANZ TRIFFT AUF TECHNIK.

Mit überwältigendem OLED-Bild, raumfüllendem Klang und klarer Bedienlogik setzt der PRIMUS neue Maßstäbe. Hochwertige Materialien und zeitlos elegantes Design sorgen für stilvollen Fernsehgenuss auf höchstem Niveau.

Die Smart Control Pro Touch von One For All

Neues Top-Modell

One For All, der Spezialist für universell einsetzbare Fernbedienungen, stellte auf der IFA mit der Smart Control Pro Touch ein neues Flaggschiff-Modell vor. Zudem zeigte das Unternehmen ein neues Sortiment von Schreibtischen, Sitzmöbeln und Zubehör für das Home Office und körpergerechtes Gaming.

Die neue Universalfernbedienung Smart Control Pro Touch bietet mit innovativer Ausstattung noch mehr Komfort und flexible Einsatzmöglichkeiten.



Stefan Müller, Sales Director DACH bei One For All: „Mit unserem erweiterten Retail-Angebot haben wir gezeigt, dass wir die Zukunft des vernetzten Wohnens aktiv mitgestalten können.“

Bis zu 12 Audio-/Videogeräte lassen sich mit der Komponente steuern – dazu gehören sowohl IR-Geräte als auch Bluetooth-gesteuerte Lösungen wie Google TV, Apple TV oder der Amazon Fire Stick.

Ein besonderes Merkmal ist das berührungsempfindliche Always-On E-Paper-Display, das sich mit Hilfe der kostenlosen One For All Advanced App als ganz individuelles



Das berührungsempfindliche Always-On E-Paper-Display lässt sich als ganz individuelles Dashboard gestalten, auf dem die bevorzugten Geräte, Apps und Funktionen direkt im Blickfeld liegen.

Dashboard gestalten lässt, auf dem die bevorzugten Geräte, Apps und Funktionen direkt im Blickfeld liegen. Auch die vollständig beleuchtete Tastatur erleichtert die Bedienung unter allen Lichtverhältnissen. Dank automatischer Bewegungserkennung aktiviert sich die Fernbedienung von selbst, sobald sie in die Hand genommen wird. Fernseher mit Google TV Betriebssystem können auch per Sprache gesteuert werden. Praktisch ist auch die Möglichkeit, mehrere Geräte zu definieren, die dann mit einem einzigen Knopfdruck eingeschaltet werden. So lassen sich z. B. Fernseher, Receiver und Soundbar gleichzeitig aktivieren.

Mit ihrem ergonomischen Griff, der mit einer Rille an der Unterseite versehen ist, liegt die Smart Control Pro Touch gut in der Hand. Ihr dunkles Metallic Finish unterstreicht den Premium-Anspruch des Produktes. Mit Hilfe von Updates über die Advanced App bleibt sie auch in Zukunft aktuell, und wenn man sie einmal verlegt hat, kann man

mit der App ein akustisches Signal auslösen, um sie wiederzufinden.

Die neue Universalfernbedienung ist ab Oktober 2025 lieferbar und soll ... Euro (UVP) kosten.



Die One For All Advanced App ermöglicht die Personalisierung der Nutzeroberfläche mit den favorisierten Funktionen.



Positive IFA-Bilanz

Stefan Müller, Sales Director DACH bei One For All, zeigte sich mit dem Auftritt auf der IFA 2025 rundum zufrieden: „Unsere Smart Control Pro Touch wurde in Berlin von Handel und Presse mit großer Begeisterung aufgenommen. Dabei konnten vor allem die innovative Touchscreen-Oberfläche, die nahtlose App-Integration und das hochwertige Design überzeugen.“ Gut beim Messepublikum an kam auch das erweiterte Retail-Angebot, denn ein großer Teil des One For All Standes war einem komplett neuen Sortiment von Schreibtischen, Sitzmöbeln und Zubehör gewidmet, das dafür entwickelt wurde, sowohl die Arbeit im Home Office als auch ausgiebiges Gaming in körpergerechter Haltung möglich zu machen.

Nachdem One For All im vergangenen Jahr erstmals Monitor-Arme vorgestellt hatte, gibt das Unternehmen jetzt dem Fachhandel die Möglichkeit, rund um den Fernseher oder das Gaming-Display vollständige Lösungen anzubieten. „Mit unserem erweiterten Retail-Angebot haben wir gezeigt, dass wir die Zukunft des vernetzten Wohnens aktiv mitgestalten können“, erklärte Müller. „Das ist unsere Antwort auf die wachsende Nachfrage nach intelligenten und individuellen Lösungen für Home Entertainment und das Home Office.“

LG erweitert xboom Buds-Reihe

LG Electronics (LG) hat die Erweiterung seiner xboom Buds-Reihe um die neuen Modelle xboom Buds Plus und xboom Buds Lite angekündigt. Die vom weltbekannten Produzenten, Sänger und Songwriter will.i.am mitentwickelten und abgestimmten neuen In-Ear-Kopfhörer liefern nach Angaben von LG hochauflösenden immersiven Klang und satte Bässe.



Die LG xboom Buds Plus kombinieren fortschrittliche Technologie mit durchdachtem Design. Der adaptive Equalizer überwacht kontinuierlich den Sitz der Ohrhörer und passt das Klangprofil in Echtzeit automatisch an. Die Buds Plus verfügen zudem über ein Drei-Mikrofon-System, das sowohl die ANC-Leistung als auch die Sprachqualität bei Anrufen verbessert. Um die bestmögliche Passform und Geräuschisolierung zu gewährleisten, empfiehlt das Noise Cancelling Optimization-Tool in der LG xboom Buds-App das Ohrpassstück mit dem sichersten Sitz – für maximalen Komfort und höchste ANC-Effektivität. Ebenfalls an Bord ist die Plug & Wireless-Funktion, die das Ladecase in einen Bluetooth-Sender für Geräte verwandelt, die nicht Bluetooth-fähig sind. Dank Auracast-Unterstützung können Nutzer Audio auch über mehrere Geräte synchronisieren. Das Case der Buds Plus unterstützt kabelloses Laden per Ladepad.

Die LG xboom Buds Lite bieten hochwertigen kabellosen Sound in einem schlanken, komfortablen Design. Angetrieben von denselben leichten, aber belastbaren Graphen-Treibern wie bei den Buds Plus liefern sie klaren, ausgewogenen Klang für Musik, Anrufe und mehr. Mit bis zu 11,5 Stunden Wiedergabe pro Ladung – und bis zu 35 Stunden mit Ladegehäuse – sind die Buds Lite auf lange Pendelstrecken, Reisetage und Dauerhören ausgelegt. Ihr leichtes, ergonomisches Design und die verschiedenen

Ohrpassstückgrößen sorgen für einen sicheren, bequemen Sitz. Zur Verbesserung des Hörerlebnisses verfügen die Buds Lite über ANC in Kombination mit vier anpassbaren EQ-Modi.

Die neuen Earbuds-Modelle xboom Buds Plus und xboom Buds Lite werden noch im September zu Preisen von 229 Euro (UVP) bzw. 109 Euro (UVP) verfügbar sein.

instax mini Evo Sofortbildkamera in neuer Farbvariante

Fujifilm bringt die Hybrid-Sofortbildkamera instax mini Evo jetzt mit der neuen Farbvariante „Gentle Rose“ auf den Markt. Damit will das Unternehmen einen frischen, modernen Akzent setzen, nachdem das Modell bisher in Black und Brown sowie als limitierte Sonderedition anlässlich des 90. Jubiläums von Fujifilm erhältlich war.

Unverändert bleiben die bewährten kreativen Funktionen, darunter zehn integrierte Objektivmodi und zehn Filmeffekte. Ein 3-Zoll-LCD-Bildschirm erleichtert das Auswählen, Bearbeiten und Drucken von Sofortbildern, der Selfie-Spiegel unterstützt das Aufnehmen von Selbst-



Die neue Farbvariante Gentle Rose verbindet das elegante Retro-Design der instax mini Evo mit einem trendigen Look.

porträts. Zum Drucken des Sofortbilds wird der Filmtransporthebel nach rechts bewegt.

Die neue Farbvariante der instax mini Evo kommt im Oktober für 199,99 Euro (UVP) in den Handel.

Neue Sound Tower Modelle von Samsung

Samsung präsentiert auf der IFA 2025 die neuen Sound Tower Modelle ST50F und ST40F. Sie kombinieren nach Herstellerangaben eindrucksvolle Akustik mit dynamischer Lichtinszenierung und eignen sich für verschiedene Anlässe.



Mit seiner im Vergleich zum Vorgängermodell neu gestalteten und akustisch verbesserten Bauform sowie einer Leistung von bis zu 240 Watt (ST50F) liefert der Sound Tower satten, raumfüllenden Klang mit beeindruckender Klarheit und tiefen Bässen. Die Dual Woofer mit den Modi Deep, Punchy und Gentle sorgen für satte Bässe. Vier weitere Modi – Standard, Wide, Stadium und Outdoor – geben den Nutzerinnen und Nutzern die Möglichkeit, den Sound weiter zu verbessern. Für ein noch umfassenderes Klangerlebnis haben Nutzerinnen und Nutzer außerdem die Möglichkeit, mehrere Geräte via Auracast Group Play oder per Stereo Play im True Wireless Stereo-Modus zu verbinden.

Fünf voreingestellte Farb-Moods und sechs Beleuchtungsmuster lassen sich einfach per App steuern, so dass die LEDs synchron zur Musik tanzen und Farben sowie Effekte wechseln. DJ Booth sowie ein Karaoke-Modus sind integriert; eine Gitarre kann angeschlossen werden. Der Sound Tower ist robust, stylish und transportabel. Durch das Grip & Roll-Design ist er mobil – ob mit Griff (ST40F) oder mit Rollen und ausziehbarem Teleskopgriff (ST50F).

TechniSat mit neuer Webseite

Die neue TechniSat-Webseite ist ab sofort unter www.technisat.de erreichbar und soll Besucherinnen und Besuchern ein modernes, übersichtliches und benutzerfreundliches Erlebnis bieten. Das vollständig überarbeitete Webangebot kombiniert die Herstellerwebseite www.technisat.de und den bisher separaten Onlineshop www.technishop.de. Nutzerinnen und Nutzer finden jetzt alle Informationen zur Marke und den Produkten an einem zentralen Ort – inklusive der Option, passende Fachhandelspartner in der Nähe zu finden oder ausgewählte Produkte direkt bei TechniSat online zu bestellen.

Die Webseite ist so gestaltet, dass auch Menschen mit Sehbeeinträchtigung oder motorischen Einschränkungen durch die Inhalte einfach navigieren und diese nutzen können. Gleichzeitig sorgen die klare Designsprache und das technische Fundament für eine intuitive Bedienung, einfache Orientierung sowie schnelle Ladezeiten.

Die Service- und Kontaktoptionen sind prominent und direkt erreichbar auf der Startseite platziert – ergänzt um die seit rund zwei Jahren aktive, virtuelle Assistentin Emma, die für Produktberatungen zur Verfügung steht. Im Fachhandelsbereich finden Handelspartner alles Wichtige ab sofort an einem zentralen Ort.

Zwei neue mobile Hotspots von Strong



Strong hat sein Portfolio um die kompakten mobilen Hotspots 4G+MIFI900 und 4G+MIFI900D erweitert. Beide Geräte liefern zuverlässige LTE-Konnektivität mit hohen Geschwindigkeiten und sind für mobile Professionals, Vielreisende und Familien geeignet. Sie sind mit einem Qualcomm SDX12 Chipsatz ausgestattet, der Geschwindigkeiten von bis zu 300 Mbit/s im Download sowie 50 Mbit/s im Upload ermöglicht. Über Wi-Fi 5 Dual-Band (2,4 & 5 GHz) stehen nach Angaben des Herstellers bis zu 1.200 Mbit/s Gesamtleistung zur Verfügung. Damit lassen sich bis zu 16 Endgeräte gleichzeitig verbinden – von Smartphones über Tablets bis zu Laptops oder Streaming-Geräten. Der 4G+MIFI900 zeigt Verbindungen sowie den aktuellen Akku- und Datenstatus mit LED-Icons an, der 4G+MIFI900D hat ein Touchscreen für Echtzeit-Datenanzeige und vereinfachte Bedienung.

Beide Geräte können weltweit mit Nano-SIM-Karten genutzt werden. Eine Ladung des 2.500 mAh Akkus reicht für sechs Stunden Nutzung bzw. 72 Stunden Standby.

Die mobilen Hotspots 4G+MIFI900 (UVP 99 Euro) und 4G+MIFI900D (UVP 109 Euro) sind bereits verfügbar. Die Geräte sind CE-zertifiziert und werden mit einem USB-C-Kabel, einer Kurzanleitung zur Installation, Sicherheitshinweisen und einer Karte für vier Jahre Garantie geliefert.

Die IFA-Neuheiten von Panasonic

Für Küche und Beauty

Panasonic stellte auf der IFA weitere Neuheiten für die Küche sowie Innovationen für die Körperpflege in den Mittelpunkt. Dabei setzte das Unternehmen seine erstmals auf der IFA 2022 angekündigte Strategie des „ganzheitlichen Wohlbefindens“ fort und machte deutlich, wie Technologie aus Japan wesentliche Beiträge zu einem gesunden, ausgeglichenen Lebensstil leisten kann.

Nach der Ankündigung von drei neuen Küchengeräten vor der IFA (siehe PoS-MAIL 9/2025, S. 22) stellte Panasonic in Berlin den neuen Flex Air Fryer vor, dessen Garraum mit einem Fassungsvermögen von 9,6 Litern sogar Platz für eine 30 cm-Pizza bietet. Mit einem Trennsteg lässt sich der Korb in zwei Kochzonen aufteilen, für die das Programm, die Temperatur und die Zeit individuell eingestellt werden können. Im Sync-Modus werden die Gerichte zur gleichen Zeit fertig, acht Auto-Menü-Optionen (Frittieren, Braten, Backen, Pizza, Grillen, Aufwärmen, Auftauen und Fermentieren) machen die Zubereitung von Mahlzeiten einfach.

Für effizientes Heißluftfrittieren zirkuliert die heiße Luft dank der 360° Air Flow Technologie gleichmäßig durch den Innenraum, um auch ohne viel Fett knusprige Ergebnisse zu erzielen. Eine Besonderheit des NF-BC1000 ist die Möglichkeit, die Speisen mit einer sanften Dampfzugabe innen zart und saftig zu garen, während außen eine knusprige Kruste entsteht. Dafür ist das Gerät mit einem integrierten Wassertank ausgestattet.

Durch das Sichtfenster kann man den Garprozess im Auge behalten; eine LED Beleuchtung sorgt für genug Licht. Dank der BPA- und PFAS-freien Antihafbeschichtung ist der Garkorb des Flex Air Fryer ausgesprochen pflegeleicht. Der herausnehmbare Garkorb-Einsatz und -Trennsteg sind darüber hinaus spülmaschinengeeignet.

Der neue Flex Air Fryer NF-BC1000 ist ab November für 209 Euro (UVP) erhältlich. Weiter im Sortiment von Panasonic bleiben die sechs Liter fassende Heißluftfritteuse NF-CC600 mit stilvollen Akzenten in Roségold sowie das Fünf-Liter-Modell NF-CC500. Auch die Kombi-Mikrowelle NN-CD88 ist für fettarmes Heißluftfrittieren geeignet.

Müheleose Gesichts- und Haarpflege

Für das Personal Care Sortiment stellte Panasonic auf der IFA einen Augenbrauen- & Gesichtshaar-Trimmer sowie einen Augenbrauen- & Gesichtsepilierer vor. Beide Geräte sind batteriebetrieben und mit flexiblen, hypoallergenen Klingen ausgestattet.

Der ES-WF71 Augenbrauen- & Gesichtshaar-Trimmer (UVP 29 Euro) ist dank seiner kompakten Bauweise und



Der neue Flex Air Fryer von Panasonic bietet Platz für eine 30 cm-Pizza. Mit dem Trennsteg lässt sich der Korb in zwei Kochzonen teilen, um unterschiedliche Speisen parallel zuzubereiten.



Der ES-WF71 Augenbrauen- & Gesichtshaar-Trimmer und der ES-EF10 Augenbrauen- & Gesichtsepilierer sind praktische Lösungen für die unkomplizierte Gesichtspflege.



nur 31g Gewicht gut für die Handtasche geeignet. Sein flexibler Schwingkopf, der sich um zehn Grad nach links und rechts neigt, passt sich den Gesichtskonturen automatisch an. Mit zwei abgerundeten, auswechselbaren Edelstahlklingen ist er für die präzise Rasur ebenso geeignet wie für das Formen von Augenbrauen. Eine breitere Klinge dient dem Entfernen von Gesichtsflecken und -haare, um z. B. eine glatte Hautoberfläche für ein gleichmäßiges Make-up-Finish zu schaffen.

Für die Beseitigung unerwünschter Haare im Gesicht ist der ES-EF10 Augen-

brauen- & Gesichtsepilierer (UVP 49 Euro) eine komfortable Alternative zu klassischen Methoden wie Zupfen oder Waxing. Vier integrierte Präzisionspinzetten erfassen mehrere Härchen in einem Zug. Beide Personal Care Produkte sind sofort lieferbar.

Viel Aufmerksamkeit fand auf dem Panasonic Stand auch das Sortiment von Haartrocknern, das in diesem Sommer um die Modelle EH-NA9N und EH-NA7M erweitert wurde. Wie der bewährte EH-NA0J sind sie mit der patentierten nanoe Technologie von Panasonic ausgestattet. Sie zieht Feuchtigkeit aus der Luft und erzeugt daraus winzige Partikel, die in die Haarschäfte eindringen. So wird das Haar nach Angaben von Panasonic mit 1.000-mal mehr Feuchtigkeit versorgt als bei Produkten, die normale negative Ionen erzeugen. Zudem unterdrückt nanoe die statische Aufladung, so dass fliegende Haare der Vergangenheit angehören. Mit einer im Vergleich zu anderen Haartrocknern niedrigen Leistung von 1600 Watt wird das Haar besonders sanft getrocknet und vor Hitzeschäden geschützt.

Während der EH-NA0J für bestmögliche Hydratation entwickelt wurde, liegt beim EH-NA9N (UVP 199 Euro) der Fokus darauf, mit der nanoe- und Mineral-Technologie auch geschädigtes Haar mit Feuchtigkeit zu versorgen und Spliss in den Spitzen zu halbieren. Dabei wird das Haar mit Zink-Ionen versorgt, die langfristig die Gesundheit von Haar und Kopfhaut fördern; deshalb sind sie häufig in Nahrungsergänzungsmitteln für geschädigtes oder brüchiges Haar sowie in Präparaten zur Reduzierung von Haarausfall enthalten.

Stumpfes Haar zum Glänzen bringen soll der EH-NA7M (UVP 99 Euro), der in Eisgrau und Hellrosa angeboten wird. Auch bei diesem Gerät trägt die nanoe Technologie dazu bei, das Haar weich und geschmeidig zu machen. Sein faltbares Design macht ihn zu einem praktischen Begleiter, der in eine Reise- oder Sporttasche passt.



Mit seinem klappbaren Handgriff passt der Haartrockner EH-NA7M gut in Reise- oder Sporttaschen.

Der neue Technics SL-40CBT

Anlässlich des 60jährigen Jubiläums der Audio-Kultmarke Technics präsentierte Panasonic auf der IFA den Plattenspieler SL-40CBT mit Direktantrieb (UVP 799 Euro). Er verbindet die legendäre Technik mit moderner Ausstattung und spricht Vinyl-Liebhaber mit einem zeitgemäßen Design an, das nicht auf klassisches Aluminium setzt, sondern auf eine schlanke MDF-Holzkonstruktion, die in den drei Farben Terracotta, Light Grey und Charcoal Black erhältlich ist. Per Bluetooth ermöglicht der SL-40CBT kabelloses Audiostreaming zu kompatiblen Lautsprechern und Geräten. Ein neu entwickelter S-förmiger Tonarm aus Aluminium und vibrationsresistente Isolierfüße tragen zum typischen Audio-Erlebnis auf Technics-Niveau bei. Ein besonders harmonisches Audio-Setup entsteht in der Kombination mit dem Technics SC-CX700 HiFi-Lautsprechersystem, auf das der Plattenspieler genau abgestimmt wurde.



Der Technics SL-40CBT, hier in Terracotta, ermöglicht kabelloses Audiostreaming per Bluetooth.

Eröffnung der neuen Haier Boutique im Berliner Alexa Shoppingcenter

Zum Start der IFA 2025 in Berlin feierte Haier Europe die Eröffnung der neuen Haier Boutique im MediaMarkt im Alexa Shoppingcenter im Herzen Berlins. Der innovative Concept Store bietet Kundinnen und Kunden exklusiven Zugang zu den neuesten Innovationen im Bereich smarter und vernetzter Haushaltsgeräte.



Die Haier Boutique steht im Zeichen technologischen Fortschritts, modernen Designs und nachhaltigen Wohnens und wurde zum Start der IFA gemeinsam mit chinesischen Führungskräften eröffnet.

Die lokale Führung und das Key Account Management Team von Haier Europe – mit Rogier Volmer, Geschäftsführer Haier DACH & Benelux, Yang Zhao, Regional Manager bei Haier Europe, Dennis van Baaren, Sales Director Central Europe, Nicolas Beck, Senior Key Account Manager bei Haier Europe, und Philipp Hartmann, Marketing Director Central Region – begrüßten zur Eröffnung die chinesischen Führungskräfte von Haier und präsentierten, wie Innovation und Stil auf Store Ebene umgesetzt werden.

„Mit der Haier Boutique im Alexa setzen wir ein klares Zeichen für Innovation und Kundennähe“, erklärte Rogier Volmer, Geschäftsführer Haier DACH & Benelux. „Unser Ziel ist es, die Zukunft des smarten Wohnens für alle erlebbar zu machen und gemeinsam mit unseren Partnern nachhaltige Lösungen zu etablieren.“

Store-Besucherinnen und -Besucher erwartet ein breites Portfolio an Premium-Haushaltsgeräten, die den Alltag durch intelligente Technologien bereichern. Auf der Ladenfläche präsentiert Haier zukunftsweisende Konzepte – von modernen Küchenlösungen über innovative Waschsyste-me bis hin zu smarten Anwendungen für den Wohnbereich. Das Store-Team steht beratend zur Seite und unterstützt bei der Auswahl individueller Lösungen.

Die neu gestaltete Haier Boutique markiere einen weiteren Meilenstein in der Partnerschaft mit MediaMarktSaturn und setze neue Impulse für den stationären Handel, heißt es in einer Pressemitteilung. Das Konzept ermöglicht es Haier, technologische Innovationen und nachhaltige Produktlösungen erlebbarer zu machen und so den Kunden Inspiration für ein modernes, vernetztes & nachhaltiges Zuhause zu bieten, heißt es weiter.

Hisense kündigt drittes FIFA World Cup-Sponsoring an

Auf der IFA hat Hisense bekanntgegeben, dass das Unternehmen seine Rolle als offizieller Sponsor des FIFA World Cup 2026 fortsetzen wird. Seit dem Beginn der Zusam-

menarbeit im Jahr 2018 hat Hisense zahlreiche globale Aktivierungen umgesetzt: Markenpräsenz bei der Fußball-Weltmeisterschaft 2018, Content-Kooperation über FIFA+ im Jahr 2022, Einsatz von Hisense-Technologie bei den VAR-Entscheidungen der FIFA Klub-Weltmeisterschaft 2025 – und jetzt das Sponsoring der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026.

Das Ziel von Hisense sei es, Fans das Gefühl zu vermitteln, das Spiel so intensiv zu erleben, als säßen sie im Stadion, heißt es in einer Pressemitteilung. Mit einer konsequent nutzerorientierten Strategie und kontinuierlichen Investitionen in Display-Innovationen – von HDR über Laser-TV bis hin zur neuesten RGB-Mini-LED-Technologie – will Hisense immersive Seherlebnisse schaffen, die die Schönheit des Spiels zelebrieren und Menschen enger zusammenbringen.

Mit der FIFA WM 2026, die erstmals in drei Ländern mit 48 teilnehmenden Teams ausgetragen wird, verfolgt Hisense

Catherine Fang (links), Vice President Hisense Group, und Romy Gai, Chief Business Officer FIFA.



das Ziel, Milliarden Wohnzimmer in Logenplätze zu verwandeln – damit Fans überall das Spiel so intensiv genießen können wie nie zuvor und das Motto „Own the Moment“ Realität wird, heißt es weiter.

Coolblue eröffnet Store in Münster

Coolblue hat den sechsten Store in Deutschland und den ersten in Münster eröffnet. In der Stubengasse 11-13 haben Kundinnen und Kunden ab sofort die Möglichkeit auf 1.500 Quadratmetern ein vielfältiges Angebot an Elektronik und Haushaltsgeräten zu entdecken und sich individuell beraten zu lassen.

Auf zwei Etagen werden acht Produktwelten – von Smartphones und Laptops über Fernseher und Audio bis hin zu Küchen- und Haushaltsgeräten – präsentiert. In jeder stehen geschulte Fachberaterinnen und -berater bereit,



Prostick

Entwickelt in Norwegen. Präzision, Leistung und Langlebigkeit in einem Gerät:

3 Geschwindigkeitsstufen – volle Kontrolle

1000 W DC-Motor – kraftvoll & konstant

Motorschutzsystem – verlängerte Lebensdauer

Präzisionszerkleinerer & Doppelschneebesen – vielseitig einsetzbar

2 Mixstäbe mit Spritzschutz – flexibel für große & kleine Mengen



BPA-freies Tritan-Zubehör – hitzebeständig bis 100 °C

Der Prostick: für perfekte Suppen, Soßen, Emulsionen und Desserts.

Norwegian quality since 1948



um das passende Gerät für das individuelle Kundenbedürfnis zu finden. Ergänzend dazu erleichtern digitale Services und anschauliche Beratungselemente die Kaufentscheidung. Über die Coolblue App können etwa Produkte per QR-Code vergleichen, mit Virtual-Reality-Features Geräte in den eigenen vier Wänden visualisiert oder der In-Store-Modus genutzt werden. Dieser informiert bei vereinbarten Terminen automatisch das Beratungsteam über die Ankunft im Store.

Direkt am Eingang bietet eine Willkommenssäule Unterstützung: Hier können sich Kundinnen und Kunden per Touchscreen schnell und einfach für eine Beratung oder die Abholung online bestellter Ware anmelden. Für die jüngsten Besucher gibt es eine Spielecke mit Bausteinen, während sich die Eltern bei kostenlosem Kaffee oder Wasser beraten lassen können.

In der Region bereits etabliert ist der Coolblue-eigene Liefer- und Installationsservice für Haushaltsgroßgeräte wie Waschmaschinen, Kühlschränke oder Fernseher aus einem lokalen Logistikzentrum. Nach wie vor über die Coolblue Webseite oder die App bestellbar, steht der Lieferservice mit Zustellung auf Wunschtermin ab dem nächsten Werktag nun auch für den Store zur Verfügung. Zur besseren Planung für den Kunden informiert Coolblue nach der Bestellung über das geplante Zeitfenster von einer Stunde und kündigt sich 15 Minuten vor dem Eintreffen telefonisch an. Optional installiert das Team das neue Gerät am vorgesehenen Platz und nimmt neben dem Verpackungsmüll auf Wunsch auch das Altgerät zum fachgerechten Recycling kostenlos mit.

Neue Geschirrspüler-Generation, neue Backöfen

Küchen-Innovationen von AEG



Dank ihres leisen Betriebs sind die neuen Favorit Geschirrspüler von AEG gut für offene Wohnbereiche geeignet.

Zentimeter mehr Innenhöhe bietet, so dass sich auch große Pizzateller, hohe Gläser oder Getränkekaraffen unterbringen lassen. Die neue Produktfamilie wird ab Oktober 2025 zunächst in Deutschland erhältlich sein, bevor sie Anfang 2026 schrittweise in weiteren europäischen Märkten eingeführt wird.

Neue Backöfen

Ebenfalls auf der IFA vorgestellt wurde die neue CamCook-Technologie, die ab 2026 für den AEG 9000 ProAssist Dampfbackofen mit SteamPro zur Verfügung steht. Mit Hilfe einer Kamera und KI-Technologie erkennt das System automatisch, welche Gerichte sich im Backofen befinden und lernt individuelle Kochgewohnheiten. Die Integration des AEG KI-Rezept-Assistenten macht es dabei den Nutzern möglich, Rezepte direkt an den Backofen zu senden. CamCook analysiert dann die Zutaten, die Zubereitungsmethode und die Garzeit des Rezepts, um automatisch die richtigen Einstellungen auszuwählen.

Mit der CamCook-Technologie kann der Backofen erkennen, welche Gerichte zubereitet werden und nimmt die richtigen Einstellungen vor.



Ein Jahr nach der Vorstellung seiner neuen Küchenlinie präsentierte AEG auf der IFA weitere Innovationen für dieses Segment. Im Mittelpunkt stand die neue Geschirrspüler-Generation Favorit als (nach Angaben des Herstellers) leiseste und effizienteste Geschirrspülmaschine, die je entwickelt wurde. Dazu kamen mit dem AEG 7000 MealAssist, der eine einzigartige Pizzafunktion bietet, und dem AEG 9000 ProAssist Dampfbackofen zwei neue Backöfen, für die es ebenfalls gute Verkaufsargumente gibt.

Die neue Geschirrspüler-Serie Favorit, die auf einer vollständig überarbeiteten Plattform basiert, besteht aus den Modellen 7000, 8000 und 9000 und bietet eine einzigartige Kombination aus flüsterleisem Betrieb (nur 37 dB), der höchsten Energieeffizienzklasse (A minus 10 Prozent) und einem Wasserverbrauch von 8,4 Litern. Mit der ExtraSilent-Funktion (9000er Serie) erreichen die Geräte sogar einen Betriebsgeräuschpegel von nur 35 dB.

„Mit der neuen Favorit Geschirrspüler-Generation präsentiert AEG die leisesten und effizientesten Geschirrspüler, die jemals hergestellt wurden“, sagte Anna Ohlsson-Leijon, CEO Business Area Europe APMEA & Group Executive VP bei der Electrolux Group. „Dabei liefern sie durchweg makellose Ergebnisse.“

Die SuperSilent-Technologie ermöglicht mit intelligenter Software und einer präzise abgestimmten Hydraulik einen

Der neue SatelliteClean Pro-Sprüharm benötigt nur wenig Wasser, um selbst hartnäckige Speisereste zu entfernen.

nahezu geräuschlosen Betrieb, so dass die Geschirrspüler auch für offene Wohnbereiche geeignet sind. Das überarbeitete Wasserkontrollsystem AquaSave soll dabei sicherstellen, dass auch bei geringem Wasserverbrauch makellose Ergebnisse erzielt werden. So entfernt der neue SatelliteClean Pro-Sprüharm selbst hartnäckige Speisereste vollständig in nur 90 Minuten. Das sei in einem unabhängigen Test eines deutschen Instituts bestätigt worden, betonte AEG; dabei wurde eine Auflaufform in einem 90-minütigen Spülgang mit Spülmaschinentabs vollständig von Lasagne-Resten befreit. Das ZoneClean-System (Serie 8000 und höher) für effiziente Zwei-Zonen-Reinigung ermöglicht intensive Topfreinigung und schonende Glaspflege in einem Zyklus.

Die Geschirrkörbe lassen sich gut an unterschiedliche Aufgaben anpassen – besonders für verschiedene Gläser gibt es praktische Haltevorrichtungen. Auch der Comfort Lift für den unteren Korb gehört je nach Modell zur Ausstattung. Bedient werden die Geschirrspüler über das SmartSelect Connect Display; zudem gibt es in der AEG App eine Funktion, mit der die Nutzer Zyklen personalisieren, den Energieverbrauch überwachen und auf Modi wie ExtraSilent, ExtraDry sowie GlassCare, ein Hygiene-Programm für empfindliches Glas, das nach Angaben von AEG 99,9999 Prozent der Bakterien und Viren entfernt, zugreifen können.

Die Favorit Geschirrspüler von sind auch als XXL Max-Variante erhältlich, die bei unverändertem Außenmaß fünf

Als neue Funktion, die Anfang 2026 mit dem 7000 MealAssist Ofen eingeführt werden soll, stellte AEG PizzaExpert vor. Damit wird es bei Verwendung einer Platte aus Gusseisen möglich, eine Temperatur von bis zu 340 °C zu erreichen, um zu Hause in nur zweieinhalb Minuten eine Pizza in Restaurantqualität zu backen. Dabei werden die Anwender auch durch das EXCite Touch TFT-Display am Backofen unterstützt. PizzaExpert wurde von der Scuola Italiana Pizzaioli zertifiziert, einer weltweit anerkannten Institution für die Kunst der Pizzazubereitung.



Mit der neuen PizzaExpert-Funktion kann der 7000 MealAssist Ofen in nur zweieinhalb Minuten bei 340 °C eine Pizza backen.

Die neuen Wäschepflege-Lösungen von LG

Mehr Effizienz durch KI

LG Electronics (LG) stellte auf der IFA ein neues Sortiment von KI-gestützten Waschmaschinen, Wäschetrocknern und Trocknern vor, die für besonders hohe Energieeffizienz entwickelt wurden. Damit will der koreanische Technologiekonzern der wachsenden Nachfrage nach wasser- und energieeffizienten Haushaltsgeräten gerecht werden. Ein besonders wichtiges Gerät in dem neuen Portfolio ist ein Wäschetrockner mit Wärmepumpe, dessen EEK A Label für den gesamten Wasch- und Trocknungszyklus gilt. Beim Waschen unterbietet er sogar den Grenzwert für die A-Klasse um 30 Prozent.



Der neue Wäschetrockner kann nahtlos in umgebende Schränke integriert werden.

Der Wäschetrockner basiert auf dem in Europa als Teil der Signature-Produktreihe vorgestellten LSWD100E und hält dessen Maßstäbe aufrecht. Möglich wurde seine hohe Effizienz durch die Inverter Wärmepumpen-Technologie von LG und den Einsatz von Kältemitteln mit niedrigem Treibhauspotenzial. Fortschrittliche KI-Algorithmen ermöglichen zudem eine maßgeschneiderte Textilpflege, und das Design wurde so gestaltet, dass das Gerät nahtlos in umgebende Schränke integriert werden kann.

Waschen mit KI

Mit einem Microplastic Care Cycle kann das neue Waschmaschinenmodell von LG die Menge der beim Waschen aus synthetischen Fasern freigesetzten Mikroplastikpartikel um bis zu 60 Prozent reduzieren. Diese Zahl basiert

auf einem Test von Intertek, in dem Menge der im Mikroplastik-Pflegezyklus und im Mischgewebezyklus des Modells F4Y7EYPBW freigesetzten Teilchen miteinander verglichen wurde. Dazu wurde die Menge von Mikroplastik gemessen, die beim Waschen einer 3 kg schweren Ladung (100 Prozent Polyester-Trainingsjacke) durch einen 20-µm-Filter gefiltert wurde.

Die neue Bewegungssteuerung der Waschmaschine verbessert die Energieeffizienz auf das nach Angaben von LG branchenweit höchste Niveau. Mit Hilfe von AI Core Tech, die auf der AI DD-Technologie von LG basiert, erkennt AI Wash das Gewicht und die Art des Stoffes und wählt das richtige Waschprogramm aus, damit empfindliche Textilien geschont und der Energieverbrauch geringgehalten wird.

Trockner mit EEK A

Die Energieeffizienzklasse A wird auch von den neuen Trocknermodellen von LG erreicht. Dafür erkennt das auf der AI Dual Inverter-Technologie basierende AI Dry-Programm das Gewicht, die Art des Gewebes sowie den Feuchtigkeitsgrad der Wäsche, um – insbesondere bei weichen Textilien – die Trocknungsgeschwindigkeit anzupassen und den Energieverbrauch zu senken.

Für Kunden, die ihr Hausgerät gerne selbst installieren möchten, bietet LG über den ThinQ-Service spezielle Funktionen an, mit denen sie die Möglichkeiten zur Selbstinstallation überprüfen können. Die Kompatibilität mit ThinQ AI macht es LG zudem möglich, die Hausgeräte per Software-Update an veränderte Bedürfnisse anzupassen und neue Funktionen zu integrieren.

Mit Hilfe von ThinQ Care wird darüberhinaus der Gerätezustand überwacht, um auch kleine Unregelmäßigkeiten zu erkennen und Lösungen anzubieten, bevor es zu Störungen kommt.

Einen besonderen Fokus legt LG auf die Einbindung der Nutzer von ThinQ. Über die Funktion „Share Your Ideas“ können sie in der App selbst neue Features vorschlagen, damit zukünftige Updates den tatsächlichen Anforderungen der Kunden gerecht werden.



Die neue Waschmaschine und der Trockner bilden zusammen eine Komplettlösung, bei der jedes Gerät die Anforderungen der EEK A erfüllt.

Frische Luft und freie Sicht

Kochfeld mit integriertem Dunstabzug



Amica
for living

Bosch und Siemens Hausgeräte auf der IFA

Neuheiten in allen Bereichen

Auf den traditionell großzügig gestalteten Ständen der Marken Bosch und Siemens in Halle 1 präsentierte sich die BSH auf der IFA mit zahlreichen Neuheiten. Neben effizienten Geräten für die Wäschepflege, darunter ein Wärmepumpentrockner mit EEK A, gab es zahlreiche Innovationen für die Küche. Besonders interessant: die neue Dampfschublade, die als Ergänzung zum Backofen in jede Standard-Schubladennische passt.

Hinter der nur 14 Zentimeter hohen Glasfront befindet sich ein voll ausgestatteter Dampfgarer mit 10 Litern Kapazität; Temperaturen und Zeiten lassen sich über das integrierte Farb-Touch-Display einstellen, zehn Automatikprogramme können direkt am Gerät und weitere über die App aktiviert werden.

Die Dampfschublade lässt sich in 60er Nischen direkt unter anderen Küchengeräten einbauen, aber auch einzeln platzieren.

Die Dampfschublade lässt sich in 60er Nischen direkt unter einem Backofen, einer Mikrowelle oder einem Kaffeevollautomaten einbauen, aber auch einzeln platzieren. Die aktuellen Designtrends spiegeln sich bei Bosch und Siemens in matten Einbaugeräten wider. So umfasst die Matt Edition von Siemens 25 Geräte, vom Backofen über Induktionskochfelder bis zur Dunstabzugshaube, Wärmeschublade und zum Einbau-Kaffee-Vollautomaten. Der neue iQ700 KI-Backofen kann jetzt per Kamera bis zu 100 Anwendungen erkennen und automatisch das richtige

Programm wählen, um z. B. Hähnchenteile mit Gemüse oder Lachsfilet zuzubereiten, Brownies oder Streuselkuchen zu backen und Spinat oder Hackfleisch aufzutauen. Ebenso weiß die KI, wann sie Hefeteig gehen lassen oder Teller anwärmen soll. Die richtige Einstellung muss nur noch bestätigt werden, damit der Ofen startet.

Smarte Kleingeräte

Bosch präsentierte smarte Kleingeräte, darunter die Spotless Saug- und Wischroboter, die in jeweils zwei Premium-



Christoph Luis, Leiter des Vertriebskanals Elektrohändler bei der BSH

„Der Fachhandel bleibt im Fokus“

Im Sommer hat die BSH eine komplette Neuaufstellung des Vertriebs für zahlreiche Marken bekanntgegeben (siehe PoS-MAIL 8/2025, S. 18): Jetzt bietet ein Vertriebsteam dem Handel die Portfolios der Marken Bosch, Siemens, Neff und Constructa aus einer Hand an. Die Leitung des Vertriebskanals Elektrohändler hat am 1. August Christoph Luis übernommen. PoS-MAIL hat auf der IFA mit dem Manager darüber gesprochen, was das neue Konzept für die Handelspartner bedeutet.

PoS-MAIL: Herr Luis, die Neuorganisation des Vertriebs für die Marken Bosch, Siemens, Neff und Constructa sorgt im Fachhandel für viel Gesprächsstoff. Was steckt hinter der Maßnahme?

Christoph Luis: Mit der Neuorganisation des Vertriebs reagieren wir auf die aktuelle Marktsituation, um uns auf die Anforderungen der Konsumentinnen und Konsumenten einzustellen und dabei den Fachhandel noch wirksamer als bisher zu unterstützen. Was sich dabei nicht ändert: Die Markenvielfalt der BSH ist und bleibt eine große Stärke unseres Unternehmens, und unser Vertriebsteam ist gut darauf vorbereitet, den Handel mit unserem Marken- und Sortimentsportfolio bestmöglich zu unterstützen.

PoS-MAIL: Trotzdem hört man aus dem Fachhandel häu-

fig die Frage, ob die BSH ihre Unterstützung für diesen Vertriebsweg reduziert.

Christoph Luis: Auf diese Frage gibt es eine klare Antwort: nein. Der Fachhandel bleibt im Fokus der BSH, die nach wie vor das stärkste Außendienst-Team der Branche unterhält und über den Mittelstandskreis den direkten Kontakt zu ihren Partnern pflegt. Daran wird sich



Christoph Luis, Leiter des Vertriebskanals Elektrohändler bei der BSH: „Der Fachhandel bleibt im Fokus der BSH.“

und Basic-Modellen erhältlich sind. Sie sind mit der Carbon Power Brush ausgestattet, die Carbonfasern für die Hartbodenreinigung mit Kunstfasern für die Teppichpflege kombiniert. Die Basic-Modelle Spotless und Spotless + sind mit einem statischen Wischpad, die Premium-Varianten Spotless Max und Spotless Max Cam mit zwei rotierenden Wischpads ausgestattet, von denen eines automatisch ausfährt, um auch Ecken zu reinigen. Die neuen Spotless Roboter sind ab sofort zu Preisen von 519 Euro (UVP) erhältlich.

Eine praktische Neuheit ist auch der erste Einbau Saug- und Wischroboter mit Servicestation, den Bosch zusammen mit Ecovacs entwickelt hat und der im Frühjahr nächsten Jahres auf den Markt kommen soll.

Aus BlueMovement wird All-in+

Auf der IFA hat die BSH eine Weiterentwicklung des bisherigen Full-Service-Angebotes BlueMovement angekündigt. Unter dem neuen Namen All-in+ soll das Abo-Modell den Zugang zu hochwertigen Markengeräten noch leichter machen. Dabei können die Kunden entscheiden, ob sie das Gerät mieten oder monatlich finanzieren möchten.



Der erste Einbau Saug- und Wischroboter mit Servicestation wurde von Bosch gemeinsam mit Ecovacs entwickelt.

auch in der neuen Konstellation nichts ändern. Die selektiven Vertriebskonzepte bleiben ebenfalls Bestandteil unserer Strategie.

PoS-MAIL: Dennoch setzt die BSH auch bei ihrem neuen Konzept weiterhin auf Direktvertrieb.

Christoph Luis: Wir bieten unsere Geräte tatsächlich wie bisher in unseren Online-Shops an, und zwar deshalb, weil dies von vielen Kundinnen und Kunden erwartet wird. Hier liegt aber kein Schwerpunkt unserer Vermarktungsstrategie, sondern wir sehen diese Aktivität als Ergänzung zum Vertrieb im stationären Handel, der bei uns nach wie vor höchste Priorität hat.

PoS-MAIL: Sie positionieren das bisherige Service-Angebot BlueMovement unter dem Namen All-in+ neu. Kann der Fachhandel davon auch profitieren?

Christoph Luis: Der Fachhandel ist uns bei All-in+ als Partner willkommen, wie er es schon bei BlueMovement war. Allerdings gibt es bisher nur wenige Handelsunternehmen, die sich ernsthaft für eine Teilnahme interessieren. Einer der Gründe liegt darin, dass viele Händler ihr Hauptgeschäft immer noch auf dem Geräteverkauf und dem klassischen Kundendienst sehen. Mit All-in+ er-



Der neue iQ700 KI-Backofen kann jetzt bis zu 100 Anwendungen erkennen und automatisch das richtige Programm wählen.

Die letztgenannte Variante heißt All-in+ Yours und ermöglicht den unkomplizierten Erwerb von Neugeräten, während generalüberholte Produkte als All-in+ Use Angebot gemietet werden können. Zudem gibt es mit All-in+ Business Solutions ein Service-Angebot für Unternehmen, die Ausstattungen von der Coffee Corner im Start-up-Office bis zu Waschmaschinen und Trocknern in Ferienwohnungen oder betreutem Wohnen nachhaltig und liquiditätsschonend nutzen möchten. Lieferung, Aufbau und Service gehören zum Gesamtpaket.

möglichen wir es dem Fachhandel, das komplette Paket aus Rundum-Service, Premium-Hausgerät und flexiblen Zahlungsmethoden anzubieten – ohne eigene Investitionen in Abwicklung oder Logistik – und somit neue Kunden zu gewinnen, bestehende enger zu binden und sich klar als Anbieter nachhaltiger Lösungen zu positionieren. Deshalb hat All-in+ das Potential, auch für Fachhändler zu einem lohnenden Geschäftsmodell zu werden.

PoS-MAIL: Zum Schluss eine Frage zum vierten Quartal: Welche Unterstützung kann der Fachhandel in dieser wichtigen Zeit von der BSH erwarten?

Christoph Luis: Auch in der neuen Konstellation werden wir den Fachhandel im vierten Quartal mit attraktiven Angeboten rund um den Black Friday unterstützen. Zusätzlich sorgen wir mit Cashback-Aktionen für Nachfrage-Impulse – auch über den Black Friday und die Weihnachtszeit hinaus. So gibt es z. B. im Rahmen der extraKlasse Kampagne für mehr als 70 Geräte von Siemens bis zu 100 Euro Cashback – und das bis zum 28. Februar 2026. Auch für die Marken Bosch, Constructa und Neff sind Cashback-Aktionen geplant, von denen der Fachhandel profitieren kann.

PoS-MAIL: Vielen Dank für dieses Gespräch, Herr Luis.

Neuheiten von Bosch Smart Home

Bosch Smart Home erweiterte auf der IFA sein Alarmsystem um einen neuen Bewegungsmelder sowie die zubuchbaren Services Security+ und Home+.

Der neue Bewegungsmelder II [+M] (UVP 49,95 Euro) erfasst Bewegungen in einer Entfernung von bis zu 13 Metern, ist mit einem Orientierungslicht ausgestattet und kann in Bosch Smart Home Systeme oder Matter-Umgebungen integriert werden. Als Teil des Bosch Smart Home Alarmsystems löst das Gerät bei unerwünschten Bewegungen nicht nur Alarm vor Ort aus, sondern sendet auch (über ein Kamera-Livebild) eine Push-Nachricht auf das Smartphone des Nutzers. Ein spezieller Filter soll Fehlalarme durch Haustiere verhindern, die bis zu einer Größe von 80 cm nicht als Bedrohung registriert werden. Manipulationsversuche werden sofort erkannt und per Abriss-Alarm gemeldet.

Mit dem Dienst Security+ (29,99 Euro/Monat oder 299,95 Euro/Jahr) bietet Bosch Smart Home eine professionelle 24/7 Notrufleitstelle an: Wird in der Bosch Smart Home App ein Alarm angezeigt, auf den die Nutzerinnen und Nutzer nicht reagieren, wird die Notrufleitstelle informiert, die dann versucht, die Personen telefonisch zu erreichen. Wenn das nicht gelingt, werden festgelegte Kontakte informiert, um – ggf. vor Ort – zu beurteilen, ob ein Notfall wie Einbruch, Brand oder Wasseraustritt vorliegt. Besteht Hilfebedarf, koordiniert die Notrufleitstelle weitere Maßnahmen, indem sie z. B. Polizei oder Feuerwehr informiert. Zudem können individuelle Notfallpläne festgelegt werden.

Mit dem neuen zubuchbaren Upgrade Home+ (4,99 Euro/Monat ab Ende 2025) wird die zentrale Steuerung von bis zu drei Bosch Smart Home Systemen in einer einzigen App ermöglicht. So kann man z. B. den Überblick über die Lage im eigenen Zuhause, in der Ferienwohnung und bei Angehörige behalten. Dabei lässt sich durch Maßnahmen wie die smarte Fernsteuerung von Heizung und Beleuchtung der Energieverbrauch spürbar senken. Home+ ermöglicht es also, die Vorteile des Bosch Smart Home Systems auch über die eigenen vier Wände hinaus zu nutzen. Der 3-in-1-Dienst beinhaltet zudem die intelligente Audioanalyse und einen erweiterten Cloudspeicher.



Der neue Bewegungsmelder kann in Bosch Smart Home Systeme oder Matter-Umgebungen integriert werden.



Der neue Cosori Iconic Single Airfryer

Komplett aus Edelstahl

Auf der IFA hat der 2012 gegründete Hersteller VeSync mit dem Cosori Iconic Single einen hochwertigen Air Fryer vorgestellt, dessen sichtbare Oberflächen innen und außen aus Edelstahl gefertigt sind. Der Garkorb ist zudem mit Keramik beschichtet und deshalb völlig frei von PFAS. Mit einem Fassungsvermögen von 6,2 l bietet er genug Platz, um Mahlzeiten für zwei Personen zuzubereiten

Trotzdem ist das Gerät durchaus kompakt und nimmt nicht zu viel Stellfläche auf der Arbeitsplatte in Anspruch. Die Garkammer ist mit Edelstahl ausgekleidet, auch die Außenhülle mit matter Oberfläche besteht aus diesem Werkstoff. Das robuste Material verbindet Langlebigkeit mit einfacher Reinigung und reduzierter Geruchsbildung, auch der mit Keramik beschichtete Garkorb verspricht



lange Haltbarkeit. Die Bedienung erfolgt über ein berührungsempfindliches Display aus gehärtetem Glas, das sich auf der Oberseite des Gerätes befindet. Die kostenlose VeSync-App bietet zudem Zugriff auf zahlreiche Rezepte mit Nutzerführung, unterstützt mit Hilfe einer Tabelle mit 96 Lebensmitteln die Mahlzeitenplanung für ein oder zwei Personen und gibt Tipps für eine gesunde Ernährung.

Viel Leistung

Für knusprige, gleichmäßig gegerichte Ergebnisse ist der Cosori Iconic Single Airfryer mit spezieller Technik ausgestattet. Die Geschwindigkeit des Ventilators kann in fünf Stufen eingestellt werden und erreicht maximal 3.600 U/min – das ist nach Angaben des Herstellers um bis zu 28 Prozent schneller als bei herkömmlichen Wechselstrom-Ventilatorsystemen.

Eine besonders gleichmäßige Wärmezirkulation wird mit der TurboBlaze-Technologie erreicht, die eine präzise Temperaturkontrolle über sieben Garfunktionen hinweg er-

Mit seinem Edelstahlgehäuse und der Oberseite aus gehärtetem Glas macht der Cosori Iconic Single Airfryer den Premiumanspruch des Produktkonzepts auf den ersten Blick deutlich.

möglicht: Das neu entwickelte Luftstromsystem vermischt heiße und kühle Luft außerhalb der Kammer. Von dort strömt die richtig temperierte Luft so in den Garkorb, dass die Lebensmittel gleichmäßig erhitzt werden. Das ist bei Geräten, in denen die heiße Luft von hinten in den Garkorb geleitet wird, nicht immer der Fall, so dass dann häufig ein Umschichten des Garguts notwendig ist. Der Cosori Iconic Single Airfryer kommt in Deutschland voraussichtlich im Januar 2026 auf den Markt und soll 249 Euro (UVP) kosten.

Rommelsbacher mit aktuellen Neuheiten auf der IFA

Nachhaltiges für die Küche

Auch bei seinen IFA-Neuheiten setzte Rommelsbacher auf durchdachte Produktkonzepte sowie umweltfreundliche und ressourcenschonende Produktion. Ein Hand Vakuuierer, ein Pizza Raclette Gerät, zwei Multi Reiskocher sowie ein Kontakt Grill werden in Kürze im Handel erhältlich sein.

So ist der kabellose Vakuuierer VAC 25 (UVP 59,99 Euro), den es auch als Starter Set VA 253/S (UVP 99,99 Euro) geben wird, mit einer leise arbeitenden Vakuumpumpe (bis 7 Liter/Minute, Vakuum bis -0,5 Bar), automatischer Stoppfunktion und dem Power-Modus ausgestattet. Dank Ein-Hand-Bedienung und 3-farbiger Akku-Ladezustandsanzeige ist der VAC 25 besonders komfortabel. Der Lithium-Ionen-Akku ermöglicht bis zu 100 Anwendungen pro Ladung und ist über USB-C leicht aufladbar. Das schlanke Design passt in jede Schublade, die Reinigung ist durch die abnehmbare Absaugglocke einfach. Zum Lieferumfang gehören acht wiederverwendbare ZIP-Vakuuierbeutel mit Ventil, eine Verschlusshilfe sowie ein

USB-C Ladekabel. Im Starter Set enthalten sind zusätzlich drei Vakuum-Glasbehälter aus Borosilikat Glas mit Kunststoffdeckel und Datumsanzeige. Die Glasbehälter, die frei von BPA sind, können in der Spülmaschine gereinigt werden und eignen sich für Temperaturen zwischen -18 °C bis + 230 °C. Ein Vakuuier Schlauch mit Adapter, ein Zusatz-Adapter sowie ZIP Vakuuierbeutel runden die Ausstattung ab.

Das RCP 1800 Pizza Raclette (UVP 229,99 Euro) ist mit einer massiven Wendeplatte aus Alu-Druckguss (PFAS-frei) ausgestattet. Sie bietet eine geriffelte Seite für markante Grillstreifen und eine glatte für feines Bratgut oder süße Kreationen. Die separate Pizza-Ebene mit zuschaltbarer Unterhitze sorgt für knusprige Pizzaböden. Das „Parkdeck“ nimmt ungenutzte Pfännchen auf; rutschfeste Füße und ein extra-langes Kabel sind weitere Ausstattungsmerkmale. Dazu kommen acht antihafbeschichtete Pfännchen, sechs antihafbeschichtete XXL-Pfännchen, acht Wendeschaber sowie ein Teigausstecher.

Die beiden Reiskocher-Modelle MRK 650 (3 Liter, UVP 99,99 Euro) und MRK 950 (5 Liter, UVP 129,99 Euro) mit Startzeitvorwahl und Warmhaltefunktion bieten 12 Pro-

gramme, darunter drei Automatik-Reisprogramme sowie neun Programme mit variablen Laufzeiten. Der keramisch beschichtete, PFAS-freie Innentopf und das Edelstahlgehäuse mit Anti-Fingerprint-Beschichtung sorgen für einfache Pflege und Langlebigkeit. Die intuitive Bedienung über das LED-Display, der stabile Tragegriff und umfangreiches Zubehör runden die komfortable Bedienung ab. Der Kontakt Grill KG 2025 (UVP 159,99 Euro) ist mit variablen Grillplatten ausgestattet. Damit kann das Gerät nicht nur zum Kontaktgrillen, sondern auch zum Überbacken und offenen Grillen genutzt werden.



Der Kontakt Grill KG 2025 ist dank variabler Grillplatten vielseitig einsetzbar. Er kann als klassischer Kontaktgrill, zum Überbacken oder als Tischgrill genutzt werden.



Der Bespoke AI RF9000 Family Hub erkennt gelagerte Lebensmittel und schlägt in Verbindung mit SmartThings und der Samsung Food+ App passende Rezepte vor.

Samsung zeigte auf der IFA, wie Hausgeräte mit Künstlicher Intelligenz das Leben für ihre Anwender einfacher und komfortabler machen können. Dabei stellte der Konzern nicht die Technologie als Selbstzweck in den Vordergrund, sondern betonte ihren konkreten Nutzen. Damit erhält auch der Fachhandel wirksame Verkaufsargumente.

So kann die Einkaufsliste dank AI Vision in Bespoke AI Kühlgeräten wie dem RF9000 Family Hub immer auf dem neuesten Stand bleiben, denn das Gerät erkennt gelagerte Lebensmittel und schlägt in Verbindung mit SmartThings und der Samsung Food+ App passende Rezepte vor. Und der French Door Kühlschrank RM94F nutzt AI Vision, um mit den Diensten Samsung Food und Health Einkaufslisten zu erstellen, die auf Fitnessziele und Bewegungs-

Smarte Samsung Hausgeräte mit AI

Nützliche Intelligenz

daten abgestimmt sind. KI macht aber nicht nur das Einkaufen, sondern auch das Kochen leichter: Mit der Samsung Food+ App können Rezepte aus dem Internet in die eigene Sammlung übertragen werden. Diese wird wiederum von der App genutzt, um die passenden Einstellungen an den Bespoke AI Backofen zu senden. Und das Induktionskochfeld kann mit AI Boiling Detection erkennen, wenn die Flüssigkeit im Topf kocht, um dann die Temperatur automatisch abzusenken.

Sprachassistenten immer beliebter

Auch der Einsatz von Sprachassistenten kann das Leben spürbar erleichtern, zum Beispiel mit der Funktion Auto Open Door: Samsung Hausgeräte wie der French Door RM94F, der Bespoke AI Backofen und der Bespoke AI Wäschetrockner WD8000DK lassen sich nun mit Sprachkommandos berührungsfrei öffnen, und dabei können sie dank Voice ID verschiedene Stimmen unterscheiden. Zudem kann die Funktion auch die Türen des Bespoke AI Wäschetrockners nach Abschluss des Programms öffnen, damit Restfeuchtigkeit entweichen kann.

„Die Deutschen werden immer aktiver bei der Nutzung digitaler Sprachassistenten“, erklärte Diana Diefenbach, Senior Manager Technical Product Management and Communication bei Samsung Electronics Deutschland. „Heute nutzen schon 62 Prozent zumindest gelegentlich solche Services – knapp 10 Prozent mehr als 2024. Das zeigt uns, dass wir mit entsprechend ausgestatteten Geräten auf dem richtigen Weg sind.“

Effiziente Wäschepflege

Bei der Wäschepflege kann die in Samsung Geräten eingesetzte KI helfen, die Bedienung deutlich zu erleichtern: So analysiert die Bespoke AI Waschmaschine mit AI Wash+, welche Stoffe in der Trommel sind und stellt den Verschmutzungsgrad fest, um die Dosierung des Waschmittels, die Wassermenge und die Waschkdauer anzupassen. Der AI Energy Mode der SmartThings App unterstützt dabei den effizienten Einsatz von Energie: Neben einem Überblick über den Verbrauch aller Geräte weist er auch auf Einsparpotenziale hin: So lässt sich der Stromverbrauch der Bespoke AI Waschmaschinen von Samsung

durch die Nutzung von AI Ecobubble und niedrigeren Temperaturen um bis zu 70 Prozent reduzieren.

Zur sauberen Wohnung kann die KI ebenfalls Beiträge leisten: Der neue Saug- und Wischroboter Bespoke AI Jet Bot Steam Ultra erkennt kleine Unordnungsherde und übernimmt bis zum finalen Aufräumen schon einmal die Reinigungsaufgaben drumherum – inklusive der Erkennung von Flüssigkeiten und verschiedenen Bodenarten sowie der dazu passenden Anpassung seiner Leistung. „Große Erleichterungen bestehen aus vielen einzelnen Teilen“, sagte Diefenbach. „Jede Kleinigkeit, die smarte Hausgeräte und ihre AI-Funktionen uns abnehmen, macht für sich selbst erst eine kleine Verbesserung aus, aber zusammengenommen wird der Effekt deutlich spürbar.“



Mit AI Wash+ kann die Bespoke AI Waschmaschine die Dosierung des Waschmittels, die Wassermenge und die Waschkdauer an die Stoffe und den Verschmutzungsgrad anpassen.

Damit die Freude an intelligenten Technologien im eigenen Zuhause nicht durch unbefugte Eingriffe Dritter getrübt wird, sorgt die Samsung Knox Sicherheitsplattform für Sicherheit. Um diese speziell in vernetzten Umgebungen zu gewährleisten, stellt Knox Matrix sicher, dass die Geräte im Netzwerk auf Basis einer privaten Blockchain-Technologie zusammenarbeiten.

Außerdem wurden der Bespoke AI Jet Bot Steam Ultra sowie die aktuellen Bespoke AI Kühlschränke zum ersten Mal vom TÜV Nord zertifiziert. Damit wird bestätigt, dass die Geräte über ihren gesamten Lebenszyklus strenge Sicherheits- und Datenschutzerfordernungen nach der Norm ETSI EN 303 645 erfüllen.

MILCHSCHAUAM IN BARISTAQUALITÄT - FÜR JEDEN ANSPRUCH DAS PASSENDE GERÄT

GRAEF.

Für heute. Für morgen. Für dich.



Severin mit neuer Markeninszenierung auf der IFA

Premium für alle

Severin nutzte die IFA, um einem breiten Publikum die Strategie „Premium für alle“ zu präsentieren. Dabei stellte das Unternehmen nicht nur neue Produktkategorien vor, sondern zeigte sich auch mit einem komplett überarbeiteten Markenauftritt.

„Wir definieren Premium nicht exklusiv, sondern inklusiv“, sagte Severin CEO Gerhard Sturm. „Es geht nicht um Luxus, den sich nur wenige leisten können, sondern um einen Lifestyle, der für alle erschwinglich ist. Denn wir verbinden Innovation, hochwertiges Design und faire Preise.“ So baut das Unternehmen sein Portfolio in den Bereichen „Personal Care“ sowie „Reinigung und Ordnung“ deutlich



Die Waffeleisen (hier das Duo-Modell) haben eine PFAS-freie Antihafbeschichtung.

SEVERIN

Das neue Severin Logo ist deutlicher moderner geworden, aber auch gut wiedererkennbar.

aus. Auf die wachsende Nachfrage nach hochwertigen Haarstyling-Geräten reagiert Severin mit der neuen Produktlinie S-Style Hair Care. Der S-Style Speed Pro HT 0169 (UVP 99,99 Euro) bietet drei Temperatur- und Leistungsstufen und ist mit einem langlebigen BLDC-Motor, einer Ionic-Funktion zur Reduzierung von Frizz sowie einer Cool-Shot-Funktion ausgestattet. Exklusiv für den Fachhandel gibt es den S-Style Speed Pro HT 0170 in schwarz für 119,99 Euro (UVP).

Freistehender Akku-Sauger

Im Bereich Bodenpflege stellte Severin drei Varianten des neuen Akku-Handstaubsaugers S-Power Olymp vor, der sich frei aufstellen lässt, ohne umzukippen. Mit einem Gewicht von weniger als 1,5 Kilogramm ist er besonders handlich; eine Ladung des Li-Ionen-Akku ermöglicht eine

Laufzeit von bis zu 35 Minuten (beim Pro-Modell bis zu 60 Minuten). Das Basismodell S-Power HV 7178 kostet 149,99 Euro (UVP), für 179,99 Euro (UVP) gibt es exklusiv beim Fachhandel den S-Power HV 7178 mit LED-Beleuchtung. Ebenfalls dem Fachhandel vorbehalten ist der S-Power Olymp Pro HV 7179 (UVP 269 Euro) mit LED-Display, 30.000 Pascal Saugkraft und verlängerter Laufzeit.

Black Line für die Küche

Die Black Line von Severin wurde zur IFA um ein Waffeleisen und verschiedene Induktionskochplatten in mattschwarzen Finish erweitert. Die Waffeleisen sind als Single- (UVP 44,99 Euro) oder Duo-Modell (UVP 59,99) sowie als Variante für belgische Waffeln (UVP 39,99 Euro) erhältlich. Sie sind mit einer PFAS-freien Antihafbeschichtung, einer stufenlosen Temperaturregelung und einer praktischen Backampel (nur Single und Duo) ausgestattet. Die Severin Black Line Induktionskochplatten stehen also Einzel- (UVP: 74,99 Euro) und Doppel-Kochplatte (UVP: 169,99 Euro) zur Verfügung.

Die neuen Space Master Hausgeräte von Midea

Mehr Platz im Innenraum

Als einer der weltgrößten Hersteller von Hausgeräten präsentierte sich Midea auf der IFA mit einem selbstbewussten Auftritt auf großzügigen Ständen in Halle 5 und 6. Besondere Bedeutung hatten die neuen Space Master Küchen- und Reinigungsgeräte, die dafür entwickelt wurden, innerhalb von Standard-Abmessungen viel Platz zu bieten.

So verbirgt sich hinter der schlanken Silhouette des Space Master Kühlschranks (EEK C) ein großzügiger Innenraum von 443 Litern; das ist mehr als der bisherige 336-Liter-Kombikühlschrank, der 66-Liter-Minikühlschrank und der 31-Liter-Gefrierschrank von Midea zusammen zu bieten haben. Allein das Gefrierfach fasst 130 Liter, und das Maxx Fresh Box Gemüsefach ist um 47 Prozent größer als beim vergleichbaren Modell. Zudem lassen sich die Ablageflächen mit Infinite Shelf und dem Infinite Door Bin-System flexibel anpassen, um sperrige oder übergroße Gegenstände wie Milchkartons, Geburtstagskuchen oder voluminöse Getränkebehälter unterzubringen.

Auch der Space Master Geschirrspüler zeichnet sich durch großzügige innere Werte aus: In seinem dreistöckigen System ist Platz für bis zu 16 Gedecke – von groß-

en Backblechen bis zu hohen Stielgläsern. Da sich im oberen Korb sogar kleine Töpfe und Weingläser unterbringen lassen, bleibt unten mehr Platz für größere Gegenstände. Der dritte Korb, poetisch SkyLoad genannt, nimmt Bestecke, Tassen und Kochutensilien auf. Dank speziell entwickelter, rotierender Sprüharme erreicht das Wasser nach Angaben des Hersteller trotzdem jede Lücke und jeden Winkel, damit Fett- und Essensreste in einem Durchgang verschwinden.

Platz in der Trommel

Auch bei der Space Master Waschmaschine mit Trockner setzt der Hersteller auf viel Platz. Ihre übergroße Trommel fasst nach Angaben von Midea eine komplette Bettwäschegarnitur oder die Kleidung einer ganzen Woche. Dank der Powermix-Spray-Technologie gelangt das Waschmittel tief in die Fasern, um Flecken gründlich zu entfernen und für Frische zu sorgen. So bleibt das Zuhause sauber und gepflegt.

Auch in anderen Produktsegmenten setzt Midea das Space Master Konzept um, vom Backofen bis zur Heißluftfritteuse, deren Garraum um 45 Prozent größer ist als der von herkömmlichen 8-Liter-Geräten. Und selbst bei der Klimaanlage geht es um schlankes Design, um effiziente Kühlung auch in kleineren Wohneinheiten zu ermöglichen.



Trotz Standardbreite bietet der Space Master Kühlschrank viel Platz im Innenraum, der flexibel gestaltet werden kann.

dittert Küchengeräte meldet erfolgreiche IFA

Schon über 500 Fachhändler



Zu der ersten Filterkaffeemaschine der Serie One gesellt sich demnächst auch ein Modell mit Thermoskanne.

„Die Resonanz von unseren Handelspartnern, aber auch von den Konsumenten, war überwältigend“, fasste Geschäftsführer Moritz Schüller die Ergebnisse der IFA zusammen. „Für uns ist das der beste Beweis, dass wir mit unserer Strategie richtig liegen.“ Direkt auf der Messe hätten zahlreiche Fachhändler, die derzeit wegen des harten Preiswettbewerbs und der geringen Margen keine Kleingeräte führen, den selektiven Vertrag unterzeichnet und eine Erstausrüstung bestellt, fügte Schüller hinzu. Positiv ausgefallen seien auch die Reaktionen der Konsumenten, denen vor allem das hochwertige, ansprechende Design, die tolle Verarbeitung und die attraktiven Preispunkte gefielen.

Neuheiten nach Wunsch

Kurz nach der Einführung der ersten Produkte stellte dittert in Berlin zwei Neuheiten vor, die ab dem ersten Quartal 2026 das Portfolio der Serie One ergänzen sollen.

Mit ihrer Entwicklung reagierte das junge Unternehmen auf die Wünsche zahlreicher Handelspartner: Gezeigt wurden – in der typischen schwarz-matten Optik des Sortiments – ein Langschlitz-Toaster und eine Filterkaffeemaschine mit Thermoskanne, die häufig noch am Stand von Händlern eingelistet wurden. „Die Neuheiten zeigen, wie schnell wir Anregungen aus dem Handel umsetzen“, kommentierte Oliver Neumann, Vertriebsleiter bei dittert. „Für uns ist die Rückmeldung der Partner ein zentraler Bestandteil der Markenentwicklung.“



Auch der dittert Langschlitztoaster wird auf Wunsch der Handelspartner dem Sortiment hinzugefügt.

Gut acht Monate nach ihrem Start präsentierte sich die dittert Küchengeräte GmbH auf der IFA am electropus küchenplus Stand der Bielefelder Verbundgruppe EK Retail nicht nur mit dem im Juli eingeführten Sortiment der Serie One, sondern auch mit Neuheiten, die das Echo aus dem Fachhandel widerspiegeln. Das junge Unternehmen, das seine design-orientierten Produkte ausschließlich über autorisierte Fachhändler vermarktet, blickt auf eine erfolgreiche Startphase zurück: Schon jetzt sind die Kleingeräte an mehr als 500 Standorten in Deutschland erhältlich.



Die beiden dittert Geschäftsführer Lorin (links) und Moritz Schüller blicken auf einen erfolgreichen Start ihres Unternehmens zurück.

Mitentscheiden konnte der Fachhandel auf der IFA auch darüber, welche neue Farbvariante der Serie One ins Sortiment aufgenommen wird. Dafür konnten die Besucher mit einem Buzzer ausdrücken, welcher Farbton ihnen am besten gefiel. Von dieser Möglichkeit wurde rege Gebrauch gemacht, so dass die Frühstücksserie in Zukunft nicht nur in matt-schwarz, sondern auch in matt-weiß verfügbar sein könnte.

ROMMELSBACHER



MULTI REISKOCHER MRK 650

- 3 Liter Innentopf
(2 Liter Nutzvolumen)



3 Liter



MULTI REISKOCHER MRK 950

- 5 Liter Innentopf
(3,5 Liter Nutzvolumen)

5 Liter



Echte Multitalente

- ★ 3 Automatik-Reisprogramme und 9 Zusatzprogramme mit variablen Einstellmöglichkeiten
- ★ herausnehmbarer Innentopf mit seitlichen Griffen und hochwertige keramische Antihafbeschichtung (PFAS-frei)
- ★ Touch Control Sensoren, LED-Display, Startzeitvorwahl bis 24 Std.
- ★ 3D-Heiztechnologie für konstante Temperaturen und energiesparendes Garen

REIS MILCHREIS PORRIDGE SLOW COOK SUPPE DÄMPFEN FRISCHKÄSE JOGHURT KRÄUTER



Mehr Infos unter www.rommelsbacher.de



Temperaturgesteuerte Induktionskochfelder von Bauknecht

HeatControl für Präzision

Bauknecht hat neue Induktionskochfelder angekündigt, die mit einer Temperatursteuerung ausgestattet sind. Für die neuen Modelle wurden spezielle Technologien wie HeatControl entwickelt, die nach Angaben des Herstellers gradgenaues Kochen und leicht Reinigung ermöglichen. Mit moderner Sensortechnik wird die Temperatur im Topf während des gesamten Kochvorgangs konstant gehalten – und zwar auch dann, wenn dieser innerhalb der Flexzone auf dem Kochfeld verschoben wird.

HeatControl ist ein persönlicher Kochassistent, der mit Dynamic Intelligence Technologie die Temperatur so steuert, wie man es von Backöfen kennt. Das ermöglicht im Vergleich zu herkömmlichen Kochfeldern, deren Leistung sich nur in Stufen einstellen lässt, eine deutlich präzisere Kontrolle der Hitze, da die gewünschte Temperatur in Grad eingegeben werden kann. Zudem lässt sich die Flexzone flexibel

nutzen: Man kann dort auch zwei Töpfe gleichzeitig erwärmen oder zwei Kochzonen zu einer größeren Fläche verbinden.

Zu den praktischen Funktionen des neuen Kochfelds gehört auch Boil&Cook: Damit wird verhindert, dass Wasser überkocht, denn die Temperatur wird einfach kurz vor dem Siedepunkt konstant gehalten. Und wenn ausnahmsweise einmal etwas daneben geht, ist es mit der Wipe Function möglich, Verschüttetes innerhalb von 30 Sekunden wegzuwischen, ohne dass sich das Kochfeld abschaltet oder ein akustisches Signal ertönt. Nicht zuletzt sieht das Kochfeld gut aus und bietet dank des Hide & Touch Displays auch im ausgeschalteten Zustand ein hochwertiges Erscheinungsbild.

Leicht zu reinigen

Die innovative Nano-Beschichtung CleanProtect, die nach Angaben von Bauknecht das Kochfeld fünfmal widerstandsfähiger macht als unbeschichtete Modelle, ermöglicht eine mühelose Reinigung der Oberfläche. Dafür wird lediglich Wasser benötigt, Reinigungsmittel oder raue Schwämme sind dagegen überflüssig. Zudem beugt die



Die neuen Induktionskochfelder sind mit einer innovativen Temperatursteuerung ausgestattet.

Die gewünschte Temperatur lässt sich auf dem Kochfeld gradgenau einstellen.



Nano-Beschichtung auch Kratzern vor. Diese Technologie hat bereits neutrale Fachleute überzeugt: So wurde CleanProtect mit dem Kitchen Innovation Award2024 ausgezeichnet. Das ETM Testmagazin (2/2025) vergab die Bestnote Sehr gut und urteilte: „Eine meisterliche Kochfeldoberfläche – pflegeleicht und widerstandsfähig.“ Die neuen Bauknecht Induktionskochfelder sind in den Größen 60, 80 und 90 Zentimeter erhältlich.

Kochfeld mit integriertem Dunstabzug von Amica

Leise und raumsparend

Amica hat auf der area30 das neue autarke Induktionskochfeld DHKI 752 880 C mit integriertem Dunstabzug vorgestellt.

Durch diese Bauweise kann der sonst für Dunstabzugshauben benötigte Platz oberhalb des Kochfelds anders genutzt werden, und Gerüche werden direkt an der Quelle erfasst. Das bietet besonders in offenen Wohnküchen und bei Kochinseln funktionale und ästhetische Vorteile.

Das neue Modell kann wahlweise in Abluft- oder Umluftsystemen genutzt werden. Für den Abluftbetrieb wird ein Adapter (im Lieferumfang) benötigt, der direkt an das Loch in der Außenwand hinter der Küchenzeile angeschlossen wird. Für den Umluftbetrieb bietet der Hersteller das optional erhältliche Zubehör PSD100 Downair Set für das Ableiten der gereinigten Luft an. Da der Abzug nur 70 mm hoch ist, kann er problemlos auch in niedrige Sockelleisten integriert werden. Der wartungsarme bürstenlose Gleichstrommotor (BLDC)



Der in das Kochfeld eingebaute Abzug nimmt die Gerüche direkt an der Quelle auf, bevor sie sich in der Küche ausbreiten können.

arbeitet effizient und erreicht mit einem jährlichen Energieverbrauch von nur 39,0 kWh die beste Energieeffizienzklasse A. Da sich der Motor nicht auf Augenhöhe befindet, reduziert sich die Lärmbelastung während des Kochens deutlich – je nach Anwendung erreicht der Geräuschpegel Werte zwischen 55 und 72 dB.

Der Dunstabzug startet beim Aktivieren des rahmenlosen Kochfelds automatisch und passt seine Leistung (294-590 m³/h) je nach Kochintensität an. Die eckigen

Kochzonen mit einer maximalen Leistung von jeweils 1,9 kW sind mit einer Booster-Funktion für schnelles Anheizen ausgestattet. Sie können zu zwei extragroßen Flächen verbunden werden, um auch größere Bräter mit Hitze zu versorgen.

Der Aluminium-Fettfilter des Abzugs lässt sich einfach entnehmen und in der Spülmaschine reinigen. Eine elektronische Anzeige erinnert rechtzeitig an den Wechsel des Kohlefilters.

Made in Europe

Wie alle Backöfen, Induktionskochfelder, Herd-Sets und Standherde wird auch das DHKI 752 880 C im polnischen Stadt Wronki hergestellt, die 55 km nordwestlich von Posen liegt und nur wenige Stunden von der deutschen Grenze entfernt ist.

Nach der Rückkehr von Geschäftsführer Zbigniew Platek, der schon zwischen 2016 und 2020 eine wichtige Rolle spielte, will Amica das Geschäft im wichtigen deutschen Markt weiter ausbauen. Dabei wird Platek von den Geschäftsleitungsmitgliedern Marcel Kühn (Vertrieb & Marketing) und Arthur Stahlberg (Operations) unterstützt.

Das Smart-Home-Ökosystem von Haier

Menschen im Mittelpunkt

Auf 3.000 Quadratmetern präsentierte Haier Europe auf der IFA 2025 mit den Marken Haier, Hoover und Candy seine Vision für das von Künstlicher Intelligenz unterstützte Zuhause der Zukunft. Dabei setzte das Unternehmen unter dem Leitgedanken „Naturally Connected“ auf die Verbindung von Mensch, Natur und Technologie. Im Zentrum dieses Konzepts steht die hOn App, mit der sich das gesamte Smart-Home-Ökosystem von Haier steuern und die Energieeffizienz der Geräte in Echtzeit überwachen lässt.

Die Produkte und Technologien der Marken Candy, Hoover und Haier wurden auf der IFA in realistischen Wohnumgebungen präsentiert. Ein besonderer Schwerpunkt lag auf den Kühl- und Gefrierlösungen von Haier, die durchdachte Technologien mit großen Kapazitäten, hoher Energieeffizienz und anspruchsvollem Design verbinden. Dabei kommt auch der Komfort nicht zu kurz: So haben die Horizon Collection Kühlschränke integrierte Funktionen für Wasserausgabe. Diese kann dank des Smart Beverage System bei den Cube 90 Geräten von Haier wahlweise über einen Dispenser oder das Autofill Jug-System erfolgen. Der in die Tür integrierte Dual Ice Maker liefert auf Knopfdruck Eiswürfel oder Crushed Ice.

Im Bereich Waschen und Trocknen zeigte Haier eine neue Gerätegeneration mit Künstlicher Intelligenz. Das AI Wash Sense-System passt mit Hilfe der von neun Sensoren gewonnenen Daten jeden Waschgang an die Beladung an und führt die Nutzer mit der AI Vision-Kamera Schritt für Schritt durch den Prozess. Mit AI Washing Memory lernt



Der neue Grand View Air Fryer von Haier bietet eine 360°-Sicht in den Garraum.

die Maschine die Gewohnheiten ihrer Besitzer und schlägt passende Programme vor.

Auch das Trocknen wird mit Technologien wie der Ultra Reverse Drum, Ultra Sense und dem 5-stufigen Flexy Air-System komfortabler und effizienter. Dazu trägt auch die hOn App mit KI-gestützten Features wie Etikettenerkennung, Eco-Planung und intelligenter Synchronisation von Waschmaschine und Trockner bei.



Mit einem neuen TV-Sortiment – hier ein OLED Modell – kehrte Haier auf der IFA in Europa in die Unterhaltungselektronik zurück.

Neue Küchengeräte und TVs

Für die Küche stellte Haier die neuen Steam ID 2-Öfen vor, in denen ein spezielles Sensorsystem kontinuierlich die Temperatur und den Dampf überwacht, um die Feuchtigkeit an die jeweilige Speise anzupassen.

Mehr Hygiene verspricht der I-Pro Shine Geschirrspüler mit der Biovitae-Technologie, die mit Hilfe eines LED-Lichtsystems nach Angaben von Haier bis zu 99,99 Prozent aller Bakterien sowohl auf den Innenflächen der Maschine als auch auf dem Geschirr beseitigt.

Das Kleingeräte-Sortiment von Haier wurde um drei Airfryer erweitert: Grand View bietet eine 360°-Sicht ins Geräteinnere, der Double Drawer erlaubt die gleichzeitige Zubereitung von zwei Gerichten mit unterschiedlichen Programmen und Temperaturen, und der Flex Double Drawer mit variablem Garraum fasst bis zu neun Portionen. Ganz neu im Haier Sortiment ist die I-Master Compact Coffee Machine 5, die als erster Kaffeevollautomat der Marke zahlreiche Getränke wie Espresso, Eiskaffee, Tee und Infusionen sowie Milchschaum zubereiten kann.

Mit einem neuen TV-Sortiment kehrte Haier auf der IFA in Europa in die Unterhaltungselektronik zurück und zeigte moderne Fernseher in Größen von bis zu 115 Zoll, die sich

in die Smart-Home-Umgebungen des Unternehmens integrieren lassen.

Bodenpflege mit Hoover

Zu den Neuheiten der Marke Hoover gehörte der kabellose Staubsauger HF6 Turbo Sense, dessen Floor Sensor-Bürste automatisch den Bodentyp erkennt, um die Leistung anzupassen. Um die Reinigung zu beschleunigen, kann das Gerät vorwärts genauso gut saugen wie rückwärts.

Für das wachsende Segment Saugen und Wischen stellte Hoover den kabellosen Bodenreiniger HW6 Ultra Clean mit 20.000 Pascal Saugkraft vor. Seine Triple-Edge-LED-Bürste lässt sich gut auch an schwer zugängliche Stellen manövrieren. Das automatische Reinigungssystem spült die Walze nach Gebrauch mit 74 °C heißem Wasser und trocknet sie in nur fünf Minuten mit 85 °C warmer Luft.



Für die Reinigung von Textilien und Glas stellte Hoover auf der IFA das kompakte HS5 Spot Wash&Dry Gerät vor.

Mit einem KI-gesteuerten Navigationssystem findet sich der Hoover Roboter KI-HG8 Ultra Sense gut in der Wohnung zurecht und kann seine Reinigungsstrategie automatisch an die räumlichen Gegebenheiten anpassen.

Für die Reinigung von Textilien und Glas präsentierte Hoover auf der IFA mit dem HS5 Spot Wash&Dry ein kompaktes Gerät, das in einem Durchgang sprüht, wäscht, bürstet und saugt und die Oberfläche trocken hinterlässt. Auch eine neue Waschmaschine und ein Trockner von Hoover wurden in Berlin gezeigt.

Multi Wash von Candy.

Die junge Marke Candy zog auf der IFA die Aufmerksamkeit der Besucher mit einer originellen Lösung für die Wäschepflege auf sich:

Multi Wash ist eine Waschmaschine, die mit drei unabhängigen Trommeln ausgestattet ist und es so möglich macht, empfindliche Textilien, Babykleidung und Sportwäsche gleichzeitig, aber getrennt und mit jeweils eigenem Programm, eigener Temperatur und eigener Laufzeit zu waschen. Für effizientes Wasser- und Energiemanagement sorgt ein KI-gestütztes Zentralsystem.



Originell: Die Candy Multi Wash ist mit drei unabhängigen Trommeln ausgestattet, so dass man unterschiedliche Textilien gleichzeitig mit jeweils eigenen Programmen waschen kann.

Innovative Kühltechnologien, komfortable Wasser und Eis-Ausgabe: Der Cube 90 Kühlschrank aus der Horizon Collection von Haier.

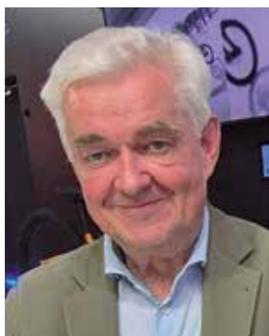


Sharp und Fidlock kooperieren im Bereich E-Mobilität

Ergänzungen für E-Bikes

Sharp präsentierte auf der IFA sein neues Sortiment, das aus den Kategorien Folding, Fat Bike, City, SUV, TriCycle, Micro Mobility und Youth Bikes besteht. Im Zubehörbereich kooperiert der Hersteller mit Fidlock, dem Spezialisten für magnet-mechanische Accessoires. Damit hat der Handel die Möglichkeit, in ausgewählten europäischen Ländern attraktive Bundles von Sharp-Produkten mit Smartphone-, Trinkflaschen- und Taschen-Halterungen von Fidlock anzubieten. Die Auslieferung erfolgt durch den gemeinsamen Distributionspartner Eno.

Die Kooperation beinhaltet ein individuell auf das jeweilige Sharp E-Bike- bzw. E-Scooter-Modell zugeschnittenes Fidlock-Sortiment aus den Bereichen Vacuum, Twist und Pinclip. Handelspartner können aus dem umfangreichen Portfolio individuelle Bundles definieren, die sie sowohl am PoS als auch online anbieten können. „Mit dem neuen Angebot setzen wir zusammen mit Sharp ein Zeichen für die Zukunft der nachhaltigen Mobilität“, erklärte Stefan Thode, Global Key Account Manager bei Fidlock. „So schaffen wir interessante Mehrwerte für Sharp E-Bike- bzw. E-Scooter-User in Punkto Komfort, Flexibilität und Sicherheit – ohne Kompromisse.“



Stefan Thode, Global Key Account Manager bei Fidlock, erläuterte auf dem IFA-Stand von Sharp den Besuchern aus dem Handel die Vermarktungsmöglichkeiten für die neuen Bundles.

Praktische Lösungen

Twist ist eine flexible Lösung, die Fidlock für verschiedene Lebensbereiche entwickelt hat. Wenn die Twist base am Rahmen eines E-Bikes oder E-Scooters montiert ist, lässt sich darauf im wahrsten Sinne des Wortes im Handumdrehen eine Flasche befestigen, damit auf jeder Tour ausreichend Flüssigkeit griffbereit ist. Schon wenn man die Twist bottle nah an die Base hält, spürt man die Anziehung der Magnetkraft. Die Trinkflasche zentriert sich automatisch durch eine Führung und schnappt sicher in die patentierte mechanische Rastung ein. Mit einer einfachen Dre-



E-Bikes von Sharp können jetzt im Bundle mit magnet-mechanischen Smartphone-, Trinkflaschen- und Taschen-Halterungen von Fidlock angeboten werden

hung, dem „Twist“, lässt sich die Flasche seitlich wieder von der Base entfernen. Ähnlich komfortabel funktioniert auch die Vacuum-Technologie zum Halt von Smartphones sowie das Pinclip-Prinzip zur Befestigung von Satteltaschen oder Action-Cams.



Auch die neue, exklusive „Motion Blue Edition“ der Twist-Trinkflasche gehört zum Fidlock-Sortiment, das im Bundle mit E-Bikes von Sharp erhältlich ist..

Dynamischer Markt

Sharp baut derzeit den Bereich E-Mobilität konsequent aus und bietet neben E-Trekking-, E-City-, E-MTB- und E-Lasten-Bikes inzwischen auch E-Räder für Jugendliche an. Damit reagiert das Unternehmen auf die dynamische Marktentwicklung in Europa. Hier nimmt Deutschland einen Spitzenplatz beim Absatzvolumen von E-Bikes und E-Scootern ein. Nach Erhebungen des Zweirad-Industrie-Verbands (ZIV) wurden 2024 hierzulande ca. 4 Millionen Fahrräder verkauft, 2,2 Millionen davon waren E-Bikes mit einem Durchschnittspreis von 2.650 Euro. Damit hat sich der Bestand der komfortablen Transportmittel in den deutschen Haushalten innerhalb der letzten zehn Jahre auf 15,7 Millionen Stück verachtfacht. Damit wurde das politische Ziel von 15 Millionen Stück deutlich übertroffen.



Mit den Pinclip-Halterungen von Fidlock lassen sich Satteltaschen ganz einfach befestigen und schnell wieder abnehmen.

E-Bikes machten im vergangenen Jahr 53 Prozent des gesamten Fahrrad-Absatzes 2024 aus – Tendenz steigend. Nach einer aktuellen Marktanalyse von Ernst & Young stand die Produktkategorie wegen der hohen Verkaufspreise für 86 Prozent des Gesamtumsatzes mit Fahrrädern.

Die AIRvive-Serie von Remington

Für das Haarpflege-Geschäft hat Remington auf der IFA die neue AIRvive-Serie vorgestellt. Sie besteht aus vier Geräten, die erstmals die Ionic Air-Technologie mit einer neuen Anti-Frizz-Formel kombinieren.

Die Ionic Air-Technologie setzt gezielt negativ geladene Ionen frei, mit denen die Haarstruktur auf molekularer Ebene geglättet wird. Verstärkt wird dieser Effekt mit der Anti-Frizz-Formel: Während des Stylings werden wärmeaktivierte Mikrowirkstoffe auf das Haar abgegeben, die für einen 24-Stunden-Schutz vor Frizz sorgen.

Der AIRvive 2-in-1 Airstyler (UVP 149,99 Euro) eignet sich für das Stylen von Locken und Wellen. Im Wet Mode lässt sich feuchtes Haar ohne extreme Hitze stylen; der Finish Mode verleiht der Frisur den letzten Schliff und kann auch zum Auffrischen genutzt werden. Ein gekühltes, abgerundetes Gehäuse ermöglicht sichere Handhabung.

Der schlanke und leichte AIRvive Digital Haartrockner (UVP 149,99 Euro) ist mit einem bürstenlosen Digitalmotor mit 110.000 U/min ausgestattet, der einen Luftstrom mit bis zu 240 km/h für besonders schnelles Trocknen erzeugt.

Dank seiner federnd gelagerten Styling-Platten mit besonders glatter Keramik-Beschichtung kann sich das AIRvive Slim Glätteisen (UVP 119,99 Euro) automatisch jeder Haarsträhne anpassen. Fünf Temperatureinstellungen (150-230°C) stehen zur Auswahl, ein innovatives Heizsystem sorgt für gleichmäßig verteilte Hitze und kann Hitzeschäden reduzieren. Am Ende des Stylingvorgangs wird die Frisur durch einen kalten Luftstrom aus dem gekühlten Gehäuse fixiert.



Die vier Geräte der AIRvive-Serie von Remington machen die Haarpflege einfach, komfortabel und sicher.

Der AIRvive Lockenstab rotiert nach dem Einlegen der Haarsträhne auf Knopfdruck, um das Haar aufzuwickeln und so eine Locke zu formen. Dabei lässt sich die Drehrichtung des Stabs bestimmen, um Locken vom Gesicht weg (für einen öffnenden Look) oder zum Gesicht hin (für einen weichen Rahmen) zu gestalten; auch natürlich fallende, nicht-uniforme Locken sind möglich. Drei Temperaturstufen (160-210°C) stehen zur Auswahl. Das Gerät kühlt die Außenseite aktiv durch Ionic Air-Technologie, während Heizplatten innen für die richtige Styling-Temperatur sorgen.

Die Koch-Innovationen von Miele auf der IFA

Neue Produktkategorie Outdoor Cooking

Mit wichtigen Neuheiten stellte Miele auf der IFA das Thema Kochen markant in den Mittelpunkt. Vorgestellt wurden intelligente, vernetzte Lösungen, mit denen die Zubereitung von Speisen wesentlich komfortabler werden soll. So halten die intelligenten M Sense Kochtöpfe automatisch die richtige Temperatur, so dass nichts mehr anbrennen oder überkochen kann. Praktisch und raumsparend zeigte sich die neue Dampfschublade, aber eindeutiger „Star of the Show“ war die innovative Outdoor-Küche Dreams, mit der Miele in ein neues Marktsegment einsteigt.

Dafür hat der Hausgeräte-Spezialist weit mehr entwickelt als nur ein paar Gasgrill-Modelle mit Zubehör. Vielmehr besteht Dreams aus mehreren Modulen, mit denen sich kleine und große Outdoor-Küchen individuell gestalten lassen. Besonders innovativ ist der intelligente Gasgrill Fire Pro IQ, der sich mit der Miele App steuern lässt, um Temperaturen präzise zu regeln und Rezeptschritte automatisch umzusetzen.

Inspiziert wurde das Miele Outdoor-Konzept von Küchengeräten wie dem Backofen, der Gerichte automatisch zubereiten kann, und dem Kochfeld, das Temperaturen automatisch hält. „Mit Dreams bringen wir erstmalig das besondere Miele-Kocherlebnis auch nach draußen“,



Die geschäftsführenden Gesellschafter Dr. Markus Miele (links), Dr. Reinhard Zinkann (Mitte) und der Geschäftsführer Marketing & Sales Dr. Axel Kniehl präsentierten auf der IFA die Messe-Neuheiten, unter denen die neue Dreams Outdoor-Küche das Highlight war.

erklärte Dr. Axel Kniehl, Geschäftsführer Sales und Marketing bei Miele. „Dreams ist eine modulare Outdoor-Küche, die individuelle Gestaltung ermöglicht und minimalistisches Design, intelligente Technik sowie den Miele-Premiumanspruch vereint. Das ist ein neuer Maßstab für Outdoor Cooking.“ Damit adressiert Miele ein wachsendes Marktsegment, das bereits heute in Deutschland, Österreich und der Schweiz für einen jährlichen Umsatz von zwei Milliarden Euro steht und dessen weltweites Volumen auf mehr als zehn Milliarden Euro geschätzt wird.

Großes Sortiment

Das gesamte Sortiment, darunter mehrere Gasgrills, ein 900° Oberhitze-Steakgrill, eine Spüle und der erste Outdoor-Kühlschrank von Miele, wird aus hochwertigen Materialien gefertigt, die Sonne, Regen, Schnee und Frost standhalten können und deshalb das ganze Jahr über im Freien bleiben können. Alle Module sind in einem eleganten, minimalistischen Design gestaltet und passen

perfekt zueinander. Über 60 Zubehörteile, zu denen auch eine Plancha und ein Pizzastein gehören, machen zahlreiche Zubereitungsarten und eine maßgeschneiderte Individualisierung möglich. So gibt es Haken und Halterungen für Modulschränke, an denen Grillzange, Spachtel und passgenaue Abdeckhauben immer griffbereit bleiben.

Der smarte Grill

Das Spitzenmodell unter den Dreams-Gasgrills, der Fire Pro IQ (UVP 5.999 Euro), bietet intelligente Automatik-Funktionen, wie man sie von Miele Küchengeräten kennt: Per Knopfdruck heizt er innerhalb weniger Minuten auf die gewünschte Temperatur auf und regelt die Hitze in seinen vier individuell ansteuerbaren Grillzonen so selbstständig wie ein entsprechend ausgestatteter Backofen. Dabei kann er mit vier gegossenen Edelstahlbrennern und einem zusätzlichen Heckbrenner Temperaturen von 60 °C bis 600 °C erreichen bzw. halten. Bis zu vier Kerntemperaturfühler ermöglichen punktgenaues Garen auch bei unterschiedlichem Grillgut. Sie werden direkt mit dem Fire Pro IQ verbunden, der die jeweilige Kerntemperatur auf dem Display anzeigt. Damit bei Wind kein Zweifel besteht, ob ein oder mehrere Brenner gezündet sind, zeigt eine Knebelbeleuchtung den jeweiligen Status an: gelb für an, weiß für aus. Die Funktionen lassen sich über die verknüpfte Miele App auch aus der Ferne steuern; die App kann zudem die Einstellungen für speziell entwickelte CookAssist-Rezepte an den Grill senden, der dann ganze Gerichte automatisch zubereitet.

Für die Entwicklung der Outdoor-Küche hat Miele die Erfahrungen des Düsseldorfer Startup Otto Wilde Grillers genutzt, das der Familienkonzern 2023 vollständig übernahm, nachdem er bereits 2021 Anteile erworben hatte. Da inzwischen das Know-How und ein großer Teil des Personals in die Muttergesellschaft integriert wurde, wird Otto Wilde Grillers Ende 2025 die Geschäfte einstellen. Denn die neuen Dreams Outdoor-Cooking Produkte werden ausschließlich unter der Marke Miele vermarktet. Ihre Einführung soll in Deutschland, Österreich und der Schweiz rechtzeitig zur Grillsaison 2026 im zweiten Quartal des kommenden Jahres erfolgen.



Das M Sense Kochgeschirr lässt sich ganz einfach per Fingertipp bedienen.

Smartes Kochgeschirr und Dampfschublade

Auf der IFA stellte Miele das intelligente M Sense Kochgeschirr mit bis zu drei Temperatursensoren vor. Die Bedienung erfolgt direkt am Kochgeschirr. In Kombination mit den neuen Induktionskochfeldern der Generation KM 8000 entsteht ein mehrfach patentiertes System, das die Kochleistung automatisch regelt – für punktgenaue Ergebnisse. Dazu kommunizieren die Töpfe und Pfannen mit dem Kochfeld. Auf diese Weise will Miele sicherstellen, dass nichts mehr anbrennt und nichts mehr überkocht – und das auch dann, wenn die Gerichte auf dem Herd vergessen werden. In diesem Fall sind die Speisen zwar übergart, aber nicht angebrannt, und das Kochfeld bleibt auch sauber.

Eine weitere Miele Weltpremiere auf der IFA war die Ankündigung einer neuen Dampfschublade, die nur 14 Zentimeter hoch ist. So kann sie mit einem 45 cm hohen Backofen in einer 60 cm Einbau-Nische so kombiniert werden, dass eine 3-in-1-Lösung zum Backen, Aufwärmen und Dampfgaren entsteht. Dank DualSteam-Technologie und mehr als 100 Automatikprogrammen am Gerät gelingt die Zubereitung von Gemüse und Sous-Vide-Gerichten ebenso mühelos wie das Erwärmen und Auftauen. Die Kapazität reicht für bis zu vier Personen. Details wie die Deckelöffnung per Knopfdruck und die Einbindung in die Miele App erleichtern die Bedienung der Komponente, die in Europa Ende 2026 verfügbar sein soll.



Mit 14 Litern Garräum und zwei Garräumen, für die es gelochte und ungelochte Schalen gibt, wird die Miele Dampfschublade für die Zubereitung kompletter Gerichte geeignet sein.

Xiaomi kündigt Mijia Haushaltsgeräte an

Für die eigene Netzwelt

Xiaomi hat den internationalen Marktstart der neuen Mijia Hausgeräte angekündigt. Zum Portfolio gehören der Kühlschrank Mijia Refrigerator Cross Door 502L, der Wäschetrockner Mijia Front Load Washer Dryer Pro 9kg und die Klimaanlage der Mijia Air Conditioner Pro Eco Series. Sie lassen sich in das vernetzte Ökosystem von Xiaomi – „Human x Car x Home“ – einbinden und sollen mit Intelligenz und zentralen Steuerungsmöglichkeiten das Leben der Endkunden erleichtern.

Über die Xiaomi Home App lassen sich alle Geräte zentral verwalten, personalisieren und ggf. aktualisieren. Zudem sind die Mijia Produkte mit den Sprachsteuerungen Google Assistant und Alexa kompatibel.

Der Mijia Kühlschrank Refrigerator Cross Door 502L (EEK E/UVP 849 Euro) hat ein Fassungsvermögen von 502 Litern und ist mit mehreren individuell regulierbaren Temperaturzonen ausgestattet, um es vor allem Familien zu ermöglichen, größere Mengen Lebensmittel fachgerecht aufzubewahren. Neben einer iFresh-Zone, in der die Temperatur im Bereich von -1 °C bis 5 °C eingestellt werden kann, stehen Funktionen wie Super Cool und Super Freeze zur Verfügung, mit denen sich die Leistung des Geräts an die aktuellen Erfordernisse anpassen lässt. Die integrierte Ag⁺-Frischhalte-Technologie trägt dazu bei,



Die Trommel des Mijia Wäschetrockners Pro wird von einem riemenlosen Direktantrieb bewegt.

Gerüche im Kühlfach zu reduzieren und das Bakterienwachstum zu hemmen, um die Lebensmittel lange frisch zu halten.

Auch bei wandnaher Aufstellung lässt sich der Mijia Refrigerator Cross Door 502L durch seine 90°-Türöffnung vollständig nutzen. Die Xiaomi Home App informiert die Nutzer, wenn die Tür länger als zwei Minuten offensteht. Für leisen Betrieb und hohe Energieeffizienz setzt Xiaomi die Dual-Inverter-Technologie ein.

Hygienische Wäschepflege

Bei einer Tiefe von 570 mm und Trommeldurchmesser von 525 mm bietet der Mijia Wäschetrockner Pro (UVP 579 Euro) 9 kg Kapazität auf begrenztem Raum. Bewegt wird die Trommel von einem riemenlosen Direktantrieb, der nach Angaben des Herstellers nahezu geräuschlos arbeitet. Der Energieverbrauch liegt um 25 Prozent unter dem Grenzwert, der für die EEK A erforderlich ist. Das hat TÜV Süd Certification and Testing (China) bestätigt, heißt es in einer Pressemitteilung von Xiaomi.

Für die automatische Dosierung von Waschmittel und Weichspüler gehört ein Dual-Auto-Dosing-System zur Ausstattung. Praktisch ist die All-in-One-Funktion für das Waschen und Trocknen in einem Durchgang; bis zu 3 kg Wäsche sind nach Angaben von Xiaomi in etwa 180 Minuten fertig. Verkürzt wird die Waschzeit durch die Smart-Infusion-Technologie mit dem Einsatz von Hochdruck-Wasserstrahlen. So wird auch ein Tiefenreinigungsprogramm möglich, das für 1–2 kg leichte Wäsche nur 36 Minuten benötigt und dabei 33 Prozent weniger Wasser und 40 Prozent weniger Strom verbraucht als ein vergleichbarer Xiaomi Wäschetrockner mit größerer Trommel. Sind die Textilien nur leicht verschmutzt, ist dieselbe Menge im Quick-Wash-Programm nach nur 12 Minuten gewaschen.

Für besonders hygienische Wäschepflege gibt es ein Hochtemperatur-Dampfprogramm, das bis zu 99,99 Prozent der Bakterien entfernt. Wird dagegen nur eine Auffrischung benötigt, werden die Fasern im Refresh-Modus mit Dampf schonend geglättet.

Das Trocknen der Wäsche wird mit Sensoren und 3D-Luftstromtechnik unterstützt. Dabei überwacht Smart Dry Control den Feuchtigkeitsgehalt, während Gentle Drying die Temperaturen im Bereich zwischen 55 °C und 65 °C hält, um das Gewebe zu schonen. Zusätzlich verfügt das Gerät über einige Selbstreinigungsprogramme, z. B. für die Waschmittelschublade. Zudem gibt es Spülzyklen für die Reduzierung von Flusen, die Trommelreinigung bei hohen Temperaturen sowie die Spülung der Türdichtungen.

Effiziente Klimaanlage

Zum Mijia Sortiment gehören auch die Klimaanlage der Air Conditioner Pro Eco Series in den Leistungsstufen 2,6 kW (UVP 599 Euro) und 3,5 kW (UVP 699 Euro) mit EEK A+++ für den Kühl- und Heizbetrieb. Sie passen ihre Leistung im Mijia-AI-Energiesparmodus dynamisch an



Die Mijia Klimaanlage der Air Conditioner Pro Eco Series sind mit den Leistungsstufen 2,6 kW (UVP 599 Euro) und 3,5 kW (UVP 699 Euro) erhältlich.

reale Umweltbedingungen an, um die Effizienz im Vergleich zu herkömmlichen Lösungen um bis zu 27 Prozent zu steigern. Dabei steht im Kühlbetrieb innerhalb von 30 Sekunden eine Austrittstemperatur von 19 °C zur Verfügung, beim Heizen werden innerhalb von 60 Sekunden mindestens 37 °C erreicht. Durch mikroperforierte Luftauslässe und 14 Luftleitlamellen wird die Luft ohne direkten Zug gleichmäßig verteilt. Für beschleunigte Leistung ist ein Turbo-Modus verfügbar, der die Ventilatorgeschwindigkeit kurzfristig erhöht.

Gesteuert werden die Klimageräte über die Xiaomi Home App, die Zugriff auf Programmeinstellungen, Filterstatus und Energieverbrauchsdaten bietet. In der App lassen sich auch individuelle Nachtprofile einrichten. Auch die Steuerung per Sprachbefehl über den Google Assistant ist möglich.

Die Funktion Personalize via AI lernt aus Nutzungsmustern und passt die Einstellungen automatisch auf den jeweiligen Haushalt an. Zudem können Luftstrom und Display-Helligkeit auf die Raumgröße und aktuellen Lichtverhältnisse abgestimmt werden.



Die Temperaturzonen im Mijia Kühlschrank Refrigerator Cross Door 502L können individuell eingestellt werden.

Repartly will das Reparieren einfach und günstig machen

Generalüberholte Elektronik

Das junge Unternehmen Repartly aus Rietberg bei Gütersloh zeigte auf der IFA ein disruptives Konzept, um das Reparieren von technischen Geräten zu einem profitablen Geschäftsmodell für den Fachhandel und professionelle Werkstätten zu machen. Möglich wird das mit dem Einsatz kollaborativer ABB-Roboter, die selbst fehleranfällige, ältere Elektroniken in bislang für unmöglich gehaltenem Tempo wieder instandsetzen können.

Auf diese Weise können nicht nur Haus- und Elektrogeräte günstig repariert werden; mit generalüberholten Elektroniken, die wieder in den Kreislauf zurückgeführt werden, will Repartly auch preislich attraktive Alternativen zu fabrikneuen Hersteller-Ersatzteilen anbieten. Damit das so einfach wie möglich funktioniert, hat Repartly eine spezielle App entwickelt, mit der Recycling-Partner nach einem einfachen Scan des Typenschildes sofort erkennen können, welche Teile eines ausgemusterten Geräts für Repartly zur Weiterverarbeitung interessant sind. Dann liefert die App nützliche Hinweise zur Gerätekonstruktion und zum Ausbau der Bauteile. So können Werkstätten, Recycling-Unternehmen und der Fachhandel mit Altgeräten zusätzliche Erträge generieren und gleichzeitig einen Beitrag zur Reduzierung der Elektroschrott-Berge leisten, die Umwelt und Klima immer stärker belasten.

Und diese Berge werden immer höher: So ergab eine repräsentative Studie von Yougov im Auftrag von Repartly, dass allein in Deutschland bis heute mindestens 120 Millionen Haushaltsgroßgeräte außerhalb der Garantiezeit kaputtgegangen sind. Wenn der Defekt durch einen Fehler in der Elektronik entstanden ist, werden die Geräte häufig zu einem wirtschaftlichen Totalschaden erklärt, obwohl der Austausch eines kleinen Bauteils sie wieder zum Laufen bringen könnte. Doch Reparaturen von elektronischen Komponenten erfordern Fachwissen, das wegen des Man-

Bei Repartly werden elektronische Bauteile von kollaborativen Robotern, Cobots genannt, unter der Aufsicht von zertifizierten Fachleuten repariert.



gels an qualifiziertem Personal in vielen Service-Werkstätten nicht oder nur unzureichend vorhanden ist. Da Original-Ersatzteile der Hersteller oft zu teuer sind, landen ältere Geräte trotz intakter mechanischer Funktionen häufig auf dem Schrottplatz, weil ihre Besitzer die Kosten für einen Austausch nicht akzeptieren wollen und sich lieber für einen Neukauf entscheiden.

Roboter reparieren günstig

Für diese Probleme hat Repartly eine ebenso spannende wie effiziente Lösung entwickelt. Eine intelligente Online-Plattform sorgt für reibungslose und schnelle Prozesse, und mit automatisierten Verfahren ist die schnelle Instandsetzung elektronischer Bauteile auch wirtschaftlich attraktiv. Bereits über 30.000 Markengeräten hat Repartly so zu einem neuen Leben verholfen.

Repariert werden die elektronischen Komponenten von kollaborativen Robotern, Cobots genannt, die unter der Aufsicht von zertifizierten Fachleuten arbeiten. Auf das reparierte Bauteil gibt es volle gesetzliche Gewährleistung. Nach Ansicht von Dr. Lennart Osthoff, dem Gründer und

Geschäftsführer von Repartly, können von den kostengünstigen, schnellen Reparaturen und den generalüberholten Ersatzteilen nicht nur die Verbraucher und die Service-Partner des Unternehmens profitieren; auch für die Hersteller können sich langfristig Vorteile ergeben, wenn durch die Reparatur-Möglichkeiten die Kosten für die langjährige Bereithaltung eines umfassenden Ersatzteil-Sortiments sinken.

Große Wachstumschancen

Deshalb ist Osthoff vom enormen Wachstumspotential seines Unternehmens überzeugt. „Zum einen können wir durch den Einsatz der Cobots unsere Kapazitäten im Reparatur-Prozess nahezu beliebig skalieren“, betonte der Unternehmer. „Zum anderen können wir auf vielen verschiedenen Dimensionen neues Wachstum generieren, z. B. durch geografische Ausweitung oder durch die permanente Erweiterung der Palette von Haushaltsgeräten, für die wir Reparaturen anbieten.“ Auch den Eintritt in neue Marktsegmente wie TV-Geräte, Wärmepumpen oder Garagentor-Antriebe kann sich der Geschäftsführer gut vorstellen. „Da steht uns ein extrem weites Feld offen, denn letztlich können wir fast jedes elektronische Bauteil reparieren.“

Für dieses Wachstum hat Repartly direkt nach der IFA durch einen Umzug an einen neuen, deutlich größeren Standort bereits die Weichen gestellt: Das Unternehmen residiert jetzt in einer über 1.000 Quadratmeter großen Halle in Rietberg bei Gütersloh, die durch ihre große Fläche gute Voraussetzungen bietet, um die bestehenden Prozesse zu verfeinern und die Auftragsabwicklung noch stärker zu digitalisieren. Das soll zum einen die heute schon kurzen Durchlaufzeiten beschleunigen. Zum anderen will Repartly in seinem neuen Zuhause die logistischen Rahmenbedingungen schaffen, um das stark nachgefragte Refurbishment-Segment weiter auszubauen und das einzigartige Angebot generalüberholter Elektroniken als Alternative zu Original-Ersatzteilen fest im Markt zu etablieren.



Am IFA-Stand von Repartly überzeugte sich hochkarätiger Besuch von dem innovativen Konzept des Unternehmens: v.l. Dr. Sara Warneke (damals Geschäftsführerin der gfu Consumer & Home Electronics GmbH), Kai Wegner (Regierender Bürgermeister Berlin), Dr. Lennart Osthoff (Geschäftsführer Repartly), Dr. Christoph Ploß (Mitglied des Bundestags), Franziska Giffey (Senatorin für Wirtschaft, Energie und Betriebe in Berlin) und Leif Lindner (CEO IFA Management GmbH).

Testsiege • Awards • Auszeichnungen

An dieser Stelle erscheint in jeder Ausgabe (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) eine Übersicht über Firmen, die im Vormonat Testsiege errungen bzw. Awards und Auszeichnungen erhalten haben. In den Monaten August September wurden AEG, Beko, BenQ, Ecovacs, Hama, LG und Miele bedacht.

AEG

AEG ist zum siebten Mal in Folge Spitzenreiter im Bereich Wäschepflege. Das bestätigt die Ausgabe 9/2025 der Stiftung Warentest den AEG Wäschetrocknern 9000 AbsoluteCare Plus und 8000 AbsoluteCare. In einer Pressemitteilung heißt es, die kontinuierliche Spitzenleistung sei das Ergebnis eines klaren Markenversprechens: Geräte zu entwickeln, die die Erwartungen immer wieder übertreffen und neu definieren. Diesen Anspruch erfülle

Neben dem AEG 9000 AbsoluteCare Plus erhielt auch der AEG 8000 AbsoluteCare Wäschetrockner einen Spitzenplatz.



AEG durch eine konsequente Ausrichtung: Gewohnheiten würden hinterfragt, Innovationen gezielt vorangetrieben und so Geräte geschaffen, die bestmögliche Trocknungsergebnisse liefern und dabei die Lebensdauer der Kleidung verlängern. Der erneute und doppelte Testsieg von AEG bei der Stiftung Warentest sei ein weiterer Beleg für die Erfüllung dieses Qualitätsversprechens.

Beko

Zwei Wärmepumpentrockner von Beko zählen im aktuellen Test der Stiftung Warentest (Ausgabe 09/2025) zu den Spitzenreitern: Der Beko B3T4224SD und der Beko B3T3249S erhielten beide das Qualitätsurteil „Gut“. Dabei war der Beko B3T4224SD der schnellste und der Beko B3T3249S der sparsamste Wärmepumpentrockner im



Der Beko B3T3249S (links) und der Beko B3T4224SD erhielten beide das Qualitätsurteil „Gut“.

Test. Getestet wurden 16 Kondensationswäschetrockner mit Wärmepumpe in den Kategorien Trocknen, Handhabung, Umwelteigenschaften und Sicherheit und Verarbeitung.

BenQ



Im Test „F.A.Z. Kaufkompass“ wurden 41 Mini-Beamer getestet. Der BenQ GV31 wurde zum Testsieger gekürt und zeichnet sich durch einen ausdauernden Akku, integrierten Sound und Features wie WLAN, Bluetooth, Android-TV und Full-HD-Wiedergabe aus.

Im Rahmen des Tests wurde die Lichtausbeute praxisnah auf einer ein Meter breiten Leinwand gemessen, um die tatsächliche Helligkeit der Mini-Beamer zu bewerten. Ergänzend gingen Kontrast und Farbwiedergabe in die Bildbewertung ein. Bei Akku-Modellen wurden zudem Laufzeit, Ladezeit, Ausstattung und Handling bewertet.

Ecovacs

Der neue Deebot X11 Saugroboter wurde mit dem „Indoor Cleaning Technology Innovation Gold Award“ der „Global Product Technology Innovation Awards“ ausgezeichnet. Darüber hinaus wurde der Deebot X11 mit zahlreichen weiteren Preisen bedacht. Internationale Medien verliehen Titel wie „Best of IFA 2025“ (Tom's Guide, Gizmodo,



Yanko Design u. a.), „Reviewed Awards IFA 2025“ (Reviewed), „IFA 2025 Award“ (The Shortcut), „Editor's Choice“ (Techlicious) sowie den „IFA Innovation Award“ (Hunker).

Hama

Der AI-gestützte Kopfhörer Passion Clarity AI, den Hama in Zusammenarbeit mit dem Münchner Unternehmen Bragi im Laufe des Jahres 2026 auf den Markt bringt, wurde im Rahmen der IFA Innovation Award Verleihung



Produktmanagerin Nadja Miller und Geschäftsführer Christian Sokcevic präsentieren den IFA Innovation Award für den AI-gestützten Kopfhörer Passion Clarity AI.

von einer hochkarätig besetzten Jury, bestehend aus anerkannten Tech-Journalisten und Branchenexperten in der Kategorie „Best in Audio“ als Sieger ausgezeichnet. Der Passion Clarity AI unterdrückt nach Angaben von Hama präzise Nebengeräusche und zeichnet sich durch weitere innovative Ausstattungsmerkmale aus.

Hisense

Hisense hat für neun Innovationen, darunter der Laser-Fernseher L9Q, der 116 Zoll UXQ RGB-MiniLED-Fernseher, der 136-Zoll-MXQUF sowie der rollbare Laser-Fernseher, die U8 Serie S Pro-Split Klimaanlage, der 5i Wärmepumpen-Wäschetrockner, die Viddda AI Audio Glasses sowie die beiden Geschirrspüler X-Zone Master und S7 im Rahmen der IFA Innovation Awards 2025 Auszeichnungen erhalten und damit die gute Position des Unternehmens bei Displays und Smart Living unterstrichen.

LG

LG Electronics (LG) wurde bei den ersten IFA Innovation Awards 2025 mit insgesamt 17 Auszeichnungen bedacht, darunter der Gewinn des „Best of IFA“-Titels – eine der



Der LG Signature OLED T gewinnt den Titel „Best of IFA“.

höchsten Auszeichnungen. Dieser Preis wurde mit der Begründung an den transparenten LG Signature OLED T vergeben, dieser TV sei ein Paradebeispiel für die Innovation, mit der LG den Bereich der Unterhaltungselektronik vorantreibt und neue Maßstäbe im Bereich der Heimkino-Erlebnisse setzt.

Miele

Mit der Note 2,1 gelangten zwei beutellose Bodenstaubsauger von Miele auf den 1. Platz im aktuellen Test der Stiftung Warentest (9/2025).



Getestet wurden der Boost CX1 CarCare (Foto) und der Boost CX1 Allergy. Letzterer wurde schon im Frühjahr im kontinuierlichen Online-Testverfahren der StiWa gekürt. Beide Geräte erhielten in der Kategorie Saugen die Note „gut“ (2,0). In den Einzelkategorien Grobgutaufnahme auf Hartboden, Faseraufnahme auf Polstern sowie Saugen in Ritzen, Ecken und Kanten schneiden beide Geräte mit „sehr gut“ ab. Ein „sehr gut“ gibt es auch für den Boost CX1 CarCare in der Disziplin Staubaufnahme auf Hartboden. In der Kategorie Handhabung erreichen die beiden Miele-Geräte die alleinige Bestnote im Test (2,7). In den Kategorien Haltbarkeit, Sicherheit und Schadstoffe erhalten beide Geräte ein „sehr gut“. Beim Staubrückhaltevermögen gehen sowohl der Boost CX1 CarCare als auch der Boost CX1 Allergy mit der Bestnote „sehr gut“ aus dem Test hervor.

Impressum:

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel
erscheint monatlich.

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH,
Am Potekamp 20, 40885 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 31 • Fax: (0 21 02) 20 27 - 49

Online: <http://www.pos-mail.de>

Herausgeber:

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH
Geschäftsführer: Thomas Blömer, Martina Blömer

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich); Barbara Klomps

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Franz Wagner

Anzeigen:

Barbara Klomps • Tel. 0 21 02 - 20 27 31

Christina Metzger • TiMe Adwork • Markscheiderhof 31
45481 Mülheim/Ruhr • Tel. 0177 - 7221088

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 26 v. 1. Januar 2025.

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

Satz und Repro: C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar und am 1. Juli.

Der Abonnementspreis beträgt 60,-€ jährlich (Ausland: 80,- €). Die Zustellung ist im Preis enthalten. ISSN: 31615-0635



Wagners Welt: Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Die echte Bonzenbrause ist da



Foto: Ingrid Wagner

Auch als Rentner staune ich immer wieder darüber, welche Pressemitteilungen die PoS-MAIL-Redaktion erhält. Oft frage ich mich, was teuer bezahlte Agenturen damit bezwecken, ein Medium für technische Konsumgüter mit Neuheiten aus ganz anderen Branchen – vom Hundefutter bis zum Erotik-Artikel – zu beglücken.

Kürzlich haben wir etwas über teure Brause gelernt, und damit meine ich nicht Champagner. Denn Juice Plus+ ist ein Pulver, das aus 30 verschiedenen Obst-, Beeren- und Gemüsesorten, sowie pflanzenbasierten Vitaminen und Phytonährstoffen hergestellt wird. Immerhin sind die Zutaten „sorgfältig ausgewählt“, was mich beruhigt, weil ich mir gar nicht ausmalen möchte, wie einem eine Brause bekommt, deren Zutaten nicht ausgewählt, sondern irgendwie zusammengewürfelt wurden. Die sorgfältige Auswahl führt jedenfalls dazu, dass die Brühe, die man aus dem Pulver herstellt, die Vitamine A, C und E enthält; auch Folsäure ist vorhanden. Das ist für sich nichts besonderes, denn so etwas steckt auch in vielen Vitaminpräparaten, von denen 20 Brausetabletten im Drogeriemarkt für 59 oder 79 Cent erhältlich sind.

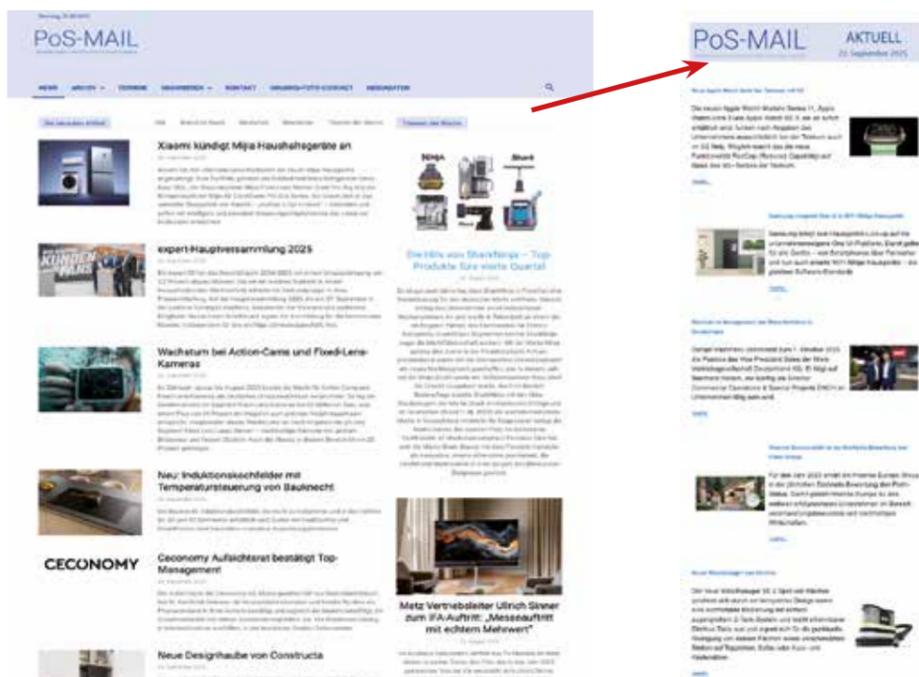
Das wirklich Originelle am Plus+ Superfood-Powder ist deshalb nicht der Inhalt, sondern der Preis – da werde ich wieder neidisch, dass mir das nicht eingefallen ist. 128 Euro soll eine Monatspackung mit 30 Portionen kosten. Das sind 4,27 Euro pro Tag – plus Versandkosten, die man erst erfährt, wenn man in dem Shop ein Konto eröffnet. Darauf habe ich verzichtet.

Für diesen Betrag kann man 3 bis 4 Flaschen Champagner kaufen, die mir sehr viel lieber wären als das Brausepulver, auch da keine Vitamine darin stecken.

Falls Sie jetzt Lust auf Juice Plus+ bekommen haben: Wenn Sie 120 Portionen auf einmal bestellen, bekommen Sie darauf 10 Prozent Rabatt und zahlen nur noch 375 Euro für vier Monate. Ich spare mir das Geld, um es in vitaminfreie, aber dafür leckere Getränke zu investieren. Prost.

Herzlichst Ihr

www.PoS-MAIL.de – Die News-Plattform für Ihre aktuelle Werbung



www.PoS-MAIL.de ist das tagesaktuelle Medium für verlässliche Informationen aus der Welt der Consumer Electronics, Weiße Ware, Telekommunikation, IT, Smart Home und der Fotobranche. Neben den Nachrichten gibt es einen Kalender mit den Terminen für Messen, Kongresse und Tagungen, die Rubrik „Themen der Woche“ und ein PDF-Archiv mit allen seit der Premiere im März 2000 erschienenen Ausgaben von PoS-MAIL.

Bitte fragen Sie uns nach attraktiven Kombi-Angeboten für Ihre Online- und Print-Kampagnen.

PoS-MAIL Newsletter: Sie möchten informiert bleiben? Dann melden Sie sich jetzt zum PoS-Mail-Newsletter an und erhalten Sie in regelmäßigen Abständen ausgewählte Newsartikel.

Auf unserer Internetseite www.PoS-MAIL.de finden Sie alle weiteren Informationen.

AEG

UMDENK-BONUS

MEHR ERWARTEN. MEHR SPAREN.



Mehr Qualität, Komfort und Sauberkeit
für deinen Alltag – mit 50 €* Cashback für dich.
Kaufe jetzt dein AEG Aktionsmodell.

FÜR ALLE DIE MEHR ERWARTEN

*Aktionszeitraum: 01.10.2025–28.02.2026. Die Erstattung kann je nach Auswahl und Anzahl der gekauften Geräte variieren.
Aktionsmodelle und geltende Teilnahmebedingungen für die Aktion „AEG Umdenk-Bonus“, aufrufbar unter www.aeg-umdenkbonus.de