

POS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR DEN HIGH-TECH-FACHHANDEL

Januar/Februar 2026

ISSN 1615 - 0635 • 6,50 €

27. Jahrgang • 51612



www.PoS-MAIL.de

Die Trends der CES 2026 in Las Vegas



Foto: Consumer Technology Association (CTA)

Roboter, KI und Smart Home

Mit zahlreichen Neuheiten, prominent besetzten Keynotes, innovativen Konzepten und einer großen weltweiten Medienresonanz wurde die CES 2026 ihrer Rolle als inspirierender Jahresauftakt für die Tech-Branche erneut gerecht. 148.000 Teilnehmer (Vorjahr: 141.000) bedeuteten zwar die größte CES nach der Covid-19

Pandemie; das Niveau von 2020, als 175.000 Besucher den Weg nach Las Vegas fanden, wurde allerdings nicht erreicht. Die Zahl der Aussteller nahm im Vergleich zu 2025 leicht ab, nämlich von 4.500 auf 4.100. Davon waren nach Angaben der Organisatoren 1.200 Startups (2025: 1.400).

6.900 globale Medienvertreter, Content-Hersteller und Branchen-Analysten kamen zur CES 2026 – das waren mehr als im Vorjahr (6.600). Das Rahmenprogramm konnte sich mit 400 Vortragsveranstaltungen, bei denen 1.300 Referenten auftraten, ebenfalls sehen lassen.



EDITORIAL

Nicht klagen, handeln!

Willkommen im Jahr 2026. Leider hat es so angefangen, wie 2025 aufgehört hat, und deshalb hellen sich die Stimmungen von Verbrauchern und Unternehmen nur sehr zögerlich auf.

Das kann man beklagen, aber damit wird man kaum für wirtschaftliche Erfolge sorgen können. Erfreulicherweise hat die CES 2026 gezeigt, dass der High-Tech-Fachhandel auch in den kommenden Monaten und Jahren mit faszinierenden Neuheiten rechnen kann, die den Menschen das Leben einfacher machen. Deshalb kann man sich bereits jetzt auf die IFA in Berlin freuen.

Der Technik-Fachhandel steht auch in diesem Jahr vor der Aufgabe, möglichst viele Menschen für die Produkte unserer Branche zu begeistern. Das wird in der aktuellen Situation nicht einfach, sondern erfordert unternehmerischen Mut und Vertrauen in die eigenen Stärken: Kundennähe, Servicebereitschaft und Beratungskompetenz sind die wichtigsten Säulen, auf denen der Fachhandel seine Zukunft bauen kann, auch wenn sich der Wettbewerb durch den Einstieg von JD.com bei MediaMarktSaturn mit Sicherheit verschärfen wird.

Um Kunden zu begeistern, sollte man selbst begeistert sein. Leider sehen Lobbyverbände wie der Handelsverband Deutschland (HDE) offensichtlich ihre Aufgabe darin, neue Rekorde beim Langstreckenklagen und -fordern aufzustellen. Dabei entwickelt der HDE leider den Ehrgeiz, den bisher unangefochtenen Champion in dieser Disziplin, die Dehoga nämlich, noch zu übertreffen.

Unternehmer denken zum Glück anders als Verbandsfunktionäre. So betonte z. B. expert Klein auf LinkedIn, es sei trotz der schwierigen Rahmenbedingungen „gelungen, die Saison erfolgreich abzuschließen.“ Das schreiben die Verantwortlichen ihrer Strategie zu, nicht in den Preiswettbewerb im E-Commerce einzusteigen, sondern konsequent ein stationäres Vertriebsmodell zu verfolgen, das ihrer Ansicht nach Zukunft hat: „Gerade bei erklärbungsbedürftigen Produkten bleibt der stationäre Fachhandel ein zentraler Erfolgsfaktor.“ Diesen Mut wünschen wir allen unseren Leserinnen und Lesern für das Jahr 2026.

Thomas Blömer

Nach Angaben des Veranstalters, der Consumer Technology Association (CTA), waren auf der Messe über 60 Prozent der Fortune 500 Unternehmen vertreten; dazu kamen 200 Regierungsvertreter. Inhaltlich standen die Themen KI, Robotik und smarte Vernetzung in allen Wirtschafts- und Lebensbereichen im Mittelpunkt.

„Die CES ist der weltweit leistungsstärkste Prüfstand für Innovationen“, stellte Gary Shapiro, Vorstandsvorsitzender und CEO des CES Veranstalters CTA, mit dem ihm eigenen Selbstbewusstsein fest. „Die CES ist mehr als eine Messe; sie ist der Ort, an dem Technologie auf Gesellschaft, Wirtschaft und Politik trifft. Hier kommen Führungskräfte, Startups und politische Entscheidungsträger aus aller Welt zusammen, um Technologien vorzustellen, die das nächste Jahrzehnt des Wirtschaftswachstums und der Wettbewerbsfähigkeit prägen werden.“

„Die CES bringt das globale Technologie-Ökosystem zusammen und ermöglicht so ein unvergleichliches Volumen an Geschäftsabschlüssen, Partnerschaften und einen regen Ideenaustausch“, fügte CTA Präsidentin Kinsey Fabrizio hinzu. „Die in dieser Woche vorgestellten Innovationen aus KI, Quantencomputer, Mobilität, Robotik, Gesundheit und vielen anderen Bereichen unterstreichen die Bedeutung der CES als globale Bühne, auf der mutige Ideen von der Vision zur Realität werden.“

KI im Alltag

Künstliche Intelligenz (KI) bzw. Artificial Intelligence (AI), die bekanntlich in aller Munde ist, spielte auf der CES 2026 natürlich eine Hauptrolle. Tatsächlich findet sich die Technologie bei etablierten Marken ebenso wie bei Newcomern und Startups in praktisch jeder Technik-Kategorie – von Robotern über Unterhaltungselektronik bis zu Haus- und Küchengeräten. Auch ihr Einsatz im Bereich Mobilität und Automobilbau, digitaler Gesundheit und bei industriellen Fertigungsprozessen wurde an vielen Ständen demonstriert. Hier waren auch deutsche Unternehmen wie Bosch und Siemens präsent. Mit Caterpillar, dem Spezialist für Bau- und Bergbaumaschinen, Diesel- und Erdgasmotoren, industriellen Gasturbinen und Lokomotiven, nutzte sogar ein Anbieter aus der Schwerindustrie die CES, um zu zeigen, wie KI die Sicherheit, Zuverlässigkeit und Effizienz von schwerem Gerät deutlich verbessern kann. Die einschlägigen KI Chip-Hersteller wie AMD, Nvidia und Qualcomm waren in



Mit ausfahrbaren Beinen soll der Saros Rover von Roborock Hindernisse und Treppen überwinden können. (Foto: Roborock)

Las Vegas ebenfalls vertreten, zum Teil mit prominenten Management-Vertretern auf den Keynote-Bühnen.

Neuheiten für den PoS

Auch bei den technischen Konsumgütern spielt KI eine immer größere Rolle – und das gilt praktisch für alle Produktbereiche. In der Unterhaltungselektronik verbessert die Technologie die Bildqualität von TV-Bildern, macht personalisierte Programmvorstellungen und kann TV-Programme live in Untertitel übersetzen. Auf diese Weise kann KI auch einen beträchtlichen Beitrag zur Barrierefreiheit leisten; die Sprachsteuerung von Fernsehgeräten oder Soundanlagen ist dabei fast schon Alltag.

Bei der Hardware macht sich in den 2026er TV-Generationen eine neue Display-Technik breit. RGB LEDs wurden unter anderem von Hisense, LG und Samsung angekündigt – der letztgenannte Hersteller beeindruckte mit einem 130 Zoll Micro RGB LED Riesendisplay. Sony hatte bereits auf der IFA den Einstieg in diese Technologie angekündigt, war auf der CES nur mit einer kleinen Präsenz vertreten – an der traditionellen Stelle zeigte sich in der Central Hall der CES das Joint Venture zwischen Sony und Honda mit der E-Limousine Afeela.

Erste Informationen zu den neuen TV-Sortimenten der großen Hersteller finden Sie in dieser PoS-MAIL Ausgabe. In den kommenden Monaten werden weitere dazu kommen.

Bei den Hausrägeräten ermöglicht KI immer intelligenter Funktionen und soll – so formulierte es LG – die traditionelle Hausarbeit nicht nur erleichtern, sondern perspektivisch praktisch überflüssig machen.

Die Roboter kommen

Dafür braucht man intelligente Roboter, und die waren das vielleicht markanteste Thema auf der CES. So begegneten den Besucherinnen und Besuchern an vielen Stellen humanoide Helfer, die in Zukunft nicht nur im Haushalt, sondern auch in der Produktion und Logistik eine große Rolle spielen könnten. Das zeigte z. B. ein Kamerad namens Atlas, der von der Hyundai Motor Group in Zusammenarbeit mit Boston Dynamics entwickelt wurde. Er beeindruckt durch fließende, menschenähnliche Bewegungen und kann dank seiner AI-gestützten Lernfähigkeit zahlreiche Aufgaben übernehmen. Damit ist er vor allem für gewerbliche Einsätze geeignet. Er kann ca. 50 kg heben und seine eigenen Batterien wechseln, wenn sie leer sind. Neben den genannten Unternehmen tragen auch Google (mit Gemini Robotics AI) und Nvidia mit AI-Chips zu diesem Produkt bei, das 2028 serienreif sein soll.

Recht menschenähnlich zeigt sich auch der Haushaltsro-



Der humanoide Roboter Atlas wird von der Hyundai Motor Group in Zusammenarbeit mit Boston Dynamics vor allem für gewerbliche Einsätze in Produktion und Logistik entwickelt. (Foto: Hyundai Motor Group)

boter CLOiD von LG (siehe Seite 13 dieser Ausgabe). Allerdings läuft er nicht wie Atlas auf Beinen, sondern auf Rädern, kann aber mit seinen Armen komplexe Tätigkeiten durchführen, z. B. Wäsche zusammenlegen, Spülmaschinen einräumen, Zitronen auspressen usw. Wenn man sich daran erinnert, dass ein Vorgänger-Produkt namens CLOi sich auf LG CES Pressekonferenz im Jahr 2018 noch weigerte, mit dem Marketing-Chef ein Wort zu wechseln, ist der Fortschritt umso beeindruckender. CLOiD hilft nicht nur im Haushalt, sondern er weiß auch, wenn es draußen regnet und empfiehlt dann anstelle der Jogging-Runde ein Training zu Hause. Und dafür legt er auch die passende Kleidung heraus.

Bei den schon selbstverständlich gewordenen Saug- und Wischrobotern sorgt KI ebenfalls für mehr Leistung. Das gilt nicht nur für die Reinigungsarbeiten, sondern auch für das Überwinden von Hindernissen. Roborock zeigte mit dem Saros Rover einen Saugroboter, der sich wie üblich auf Rollen fortbewegt, aber Beine ausfahren kann, wenn er eine Treppe aufsteigen muss. Eine andere Lösung für dieses Problem demonstrierte Mova: Der Pilot 70 ist ein Flugmodul, das Saugroboter in eine höhere Etage befördern kann – wenn das im Haushalt mit der notwendigen



Gary Shapiro, Vorstandsvorsitzender und CEO des CES Veranstalters CTA, und CTA Präsidentin Kinsey Fabrizio waren begeistert von der CES 2026. (Foto: Consumer Technology Association (CTA)).

Sicherheit funktioniert. Denn eine Drohne mit einem relativ schweren Saugroboter im Gepäck könnte durchaus zur Gefahr für Haustiere, Kleinkinder oder wertvolle Deko-Artikel werden.

Die IFA auf der CES

Nicht nur Hersteller, der Fachhandel, Medien oder Influencer waren auf der CES 2026 vertreten, sondern auch die IFA und ihr Management. In Las Vegas nutzte das IFA Team die CES für den Kontakt mit globalen Tech-Unter-

nehmen, Startups, Investoren und internationalen Medien und ließ sich von den aktuellen Trends inspirieren. Zudem informierte das Management beim Showstoppers Event am 6. Januar internationale Medien über aktuelle Entwicklungen und strategische Schwerpunkte der IFA 2026 und lud am 7. Januar zum traditionellen Berliner Abend ein, auf dem zahlreiche Partner, Aussteller und internationale Gäste in informellem Rahmen zusammenkamen. Die CES 2027 findet vom 6. bis 9. Januar 2027 in Las Vegas statt.



Mova zeigte mit dem Pilot 70 ein Flugmodul, das Saugroboter in eine höhere Etage befördern kann. (Foto: Mova via Instagram)

INHALTSVERZEICHNIS

PoS-MAIL Aktuell – Nachrichten und Neuheiten

Das vernetzte Leben von morgen auf der IFA Berlin 2026

Führende globale Bühne für Innovationen

ElectronicPartner kündigt Maßnahmen zur Neuausrichtung an

Weniger Personal, mehr Service

Euronics geht mit Zuversicht ins Jahr 2026

Hybride Konzepte

Die nächste TV-Generation von LG Electronics

Neue Flaggschiffe

Samsung mit neuen Micro RGB TVs auf der CES

Bis zu 130 Zoll Diagonale

Weltneuheit: Drucken, Fotografieren und Filmen

instax Sofortbild-Neuheiten von Fujifilm

Miele bringt Waschset für saubere Sneaker

Schont Schuhe und Trommel

Exklusivmarke dittet meldet erfolgreichen Start

Jetzt drei Jahre Garantie

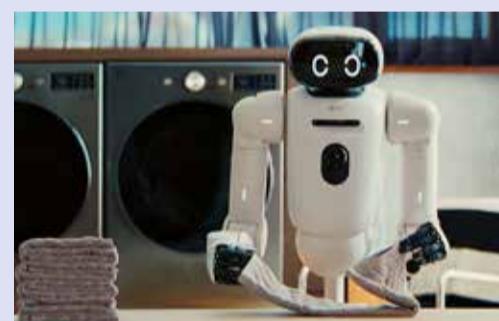
4, 9, 16

Der smarte Roboter LG CLOiD auf der CES 2026

Helper im Haushalt

13

5



6

Neue AI-gestützte Hausgeräte von Samsung
Intelligenz im Alltag

14

7

Wer ist Marktführer bei Kaffeevollautomaten?

15

8

Klasse oder Masse

15

10

Neue Dreame Hausgeräte jetzt verfügbar
Drei Produktlinien

17

11

BSH mit großem Auftritt auf der CES
KI für die personalisierte Küche

17

12

Testsiege • Awards • Auszeichnungen

18

12

Impressum • PoS-MAIL@

19

12

Wagners Welt

19

Scott Taylor ist neuer Geschäftsführer von Fakir Hausgeräte GmbH und nilco-Reinigungsmaschinen GmbH



Scott Taylor

Scott Taylor, in der Elektrogeräteindustrie gut bekannt, ist seit dem 1. Dezember 2025 neuer Geschäftsführer der Fakir Hausgeräte GmbH und der nilco-Reinigungsmaschinen GmbH. Mit der Ernennung Taylors solle die Marke Fakir im Fach- und Onlinehandel zukunftsfähig aufgestellt werden, heißt es in einer Pressemitteilung.

Scott Taylor startete seine Laufbahn bei der Medion AG in Essen. Nach einer Station bei Haier war er rund sechs Jahre bei De'Longhi Deutschland als Product Marketing Manager für Kaffeevollautomaten tätig. Dann wechselte er zu AEG/Electrolux, wo er verschiedene Leitungsfunktionen bekleidete. Anschließend war er für fast sechs Jahre bei Fakir beschäftigt und kennt das Unternehmen aus Vaihingen/Enz daher bereits sehr gut.

Von 2021 bis 2025 war Scott Taylor bei Hisense Gorenje und konnte dort in seinem Verantwortungsbereich (White Goods Electrical Retail) nicht nur den Umsatz mehr als verdoppeln, sondern auch die relevanten Marktanteile (Kategorie MDA 8 – alle Haushaltsgroßgeräte ohne Mikrowellen) in Wert und Stück jeweils um mehr als 100 Prozent steigern.

Ralf Birk leitet Geschäft mit Einbau-Küchengeräten bei Samsung



Ralf Birk

Ralf Birk hat am 1. Dezember 2025 die Position des Heads of Built-in Küchen- und Möbelfachhandel bei Samsung Electronics übernommen. In dieser Funktion verantwortet er die strategische Entwicklung des Einbaugerätegeschäfts in diesem Vertriebsweg. Dafür bringt er über 30 Jahre Branchenerfahrung mit; so war er in leitenden Positionen bei Bauknecht und zuletzt als Sales Director Kitchen Retail bei Electrolux tätig.

Mit der Berufung von Ralf Birk will Samsung seine Zielsetzung unterstreichen, das Einbaugeschäft als strategisches Wachstumsfeld weiter auszubauen. „Der Fachhandel ist für unseren Erfolg entscheidend – deshalb investieren wir gezielt in Kompetenz und Erfahrung“, erklärte Nedzad Gutic, Vice President Home Appliances, Samsung Electronics GmbH. „Mit Ralf Birk an Bord und unserem differenzierten Einbaugeräte-Portfolio schaffen wir die besten Voraussetzungen, um unsere Marktposition im Einbaubereich konsequent zu stärken.“

Kärcher mit neuem Führungsteam für den Vertrieb Deutschland

Klaus Hirschle hat bei der Alfred Kärcher Vertriebs-GmbH am 1. Januar den Vorsitz der Geschäftsführung übernommen, in die zudem Dirk Jörn Hahn und Steffen Baum neu berufen wurden. Jan Recknagel, der die Geschäftsleitung der Alfred Kärcher Vertriebs-GmbH bisher gemeinsam mit Hirschle verantwortet hat, widmet sich nun mit der Bereichsleitung Business Development und der Geschäftsführung der Gesellschaft Kärcher Municipal neuen Aufgaben



TCL soll Mehrheit des TV-Geschäfts von Sony übernehmen

Die Sony Corporation und TCL Electronics Holdings wollen ihre Gespräche über eine strategische Partnerschaft im Bereich Home Entertainment fortsetzen. Beide Unternehmen haben jetzt eine Absichtserklärung zur Gründung eines Joint Ventures unterzeichnet, das Sonys Home-Entertainment-Geschäft übernehmen soll. Einer Pressemitteilung zufolge wird TCL 51 Prozent der Anteile halten, Sony soll 49 übernehmen. Das Joint Venture soll weltweit tätig sein und den gesamten Prozess der Produktentwicklung von Fernsehern und Heimkinoanlagen, ihres Designs, der Fertigung, des Vertriebs und der Logistik bis hin zum Kundenservice für Produkte abdecken. Die Produkte sollen unter den Markennamen Sony und Bravia vertrieben werden.

Sony und TCL wollen die Gespräche zur Unterzeichnung verbindlicher Verträge bis Ende März 2026 fortsetzen. Vorbehaltlich eines erfolgreichen Abschlusses und der erforderlichen behördlichen Genehmigungen ist die Aufnahme des Geschäftsbetriebs durch das neue Unternehmen im April 2027 geplant. Durch die Nutzung der über Jahre entwickelten Bild- und Audiotechnologien, des Markenwerts und der operativen Expertise von Sony, einschließlich des Lieferkettenmanagements, sollen die Geschäfte dieses neuen Unternehmens ausgebaut werden. Dafür wollen die beiden Parteien auch die Displaytechnologien, die globale und industrielle Präsenz sowie die Kosteneffizienz und die Stärke der vertikalen Lieferketten von TCL nutzen.



Kärcher mit neuem Führungsteam für den Vertrieb Deutschland.

innerhalb des Kärcher-Konzerns. Die beiden neuen Mitglieder der Geschäftsführung sind bereits seit einigen Jahren für Kärcher tätig. Hahn, Dipl.-Ing. und MBA, trat im März 2020 als Vertriebsleiter Professional Sales in das Unternehmen ein, der Diplom-Betriebswirt Baum begann seine Karriere bei Kärcher im März 2021 als Vertriebsleiter Retail Sales.

Samsung Deutschland unter neuer Führung

Samsung Deutschland hat eine neue Geschäftsleitung. Han Suk (Kevin) Seo übernimmt die Position des Präsidenten und Geschäftsführers der Samsung Electronics GmbH. Yeonho Choi wird Chief Financial Officer, und Hoon Seol ist künftig Executive Vice President.

Mit fast drei Jahrzehnten Erfahrung bei Samsung bringt Kevin Seo umfassende Expertise beim strategischen Aufbau und der globalen Expansion des Mobile Experience-Geschäfts mit. Vom internationalen Vertrieb über Produktmarketing bis zur Division Leadership hat er sich in Schlüsselmärkten Asiens und Nordamerikas bewiesen. Kevin Seo soll das Wachstum von Samsung auf dem deutschen Markt weiter ausbauen.

Yeonho Choi verfügt über mehr als zwei Jahrzehnte Erfahrung in Financial Management und Business Operations. Seit seinem Eintritt bei Samsung im Jahr 2002 hat er Positionen in Technology Research, globalen R&D-Strategien und divisionsübergreifender Verantwortung innegehabt.



Samsung Deutschland unter neuer Führung: v. l.: Han Suk (Kevin) Seo (Präsident und Geschäftsführer), Yeonho Choi (Chief Financial Officer) und Hoon Seol (Executive Vice President).

Hoon Seol, der seit 1996 Teil von Samsung und seit 2022 in Deutschland ist, ist ab sofort Executive Vice President der Samsung Electronics GmbH und bleibt Leiter der Consumer Electronics Division. In dieser Rolle soll er die begonnene Integration der Consumer Electronics Bereiche in Deutschland weiter vorantreiben. Seine international geprägte Karriere bei Samsung Electronics umfasst Führungspositionen in Südostasien, dem Mittleren Osten und Nordafrika sowie die Leitung der Samsung Operations in Bulgarien und Rumänien.

„Mit Kevin, Yeonho und Hoon verfügen wir über ein Führungsteam mit drei Executives, die für die nachgewiesene Expertise stehen, globale Strategien lokal zum Erfolg zu führen“, erklärte Olaf May, Corporate Vice President der Samsung Electronics GmbH. Unterstützt wird das neue Führungsgremium von einem erfahrenen Managementteam, das in seiner Struktur unverändert bleibt, heißt es in einer Pressemitteilung.

Aktuelle Innovationen auf der HEPT 2026

Auch in diesem Jahr soll die HighEventProductTour (HEPT) dem Fachhandel Gelegenheit bieten, sich in neun Städten bei wichtigen Herstellern über Innovationen und Trends zu informieren. Die Tour beginnt am 14. April in Frankenthal und endet am 30. April in Bielefeld jeweils von 16 bis 22 Uhr. Neben der Präsentation von Produktneuheiten steht auch der direkte Austausch zwischen Marken und Fachhandelspartnern im Vordergrund. Dabei sind die Marken AEG, Beurer, Jura, Jura Gastro, Kärcher, Liebherr und Miele.

Die Termine im Überblick:

- 14.04. Frankenthal: Congressforum, Stephan-Cosacchi-Platz 5, 67227 Frankenthal
- 15.04. Mainz: Halle 45, Hauptstraße 17-19, 55120 Mainz
- 16.04. Nürnberg: Ofenwerk, Klingenhofstraße 72, 90411 Nürnberg
- 20.04. München: BMW-Welt, Am Olympiapark 1, 80809 München
- 21.04. Stuttgart: Phönixhalle im Römerkastell, Naststraße 43-45, 70376 Stuttgart
- 23.04. Köln: Palladium, Schanzenstraße 40, 51063 Köln
- 27.04. Berlin: Classic Remise, Wiebestraße 36-37, 10553 Berlin
- 29.04. Hamburg: Altonaer Fischauktionshalle, Große Elbstraße 9, 22767 Hamburg
- 30.04. Bielefeld: Stadthalle, Willy-Brandt-Platz 1, 33602 Bielefeld

Das vernetzte Leben von morgen auf der IFA Berlin 2026

Führende globale Bühne für Innovationen

Nach der erfolgreichen Veranstaltung 2025 will die IFA in diesem Jahr ihre Rolle als führende Plattform für technische Konsumgüter und Zukunftstechnologien weiter ausbauen und der Branche viele Gelegenheiten zum Austausch bieten. Das gab das IFA Management beim traditionellen Kamingespräch mit führenden Fachmedien in Berlin bekannt. In diesem Jahr sollen die Wachstumssegmente Content Creation, Computing & Gaming, Wellbeing & Beauty Tech, Mobility und IFA Next noch stärker in den Fokus rücken. Auch die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel soll weiter ausgebaut werden.

Dabei können die Verantwortlichen auf einem starken Fundament aufbauen. Mit über 1.900 Ausstellern aus 49 Ländern, rund 220.000 Besuchern aus 140 Ländern und einer weltweiten medialen Reichweite von über 301 Milliarden Kontakten hat die IFA 2025 viele Erwartungen nicht



Leif Lindner, CEO der IFA Management GmbH, will die Zusammenarbeit mit führenden Unternehmen und Organisationen des internationalen Einzelhandels weiter ausbauen.

dem zweiten Platz – noch vor E-Commerce und Direct-to-Consumer-Konzepten (28 Prozent). Dabei wird die IFA besonders intensiv vom Fachhandel als Informationsquelle genutzt. So führten 2025 die Verbundgruppen ElectronicPartner, Euronics und expert die Top 10 Liste der Besucher aus dem Handel an, gefolgt von Media-MarktSaturn, Telering, Amazon, EK Retail, Power, Otto, Media Expert und JD.com.

Von den Ausstellungsbereichen fanden Hausgeräte (57 Prozent), Unterhaltungselektronik (48 Prozent) und Smart Home (48 Prozent) besonders großes Interesse. Zudem sollen nach den positiven Reaktionen von Ausstellern und Besuchern auch Special Features wie der Beauty Hub, der Creator Hub und die Outdoor Gardening und Cooking Zonen weiter ausgebaut werden. Als besonders hochkarätige Veranstaltung für den Einzelhandel geht der IFA Retail Leaders Summit 2026 in die zweite Runde, um in-

ternationale Handels- und Technologieexperten zusammenzubringen, die in Berlin Zukunftsperspektiven des Handels diskutieren werden.

Technik, Kultur und Lifestyle

Mit erstklassigen Keynotes, einem kuratierten Vortragsprogramm und globalen Medienaktivierungen soll die Rolle der IFA als internationaler Meinungsführer auch in diesem Jahr ausgebaut werden. Bereits 2025 zeigte sich dieses Rahmenprogramm mit 270 Referentinnen und Referenten auf drei Bühnen in 125 Vortragsveranstaltungen gut aufgestellt. Ihre zentrale Rolle für die Präsentation von Innovationen zeigte die IFA 2025 auch damit, dass die Zahl der Neuankündigungen von Produkten und Dienstleistungen um 32 Prozent über der des Vorjahres lag.

Zur Ansprache der Endkonsumenten verfolgt die IFA weiter ihr Konzept, Technologien und Marken mit Kultur und Lifestyle zu verbinden. Dabei geht es darum, Innovationen so zu übersetzen, dass Menschen verstehen, welchen Nutzen sie in ihrem Alltag bringen können, betonte Lindner. Dazu soll auch die Zusammenarbeit mit den Medien beitragen. Neben klassischen Formaten kommt Influencern eine immer größere Bedeutung zu, weil diese ein breites und vor allem junges Publikum erreichen. Zudem sollen die IFA Themen sowohl durch die Zusammenarbeit mit kulturellen Institutionen als auch mit digitalen Multplikatoren verbreitet werden. Dafür setzt die IFA auf Kooperationen mit Partnern wie Webedia, TikTok Shop, IFA Next TV und GamesRound. Und nicht zuletzt soll auch 2026 der IFA Sommergarten mit einem attraktiven Programm Menschen aller Altersgruppen zusammenbringen.



nur erfüllt, sondern deutlich übertrffen. „Die IFA 2025 war mehr als eine Tech-Messe – sie war ein globales Ereignis für Innovationskraft, Technologie, Gemeinschaft und Kultur“, sagte Leif Lindner, CEO der IFA Management GmbH. „Die IFA 2026 wird diese Dynamik weiter tragen: mit starken Partnern, publikumswirksamen Formaten und einem abwechslungsreichen Programm.“

Um die internationale Bedeutung der IFA weiter zu stärken, soll die Sichtbarkeit der Veranstaltung nicht nur in China, sondern auch in anderen Schlüsselmärkten wie Japan, Korea, Taiwan und den USA verstärkt werden. Bereits im vergangenen Jahr kamen 67 Prozent der 136.000 Fachbesucher von außerhalb Deutschlands nach Berlin. Dabei zeigte sich eine deutliche Verjüngung des Fachpublikums, denn 48 Prozent der B2B-Besucher waren jünger als 40 Jahre.

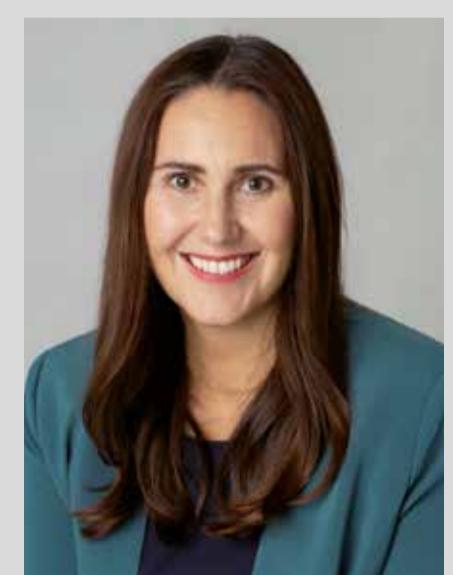
Schlüsselrolle für den Handel

Die Relevanz der IFA für den Technik-Handel zeigt sich auch an den Interessengebieten der Fachbesucher, von denen sich 2025 31 Prozent hauptsächlich für Vertriebs- und Marketingkonzepte interessierten. Damit lagen diese Handelsthemen hinter Künstlicher Intelligenz auf

KI im Alltag

Beim IFA Kamingespräch hatte Carine Chardon ihren ersten offiziellen Auftritt als neue Geschäftsführerin der gfu Consumer & Home Electronics GmbH. Sie stellte eine aktuelle Studie zur Rolle von KI-basierten Chatbots in Deutschland vor, die das Marktforschungsunternehmen Yougov für die gfu durchgeführt hat. Die Umfrage zeigt, dass Künstliche Intelligenz bereits bei vielen Verbraucherinnen und Verbrauchern im Alltag angekommen ist und für Informationsbeschaffung, Orientierung sowie Unterstützung in unterschiedlichen Lebensbereichen genutzt wird. Dabei werden KI-basierte Anwendungen mehrheitlich sehr bewusst eingesetzt und dienen als effizientes Werkzeug, nicht aber als Ersatz für eigenes Urteilsvermögen. „Genau darin liegt das Innovationspotential“, sagte Chardon. „KI unterstützt, strukturiert und inspiriert – und wird damit zu einem festen Bestandteil einer modernen, vernetzten Alltags- und Arbeitswelt.“

PoS-MAIL wird die Ergebnisse der Studie in der kommenden Ausgabe ausführlich vorstellen.



Carine Chardon, Geschäftsführerin der gfu Consumer & Home Electronics GmbH: „KI wird zu einem festen Bestandteil einer modernen, vernetzten Alltags- und Arbeitswelt.“

ElectronicPartner kündigt Maßnahmen zur Neuausrichtung an

Weniger Personal, mehr Service



ElectronicPartner hat für die kommenden Monate Anpassungen am Standort Düsseldorf angekündigt, um das eigene Mitglieder-Netzwerk als führenden lokalen Lösungsanbieter für Technik und Service zu positionieren. Zu den Maßnahmen gehört auch eine Neuorganisation der Zentrale, die mit einem Stellenabbau einhergeht. Dabei wolle ElectronicPartner seiner Linie treu bleiben, den Transformationsprozess verantwortungsbewusst, fair und mit sozialer Rücksichtnahme sowie in enger und vertrauensvoller Abstimmung mit den Arbeitnehmervertretern durchzuführen, heißt es in einer Pressemitteilung. Die Neuausrichtung des Unternehmens, das sich nach wie vor im Besitz der Gründerfamilie befindet, werden aus eigener Kraft gestaltet.

Für den stationären Fachhandel sei es aktuell von zentraler Bedeutung, eine Differenzierung zum Wettbewerb über Service, Kompetenz und Vertrauen zu schaffen, betonte ElectronicPartner. „Und genau hierauf wird unser Fokus liegen“, erklärte Vorstand Friedrich Sobol. „Wir wollen agieren und nicht reagieren – das haben wir immer getan, und das tun wir auch jetzt. Wir werden weiterhin die Zukunft des stationären Elektronikhandels mitge-

stalten und so ein verlässlicher und verantwortungsvoller Partner für unsere Mitglieder bleiben.“ Erreicht werden sollte das durch eine Transformation zum Lösungsanbieter, fügte Sobol hinzu. Die Substanz und das Know-how dazu seien bereits vorhanden.

Großes Netzwerk

Tatsächlich verfügt ElectronicPartner mit über 5.000 Mitgliedsbetrieben bereits über das größte Elektronik-Vertriebsnetzwerk in Deutschland, Österreich, den Niederlanden und der Schweiz. Die vor über zehn Jahren gestartete Qualitätsoffensive bei EP: und die erfolgreiche Privatisie-



Vorstand Friedrich Sobol: „Wir werden weiterhin die Zukunft des stationären Elektronikhandels mitgestalten.“

lung von Medimax fungieren dabei als Basis für lokales Unternehmertum und kundenzentrierten Service. Hinzu kommen Kooperationen mit starken Partnern wie der MHK im Bereich Küche und neue Warenbereiche, z. B. nachhaltige Energiegewinnung mit der Marke Wendepunkt. Auch das Technologie-Netzwerk comTeam als Nummer Eins im unabhängigen Systemhausgeschäft erschließe neue Wachstumsfelder wie IT-Sicherheit, Künstliche Intelligenz und Robotik, erklärte ElectronicPartner.

Im rasant wachsenden Segment Elektrotechnik fehle es nach Ansicht der Verantwortlichen aktuell an einem flächendeckenden Vertriebs- und Servicenetzwerk, das Beratung, Installation, Integration, Reparatur und langfristigen Service aus einer Hand biete, stellte die Verbundgruppe fest. ElectronicPartner werde dieses lokal verankerte, technisch kompetente, nachhaltige und zuverlässige Netzwerk sein. Durch die strategische Zusammenarbeit mit der Krix Academy, mit Aswo und mehr als 1.000 zertifizierten Servicepartnern sei die Verbundgruppe der stärkste Anbieter im Markt. In Österreich erstrecke sich



Vorstand Matthias Assmann: „Wir agieren und bleiben eigenständig und gestalten unsere Zukunft selbst.“

dies auch auf den öffentlichen Sektor, wie die Arbeit mit der Caritas und dem Klima- und Energiefonds zeigt. „Als Zentrale unterstützen wir das Netzwerk der Mitglieder mit anwendungsorientierten Lösungen und Dienstleistungen aus einer Hand, die einfach zugänglich, kosten-effizient und wettbewerbsfähig sind“, sagte Matthias Assmann, Vorstand von ElectronicPartner. „Dabei kommt uns auch zugute, dass wir in den vergangenen Jahren bereits intensiv in modernste Technologie und Digitalisierung investiert haben.“

„Der Spruch ‚Handel ist Wandel‘ ist so alt wie die Branche selbst und wird immer Gültigkeit behalten“, fuhr Assmann fort. „Wir müssen uns ständig weiterentwickeln. Warten hilft niemandem – nicht unseren Mitgliedern, nicht unseren Mitarbeitenden, nicht uns als Unternehmen. ElectronicPartner hat sich in seiner Geschichte mehrfach erfolgreich gewandelt: überlegt, konsequent und mit ruhiger Hand – und das werden wir nun wieder tun. Wir agieren und bleiben dabei eigenständig und gestalten unsere Zukunft selbst.“

Die Maßnahmen für die Neuausrichtung sind bereits gestartet. Auf dem ElectronicPartner Kongress am 20. und 21. März 2026 will die Verbundgruppe erste Ergebnisse präsentieren.

Euronics geht mit Zuversicht ins Jahr 2026

Hybride Konzepte

Euronics Deutschland setzt für das Jahr 2026 auf eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung. Trotz der herausfordernden Konsumstimmung in 2025 blicke die Verbundgruppe optimistisch in das Jahr 2026, heißt es in einer Pressemitteilung. Mit der im Frühjahr 2025 vorgestellten Fünf-Jahres-Strategie Game Changer 2030 entwickelt die Genossenschaft frischen Schwung. Zudem stärkt das neu formierte Vorstandstrio die Handlungsfähigkeit der Organisation.

Für 2026 erwartet die Branche positive Impulse von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und dem Konsumverhalten, betonte Euronics. So dürfte die Belebung des Wohnungsbaus durch den Bau-Turbo der Bundesregierung das Geschäft mit Haushaltsgroßgeräten stützen. Und kleine Hausgeräte blieben trotz rückläufiger Prognosen wichtige Umsatz- und Innovationstreiber, die stationär und online für Frequenz und Sichtbarkeit sorgten. „Auch wir haben die schwache Konsumstimmung gespürt“, räumte Euronics-Vorstandssprecher Benedict Kober ein. „Das gehört zur Wahrheit dazu. Aber wir schauen mit klarem Blick nach vorn, denn für 2026 ist der Handel zuversichtlich, und wir hoffen auf eine Entspannung der aktuellen Situation. Nachfrageeffekte erwarten wir weiterhin durch das Supportende von Windows 10, die Fußball-Weltmeisterschaft im Sommer sowie durch boomende Segmente wie E-Scooter, Petcare, Beauty oder Mothercare.“ Mit der Multi-Channel-Strategie, der wachsenden Zahl von Nutzern der Meine Euronics App, der starken regionalen Präsenz und der ausgeprägten Beratungskompetenz sieht sich Euronics gut positioniert, um 2026 die Rolle als kundennahe Handelskooperation weiter zu festigen.

Die Kraft der Marke

Zufrieden zeigte sich die Verbundgruppe mit dem Auftritt

und der Weiterentwicklung der Marke Euronics. „Das Jahr 2025 hat gezeigt, dass unsere Positionierung als echter Lebensvereinfacher genau richtig ist“, erklärte Vorstand Brendan Lenane. „Als starker Partner ist Euronics da, wo der Kunde uns braucht. Damit geht auch die Modernisierung unserer Standorte einher. Wir schaffen neu gedachte Ladenflächen, die begeistern und Produkt, Emotion, Beratung sowie Service perfekt verbinden. Mit jedem Umbau stärken wir nicht nur die Standorte, sondern auch die Markenidentität. Einheitliche CI und moderne Konzepte machen die Marke Euronics bestens erlebbar, für Mitglieder und Kunden gleichermaßen.“

Stärke der Gemeinschaft

Im Januar hatte Benedict Kober die Gelegenheit, im Podcast der digitalen Marketingplattform OMR das Konzept der Verbundgruppe zu erläutern. Im Gespräch mit OMR-Gründer Philipp Westermeyer zeichnete der Euronics-Vorstandssprecher ein differenziertes Bild des deutschen Elektronikfachhandels, in dem Genossenschaften nach wie vor ein hochaktuelles Wettbewerbsmodell seien. Dabei seien die unternehmerische Freiheit der Fachhändler im regionalen Wettbewerb, ihre ausgeprägte Service- und Beratungskompetenz sowie eine konsequente Multichannel-Strategie entscheidende Erfolgsfaktoren. Das gelte besonders, wenn diese Stärken durch die Größe, Einkaufsmacht und das Markenprofil von Genossenschaften wie Euronics unterstützt würden, betonte Kober. Durch individuelle Beratung, Installation und Kundendienst sei der Fachhandel prädestiniert dafür, innovative Technologien in den Alltag der Konsumenten zu übersetzen, machte Kober seinem eher online-affinen Gesprächspartner deutlich. Das gelte vor allem für den Premium- und Lifestyle-Bereich. Dabei seien Online-Kanäle unverzichtbar, denn die Customer Journey beginne überwiegend mit der Informationssuche im Internet. Der Einkauf finde jedoch weiterhin stationär statt. Darum sei das hybride Modell, das Instrumente wie den Euronics Marktplatz, Click & Collect und Beratung verknüpfe, der strategische Kern der Verbundgruppe.



Voller Tatendrang für ein erfolgreiches Jahr 2026: Der Euronics-Vorstand mit (v. l.) Benedict Kober, Albrecht Bauer und Brendan Lenane.

Die Zukunft des stationären Elektronikhandels liege nicht mehr in großformatigen Flächenkonzepten, sondern zunehmend in passgenauen Retailflächen mit klarer Nahversorgungsfunktion, fügte Kober hinzu. Dafür habe die Verbundgruppe neue Konzepte wie Euronics Pick & Go entwickelt, die Erreichbarkeit, Effizienz und Service sinnvoll miteinander kombinieren.

Start auf der Koop

Auf der Koop wollen sich die Euronics-Fachhändler gemeinsam auf den Weg in ein erfolgreiches Jahr 2026 machen. Zum ersten Mal findet die gemeinsam mit expert ausgerichtete Rahmenveranstaltung vom 28. Februar bis 2. März 2026 am neuen Standort in Hannover statt. Albrecht Bauer, der seit Mitte September den Vorstand als CFO von Euronics Deutschland komplettiert, blickt optimistisch auf den Kongress der Verbundgruppe, der im Rahmen der Koop stattfinden wird: „Meine ersten Wochen im Vorstand waren geprägt von einem intensiven Austausch und der Einarbeitung im Finanzressort. Ein herzliches Dankeschön an alle für die hervorragende Unterstützung und Zusammenarbeit, die mir einen so reibungslosen Start ermöglicht haben. Jetzt freue ich mich darauf, unseren Kongress im Februar erstmals als Teil des Vorstands aktiv mitzugestalten und gemeinsam mit meinen Vorstandskollegen und dem gesamten Team die Weichen für die weitere Entwicklung in 2026 zu stellen.“

Euronics übernimmt Standort in Soltau

Zum 1. Januar hat Euronics Deutschland den Euronics XXL Standort in Soltau als Beteiligungsbetrieb übernommen, der aus der Ditzinger Zentrale geführt wird. Die Kooperation war dort zuvor bereits unterstützend tätig: Seit den Sommermonaten ist Euronics Vertriebsberater Max Ingo Festing Teil der Geschäftsführung des 1.800 Quadratmeter großen Fachmarktes und wird diese Verantwortung auch nach dem Ausscheiden des bisherigen Inhabers Stefan Kühn übernehmen.

Unterstützt wird Festing von Marktleiter Lanos Rein, der im Rahmen des Euronics Karriere- und Nachfolgeprogramms 2023 zur Führungskraft ausgebildet wurde und dem gesamten bisherigen Team.

In engem Austausch mit der Zentrale wurden bereits im zweiten Halbjahr 2025 die Weichen für die zukünftige Ausrichtung des Standorts gestellt. Die Umsetzung von Marken-Konzepten und zentralen Marketing- und Digitalkampagnen zeigte dabei sowohl stationär als auch im hybriden Geschäft den gewünschten Erfolg. „Ich freue mich sehr, dass die Übernahme meines Fachmarkts in Soltau durch die Euronics geglückt ist“, kommentierte der bisherige Eigentümer Stefan Kühn. „Damit behalten unsere Kundinnen und Kunden auch künftig ihren kompetenten Ansprechpartner in der Region.“ Der zweite Standort von Stefan Kühn, Euronics XXL in Wedel (bei Hamburg), soll nach einem Abverkauf im ersten Quartal 2026 geschlossen werden.



Der Euronics XXL Fachmarkt in Soltau wird jetzt von der Verbundgruppe als Beteiligungsbetrieb geführt.

Die nächste TV-Generation von LG Electronics

Neue Flaggschiffe

LG Electronics hat auf der CES die ersten Modelle der 2026er TV-Generation angekündigt. An der Spitze des neuen Sortiments stehen ein kabelloser OLED-Wallpaper TV und der mit einem CES 2026 Innovation Award ausgezeichnete Micro-RGB evo MRGB95. Im MiniLED-Segment wurde ein neuer LG Gallery Fernseher vorgestellt.

Mit dem neuen OLED evo W6 setzt LG das bereits 2017 erstmals vorgestellte Wallpaper-Design für Fernseher fort. Das neue OLED-Flaggschiff, das im ersten Halbjahr in den Größen 77 und 83 Zoll auf den Markt kommen soll, kombiniert kabellose True Wireless-Technology mit der nach Angaben des Herstellers bislang fortschrittlichsten Bildtechnologie von LG, die das Unternehmen Hyper Radiant Color Technology nennt. Sie soll Schwarztöne, Farben und Helligkeit auf ein neues Niveau bringen.

Mit dem Brightness Booster Ultra erreicht der Wallpaper TV nach Angaben von LG eine bis zu 3,9-fach höhere Leuchtdichte als herkömmliche OLED-Displays. Gleichzeitig zeichnet sich das Display durch die geringste Reflexion aller LG-Fernseher aus und hat dafür als erstes Modell die Intertek-Zertifizierung „Reflection Free Premium“ erhalten. Die Signalverarbeitung erfolgt mit dem neuen Alpha 11 AI Processor Gen3. Er arbeitet mit einer Neural Processing Unit (NPU), deren Leistung im Vergleich zur Vorgängergeneration um den Faktor 5,6- gesteigert wurde. So lässt sich das Rauschen reduzieren, ohne die Detailwiedergabe durch Überschärfung zu beeinträchtigen.

Für schnelles Gaming bietet der Wallpaper TV ebenso wie die OLED evo Fernseher (mit Ausnahme der G6 97-Zoll-Modelle) 4K bei bis zu 165 Hz Bildfrequenz; NVIDIA G-Sync und AMD FreeSync Premium werden unterstützt. Dazu kommen eine Pixel-Reaktionszeit von 0,1 ms und der Auto Low Latency Mode (ALLM).



Mit einer Gehäusetiefe von nur 9 mm wird der Wallpaper (Tapeten-) TV OLED evo W6 seinem Namen voll gerecht. Durch die Miniaturisierung wesentlicher Komponenten und eine vollständige Neugestaltung der internen Architektur wurde nach Angaben von LG trotzdem eine hohe Stabilität erreicht. Mit einer verbesserten Halterung kann der Fernseher vollflächig an der Wand befestigt werden. Die Zero Connect Box, in der sich alle Anschlüsse befinden, überträgt die Signale (4K-Video und Audio) mit True Wireless-Technology aus bis zu 10 Metern Entfernung praktisch verlustfrei zum Fernseher, der mit Hilfe von Google Gemini und Microsoft Copilot auch Sprachanfragen beantworten kann. Der AI Concierge unterstützt bei der Inhaltsrecherche, und mit der neuen Funktion „In This Scene“ kann man Informationen zur Besetzung abrufen,

verwandte Inhalte anzeigen lassen und KI-Bilder generieren. Für Sicherheit sorgt das mit dem CES 2026 Innovation Award ausgezeichnete System LG Shield.

Neuer Micro-RGB evo TV

Mit dem LG Micro-RGB evo TV MRGB95 stellte LG auf der CES ein neues Modell vor, in dem die kleinsten RGB-LEDs eingesetzt werden, die der Hersteller jemals in einen Fernseher eingebaut hat. Jede einzelne RGB-LED werde mit OLED-Präzision angesteuert, erklärte das Unternehmen. Die dafür notwendige Rechenleistung liefert wie beim Wallpaper TV der Alpha 11 AI Processor Gen 3, der zwei Arten von AI-Upscaling gleichzeitig durchführen kann, um sowohl scharfe als auch besonders natürlich wirkende TV-Bilder zu erzeugen.

Dank des neuen Prozessors und der RGB-Primary-Color-Ultra Technologie deckt der LG Micro-RGB evo laut Intertek-Zertifizierung 100 Prozent der Farträume BT.2020, DCI-P3 und Adobe RGB ab. Und mit Micro Dimming Ultra werden die mehr als tausend Dimming-Zonen besonders präzise gesteuert, um hohe Kontraste zu erzielen.

Wie beim Wallpaper-TV sind auch bei dem Micro-RGB-Modell Microsoft Copilot und Google Gemini sowie Voice ID in dem AI Picture/Sound Wizard integriert. Der LG Micro RGB evo wird in den Größen 100 Zoll, 86 Zoll und 75 Zoll erhältlich sein. Liefertermine und Preise werden noch bekanntgegeben.

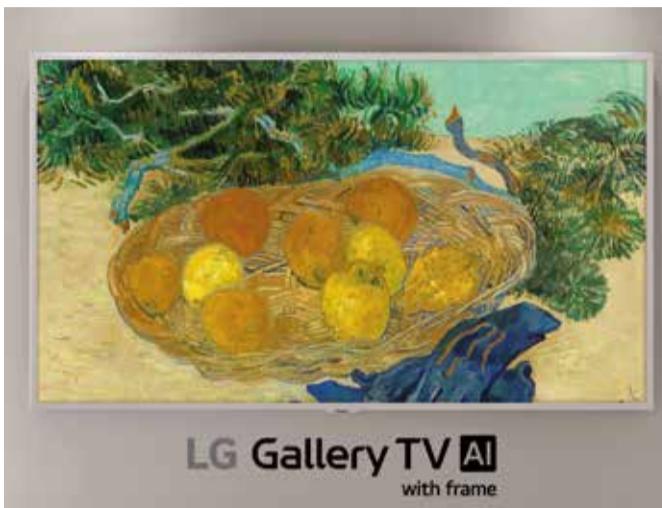
Neuer Gallery TV

Der neue LG Gallery TV, der in den Größen 55 und 65 Zoll auf den Markt kommt, ist mit seinem schlanken, wandbündigen Design und einem anpassbaren Magnetrahmen als digitale Leinwand konzipiert. Über den LG Gallery+



Der neue LG Micro RGB evo TV soll in den Größen 100, 86 und 75 Zoll auf den Markt kommen.

Service, der für die gesamte LG TV-Palette verfügbar sein soll, bietet der Fernseher Zugriff auf mehr als 4.500 Inhalte. Eine Light-Version des Dienstes ist kostenlos, für die Vollversion muß ein monatliches Abonnement über webOS Pay abgeschlossen werden. Erhältlich sind neben Werken bildender Kunst auch Filmszenen, Game-Visuals und Animationen. Zudem können Nutzer mit generativer AI eigene Bilder erstellen oder Fotos aus persönlichen



Bibliotheken anzeigen. Hintergrundmusik lässt sich über integrierte Tracks oder Bluetooth-Streaming hinzufügen. Das MiniLED-Display der neuen LG Gallery TVs ist mit einer Beschichtung versehen, die Blendeffekte und Reflexionen reduziert. Der eingebaute Alpha 7 AI Prozessor steuert die Signale für 4K-Bilder und AI Sound Pro (Virtual 9.1.2). Die Bildqualität wird automatisch an wechselnde Lichtverhältnisse angepasst.

LG kündigt erste Soundbar mit Dolby Atmos FlexConnect an

Mit der Sound Suite stellte LG auf der CES ein modulares Audiosystem vor, das eine flexible Raumgestaltung erlaubt. Herzstück ist mit der H7 die weltweit erste Soundbar, die Dolby Atmos FlexConnect unterstützt und so den typischen Raumklang erzeugen kann, ohne dass eine spezielle Einrichtung in der jeweiligen Umgebung erforderlich ist. Alle Komponenten der LG Sound Suite sind mit Lautsprechereinheiten von Peerless ausgestattet.

Die neue LG Sound Suite kann aus fünf weiteren Komponenten individuell konfiguriert werden – z. B. für kompakten Wohnzimmer-Sound mit einer einfachen Zwei-Satelliten-Anordnung oder als ein mächtiges 13.1.7-Kanal-Heimkino-Setup. Dafür bietet LG die kabellosen Surround-Lautsprecher M7 und M5 sowie den Subwoofer W7 an. Maximal können bis zu vier Satelliten – M5, M7 oder eine Mischung aus beiden – sowie der Subwoofer W7 mit der Soundbar H7 verbunden werden.

Die Kopplung mit der Soundbar ist dank Dolby Atmos FlexConnect ganz einfach und gelingt über eine HDMI Verbindung mit praktisch jedem Fernseher. Zudem können die Satelliten M5 und M7 auch direkt mit LG TVs des Modelljahrs 2026 sowie ausgewählten 2025er LG OLED Modellen verbunden werden.

Um die Audio-Leistung zu steigern, lässt sich die Wiedergabe mit der Ultra-Wideband-Funktion Sound Follow an die Position des Nutzers anpassen. Darüber hinaus analysiert Room Calibration Pro die akustischen Eigenschaften des Raums, um den Klang mit Hilfe von AI so zu steuern, dass an jedem Sitzplatz eindrucksvoller Sound wahrgenommen wird. Mit AI Sound Pro+ kann Stereo-Audio in mehrkanaligen Surround-Sound hochgemischt werden,

während eine AI-gestützte Objekt trennung dafür sorgt, dass Stimmen, Musik und Soundeffekte ausgewogen wiedergegeben werden. Dabei werden auch unterschiedliche Genres berücksichtigt.

Für die notwendige Rechenleistung baut LG in die H7 Soundbar Prozessor den Alpha11 Gen3 AI Prozessor ein, der auch die Flaggschiff-TVs des Herstellers antreibt.



Neue RGB MiniLED-TVs von Hisense



Bei den RGB MiniLED evo TVs setzt Hisense erstmals LEDs in der Farbe Cyan ein.

„Zudem wird uns die Fußball-Weltmeisterschaft, deren offizieller Partner Hisense ist, eine großartige Bühne bieten, um bei einem großen Publikum Begeisterung für unsere Produkte zu erzeugen.“

TCL mit SQD-Mini-LED-TVs auf der CES

TCL kündigte auf der CES neue Fernseher mit SQD-Mini-LED-Bildschirmen an. Diese Weiterentwicklung der QD-Technologie soll durch feinere Filterung des Lichts eine besonders stabile Farbgenauigkeit ermöglichen und in Verbindung mit dem TCL Halo Control System den Halo-Effekt um helle Objekte vor dunklem Hintergrund reduzieren. Die neuen TVs sind nur zwei Zentimeter dick und werden mit Google Gemini Interactive KI ausgestattet.

Gegenüber vorherigen Generationen steige bei den SQD-TVs die Farbraumabdeckung um bis zu 33 Prozent auf bis zu 100 Prozent des BT.2020-Farbraums, und die Präzision der Farbpunkte verbessere sich um 69 Prozent, betonte TCL. An der Spitze des neuen Sortiments soll die X11L SQD-Mini-LED-TV-Serie stehen, deren Deep Color System mit Super Quantum Crystals (Super QLED), UltraColor Filter und einem Advanced Color Purity Algorithmus eine besonders differenzierte Farbwiedergabe erreicht. Das TCL Halo Control System mit über 20.000 präzisen Dimming-Zonen ermöglicht Spitzenhelligkeiten von bis zu 10.000 Nits. Für flüssige Bewegungen bieten die neuen Fernseher eine native Bildwiederholrate von 144 Hz, das Audiosystem von Bang & Olufsen soll auch ohne Zusatzlautsprecher raumfüllenden Klang erzeugen.



An der Spitze des neuen TV-Sortiments von TCL wird die X11L SQD-Mini-LED-TV-Serie stehen.

Samsung mit neuen Micro RGB TVs auf der CES

Bis zu 130 Zoll Diagonale

Nachdem Samsung bereits auf der IFA 2025 mit einem 115 Zoll großen Micro RGB TV Fernseher bei der neuen Bildschirmtechnologie Flagge gezeigt hatte, machte es der koreanische Technologiekonzern in Las Vegas spannend: Zunächst kündigte der Hersteller kurz vor der CES für 2026 Micro RGB Modelle in sechs

Größen zwischen 55 und 115 Zoll an, präsentierte dann aber am ersten Messetag noch eine riesige 130 Zoll Variante. Die neuen Fernseher sind mit AI-Technologie ausgestattet und zeigen sich nach Angaben des Herstellers in Farbbrillanz, Helligkeit und Schärfe und Ton-Qualität verbessert.

Die Micro RGB Technologie basiert auf roten, grünen und blauen Leuchtdioden, die kleiner sind als 100 Mikrometer und unabhängig voneinander leuchten können. Das ermöglicht in Verbindung mit modernen Softwarelösungen wie 4K AI Upscaling Pro und AI Motion Enhancer Pro eine



130 Zoll (3,30 Meter) Bilddiagonale! Dieser Micro RGB TV dürfte nicht in jedes Wohnzimmer passen.

besonders präzise Lichtsteuerung und große Farbgenauigkeit. Dafür stattet Samsung die Geräte mit der Micro RGB AI Engine Pro aus, die einen speziellen AI-Chipsatz enthält. Micro RGB Color Booster Pro und Micro RGB HDR Pro sind für detailgetreue Farben und hohen Kontrast zuständig. Dank der vom VDE zertifizierten Micro RGB Precision Color 100 Technologie werden 100 Prozent des BT.2020-Farbraums abgedeckt, und Samsungs Glare Free-Technologie reduziert Reflexionen auf dem Bildschirm.

Die neuen Fernseher unterstützen HDR10+ Advanced und das Raumklangsystem Eclipsa Audio für hohe Bild- und Tonqualität bis zu 3D-Audio. Auch Dolby Atmos ist an Bord, und der Klang kann mit Adaptive Sound Pro an den Raum angepasst werden. Über Q-Symphony lassen sich

die TV-Lautsprecher mit kompatiblen Samsung Geräten koppeln. Der Vision AI Companion (VAC) stellt Suchfunktionen in unterschiedlichen Sprachen bereit, gibt proaktiv Empfehlungen und erlaubt den Zugriff auf AI-Funktionen oder Apps wie den AI Football Mode Pro, AI Sound Controller Pro, Live Translate, Generative Wallpaper, Microsoft Copilot und Perplexity.

Der Riese im Wohnzimmer

Das neue Micro RGB 130 Zoll-Gigant soll auch mit seinem Design Maßstäbe setzen: Mit einem monumentalen Rahmen und harmonischer Audiolistung habe man das Gerät bewusst weniger wie einen Fernseher, sondern eher wie ein großes Fenster gestaltet, das den Raum optisch erweitere, betonte Samsung in einer Pressemitteilung. Timeless Frame nennt der Konzern diese von Kunstmuseen inspirierte Ästhetik, die als Weiterentwicklung des Timeless Gallery-Designs verstanden wird, das der Kon-



Die neuen Micro RGB TVs von Samsung sollen in sechs Bildschirmgrößen angeboten werden.

zern erstmals 2013 vorstellte. Der TV erscheine wie ein raffinierter Rahmen, der die Philosophie „Technologie als Kunst“ verkörpere, erklärte der Hersteller. Das in den Rahmen des Displays integrierte Soundsystem sei sorgfältig auf die Größe des Bildschirms abgestimmt, damit sich Bild und Ton auf natürliche Weise in den Raum einfügen. Die neuen Micro RGB TVs sind Teil der Strategie von Samsung, seine Führungsposition im TV-Markt auch unter veränderten Bedingungen auszubauen. Denn dieser Markt werde derzeit durch wachsende Nachfrage nach Premium-Geräten, größeren Bildschirmen und intelligenter Personalisierung geprägt, betonte SW Yong, President des Visual Display-Geschäfts bei Samsung Electronics. Deshalb sollen Micro RGB und OLED die Spitze des Premium-TV-Sortiments bilden, während Mini-LEDs auch breiteren Zielgruppen den Zugang zu Premium-TV-Technologien ermöglichen soll.

Durch die Integration von KI will Samsung die Rolle der Fernsehgeräte über reines Entertainment hinaus erweitern. Sie sollen tiefer in die Smart-Home-Systeme eingebunden werden, um darin sinnvolle Aufgaben übernehmen zu können. Zudem kündigte Samsung an, Google Fotos in seine AI TVs zu integrieren, damit die Nutzer ihre Erinnerungen ganz einfach auf einem großformatigen Bildschirm anschauen können.

Neue vernetzte Audio-Produkte



Auch das Design ist ein Verkaufsargument für den Music Studio 5 Lautsprecher von Samsung.

Mit dem Design-Lautsprecher Music Studio, seiner ersten All-in-One Soundbar und einem Spitzenmodell der Q-Serie stellte Samsung auf der CES neue Audio-Produkte vor.

Im neuen Soundbar-Flaggschiff HW-Q990H steckt mit Sound Elevation eine Technologie, die Dialoge akustisch in die Mitte des TV-Bildschirmes hebt.

Ebenfalls neu ist Auto Volume, das die Lautstärke über alle Kanäle und Inhalte hinweg konstant hält. Die 7.0.2-Soundbar lässt sich mit einem 4.0.2-Rücklautsprecher und einem kompakten aktiven Subwoofer mit zwei 8-Zoll-Treibern zu einem 11.1.4-Kanalsystem ausbauen. Up-Firing-Kanäle und eine neue AI-Klangverbesserung erweitern das Klangfeld, um räumliche Tiefe zu erzeugen.

Neu im Samsung Sortiment ist die All-in-One Soundbar HW-QS90H, die sowohl für die Montage an der Wand als auch eine Platzierung am Fernseher geeignet ist. Der integrierte Gyrosensor passt die Kanalverteilung automatisch an die Ausrichtung an. Mit 13 Treibern, darunter 9 Breitbandlautsprecher und einem integrierten Quad-Bass-Woofler, ist die Soundbar auch ohne separaten Subwoofer ein komplettes 7.1.2-Kanalsystem.

Mit seinem eleganten Design macht der neue Lautsprecher Music Studio 5 (Modell LS50H) in Wohnräumen eine gute Figur. Ein Vier-Zoll-Woofler und zwei Hochtöner sorgen für ausgewogenen Klang, für den AI Dynamic Bass Control die Bass-Wiedergabe steuert. Mit WiFi-Casting, dem Zugang zu Streaming-Diensten, Sprachsteuerung und Bluetooth ist komfortable Konnektivität eingebaut.

Weltneuheit: Drucken, Fotografieren und Filmen

instax Sofortbild-Neuheiten von Fujifilm

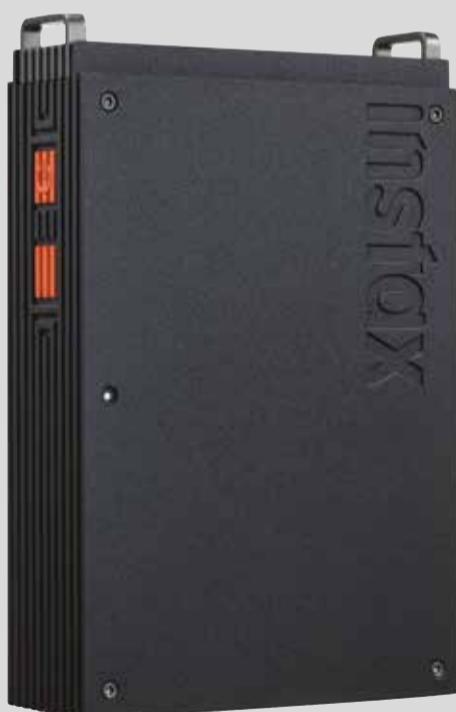
Seit 25 Jahren schreiben die instax Produkte von Fujifilm eine einzigartige Erfolgsgeschichte. Mehr als 100 Millionen dieser Sofortbildkameras und -drucker hat das Imaging-Unternehmen bisher weltweit verkauft – und es dabei immer wieder verstanden, die Marke mit originellen Neuheiten und Ideen im Gespräch zu halten. Mit der instax mini Evo Cinema hat Fujifilm jetzt eine Weltneuheit im Sofortbildsegment angekündigt: Als erstes instax Produkt vereinigt diese Innovation Sofortbildkamera, Smartphonedrucker und Videokamera in einem Gerät.

Das Retro-Design des Gehäuses wurde vom Aussehen klassischer Filmkameras inspiriert. Folgerichtig ist es möglich, mit dem Eras Dial sozusagen die Zeit zurückzu-

drehen. Denn damit kann man eine von zehn visuellen Epochen auswählen, um den Aufnahmen einen besonderen Charakter zu verleihen. So entstehen z. B. Bilder mit dem warmen, körnigen Charme der 1930er, der charakteristischen Textur von Röhrenbildschirmen der 1970er oder der klaren Ästhetik der 2020er. Dabei prägen die Effekte nicht nur den Charakter der Bilder, sondern auch den Ton, z. B. durch nostalgische Klänge wie das Surren von Filmrollen während der Aufnahme.

Über den Objektivring lässt sich der gewählte Stil in zehn Intensitätsstufen pro Epoche feinjustieren. Der Frame Switch bietet auf Wunsch für den passenden Rahmen, um den Sofortbildern und Videos noch mehr zeittypischen Charakter zu verleihen.

Nach der Wahl des gewünschten Looks können Fotos und Videos mit einer Gesamtlänge von bis zu 15 Sekunden aufgenommen werden. Dafür können praktische Hilfsmittel wie Selbstauslöser, Selfiespiegel, Zoomhebel und Fernsteuerung genutzt werden.



Neue Funktionen in elegantem Gehäuse: der instax mini Link+ Smartphonedrucker von Fujifilm.

Neuer instax mini Link+ Smartphonedrucker

Fujifilm erweitert sein instax Smartphonedrucker-Portfolio um das Premiummodell instax mini Link+, mit dem der Fachhandel eine kreative, designaffine Zielgruppe ansprechen kann. Als erster Smartphonedrucker macht das Gerät mit der instax mini Link+ App eine direkte Verknüpfung zu Pinterest möglich. So kann man Illustrationen, Typografien, Poster, Porträts und Kunstwerke aus Pinterest oder der eigenen Smartphone-Galerie auswählen und gebündelt in die App importieren.

Dann kann man direkt in der App bereits vor dem Druck die Wirkung der Motive in einem Bilderrahmen, an der Wand, auf einem Regal oder in einer Smartphone-Hülle beurteilen. Diese neuen Funktionen sollen auch für weitere Modelle der instax mini Link Serie über ein App-Update bereitgestellt werden.

Eine exklusive Funktion des instax mini Link+ ist dagegen der neue Design-Druck, für den Fujifilm nach eigenen Angaben die Bildverarbeitungsleistung deutlich verbessert hat, um für komplexe Illustrationen in Magazinen, auf Postern oder für künstlerische Arbeiten eine besonders scharfe Darstellung feinster Linien, Grafiken und Schriften zu erreichen.

Beim Ausgeben von Alltagsmotiven ist der Modus Einfacher Druck mit weichen Farbtönen vor allen für Porträts und klassische Fotos geeignet. Zusätzlich stehen den Nutzern der App Funktionen wie der Fit Mode (automatisches Zuschneiden), mehrere Drucke (bis zu zehn Motive gleichzeitig), Change Print Quality Mode (Drucken im instax-Rich- oder instax-Natural-Modus) sowie ein individuell wählbarer Dark- oder Light-Mode zur Verfügung.

Beim Design des Gehäuses kombiniert Fujifilm tiefes Schwarz mit einem markanten orangefarbenen Akzent und hochwertigen Metallelementen. Der instax mini Link+ Smartphonedrucker ist ab dem 28. Januar 2026 für 149,99 Euro (UVP) erhältlich, die passende Tasche kostet 24,99 Euro (UVP). Zum selben Termin werden im Google Play Store und im Apple App Store auch die neuen App-Funktionen (mit Ausnahme des Design-Drucks) auch für instax mini Link, instax mini Link 2 und instax mini Link 3 verfügbar sein.

Kreative App-Funktionen

In der instax mini Evo App können Filme mit einer Länge von bis zu 30 Sekunden bearbeitet sowie Fotos und Videos via Bluetooth oder WiFi übertragen werden. Mehrere Clips lassen sich zu einem stimmigen Kurzfilm kombinieren, einzelne Szenen zuschneiden und in der Zeitleiste chronologisch neu anordnen. Individuelle Öffnungssequenzen und animierte Abspünne können dabei den Eindruck professioneller Videos erzeugen.

Auch für Sofortbilder bietet die App kreative Gestaltungsmöglichkeiten und verschiedene Layouts. Die Kreationen lassen sich in der App-Galerie organisieren und speichern. Die Ausgabe der gedruckten Fotos mit einer Auflösung von 318 dpi kann man entweder über den „Filmtransporthebel“ oder in der App auslösen. Dabei sorgt der instax-Rich Modus für intensive, lebendige Farben oder der instax-Natural Modus für sanfte, natürliche Töne. Für den Abruf passender Videos kann den Sofortbildern ein entsprechender QR-Code hinzugefügt werden. Die Video- und Audiodaten werden 24 Monate lang für Abrufe gespeichert.

Das vertikale Design der instax 3-in-1-Hybrid-Sofortbildkamera mit Sucher, Griffaufsatz und Handschlaufe erinnert an die seinerzeit erfolgreiche Fujica Single-8 Filmkamera aus dem Jahr 1965. Nostalgische Elemente zieren das in Schwarz mit grünen Akzenten gehaltene Gehäuse. Die instax mini Evo Cinema ist ab sofort zum Preis von 379,99 Euro (UVP) erhältlich. Eine passende Kameratasche gibt es für 39,99 Euro (UVP).

Miele bringt Waschset für saubere Sneaker

Schont Schuhe und Trommel



Beim Kauf der neuen Waschmaschine WWS384 WPS/WCS SneakerWash gibt es das Set gratis dazu.

Damit Sneaker in der Waschmaschine ganz einfach sauber, aber auch geschont werden, hat Miele ein spezielles SneakerWash Set entwickelt. Es besteht aus einem Waschbeutel (SneakerWash Bag) und einem Waschmitteltab (SneakerTab) und kostet 59,95 Euro (UVP). Wer das neue Aktionsmodell WWC384 WPS/WCS SneakerWash im teilnehmenden Handel erwirbt, bekommt das nützliche Zubehör (Wash Bag und drei SneakerTabs) gratis dazu.

Mit dem Sneaker Wash Set will Miele nicht nur ein bekanntes Problem lösen, sondern auch einen Beitrag zur Müllreduzierung leisten. „Allein in Deutschland werden jährlich etwa 380 Millionen Paar Sneaker entsorgt“, kommentierte Gernot Trettenbrein, Senior Vice President New Growth Factory bei Miele. „Mit SneakerWash bieten wir ein innovatives System für die perfekte Reinigung von Sportschuhen an – und leisten gleichzeitig einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit. Die schonende Pflege verlängert die Lebensdauer der Schuhe und reduziert somit frühzeitiges Entsorgen.“

Der SneakerWash Bag von Miele verbindet sinnvolle Reinigungsfunktionen mit Schutz für Schuhe und Waschmaschine: Drei Lagen hochwertiges Mesh-Material dämpfen



Durch den praktischen Waschbeutel werden Schuhe und Trommel geschont; das Tab kommt einfach in ein kleines Fach an der Außenseite des Bags.

Stöße und bewahren sowohl die Sneaker als auch die Trommel vor Schäden. Gleichzeitig sorgen seitliche Mikrofaserstreifen für eine gezielte und schonende Reinigung des Übergangs zwischen Sohle und Schuh. Für Schnürsenkel gibt es ein separates Fach, in dem sie ohne Verknoten gesäubert werden.

Eine praktische Ergänzung sind die neuen die SneakerTabs, die speziell für die Schuhmaterialien entwickelt wurden. Eine spezielle Enzymkombination ermöglicht die Entfernung typischer Verschmutzungen wie Erde und Gras bereits bei 30°C. Dabei bleibt der Farbton der Fußbekleidung dank einer Schutzformel erhalten, dezentner Duft bringt angenehme, langanhaltende Frische.

Vor dem Waschgang wird das Tab einfach in ein kleines Fach an der Außenseite des Bags gesteckt.

Das Aktionsmodell WWC384 WPS/WCS SneakerWash bietet neben bewährten Waschtechnologien wie PowerWash, QuickPowerWash und SteamCare ein speziell auf den SneakerWash Bag abgestimmtes Programm für die besonders komfortable Reinigung von Sportschuhen.

Die Waschmaschine ist ab Januar erhältlich; ein SneakerWash Set mit Bag und drei Tabs gehört zum Lieferumfang.

Exklusivmarke dittert meldet erfolgreichen Start

Jetzt drei Jahre Garantie

Ein Jahr nach ihrem offiziellen Start hat dittert Küchengeräte eine positive Bilanz für die Einführung der Exklusivmarke und des selektiven Vertriebskonzepts für den Fachhandel gezogen. Innerhalb kurzer Zeit wurden zentrale Listungen bei allen Kooperationen erreicht und die Vertriebsbasis auf über 800 autorisierte Fachhändler in Deutschland ausgebaut. dittert sei dem Fachhandel für die große Unterstützung und das wertvolle Feedback dankbar und werde dieses konsequent in Sortiment und Mehrwerten umgesetzen, erklärte das Unternehmen. Zum Jahresauftakt wird die Herstellergarantie auf drei Jahre verlängert.

„Unser Anspruch war von Beginn an: Fachhandelsnähe, Verlässlichkeit und ein Konzept, das im Alltag funktioniert – für Händler und für Endkunden“, kommentierte Geschäftsführer Moritz Schüller. „Dass wir so schnell so viel Rückenwind und



Um die Garantieverlängerung sichtbar zu machen, bietet dittert dem Fachhandel verschiedene PoS-Materialien an.

Unterstützung aus dem Markt bekommen haben, ist alles andere als selbstverständlich. Dafür möchten wir zum Start ins neue Jahr Danke sagen.“

Den Rückenwind will dittert mit einem weiteren Signal an den Fachhandel verstärken: Ab sofort gibt es drei Jahre Herstellergarantie für das gesamte Sortiment und alle Verkäufe autorisierter Fachhändler in Deutschland.

PoS-Kampagne und Neuheiten

Eine PoS-Kampagne mit aufmerksamkeitsstarkem Werbematerial soll das Garantieversprechen mit der Botschaft „3 Jahre Garantie – weil Du Dich länger als zwei Jahre auf Deine Geräte verlassen willst“ unterstreichen. „Die Rückmeldung unserer autorisierten Händler ist klar“, erklärte dittert

Vertriebsleiter Oliver Neumann. „Die Qualität der dittert Produkte passt einfach.“

Das soll auch für drei Neuheiten gelten, mit denen dittert im ersten Halbjahr 2026 das Sortiment für die Küche ergänzt: Die 10-Tassen-Kaffeemaschine Thermo (UVP 79,99 Euro) mit passender schwarz-matter Thermoskanne, der Toaster Langschlitz (UVP 69,99 Euro) im bewährten Design mit Edelstahlgehäuse und das Herz-Waffeleisen (UVP 49,99 Euro) im dittert Dark-Design der Serie One. Im Jahresverlauf soll das Sortiment weiter ausgebaut werden.

Live vorgestellt werden die neuen dittert Produkte gemeinsam mit dem Schwesternunternehmen ritterwerk und der Marke Beezer auf der ambiente (Stand C30 in Halle 8.0), der Koop in Hannover und dem ElectronicPartner Kongress in Düsseldorf.



Das exklusive Sortiment für den Fachhandel wird im ersten Halbjahr um eine Kaffeemaschine, einen Langschlitz Toaster und ein Waffeleisen erweitert.

Der smarte Roboter LG CLOiD auf der CES 2026

Helper im Haushalt

Mit dem neuen KI-gestützten Haushaltsroboter LG CLOiD will LG Electronics nach eigener Aussage das Zeitalter der „Zero Labor Homes“ einläuten, in denen intelligente Maschinen alltägliche Haushaltstätigkeiten übernehmen, um den Zeitaufwand und die körperliche Anstrengung für alltägliche Hausarbeit zu reduzieren. Der auf der CES präsentierte smarte Roboter, der auf dem selbstfahrenden AI Home Hub von LG aufbaut und sich in das ThinQ-Ökosystem von LG integrieren lässt, nutzt u. a. KI und bildbasierte Technologien.

Der LG CLOiD, der sich auf Rädern mit autonomer Navigation bewegt, besteht aus einer Kopfeinheit und einem Rumpf, der sich neigen lässt und zwei bewegliche Arme hat, um Objekte ab Kniehöhe aufzunehmen. Der niedrige Schwerpunkt soll das Kipprisiko reduzieren, falls ein Kind oder Haustier mit dem Roboter in Kontakt kommt. Jeder Arm simuliert die Beweglichkeit seines menschlichen Pendants: Schulter, Ellbogen und Handgelenk ermöglichen Vorwärts-, Rückwärts-, Rotations- und Seitbewegungen; mit fünf unabhängig steuerbaren Fingern ist jede Roboterhand auch für feinmotorische Aufgaben geeignet. So kann der CLOiD verschiedene Gegenstände handhaben und in Küchen, Waschräumen oder Wohnbereichen arbeiten. Damit das gut funktioniert, soll der Roboter auf natürliche Weise mit seinen Nutzen interagieren, um am Ende menschliche Hausarbeit mehr oder weniger überflüssig zu machen und das Zero Labor Home Wirklichkeit werden zu lassen.

Als „Gehirn“ von CLOiD fungiert ein Chipsatz, mit dem der Kopf des Roboters zum mobilen AI Home Hub wird. Dazu kommen Display, Lautsprecher, Kameras, verschiedene Sensoren und eine sprachbasierte, generative KI. Damit kann der Roboter über gesprochene Sprache und Mimiken mit Menschen kommunizieren sowie die Wohnumgebung



Hilfe im Alltag:
Hier legt der
LG CLOiD
Handtücher zusammen.

und Lebensmuster seiner Nutzer erlernen, um vernetzte Haushaltsgeräte entsprechend zu steuern.

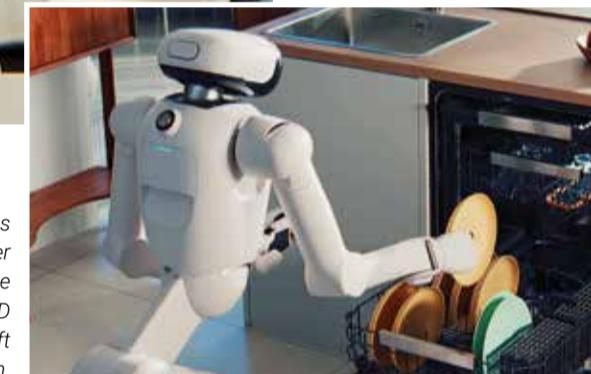
Bildbasierte physische KI

Eine wichtige Grundlage für den LG CLOiD ist die bildbasierte Physische KI-Technologie seines Herstellers: Sie kombiniert ein Vision Language Model (VLM), das Bilder und Videos versteht und in strukturierte Begrifflichkeiten umwandelt, mit Vision-Language-Action (VLA), die visuelle und verbale Eingaben in konkrete Bewegungen übersetzt. Diese KI wurde mit riesigen Datenmengen trainiert, die mehrere zehntausend Stunden Arbeit im Haushalt repräsentieren. CLOiD kann dadurch nach Angaben von LG Geräte erkennen, Nutzerabsichten interpretieren und kontextgerechte Aktionen ausführen, z. B. Türen öffnen oder Objekte bewegen.

Durch die Integration in LGs Smart-Home-Ökosystem mit der AI Home Platform ThinQ und dem Hub ThinQ On lassen sich die Fähigkeiten von CLOiD noch erweitern, denn diese Konnektivität macht es möglich, Aufgaben über verschiedene LG-Geräte hinweg zu koordinieren.

Auf der CES zeigte LG den Roboter in verschiedenen

Auch das
Ausräumen der
Spülmaschine
können CLOiD
in Zukunft
übernehmen.



häuserlichen Umgebungen: In einem Szenario holte CLOiD Milch aus dem Kühlschrank und legte ein Croissant in den Ofen. Auch das Starten von Waschgängen und das Falten der Wäsche nach dem Trocknen gehört zum Repertoire des Roboters, der auch die Spülmaschine ausräumen kann.

KI-gesteuerte Haushalte

In Zukunft will LG weiterhin eigenständige Haushaltsroboter für alltägliche Aufgaben entwickeln und parallel dazu Robotik-Technologien in herkömmliche Haushaltsgeräte integrieren. So sollen neue Produktkategorien entstehen, z. B. Haushaltsroboter, die u. a. staubsaugen und wischen können, oder Intelligente Haushaltsgeräte, zu denen z. B. Kühlschränke gehören können, deren Türen sich automatisch öffnen, wenn sich eine Person nähert.

Neue Robotik-Komponenten

Neben dem Haushaltsroboter stellte LG auf der CES auch die neue Marke Axium vor, die für robotische Aktuatoren für Service- und Haushaltsroboter steht. Aktuatoren sind die Gelenke eines Roboters und bestehen im Prinzip aus einem Motor für Rotationskraft, einem Antrieb zur Steuerung elektrischer Signale und einem Untersetzungsgetriebe zur Regulierung von Geschwindigkeit und Drehmoment. Sie gehören zu den teuersten Komponenten eines Roboters und gelten als strategische Schlüsseltechnologie im Zeitalter der physischen KI. LG habe durch sein Haushälter-Geschäft eine erstklassige Expertise für Komponenten aufgebaut, welche die Grundlage für entscheidende Wettbewerbsvorteile bei Aktuatoren sei, betonte der Technologiekonzern in einer Pressemitteilung. Dabei gehe es darum, leichtes und kompaktes Design mit hoher Effizienz und hohem Drehmoment zu kombinieren. LGs modulare Designtechnologie ermöglichte zudem die kundenspezifische Fertigung von zahlreichen Varianten, die mit Dutzenden verschiedener Aktuatorarten ausgestattet werden könnten.



Neue AI-gestützte Hausgeräte von Samsung

Intelligenz im Alltag



Unter dem Motto „Home Companion“ stellte Samsung auf der CES eine neue Generation vernetzter Hausgeräte vor, die den Alltag besonders einfach, persönlich und effizient gestalten sollen. Dafür kombinieren sie künstliche Intelligenz und visuelle Technologien wie AI Vision mit der komfortablen Vernetzung auf der SmartThings Plattform, die nach Angaben des Technologiekonzerns weltweit 430 Millionen Nutzer dabei unterstützt, Aufgaben im Haushalt in einem Ökosystem zu koordinieren, das 4.700 kompatible Gerätetypen von mehr als 390 Marken vernetzen kann. Im Mittelpunkt der Ankündigungen in Las Vegas standen der neue Bespoke AI Refrigerator Family Hub und der Bodenpflege-Roboter.

Im neuen Bespoke AI Refrigerator Family Hub arbeitet die Bilderkennungstechnologie AI Vision erstmals mit Google Gemini. Damit ist es nach Angaben von Samsung möglich, erheblich mehr Lebensmittel automatisch zu identifizieren: Nachdem AI Vision bisher bis zu 37 verschiedene frische Lebensmittel sowie 50 vorab registrierte, verarbeitete Produkte erkennen konnte, kann das Kühlgerät solche Produkte jetzt auch ohne vorherige Registrierung erkennen, um sie in die digitale Lebensmittelliste aufzunehmen. Zusätzlich können beschriftete Lebensmittel, z. B. Speisen in eigenen Behältern, manuell erfasst und verwaltet werden, so dass eine Übersicht über den Kühlschranksinhalt entsteht. An Hand dieser Daten kann der Kühlschrank personalisierte Rezeptvorschläge

machen – z. B. ein Gemüsegericht aus dem, was gerade vorrätig ist, oder einen Frühstücks-Smoothie mit den vorhandenen Früchten. Die Empfehlungen lassen sich auch mit Samsung Food verbinden und gegebenenfalls an den Bespoke AI Backofen senden.

Die neue FoodNote-Funktion analysiert wöchentlich, welche Lebensmittel am häufigsten verwendet und welche Gerichte besonders häufig zubereitet werden. So zeigt das Kühlgerät auf spielerische Weise die Vorlieben seiner Nutzer an und schlägt automatisch Nachbestellungen oder Rezepte vor, die dazu passen.

Die von Google Gemini unterstützte Funktion Video-to-Recipe kann Kochvideos in Schritt-für-Schritt-Rezepte verwandeln. Dann können Nutzer ein Rezept auf dem Family Hub ansehen, Zutatenlisten erstellen und die Zubereitung mit den verbundenen Geräten starten.

Neben dem Bespoke AI Family Hub präsentierte Samsung auf der CES 2026 weitere Hausgeräte für den internationalen Markt, darunter der Bespoke AI Wein-Kühlschrank, der mit Hilfe von AI Vision und SmartThings eine intelligente und personalisierte Weinverwaltung ermöglicht. Auch ein Bespoke AI 3-Door French Door Modell mit besonders platzsparendem Design wurde angekündigt.

Intelligenter Saug-Wisch-Roboter

Im Saug-Wisch-Roboter Bespoke AI Jet Bot Steam Ultra steuert ein Qualcomm Prozessor die Deep-Learning-basierte AI-Objekterkennung. So kann das Gerät Personen, Haustiere und schwer erkennbare Hindernisse wie Kabel, Socken oder Spielzeug identifizieren. Möglich wird dies durch ein AI Deep Neural Network, das mit rund 1,7 Millionen Bildern trainiert wurde, um Objekte in 38 Kategorien einzuführen.

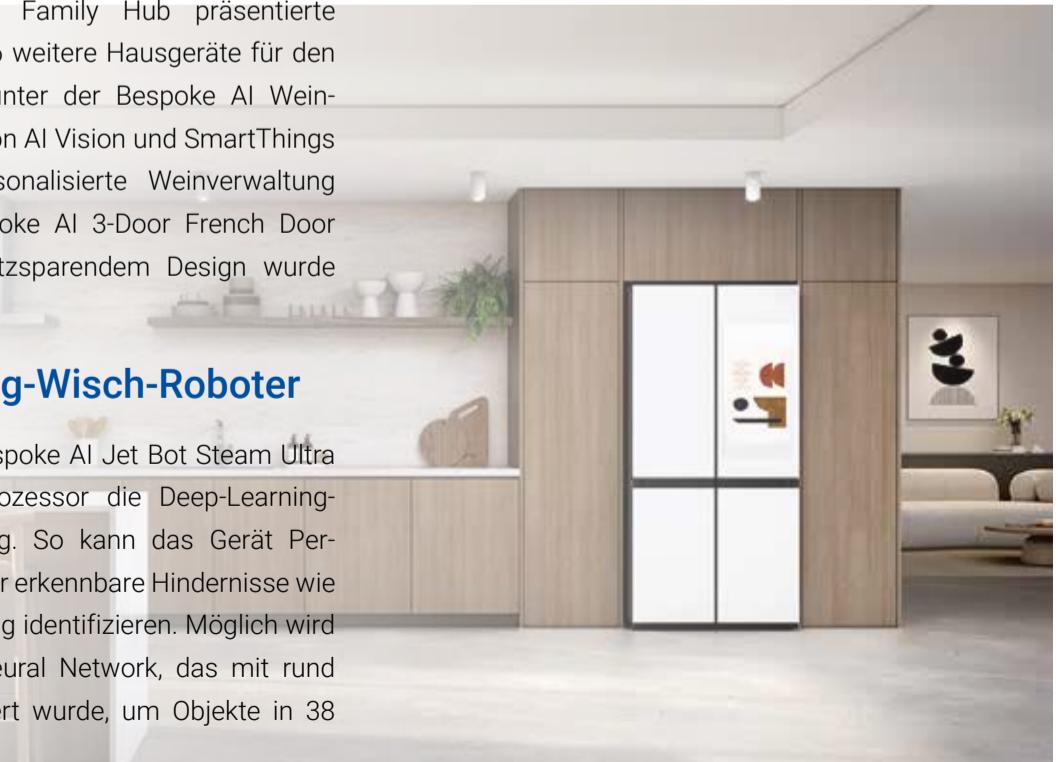
Mit Hilfe einer RGB-Kamera und IR-LEDs kann der Bespoke AI Jet Bot Steam Ultra auch transparente

Flüssigkeiten wie Wasser oder Tierspuren erkennen. Je nach Einstellung umfährt das Gerät dann die nasse Stelle oder leitet eine gezielte Reinigung ein. Damit sie nicht schmutzig werden, hebt der Roboter die Bürsten an, bevor er dem Fleck mit zwei Wischpads zu Leibe rückt.

Mit seinen smarten Sensoren kann der Bespoke AI Jet Bot Steam Ultra auch die Beschaffenheit des Bodenbelags erkennen. Ist der Untergrund weich, fährt das Gerät zur Basisstation und legt dort seine Wischpads ab, bevor es zurückkehrt, um den Teppich mit erhöhter Saugkraft zu reinigen. Umgekehrt werden Hartböden glänzend sauber, ohne dass der Roboter Teppichböden mit bereits benutzten Tüchern beschmutzt. Bei kurzflorigen Teppichen werden die Pads um 10 mm angehoben, damit die Reinigung in einem Zug erfolgen kann, ohne dass manuelles Eingreifen notwendig ist oder Teppiche nass werden.

Mit dem EasyPass-System kann der Bespoke AI Jet Bot Steam Hindernisse mit einer Höhe von bis zu 60 mm überwinden und gelangt so in praktisch jeden Raum. Dabei hebt der Roboter beim Passieren von Türschienen und Schwellen seine Beine an. Ecken und Kanten erkennt das Gerät automatisch und fährt bei Bedarf die Seitenbürsten und Wischpads aus, um schwer zugängliche Bereiche zu reinigen.

Angesichts der großen Menge von Daten, die der Bespoke AI Jet Bot Steam Ultra nutzt, ist Sicherheit besonders wichtig. Das Gerät erfüllt die Anforderungen des europäischen IoT-Sicherheitsstandards ETSI EN 303 645 und wurde dafür vom TÜV Nord zertifiziert. Zusätzlich trägt das Modell das IT-Sicherheitskennzeichen des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI).



Im neuen Bespoke AI Refrigerator Family Hub kombiniert Samsung die Bilderkennungstechnologie AI Vision erstmals mit Google Gemini.

Wer ist Marktführer bei Kaffeevollautomaten?

Klasse oder Masse

Seit Jahren gehören Kaffeevollautomaten zu den attraktivsten Segmenten im Markt für Technikprodukte, denn die Verbreitung dieser praktischen und oft auch optisch ansprechenden Getränkespender nimmt stetig zu. Kein Wunder, dass die einschlägigen Lieferanten nicht nur die Umsätze mit den Trendprodukten zu schätzen wissen, sondern auch das Ansehen, das eine führende Position in diesem Markt mit sich bringt. Im Dezember 2025 meldeten gleich zwei bekannte Marken, De'Longhi und Philips, Ansprüche auf den prestigeträchtigen Titel „Nummer Eins“ an.

Den Anfang machte das Unternehmen Versuni, das Haushaltegeräte der Marken Philips, Philips Baristina, Philips Walita, Preethi, Senseo, L'OR Barista, Saeco und Gaggia vertreibt. Es gab in einer Pressemitteilung bekannt, dass die Marke Philips im November 2025 einen Marktanteil von 28,8 Prozent nach Stückzahlen und damit die Marktführerschaft im deutschen Markt für Kaffeevollautomaten erreicht habe. Mit der Feststellung, dieser Sprung an die Spitze zeige, wie stark die Nachfrage nach benutzerfreundlichen, innovativen Lösungen im Kaffeesegment sei, setzten die Hamburger noch einen drauf.

Als weiteren Grund für den Erfolg verwies Versuni auf das LatteGo-System, das sich in vielen Modellen der Philips

Vollautomaten findet. Es komme ohne Schläuche aus, ließe sich in Sekunden reinigen und produziere samtgcremigen Milchschaum, betonte das Unternehmen. Auch die Verwendung von Kaffee aus frisch gemahlenen Bohnen, die große Auswahl von bis zu 50 heißen und kalten Kaffeespezialitäten und die komfortable Benutzerführung seien wichtige Verkaufsargumente für Philips Kaffeevollautomaten.

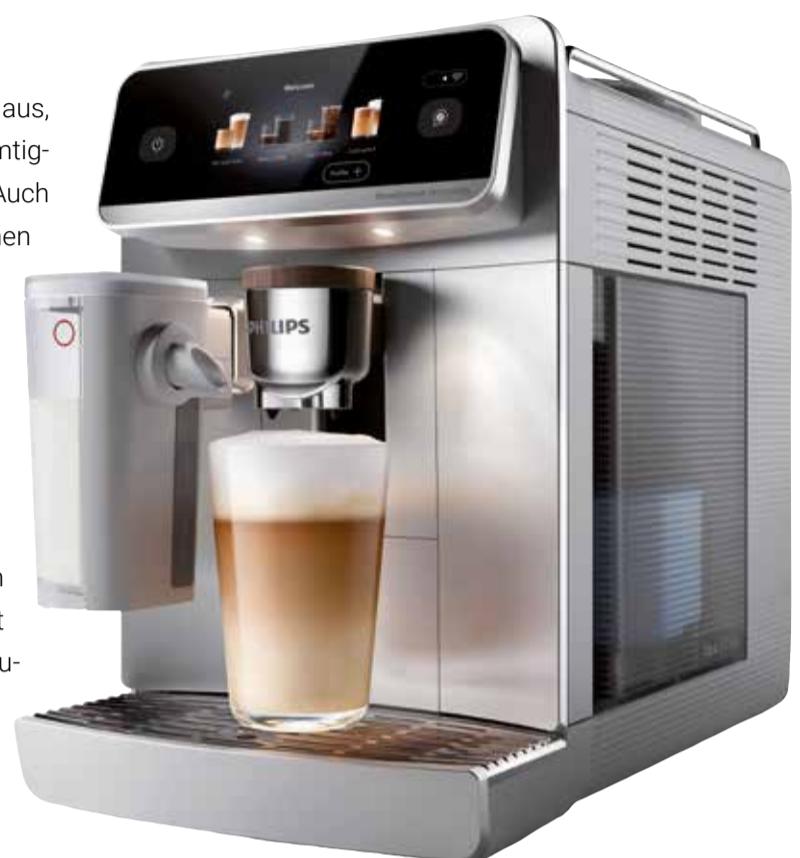
Dieses Sortiment hatte Versuni im November 2025 mit dem Philips Café Aromis um ein Modell für das Premiumsegment erweitert. Der Vollautomat, der 50 heiße und kalte Getränke zubereiten kann, ist mit dem LatteGo Pro (heiß & kalt) Milchsystem ausgestattet und erlaubt die Einstellung von sieben Intensitätsstufen. Die individuellen Vorlieben der Nutzerinnen und Nutzer können in bis zu acht persönlichen Profilen gespeichert werden, die HomelD App mit integriertem Barista Assistant ermöglicht nicht nur die smarte Steuerung des Vollautomaten, sondern gibt auch persönliche Empfehlungen. Das 4,3 Zoll große, berührungs-empfindliche Display und das elegante Gehäuse in Silber unterstreichen auch äußerlich den Premiumanspruch des Philips Café Aromis, der 1.099 Euro (UVP) kosten soll.

Das Imperium schlägt zurück

Die Reaktion aus Neu-Isenburg ließ nur wenige Tage auf sich warten. Dann erreichte uns eine Pressemitteilung mit der Überschrift „De'Longhi bleibt 2025 Marktführer im Gesamtjahr“. Darin hieß es, der Markt für Kaffeevollautomaten könne nur realistisch bewertet werden, wenn alle relevanten Vertriebskanäle berücksichtigt würden. Nach Stückzahlen sei der Hersteller im Gesamtjahr 2025 (YTD) mit einem Anteil von 34,4 Prozent klarer Marktführer; in elf von zwölf Monaten habe die Marke vor dem Wettbewerb gelegen. Der Monat November habe aber eine deutliche Verschiebung innerhalb der Vertriebskanäle gezeigt, betonte De'Longhi.

Dabei habe der stationäre Handel Marktanteile an Online-Vertriebskanäle verloren, vornehmlich wegen sehr aggressiver Preisaktionen im Segment unter 500 Euro. So sei der Marktanteil von Distributionsplattformen wie Amazon oder Otto, die sich erstmals als stärkster Vertriebskanal positionieren konnten, im November um 2,1 Prozentpunkte gestiegen; klassische Handelsketten hätten im selben Zeitraum 3,4 Prozentpunkte verloren. Dabei habe der durchschnittliche Verkaufspreis in Deutschland laut GfK im Online-Distributionshandel rund zehn Prozent unter dem Niveau des Vorjahres gelegen. Diese Entwicklung zeige, dass der Markt kurzfristig vor allem durch Preiseffekte geprägt worden sei und nicht durch nachhaltige Produkt- oder Qualitätsargumente, stellte De'Longhi fest.

Seit Jahren verfolge De'Longhi eine ganzheitliche und langfristig ausgelegte Strategie mit einem klaren Fokus auf den stationären Handel als zentralen Touchpoint für Premium-Kaffeevollautomaten, er-



Mit dem Vollautomaten Philips Café Aromis hat Versuni ein Modell für das Premium-Segment angekündigt.

klärte das Unternehmen. „Der Markt für Kaffeevollautomaten und -Siebträger lässt sich nur dann realistisch bewerten, wenn alle relevanten Vertriebskanäle einbezogen werden“, sagte Simon Winkler, Head of Product and Brand Management von De'Longhi Deutschland. „De'Longhi ist seit Jahren die stärkste Marke im Gesamtmarkt – mit hoher Präsenz und Performance im stationären Handel. Damit folgen wir einer nachhaltigen Strategie, statt vorrangig auf kurzfristige Online-Aktivierungen zu setzen. Entsprechend waren wir auch im November nach Stückzahl im klassischen Handel erneut Nummer eins.“

Mit Innovationen wie der PrimaDonna Aromatic oder der Rivelia investiere De'Longhi konsequent in Produkterlebnisse, die Verbraucherinnen und Verbraucher begeistern – und das am physischen PoS mit Beratung, Verkostung und direktem Vergleich, fügte Winkler hinzu. Damit stärke das Unternehmen gezielt den stationären Handel als langfristiger Partner.

Die Nachfrage nach Geräten von De'Longhi wird auch durch unabhängige Tests unterstützt. So bewerten Institute wie Stiftung Warentest die Qualität verschiedener Modelle regelmäßig positiv. In den letzten vier Jahren konnte De'Longhi gleich mehrere Auszeichnungen in den Vergleichstests der Stiftung Warentest erringen: So wurde das Modell Eletta Explore 2022 Testsieger, und auch 2023 stand die Marke im StiWa-Vergleichstest wiederholz ganz oben auf dem Treppchen. Im Jahr 2024 sicherte sich die Rivelia den Testsieg, während die Magnifica Start Milk als Preis-Leistungs-Tipp ausgezeichnet wurde. 2025 erhielt das Modell Magnifica Evo Next die Gesamtnote Gut (2,1) und zählte damit zu den am besten bewerteten Geräten im Testfeld. Und im Vergleichstest zum umweltfreundlichen Entkalken von Kaffeevollautomaten wurde der hauseigene Entkalker von De'Longhi 2025 explizit als unbedenklich erwähnt.



Der Vollautomat Magnifica Evo Next von De'Longhi wurde in diesem Jahr von der Stiftung Warentest mit der Gesamtnote Gut (2,1) als eines der besten Geräte im Testfeld bewertet.

Neue Frühstücksserie von Russell Hobbs

Die neue Brontë Frühstücksserie umfasst einen Wasserkocher, eine Filterkaffeemaschine sowie einen Toaster, dessen Design aufeinander abgestimmt ist.



Die Brontë Kaffeemaschine ist mit der innovativen WhirlTech-Brühtechnologie ausgestattet, die das Wasser nach Herstellerangaben optimal über das Kaffeepräziser versteilt und so eine gleichmäßige Extraktion sicherstellt. Weitere Ausstattungsmerkmale sind eine

40-minütige Warmhaltefunktion sowie ein praktischer Tropf-Stopp. Der Preis für die Brontë Kaffeemaschine beträgt 89,99 Euro (UVP).

Der Brontë Wasserkocher hat ein Fassungsvermögen von 1,7 Litern. Für komfortable Bedienung sorgt der Push-to-Open-Deckel; die stimmungsvolle Innenbeleuchtung erzeugt atmosphärisches Licht. Der Preis für den Brontë Wasserkocher beträgt 69,99 Euro (UVP).

Der Brontë Toaster ist mit der „Lift & Lock“-Funktion ausgestattet, die eine Kontrolle des Bräunungsgrads ermöglicht, ohne dass der Toastvorgang unterbrochen werden muss. Auch kleine Brotscheiben werden sicher angehoben; für noch mehr Bedienkomfort sorgen die Auftau-, Aufwärm- und Stoppfunktion. Der Preis für den Brontë Toaster beträgt 69,99 Euro (UVP).



Neuer Saugwischroboter RVF 7 von Kärcher

Mit dem RVF 7 präsentiert Kärcher einen neuen Saugwischroboter, der in der „Comfort“-Variante dank Multifunktionsstation vollaustonom arbeiten kann: Laden, Befüllen, Entleeren, Walzenreinigung und -trocknung erledigt das neue Kärcher-Flaggschiff eigenständig. Der RVF 7 kombiniert die Nassreinigung mit einer Saugfunktion für Trockenschmutz.



Der neue RVF 7 Comfort von Kärcher reinigt Böden vollaustonom. Laden, Befüllen, Entleeren, Walzenreinigung und -trocknung erfolgen über die Multifunktionsstation.

Installiert und gesteuert wird der RVF 7 via App oder alternativ manuell am Gerät oder an der Station. Neben den beiden Reinigungsmodi – trocken oder nass und trocken kombiniert – können Parameter wie Wassermenge und Saugleistung oder Reinigungspläne individuell eingestellt werden. Benutzer erhalten außerdem eine detaillierte Übersicht über die erstellten Karten, um „No-Go“-Zonen einzurichten oder Bereiche gezielt reinigen zu lassen.

Für die Multifunktionsstation sind ebenfalls Einstellungen per App möglich. Dazu zählen die Aktivierung und Deaktivierung der Trocknungsfunktion der Walze oder die Anzahl

Ecovacs mit zahlreichen Neuheiten auf der CES

Der Robotik-Spezialist Ecovacs stellt auf der CES in Las Vegas neue Produkte vor. Dazu gehören der Saug- und Wischroboter Deebot T90 Pro Omni, die Deebot X12-Produktfamilie, Winbot Fensterputzroboter und die Mähroboter-Serie Goat; mit dem Ultramarine kündigte das Unternehmen zudem den Einstieg in die Kategorie der Poolroboter an.



Die neuen Modelle Deebot X12 Pro Omni und Deebot X12 OmniCyclone von Ecovacs gehen mit zwei Hochdruck-Wasserstrahlen gezielt gegen Flecken vor.

In dem neuen Saug- und Wischroboter Deebot T90 Pro Omni und der Deebot X12-Produktfamilie setzt Ecovacs eine neue Version seiner Ozmo Roller Technology ein. Damit wurde der Wischroller in den Haushaltshelfern um 50 Prozent auf 26 Zentimeter verlängert, um in jedem Durchgang eine größere Fläche bearbeiten zu können.

Ergänzt wird das System durch eine druckbasierte Selbstreinigungsfunktion mit 16 Sprühdüsen, die den Roller während des Betriebs reinigen und so Streifenbildung sowie erneute Verschmutzung reduzieren soll. Seit der Einführung im Deebot X8 hat Ecovacs nach eigenen Angaben mehr als 1,6 Millionen Geräte mit Ozmo Roller Technology verkauft.

Für die Modelle Deebot X12 Pro Omni und Deebot X12 OmniCyclone stellte Ecovacs zudem ein neues System zur gezielten Fleckenbehandlung vor: Mit Hilfe eines Infrarotsensors werden stark verschmutzte Bereiche erkannt und mit zwei Hochdruck-Wasserstrahlen vorbehandelt, bevor der Wischvorgang beginnt. Zudem soll die Funktion PowerBoost Charging Plus die Ladelleistung und Energieverwaltung verbessern, um die Reinigung von Flächen von bis zu 1.000 Quadratmetern in einem Durchgang zu ermöglichen.

Mit dem Ultramarine überträgt Ecovacs seine Technologien aus der Haushaltsrobotik erstmals auf die Poolreinigung, um diese weitgehend zu automatisieren. Für die Rasenpflege kündigte das Unternehmen aktualisierte Modelle der Goat A- und Goat O-Serie an, die in einem automatisierten Arbeitsgang mähen und Kanten schneiden können. Das integrierte Navigationssystem arbeitet mit einem Dual-LiDAR-Sensor, um eine Orientierung auch bei schwierigen Lichtverhältnissen zu ermöglichen.

Den Fensterputz-Roboter Winbot W3 Omni hat Ecovacs mit einer neuen Multifunktionsstation ausgestattet, in der die Reinigung der Wischtücher automatisch erfolgt, um den Kontakt der Nutzer mit Schmutzwasser zu reduzieren.

der Selbstreinigungszyklen. Statt dem üblichen LiDAR-Turm steuert der RVF 7 durch eine im Gerät versenkte LiDAR-Navigation, was auch die Unterfahrhöhe reduziert. Dank der von KI unterstützten Kamera-Laser-Sensoren erkennt er selbst kleinere Hindernisse wie Kabel und kann diese umfahren. Zudem erkennt der Roboter stärkere Verschmutzungen und passt die Reinigungsparameter entsprechend an.

Auf Teppiche und Hindernisse wird automatisch reagiert. Schwelben von bis zu 18 mm kann der RVF 7 alleine überwinden. Absturzsensoren sorgen zudem dafür, dass der Roboter vor Treppen rechtzeitig stoppt und umkehrt. Für die Nassreinigung nutzt der RVF 7 die bewährte Kärcher-Walzentechnologie, die bereits beim Einstiegsmodell RVF 3 und den Kärcher-Hartbodenreinigern zum Einsatz kommt. Dabei wird die Walze kontinuierlich mit frischem Wasser aus dem Frischwassertank befeuchtet, während das aufgenommene Schmutzwasser mit Hilfe einer Abstreifkante von der Walze entfernt und im separaten Schmutzwassertank gesammelt wird. Durch dieses Prinzip reinigt sich die Mikrofaserwalze permanent selbst. Im Trockenmodus wird dank der beidseitigen Seitenbürsten bis zum Rand gereinigt. Mit Hilfe intelligenter Sensoren erkennt der RVF 7 Teppiche und hebt die Walze automatisch an, so dass diese nicht feucht werden. Alternativ können Teppiche mit Hilfe der App bei der Reinigung ausgeschlossen werden.

In der Basisvariante oder bei Bedarf können alle Tanks auch manuell entleert bzw. gefüllt werden. Die Walze lässt sich einfach entnehmen und in der Waschmaschine bei 60 °C reinigen. Die Sprachausgabe sowie LED-Signale am Gerät und an der Station informieren die Anwender über Betriebsmodi, Ladestatus oder Fehlermeldungen. Der neue RV7 ist in der Standardversion zum Preis von 799,99

Euro (UVP) und in der Comfort-Version zum Preis von 1.299 Euro (UVP) ab sofort erhältlich.

Neue Men's-Care-Linie von Severin

Mit dem neuen Severin S-Style 6-in-1 Multigrooming Set und der Haarschneidemaschine HS 0708 präsentiert Severin zwei Produkte für Männer, die Wert auf gepflegtes Aussehen legen. Das S-Style 6-in-1 Multigrooming Set HS 0710 (UVP: 49,99 Euro) vereint Haar-, Bart-, Körper-, Nasen- und Konturentrimmer in einem Gerät. Dank Magnet-Technologie können die Aufsätze schnell und werkzeuglos gewechselt werden. Das Aluminium-Gehäuse liegt gut in der Hand, zudem ist es robust und langlebig.

Nach nur zwei Stunden Ladezeit bietet der Akku bis zu 90 Minuten kabellosen Betrieb. Dank IPX6-Zertifizierung ist das Set vollständig wasserfest.

Die Haarschneidemaschine HS 0708 (UVP: 39,99 Euro, verfügbar ab April 2026) hat zwei Schnittkämme und eine Längeneinstellung von 1 bis 33 mm. Die hochwertigen



Edelstahlklingen sorgen für saubere, gleichmäßige Schnitte, während die kabellose Nutzung dank USB-C-Ladung für Flexibilität sorgt. Mit einer Laufzeit von 60 Minuten ist sie auch für

längere Styling-Sessions bestens gerüstet, und die praktische LED-Ladestandsanzeige informiert über den Akkustand. Besonders praktisch ist der integrierte Travel Lock, der ein versehentliches Einschalten im Gepäck verhindert, während der IPX5-Spritzwasserschutz eine einfache Reinigung ermöglicht.

Dreame Hausgeräte jetzt verfügbar

Spülen, Kühlen, Backen



Wie bereits auf der IFA angekündigt, erweitert Dreame Technology sein Portfolio um die neuen Produktlinien Kombi-Dampfbackofen, Geschirrspüler und Kühlschrank, die zunächst über die Dreame Webseite und Amazon erhältlich sind. Mit den Neuheiten will das Unternehmen als Anbieter eines umfassenden Smart-Home-Ökosystems in Erscheinung treten.

Der Dreame Einbau-Kombi-Dampfbackofen OZ60 Pro (UVP 1.599 Euro) vereint in einem Gerät zahlreiche Funktionen wie

Dampfgaren, Umluft, Airfrying, Brotbacken und Joghurtzubereitung in einem Garraum mit 81 Litern Volumen. Der Temperaturbereich des in der Energieeffizienzklasse A++ eingestuften Geräts reicht von 30 °C bis 260 °C. Ein 1.600-Watt-Dampfsystem ermöglicht Backen und Airfrying mit Dampf-Unterstützung. Für die Reinigung des nahtlosen Emaille-Innenraums gibt es einen speziellen 120 °C-Dampfreinigungsmodus.

Zwei Geschirrspüler

Im Segment Geschirrspüler startet Dreame mit zwei Geräten: Das bereits 2025 mit dem IFA 2025 Best in Home Appliances Award ausgezeichnete Modell DZ60 Pro (UVP 999 Euro) ist mit einem 360° HydraFlow Wash System ausgestattet, das mit mehrschichtigen Hochdruck-Sprüharmen arbeitet – darunter ein FlexWing-Sprüharm, dessen Enden sich um bis zu 25° schwenken lassen. Hinter dieser Komponente gibt es eine spezielle Intensiv-Sprühzone, in der auch hartnäckige Rückstände und Fett mit 75 °C heißem Wasser beseitigt werden können. Nach dem Spülgang öffnet sich die Tür automatisch, eine aktive Belüftung bläst die Feuchtigkeit aus dem Innenraum. Der DZ60, der mit der Dreame App kompatibel ist, trägt das Label der Energieeffizienzklas-

se A. Für ein attraktives Preis-Leistungsverhältnis steht der neue Geschirrspüler DZ40 Pro (UVP 899 Euro, nur auf der Dreame Webseite erhältlich), der ebenfalls mit dem 360° HydraFlow Wash System und dem FlexWing-Sprüharm ausgestattet ist. Auch dieses Gerät hat die Energieeffizienzklasse A und ist mit der Dreame App kompatibel.

Geräumige Kühlgeräte

Auf einer Stellfläche von nur 0,4 Quadratmetern bietet die Kühl-Gefrierkombi Mega Pro (UVP 899 Euro) ein respektables Fassungsvermögen von 456 Litern. Davon entfallen 314 Liter auf den Kühl- und 142 Liter auf den Gefrierteil. Erreicht wird dieses Volumen durch besonders dünne Isolierschäume und ein bündigtes Luftkanaldesign. Der Mega Pro, der mit einem Inverter-Kompressor ausgestattet ist, verfügt über eine FreshFlex Multi-Mode-Zone mit verschiedenen Temperatureinstellungen (4 °C, 2 °C, 1 °C und –1 °C), um die richtigen Lagerbedingungen für unterschiedliche Lebensmittel zu gewährleisten. Das Gerät ist bei identischer Ausstattung auch als 409-Liter-Variante (267 Liter Gefrieren und 142 Liter Kühlen – UVP 699 Euro) erhältlich. Je nach Modellvariante und Ausstattung tragen die Dreame Mega Pro Kühlgeräte das Label der Energieeffizienzklasse C oder D.

BSH mit großem Auftritt auf der CES

KI für die personalisierte Küche

Auf ihrem bislang größten Messestand präsentierte die BSH in Las Vegas ihre Vision für das vernetzte und KI-gestützte Zuhause sowie ihren Führungsanspruch im Bereich intelligenter Haushalte. Ein besonderes Highlight war auf der CES die internationale Premiere der Bosch Cook AI. Zudem leitete Darcy Clarkson, CEO der BSH-Region Nordamerika, mehrere Podiumsdiskussionen über Innovationen bei intelligenten Haushaltsgeräten und effiziente Smart-Home-Integration.

Als Hauptredner der Podiumsdiskussion „The Latest in Smart Devices and Smart Home Integration“ erläuterte Clarkson, wie die nahtlose Interaktion zwischen Geräte-technologien echte Mehrwerte und intuitive Nutzererlebnisse schaffen kann. Michael Venus, Leiter Connected Devices & Digital Products, BSH Region Nordamerika, stellte auf der Veranstaltung „Smarter Together: How Standards Power the AI-Driven Smart Home“ dar, wie der Verbin-



Die BSH war auf der CES 2026 mit dem bisher größten Stand vertreten.

dungsstandard Matter und KI die Kompatibilität zwischen Geräten verbessert und so persönlichere und vorausschauende Smart-Home-Anwendungen ermöglicht. Einer Pressemitteilung zufolge spiegelten diese Diskussionen die allgemeine strategische Ausrichtung der BSH wider: Das Unternehmen strebt an, offene Verbindungsstandards mit künstlicher Intelligenz zu kombinieren, um das Alltagsleben der Konsumenten spürbar zu erleichtern.

KI und Sensortechnologie

Um diese strategische Vision in konkrete Innovationen zu übersetzen, stellte die BSH mehrere Haushaltsgeräte mit KI und neuen Sensortechnologien vor. So kann die erstmals angekündigte Bosch Cook AI mit Agentic AI nicht nur Fragen beantworten und Hinweise geben, sondern selbst aktiv werden und Schritte ausführen. Dafür bietet sie dynamische Kochanleitungen in Echtzeit, passt diese den verfügbaren Zutaten an und koordiniert mehrere Geräte bei der Zubereitung. In Zusammenarbeit mit Amazon demonstrierte Bosch außerdem die weltweit erste Espresso-maschine, die den Anwendern dank der generativen KI Alexa+ die Möglichkeit bietet, mit ihrer vollautomatischen Espressomaschine wie mit einem Barista zu sprechen. Für Nordamerika kündigte Bosch die kabellosen Staubsauger Unlimited 10 und 9 an, die mit Hilfe der Micro-Clean-Technologie bis zu 99,9 Prozent des Staubs, einschließlich unsichtbarer Partikel, aufnehmen können. Möglich machen das spezielle Sensoren, die mikroskopisch kleine Partikel bis zu einer Größe von 0,3 Mikrometern erkennen.

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. Im Monat Dezember traf das auf Graef, Liebherr, medisana, Miele, Nivona, Panasonic und Rommelsbacher zu.

Graef

 Im Waffeltest des stern Kaufkosmos ging das Waffeleisen WA80 von Graef als Testsieger hervor. Bewertet wurden Optik, Konsistenz, Backzeit sowie die Reinigung. Neben dem WA80 verfügt auch das Hörncheneisen HE80 für Hörnchen und Eierkuchen über ein wärmeisoliertes Edelstahlgehäuse. Die Leistung von 850 Watt sorgt für eine gleichmäßige Bräunung. Der Backvorgang lässt sich bei beiden Geräten über sechs verschiedene Bräunungsstufen regulieren. Ein optisches und akustisches Signal weist darauf hin, dass die Waffel fertig ist. Das Waffeleisen WA80 und das Hörncheneisen HE80 sind für jeweils 119,99 Euro (UVP) erhältlich.



Liebherr

 Auch 2025 ist Liebherr für seine fünf weltweiten Produktionsstandorte mit der EcoVadis-Medaille in Silber ausgezeichnet worden. Damit gehört der Spezialist für Kühlen und Gefrieren zu den besten 15 Prozent der von EcoVadis bewerteten Unternehmen aus seinem Bereich. Für die Beurteilung wurden alle fünf Produktionsstandorte des Kühlspzialisten einbezogen, die sich in Deutschland, Österreich, Bulgarien, Malaysia und Indien befinden. Im Vergleich zum vergangenen Jahr konnte sich Liebherr-Hausgeräte nochmals verbessern – von 71 auf 75 Punkte in der Gesamtwertung. Speziell die Bereiche „Policies/Environment“, „Policies/Labor & Human Rights“ sowie „Certifications/Labor & Human Rights“ wurden besser bewertet als 2024.

medisana

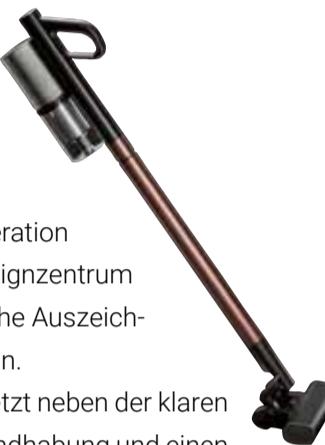
Der innovative Mesh Inhalator IN 705 von medisana hat bei den Top 10 Technik 2025 gewonnen. Mit der Aktion kürt der Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT) die spannendsten Produkte des Jahres. Als zertifiziertes Medizinprodukt nach der Medizinprodukt-richtlinie (MDD) erfüllt der IN 705 mit integriertem Selbstreinigungsmodus hohe Qualitäts- und Sicherheitsstandards. Mit seiner freihändigen Anwendung, intuitiven Ein-Knopf-Bedienung, der modernen LED-Anzeige und dem langlebigen Akku kombiniert er



Benutzerfreundlichkeit mit moderner Medizintechnik. Der medisana Mesh Inhalator IN 705 ist zum Preis von 69,95 euro (UVP) erhältlich.

Miele

Miele zählt zu den Preisträgern des Bundespreises Eco-Design 2025: In der Kategorie „Konzept“ ehrte die Jury die Designstudie zum vollständig modularen Akku-Staubsauger Vooper. Seit 2012 vergeben das Bundesumweltministerium und das Umweltbundesamt in Kooperation mit dem Internationalen Designzentrum Berlin diese höchste staatliche Auszeichnung für ökologisches Design.



Das Konzept des Voopers setzt neben der klaren Modularität auf einfache Handhabung und einen deutlich reduzierten Materialeinsatz. Statt Kunststoffmischungen kommen Monomaterialien zum Einsatz, statt Verklebungen Steck- und Schraubverbindungen. Für Metallteile wird „Green Aluminium“ genutzt – CO₂-neutral erzeugtes Aluminium, das bereits in anderen Miele-Produkten eingesetzt wird. Insgesamt konnte das Unternehmen den Kunststoffverbrauch um 85 Prozent reduzieren. Miele konnte sich gegen rund 380 Bewerbungen durchsetzen und gehört zu den 14 Preisträgern, die Anfang Dezember in den Lichthöfen des Bundesumweltministeriums in Berlin geehrt wurden.

Nivona

 Im Test der Stiftung Warentest (12/2025) konnte sich der Kaffeevollautomat Nicr 790 von Nivona gegen neun Mitbewerber durchsetzen und erhielt neben einem weiteren Gerät die Gesamtnote Gut (2,0). Hevorgehoben wird der „feinporige Schaum, leckere Süße und der gut ausbalancierte und schön sämige“ Cappuccino. Als einzige

Maschine im Test lieferte das Nivona Gerät bereits in der Werkseinstellung ein herausragendes Ergebnis – während bei allen anderen Geräten erst Anpassungen nötig waren, heißt es in einer Pressemitteilung.

Ebenfalls mit „sehr gut“ bewertet wurde die Handhabung der Maschine. Auch Bedienungsanleitung, Getränkezubereitung, Reinigung und Entkalkung flossen in das Ergebnis ein. Die Entkalkung der NICR 790 ist zudem die schnellste im Test. Ein weiterer Pluspunkt sei die garantierte Reparierbarkeit.

Panasonic

Der Panasonic OLED TV-65Z95BEG wurde beim Shootout der besten Fernseher in der Redaktion von Hifi.de am 4. Dezember als Gesamtsieger ausgezeichnet.

Zudem belegte das Gerät auch in den Kategorien Heimkino und Sport den ersten Platz. Bei der dritten Auflage des HIFI.de-Shootouts ging es im Jahr 2025 ausschließlich um das Bild. Klang, Bedienung und Ausstattung spielten keine Rolle.

Die neunköpfige Fachjury setzte sich aus Expertinnen und Experten zusammen, die über langjährige Erfahrung in Sachen Bildqualität bei TV- und Filmproduktionen sowie von Fernsehern und Monitoren verfügen. Um sieben Top-Fernseher von sechs verschiedenen Marken im Rahmen eines Blindtests zu begutachten, wurden den Mitgliedern unter anderem Filmausschnitte in Full-HD und 4k-Ultra-HD mit dunklen und hellen Szenen und Live-Sport gezeigt. Auch die Leistung beim 4K-Gaming wurde bewertet. Ermittelt wurden die Ergebnisse an Hand einer Fünfer-Skala, wobei 5 Punkte die höchste Benotung für das Bild in bester Qualität darstellen.



Am Ende des vierstündigen Tests setzte sich der Panasonic OLED TV-65Z95BEG mit 4,15 von 5 Punkten in der Gesamtwertung durch und schnitt auch in den Kategorien Heimkino (4,18) und Sport (3,96) am besten ab. In der Z95B-Serie setzt Panasonic das neue Primary RGB Tandem OLED Panel ein, das mit aerodynamischen ThermalFlow-Wärmemanagement eine besonders hohe Spitzenhelligkeit und hohe Kontraste erreicht.

Rommelsbacher

Rommelsbacher wurde als „Top Marke Küche“ in der Kategorie Elektrokleingeräte im Rahmen der TestBild-Studie in Zusammenarbeit mit Statista ausgezeichnet.



Mehr als 7.500 befragte Personen gaben über 32.000 Einzelbewertungen ab – bei rund 800 Marken in 25 Produktkategorien. Die Studie bewertet sowohl den Gesamteindruck der Marke als auch sechs zentrale Kriterien: Qualität, Langlebigkeit, Design, Preis-Leistung, Funktionalität sowie Umwelt & Nachhaltigkeit.

Die erneute Spitzen-Platzierung bestätigt die große Wertschätzung, die die Produkte von Rommelsbacher im Markt genießen, heißt es in einer Pressemitteilung. Die Auszeichnung würdigt nicht nur die Qualität einzelner Geräte, sondern auch den Stellenwert, den funktionale und langlebige Küchenprodukte im täglichen Leben haben.

Impressum:

PoS-MAIL
Informationen für den High-Tech-Fachhandel
erscheint monatlich.

C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH,
Am Poteckamp 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 Metzer • TiMe Adwork • Markscheiderhof 31
45481 Mülheim/Ruhr • Tel. 0177 - 7221088

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 27 v. 1. Januar 2026.

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 Katze smart erleichtern



Foto: Ingrid Wagner

Auch als Rentner habe ich keine Haustiere, aber natürlich verfolge ich die Innovationen, mit denen unsere Branche den Viechern das Leben erleichtert. Und nachdem smarte Roboter gerade auf der CES die Hauptrolle gespielt haben, fällt mir eine Neuheit ein, die bereits vor ca. drei Monaten angekündigt wurde: Die selbst-reinigende Katzentoilette Meowgic Pod LR10 Prime von Mova. Denn das Produkt ist – so der Hersteller – nicht nur ein designtechnisches Highlight für jedes moderne Zuhause, sondern revolutioniert die Reinigung von Katzentoiletten, die bis zu 15 Tage lang vollautomatisch funktioniert. Dabei steht den possierlichen Tierchen zur Verrichtung ihrer Notdurft eine geräumige Kabine mit 110 Litern Fassungsvermögen zur Verfügung, die laut Hersteller mit ihrer „ergonomischen Struktur“ auch natürliches Verhalten fördert. Unfälle sollen mit Hilfe von Infrarotsensoren, auslaufsicherer Steuerung und Mechanismen zum Schutz vor Einklumpen zuverlässig verhindert werden. Eine zweijährige Garantie soll zudem den menschlichen Besitzern nachhaltige Sicherheit bieten, damit die 499 Euro für den smarten Abtritt nicht zur Fehlinvestition werden.

Mova will mit der selbsterneinigenden Katzentoilette seine Führungsposition im Smart Home Segment nicht nur festigen, sondern diese durch „menschenzentriertes Design“ weiter prägen. Warum ausgerechnet bei einer Katzentoilette menschenzentriertes Design so wichtig ist, mag der liebe Himmel wissen – oder wenigstens die Katze.

Mit der Mova Home App kann man alle Funktionen der Katzentoilette fernsteuern – von der Intensität der Geruchsneutralisierung über den Modus für weichen Kot bis hin zu Statusmeldungen, die u. a. über Anomalien informieren. Und nachdem Mova auf der CES eine Drohne vorgestellt hat, mit der sich Saugroboter in höhere Etagen transportieren lassen, frage ich mich, ob so ein Fluggerät nicht auch die Hinterlassenschaften des lieben Tieres gleich in die Mülltonne befördern könnte.

Herzlichst Ihr



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

The screenshot shows the homepage of www.PoS-MAIL.de. At the top, there's a navigation bar with links for NEWS, ARCHIV, TERMINE, ABONNIEREN, KONTAKT, MAILEDITING-FOTO-VIDEO-ARCHIV, and MEDIATERMIN. Below the navigation, there's a section titled "Themen der Woche" with a large image of a green umbrella. The main content area features several news articles with titles like "Neues Kabelsortiment von Hama", "Neue portable Projektoren von TCL", "Xiaomi startet Vertrieb von Meia Kühl-Gerätekombination mit Rabatt", and "Telekom verstärkt Kundenberatung vor Ort". A red arrow points from the left side of the page towards the top right corner where the "AKTUELL" button is located.

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.

Verpassen Sie keine Innovationen mehr!

www.pos-mail.de

Täglich wissen, was den Fachhandel bewegt!

Tagesaktuelle News & Trend

Tagesaktuelle News & Trend

PoS-MAIL informiert aktuell über Innovationen und digitale Consumer-Technologien in den Bereichen Unterhaltungselektronik, Foto, Telekommunikation, Digital Health/Personal Care, Haus- und Elektrogeräte sowie Smart Home.

PoS-MAIL ist das kompetente Medium für den technischen Fachhandel, Online-Spezialisten und Fachmärkte in ganz Deutschland.



Sie möchten informiert bleiben?

Abonnieren Sie unseren
kostenlosen Newsletter

