

2600

ELEKTRO

Das Branchenmagazin
für den Elektro-Handel

1|2026

MARKT

www.elektromarkt.de

RGB MiniLED Display-Technologie

Hisense definiert Fernsehen neu

NEW
TECHNOLOGY

Aus dem Inhalt

Produkt-Neuheiten
der Frühjahrsmessen

Im Interview:
Metz Geschäftsführung

Extra-Beilage:
Innovationen 2026

Hisense

AEG

AEG SAPHIRMATT® INDUKTIONSKOCHFELDER

DAS ORIGINAL UND EINE KLASSE FÜR SICH

Bis zu **10x**
kratzresistenter
als Standard
Kochfeldoberflächen*

AEG



Ein Statement in Sachen Design und das Original, das Maßstäbe setzt: AEG SaphirMatt® Induktionskochfelder begeistern mit mattschwarzer Oberfläche, durchdachter Funktionalität und hoher Qualität. Mit einer herstellerübergreifend einmaligen Bestätigung bescheinigt das Schweizer Labor Tribolab nur AEG SaphirMatt® eine bis zu 10-mal höhere Kratzresistenz* gegenüber herkömmlichen Kochfeldern.

FÜR ALLE DIE MEHR ERWARTEN

AEG.DE

MADE IN
GERMANY

*Stand Februar 2026. Basierend auf Abriebtests durch das Schweizer Labor Tribolab, gemäß internationalem Standard IEC 60068-2-70. Die Sichtbarkeit von Kratzern wurde intern im Vergleich zu unseren Standard-Glaskeramikkochfeldern ohne spezielle Behandlung oder Beschichtung bewertet.

„CHANCENPOTENZIAL SCHLÄGT RISIKOFAKTOREN“

**Liebe Leserinnen,
liebe Leser,**

diese Aussage stammt von Benedict Kober, Sprecher des Euronics-Vorstands, und fiel im Rahmen eines Pressegesprächs der Euronics auf der Kooperationsmesse Koop. Kober traf diese Aussage als Bewertung der Lage bei Euronics, mir persönlich ist sie aber vor allem deswegen besonders im Gedächtnis geblieben, weil sie sich als Analyse zum (kooperierten) Fachhandel generell treffen lässt: Umschreibt die Aussage doch nicht nur recht gut die aktuelle Lage, sondern zeugt auch von einem gewissen Optimismus, dem Glauben an sich und die eigenen Stärken des Fachhandels (im Falle von Benedict Kober freilich der Euronics). Auf der Seite der „Risikofaktoren“ stehen die großen gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen (Konsumflaute, weltpolitische Lage, wirtschaftliche Probleme, überbordende Bürokratie etc.), zu denen aktuell auch viele Veränderungen – sowohl in unserer Branche (z. B. auf Seiten der Industrie) als auch durch Megatrends wie KI – kommen. Jeder Wandel bietet aber eben auch Chancen, durch die (neues) Potenzial entstehen kann – dieses „Chancenpotenzial“ darf bei allen Zweifeln und Schwierigkeiten nicht außer Acht gelassen werden.

Chancen im Blick behalten

Genau diesen Ansatz greifen wir für Sie mit dieser Ausgabe auf: Probleme sollten keinesfalls totgeschwiegen werden, aber gerade im Angesicht vieler Risiken muss der Blick (auch) auf neue Möglichkeiten gerichtet werden. Exemplarisch zeigt sich diese Haltung in einem Gastbeitrag von Dr. Martin Schulte (Strategieberatung Oliver Wyman), zu finden auf den Seiten 12 und 13: Unter dem Titel „Nostalgie ist keine Strategie“ stellt Dr. Schulte sechs Prognosen für unsere Branche auf. Prognosen, die einerseits schmerzhaft sein können, aber auch neue Chancen vermitteln. Sofern Sie auf der bereits angesprochenen Koop zugegen waren, werden Sie einige Themenpunkte daraus wiedererkennen – Dr. Schulte knüpft direkt an seinen Impulsvortrag beim „Euronics Kickoff“ an.

Ein konkretes Beispiel, wie versucht wird, aus einem Risikofaktor eine Chance mit Zukunftspotenzial zu machen, zeigt der Handel (in Gestalt der Führungen der großen Kooperationen) aktuell auch selbst: ElectronicPartner, Euronics und expert haben – gemeinsam mit der Wertgarantie als verbindender Partner – eine Zusammenarbeit beim „Recht auf Reparatur“ vereinbart. Mehr dazu auf Seite 11. Stichwort Wertgarantie: Der Spezialversicherer bringt mit seinem Modell „Mieten statt Kaufen“ eine weitere Verän-

derung, der eine enorme Chance für den Fachhandel innewohnt, verstärkt nach Deutschland – nachzulesen auf Seite 47.

Veränderungen vielerorts

Zweifellos für Umbrüche sorgen wird die Künstliche Intelligenz: Wie KI-Technologien schon heute das Einkaufsverhalten der Konsumenten verändern, erfahren Sie in der neuen GFU-Studie auf Seite 24/25. Dass KI aber ebenfalls nicht nur Risiko, sondern auch Chance sein kann, zeigt electrolux küchenplus: Lesen Sie auf den Seiten 18 und 19, wie dort KI im Fachhandelsalltag integriert wird.

Beim Stichwort Umbruch kommt man an einem Segment aktuell nicht vorbei: dem TV-Markt. Mit Sony (Joint Venture mit TCL) und Panasonic (Zusammenarbeit mit Skyworth) verändern die beiden japanischen Großmarken ihre TV-Strategie hierzulande sehr deutlich – angesichts noch vieler Unklarheiten bei den neuen Vertriebsmodellen zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe (Anfang März) richtet sich unser Blick beim Fernsehen stattdessen auf vier andere Marktteilnehmer: Im Interview (S. 8 bis 11) erfahren Sie alles zur Strategie von Metz, auf den Seiten 34 und 35 kommt die jeweilige Führung von LG und Samsung zu Wort und in der Titelstory (S. 30 und 31) stellt Hisense die neue Display-Technologie „RGB Mini LED“ genauer vor.

Beigelegt: Extra-Ausgabe „Innovation 2026“

Hinweisen möchte ich Sie in diesem Zusammenhang auch auf unsere (bereits online erschienene) Extra-Ausgabe, die beigelegt ist: In dieser 20-seitigen Sonderausgabe blicken wir auf weitere Potenziale, liefern zusätzlichen Input zum TV-Geschäft (unter anderem mit der Marke Loewe) und berichten nochmals ausführlich zur Technologiemesse CES.

Behalten Sie Ihre Chancen im Blick und bleiben Sie zuversichtlich!

Viel Vergnügen mit Ihrem Elektromarkt,



Patrick Stehle
Chefredakteur Elektromarkt



NOSTALGIE IST KEINE STRATEGIE

In seinem Gastbeitrag auf den Seiten 12 & 13 gibt Dr. Martin Schulte sechs Prognosen für die Branche im Jahr 2026 ab.
© Meisenbach GmbH Verlag – erstellt mit KI

INHALT

Im Fokus Interview auf den Seiten 8-11 haben wir uns mit Dr. Norbert Kotzbauer und Ullrich Sinner zur Fachhandelsstrategie von Metz ausgetauscht.

© Markus Schuster

In unserer Titelstory auf den Seiten 30 & 31 erfahren Sie alles zur neuen „RGB MiniLED“-Display-Technologie.
© Hisense Gorenje Germany GmbH

Fokus Handel

- 6 Spot On
- 11 Verbundgruppen schließen strategische Kooperation
- 12 Gastbeitrag: Nostalgie ist keine Strategie
- 14 Neu eröffnet / Teling Hauptversammlung
- 16 ElectronicPartner: 5 Fragen an Patrick van Tent
- 17 Coolblue expandiert weiter
- 18 KI im Fachhandelsalltag bei electroplus küchenplus
- 20 expert: „Strategie 2030+“
- 21 „Kompass Blau“ von Euronics
- 22 Gastbeitrag: Smarte Geräte brauchen smarte Logistik
- 24 KI verändert den Einkaufsprozess
- 26 Gastbeitrag: Wirkung statt Profil

Fokus Interview

- 8 Im Gespräch mit Dr. Norbert Kotzbauer & Ullrich Sinner

Fokus Sortiment

- 28 Im Test: OLED-TV oder Beamer?
- 30 Titelstory: Hisense definiert Fernsehen neu
- 32 Entertainment
- 36 Kaffee & Tee
- 39 Food Prep
- 40 Grill & Fry
- 42 Kochen & Backen
- 43 Kühlen & Gefrieren

Fokus Industrie

- 46 Fachhandel als Erfolgsfaktor für Samsung Hausgeräte
- 47 Wertgarantie: „Mieten statt Kaufen“
- 48 Zwei Auszeichnungen für Liebherr
- 49 De'Longhi: „The sky is the limit“
- 50 People
- 51 Elektromarkt Auf Empfang

Auf Seite 52 blicken wir auf das
60. Jubiläum der Firma Polytron.
© Polytron Vertrieb



Unser Media-Partner „AV-Magazin.de“ testet auf
den Seiten 28 & 29 Produkte für Kinofeeling im
Wohnzimmer. © LG Electronics

Fokus Messen

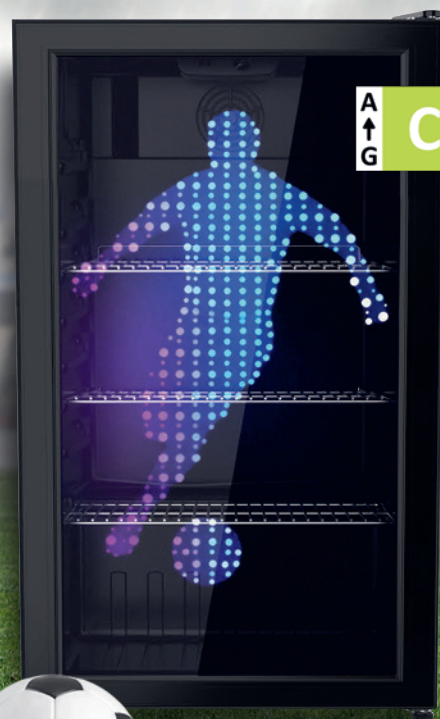
- 54 Koop: Gelungene Premiere in Hannover /
Anga Com: Volles Programm
- 55 IFA: Fachhandel bleibt Schlüsselpartner /
Ambiente: Mehr Vertrauen, Mut und Resilienz
- 56 HEPT: Echte Begegnungen auf Augenhöhe

- 58 Vorschau / Impressum
- 59 Vernetzt

Sie haben
Fragen zum Elektro-
markt oder möchten
ein Abo abschließen?



LIMITIERTES
SONDERMODELL



Entdecken Sie unser
Fußball-Sondermodell

GKS83FC1

Der Kühlschrank ist mit seiner
2-farbig beleuchteten Glastüre
ein echter Hingucker und bietet
ausreichend Platz für
gekühlte Getränke und Snacks.

PKM
pkm-wolkenstein.de