

ELEKTRO

Das Branchenmagazin
für den Elektro-Handel

EXTRA

MARKT

www.elektromarkt.de



EIN ZUHAUSE,
DAS MITDENKT.



Einfach. Sicher. Verlässlich.

10 Jahre Smart-Home-Kompetenz
entwickelt in Deutschland.

homematic-ip.com/10jahre

10 JAHRE
homematic^{IP}

tapo



Tapo H500

DIE SMARTE HOMEBASE. ZENTRALE STEUERUNG, SICHER & BEQUEM.

16 Bis zu Kameras | 64 Bis zu Sensoren



Jetzt entdecken



EDI-TORIAL

Mit dieser 20-seitigen Extra-Ausgabe feiern wir ein kleines Jubiläum, denn sie ist unser insgesamt fünftes Smart-Home-Special. Als wir 2021 mit der ersten Sonderausgabe rein zum Themenkomplex „Smart-Home“ starteten, war unsere Idee dahinter, eine Einstiegshilfe in die Welt des vernetzten Zuhauses für den beratenden Fachhandel zu schaffen. Der Erfolg der ersten Ausgabe hat uns bestärkt, an diesem Gedanken festzuhalten: Mit jeweils wechselndem Schwerpunkt haben wir in den folgenden Ausgaben versucht, unser Special zu einer Beratungs- und Orientierungshilfe weiterzuentwickeln – diesmal liegt unser Fokus auf smartem Energiemanagement. Viel Vergnügen mit Ihrem Elektromarkt, bleiben Sie zuversichtlich!

Patrick Stehle
Chefredakteur Elektromarkt

- 6 Aktuelle Markteinblicke: Smart-Home-Markt in Deutschland
- 7 Trendbericht: Smarte Mähroboter boomen
- 8 Zehn Jahre Nuki / DoorBird und Homematic IP jetzt vernetzt
- 9 Drei Kurzmeldungen aus der Industrie
- 10 Titelstory: Zehn Jahre Homematic IP – „Ein Zuhause, das mitdenkt“
- 12 Gastbeitrag Energiemanagement: Jedes Watt zählt
- 14 Produktstrecke: Smartes Energiemanagement
- 16AVM: Einfaches WLAN für jeden Haushalt / Netatmo: Update für Wetter-Station
- 17 Tapo: Matter-kompatible Smart-Home-Base
- 18 Sechs Neuheiten für das Smart-Home

INHALT

ELEKTROMARKT

www.elektromarkt.de

Impressum

107. Jahrgang · Extra 2.2025
E-Termin: 09.07.2025

| | |
|---|---|
| Herausgeber: | Meisenbach GmbH |
| Chefredakteur: | Patrick Stehle Tel.: +49 911 3 777 902 patrick.stehle@elektromarkt.de |
| Redaktion: | Kerstin Barthel (DW: -163) kerstin.barthel@meisenbach.de Susanne Böhm (DW: -119) susanne.boehm@meisenbach.de Katja Keienburg (DW: -122) katja.keienburg@meisenbach.de Sabine Stenzel (DW: -181) sabine.stenzel@meisenbach.de |
| Redaktionsassistent: | Larissa Terwart (DW: -179) larissa.terwart@meisenbach.de |
| Autor: | Frank-Oliver Grün |
| Digital Media Manager: | Kathrin Elling (DW: -188) kathrin.elling@meisenbach.de |
| Layout: | Lisa Langer Schleunungsdruck GmbH |
| Mediaberatung: | Ariane Schlotter Tel.: +49 8341 9955850 ariane.schlotter@meisenbach.de |
| Exklusive Auslandsvertretung Türkei: | Feustel Fairs & Travel Y.Emre Yardimci Tel.: +90 212 2459600 emre.yardimci@feustelfairs.com.tr |
| Anzeigenverwaltung: | Pargol Mostofi (DW: -195) pargol.mostofi@meisenbach.de |

V.i.S.d.P.: Für Redaktion:
Patrick Stehle
(Geisfelder Straße 14,
96050 Bamberg)

Verlagsanschrift: Meisenbach GmbH
Geisfelder Straße 14
96050 Bamberg
Tel.: +49 951 861-0
info@meisenbach.de
www.meisenbach.de

Geschäftsführer: Ulrich Stetter

Redaktionelle Gesamtleitung: Sabine Stenzel

Gesamtleitung Online: Daniel Keienburg

Druck: Schleunungsdruck GmbH
Eitertstraße 27
97828 Marktheidenfeld

Vertrieb: Ulla Schiel (DW: -101)
vertrieb@meisenbach.de

Leserservice: Meisenbach GmbH
Leserservice Elektromarkt
Geisfelder Straße 14
96050 Bamberg
Tel.: +49 951 861-101
vertrieb@meisenbach.de

Erscheinungsweise: vierteljährlich; 4 + 2 Ausgaben
Zusammenlegung einzelner Hefte
zu Doppelheften vorbehalten.

Bezugspreis: Inland: 37,- €
(inkl. Porto und 7 % MwSt)
Ausland Normalpost: 42,- €
Ausland Luftpost: 47,- €
(in der EU bei fehlender Angabe
der UID-Nr. zzgl. MwSt.)
Bei Lieferverzögerungen oder
Leistungsausfall infolge
höherer Gewalt besteht kein
Ersatzanspruch.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Annahme des Manuskriptes gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Verlag über. Jede Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. In der unaufgeforderten Zusendung von Beiträgen und Informationen an den Verlag liegt das jederzeit widerrufliche Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw. Informationen in Datenbanken einzustellen, die vom Verlag oder von mit diesem kooperierenden Dritten geführt werden.

Hinweis der Redaktion: Zur besseren Lesbarkeit verwenden wir das generische Maskulinum, außer in Zitaten. Die Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 80.

Inhaber des Verlages Meisenbach GmbH ist die Schleunungsdruck GmbH, Marktheidenfeld.

© Meisenbach GmbH Verlag, 2025

www.elektromarkt.de
[instagram.com/elektromarkt.de/](https://www.instagram.com/elektromarkt.de/)
<https://www.linkedin.com/showcase/elektromarkt-magazin>



**Bei Stiftung Warentest mit
der Note 1,8 getestet**

DER HD+ IP TV-STICK: FÜR JEDEN TV-HAUSHALT

Die Kunden möchten weg vom TV-Empfang über Kabel oder DVB-T2! Der HD+ IP TV-Stick bringt über **100 HD-Sender** auf den Bildschirm und bietet Komfortfunktionen wie **Pause, Neustart und Mediatheken-Suche**. Der kompakte Stick macht jeden Fernseher im Handumdrehen smart. Auch alle Streamingdienste sind verfügbar. Ebenfalls **ideal für Zweitgeräte**: Einfach einstecken, mit dem WLAN verbinden und direkt **mit Live-TV starten**. Dank der Fernbedienung ist die **Bedienung kinderleicht**.

Drei Gratismonate HD+ sind inklusive, danach ist das Abo für 6,99 € im Monat flexibel buchbar – und monatlich kündbar. Mit **HD+ MultiScreen** (+3,00 € monatlich) funktioniert der Stick **auch unterwegs in der ganzen EU** – perfekt für den Urlaub. Der HD+ IP TV-Stick überzeugt auch die **Stiftung Warentest**, die ihn mit der Note **1,8 bewertet**.

Auch der Handel profitiert

Für den Handel bleibt der Stick ebenfalls langfristig attraktiv: Mit dem Lifetime-Provisionsmodell erhalten Händler quartalsweise eine Gutschrift, solange das Abo des Kunden aktiv bleibt.

 [hd-plus.de](https://www.hd-plus.de)





Aktuelle Markteinblicke

SMART-HOME-MARKT IN DEUTSCHLAND: RÜCKKEHR ZUM WACHSTUMSKURS

Nach einer Phase der Stagnation, bedingt durch Kaufzurückhaltung infolge wirtschaftlicher Unsicherheit und hoher Inflation, hat der deutsche Markt für Smart-Home-Geräte zwischen Mai 2024 und April 2025 wieder deutlich an Dynamik gewonnen. NIQ-Experte Sebastian Woldmann erklärt, woran das liegt und wie sich davon profitieren lässt.

Trotz schwacher Konjunktur und politischer Unsicherheiten stieg der Absatz im Smart-Home-Markt im Zeitraum Mai 2024 bis April 2025 um 11 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Diese Entwicklung ist unter anderem auf ein gestiegenes Angebot smarterer Geräte zurückzuführen. Der mit smarten Geräten generierte Umsatz stieg sogar noch stärker – um 15 %.

Haushaltsgroßgeräte als Wachstumstreiber

Besonders stark entwickelten sich Haushaltsgroßgeräte (MDA) mit einem Umsatzplus von 21 %. Nahezu alle Warengruppen trugen zu dieser Entwicklung bei. Hervorzuheben sind smarte Kühlschränke mit einem Umsatzanstieg von 56 % sowie smarte Waschmaschinen mit einem Plus von 19 %. In den höheren Preissegmenten gehören smarte Funktionen wie Konnektivität mittlerweile zum Standard. Laut der Daten- und Analyseplattform „gfknewron Consumer“ sind smarte Features für viele Konsumenten jedoch nicht das entscheidende Kaufkriterium. Beim Kauf von Waschmaschinen oder Kühlschränken standen im letzten Jahr weiterhin klassische Produktmerkmale wie Energieeffizienz oder Schleudergeschwindigkeit im Vordergrund. Dennoch stieg der Absatzanteil smarterer Großgeräte auf 20 % – ein Zuwachs von drei Prozentpunkten. Aufgrund des höheren Durchschnittspreises lag ihr Umsatzanteil sogar bei 33 %.

Smarte Kleingeräte und klassische Smart-Home-Produkte im Aufwind

Auch Haushaltskleingeräte (SDA) verzeichneten ein starkes Wachstum von 17 %. Besonders gefragt waren smarte Staubsaugerroboter, deren Umsatz um 30 % zulegte. Für fast die Hälfte der Käufer war die smarte Steuerung per App oder Sprachbefehl ein entscheidendes Kaufkriterium – ein deutlich höherer Wert als in anderen Produkt-

kategorien. Hier zeigt sich, dass Konsumenten den Mehrwert smarterer Funktionen bei alltäglichen Routinen besonders schätzen.

Neben Haushaltsgeräten legten auch klassische Smart-Home-Produkte wie Smart-Home-Kits deutlich zu (+21 %). Diese Kits enthalten eine zentrale Steuereinheit sowie Komponenten für spezifische Anwendungsbereiche, etwa smarte Thermostate oder Türschlösser. Ihr Absatz profitiert vom wachsenden Wunsch der Verbraucher nach mehr Komfort, Sicherheit und Energieeffizienz im vernetzten Zuhause.

Datenbasierte Entscheidungen als Erfolgsfaktor

Die positive Entwicklung smarterer Geräte zeigt: Auch in einem herausfordernden Marktumfeld gibt es Wachstumspotenziale. Sie entstehen vor allem dort, wo innovative Technologie und smarte Funktionen echten, wahrnehmbaren Nutzen bieten. Dabei unterscheiden sich die Anforderungen je nach Produktkategorie und Zielgruppe deutlich: Während smarte Features bei Haushaltsgroßgeräten oftmals als Zusatznutzen wahrgenommen werden, sind sie bei Staubsaugerrobotern häufig kaufentscheidend. Ein tiefes Verständnis dieser Unterschiede und der Zielgruppen ist entscheidend, um Innovationen erfolgreich zu positionieren. „gfknewron Consumer“ unterstützt dabei, aktuelle Konsumentenbedürfnisse und Kaufkriterien zu identifizieren. Durch die Kombination von Point-of-Sale-Daten, Käuferbefragungen und Online-Rezensionen entsteht ein umfassendes Bild des Konsumentenverhaltens. Daraus lassen sich fundierte strategische Entscheidungen ableiten, etwa für die Produktentwicklung, zielgerichtete Marketingkampagnen oder die Auswahl geeigneter Vertriebskanäle.



Smarte Rasenmäherroboter sind aktuell sehr gefragt. © aubriella / stock.adobe.com – generiert mit KI

Trendbericht von GFU und NIQ

SMARTE MÄHROBOTER BOOMEN

Intelligente Rasenmäherroboter haben sich längst vom Technik-Spielzeug zur festen Größe in der Gartenausstattung entwickelt. Laut GFU und NIQ haben sie sich mittlerweile etabliert – wie die aktuelle Marktentwicklung zeige: Die Umsätze mit automatisierten Mählösungen sind in den ersten vier Monaten des Jahres (im Vergleich zum Vorjahreszeitraum) um 64 % gestiegen.

Ein aktueller Trendbericht der Branchenorganisation GFU in Zusammenarbeit mit den Marktforschenden von NIQ zeigt, dass der Markt der automatisierten Mählösungen zum Start des Jahres 2025 mit einem Gesamtumsatz von knapp 125 Millionen Euro im Vergleich zu den ersten vier Monaten 2024 (ca. 76 Mio. Euro) deutlich besser dasteht. In diesem Zeitraum sind auch die verkauften Stückzahlen um satte 45 % gestiegen, was einer Gesamtzahl von 110.000 Stück entspricht.

Komfortabel, effizient, nachhaltig

Der Erfolg der Rasenmäherroboter hat laut Bericht viele Gründe. Ein wesentlicher Faktor sei: Der Bedienkomfort ist heute so hoch wie nie zuvor. Die neue Gerätegeneration kommt ohne aufwendig zu verlegende Begrenzungskabel aus und lässt sich per App kinderleicht starten und steuern. Statt seitenlanger Bedienungsanleitungen heiße es heute: Auspacken, verbinden, losmähen – „Plug-and-play“ für den Garten.

Als weitere Erfolgsfaktoren zu nennen seien fortschrittliche Sensorik und intelligente Navigation: Dank dieser erkennen moderne Roboter Hindernisse automatisch, optimieren ihre Mähroute per Künstlicher Intelligenz und passen sich flexibel an die Beschaffenheit der Fläche an. Viele Modelle arbeiten GPS-gestützt und vermeiden unnötiges Mähen – das spare Zeit, Energie und schone den Rasen.

Zudem fügen sich die Mähroboter nahtlos in bestehende Smart-Home-Systeme ein und lassen sich aus der Ferne überwachen und steuern.

Auch das zunehmende Umweltbewusstsein vieler Konsumenten trage zum anhaltenden Wachstum bei: Die leisen, emissionsfreien Akkusysteme moderner Rasenroboter sind nicht nur gut für die Nachbarschaft, sondern auch für die Umwelt. Im Vergleich zu benzinbetriebenen Mähgeräten arbeiten sie effizienter, nachhaltiger – und nahezu geräuschlos. Nicht zuletzt seien sie auch deutlich wartungsärmer, mit dieser langfristigen Nutzerfreundlichkeit lässt sich ebenfalls punkten.

Die Zukunft des Gartens

Der Trendbericht zeigt: Was heute schon komfortabel ist, könnte morgen noch smarter werden. Erste Konzepte für multifunktionale Gartenroboter seien bereits in Arbeit: Modelle, die nicht nur mähen, sondern auch Unkraut entfernen, Laub aufsammeln oder sogar Bodenanalysen durchführen können. Der Garten der Zukunft ist daher nicht nur schön gepflegt, sondern auch intelligent vernetzt – und eröffnet so ganz neue Möglichkeiten für alle, die ihre Freizeit lieber mit Genuss statt mit Gartenarbeit verbringen möchten.



Zehn Jahre Nuki: Design, das Türen öffnet

Nuki, österreichischer Hersteller smarter Zutrittslösungen, feiert dieses Jahr zehnten Geburtstag: Begann die Unternehmensgeschichte noch mit einer „magischen schwarzen Box“, hat man innerhalb einer Dekade das Aussehen elektronischer Türschlösser neu definiert. Am 12. Mai 2015 präsentierte Nuki seine schlüssellose Zutrittslösung auf der Crowdfunding-Plattform „Kickstarter“ erstmals der Öffentlichkeit – damals noch in Form einer (laut Designer Harald Gründl) „Magic Black Box“. Dabei handelte es sich um ein radikales Designkonzept, das vor allem Tech-Nerds und Early-Adopters ansprechen sollte. In der ersten Entwicklungsphase kam dann aber doch ein manuelles Bedienelement dazu, das die Materialästhetik von Türbeschlägen aufnimmt und somit die Form der ersten „Smart Lock“-Generation prägte. Das Design war dabei von Beginn an ein entscheidender Faktor, wie Jürgen Pansy, Mitgründer und CIO von Nuki, betont: „Das ‚Smart Lock‘ ist ein Gerät zum Nachrüsten, man setzt es auf seinen Türzylinder auf, es muss also mit der vorhandenen Tür harmonieren. Für uns war deshalb von Anfang an klar: Damit Nuki ein Erfolg wird, muss das Design stimmig sein.“ Martin Pansy, Mitgründer und CEO von Nuki, ergänzt: „Je besser ‚Smart Locks‘ mit der Inneneinrichtung harmonieren, desto relevanter werden sie für designaffine Menschen. Gelingendes Design ist also auch ein Türöffner für einen neuen Interessentenkreis. Und mit jeder zusätzlichen Zielgruppe werden elektronische Türschlösser immer weiter zur Normalität.“

Zehn Jahre, fünf Generationen

Wie stimmig das Design-Konzept der Grazer ist, belegt die Unternehmensgeschichte: Fünf Produktgenerationen folgten seit Gründung, mehr als 800.000 Menschen nutzen mittlerweile „Smart Locks“ mit dem ikonischen Nuki-LED-Kreis – und machen Nuki damit zum europäischen Marktführer für schlüssellose Zutrittslösungen. Zudem wurde das Design vielfach mit renommierten Awards prämiert.

 nuki.io

DoorBird und Homematic IP jetzt vernetzt

„DoorBird“-Türstationen sind seit Ende Mai Teil des „Homematic IP“-Smart-Home-Systems. Das erfolgte Update 3.5.12 für die kostenlose Homematic-IP-App ermöglicht es, eine sichere Cloud-to-cloud-Verbindung zwischen einer „DoorBird Video“-Türstation und einer „Homematic IP“-Installation herzustellen. So wird die Zutrittssteuerung im Smart Home noch einfacher und komfortabler. Unterstützt werden alle „DoorBird Video“-Türstationen der Serien „D11“ und „D21“ – als „Homematic IP“-Partnerprodukt lässt sich die „DoorBird Video“-Türstation flexibel mit vielen Komponenten des Smart-Home-Systems kombinieren, beispielsweise mit einem „Homematic IP Türschlossantrieb“. Ebenso können Nutzer das integrierte Schaltrelais, den Bewegungsmelder oder Klingeltaster und das Zutrittsmodul des „DoorBird“-Geräts nach Belieben für intelligente Automatisierungen verwenden.

Sicherheit „made in Germany“

Die Cloud-to-cloud-Verbindung beider Systeme erfülle höchste Ansprüche an Datenschutz und Sicherheit, wie Ralph Bertelt, Vorstand der eQ-3 AG, betont: „Die gesamte Kommunikation zwischen Homematic IP und DoorBird ist vollständig verschlüsselt und entspricht den neuesten Sicherheitsstandards. So können keine Informationen in falsche Hände geraten. Die Homematic-IP-Cloud wird zudem ausschließlich auf Servern in Deutschland betrieben und unterliegt strengsten Datenschutz- und Sicherheitsanforderungen. Im Jahr 2024 wurde unser System zum achten Mal in Folge durch den VDE in den Bereichen Protokoll-, IT- und Datensicherheit zertifiziert.“ Sascha Keller, CEO der Bird Home Automation GmbH, ergänzt: „Als deutscher Hersteller legen wir besonderen Wert auf Qualität, Datenschutz und Design – Werte, die wir mit Homematic IP teilen. Die Integration unserer IP-Video-Türstationen in das Homematic-IP-System eröffnet unseren Kunden eine besonders komfortable Möglichkeit, Sicherheit und Smart-Home-Funktionalität zu kombinieren.“

 homematic-ip.com; doorbird.com



Samsung & Home One denken das Fertighaus neu

Samsung und Home One, Spezialist für seriell gefertigte Designhäuser, werden Partner: Gemeinsames Ziel ist der Vertrieb vorgefertigter, vollintegrierter Fertighäuser, die mit „Samsung SmartThings“-fähigen Geräten und Komponenten bezugsfertig angeboten werden. Die Kooperation ist auf zunächst drei Jahre ausgelegt, ein erstes Einfamilienhaus sollte kürzlich bereits nahe Bonn fertiggestellt werden. Home One setzt bei seinen Häusern auf reduzierte Formsprache, hohen Wohnstandard und hochwertige Naturmaterialien – durch die Partnerschaft mit Samsung sind die Häuser nun auch konzeptionell komplett durchgeplant und mit „SmartThings“-kompatiblen Geräten von Samsung sowie anderen Herstellern ausgestattet. Künftige Bewohner profitieren so von den Möglichkeiten eines smart vernetzten Zuhauses, ohne sich über das Setup Gedanken machen zu müssen.



 samsung.com/de



Zusammenarbeit von sonoro & JUNG

Der Audio-Hersteller sonoro audio GmbH hat eine Zusammenarbeit mit JUNG (Gebäudetechnik) bekanntgegeben: Für sonoro-Audiosysteme ist eine Einbindung in den „Smart Visu“-Server von JUNG möglich. Dieser Server macht intelligente Gebäudesteuerung komfortabel, mit dem anwenderfreundlichen Bedienkonzept kann auf mobilen Endgeräten das KNX-System gesteuert werden. Nun lassen sich auch die Audiosysteme „Meisterstück (Gen.2)“ und „Maestro Quantum“ über den „Smart Visu“-Server in das JUNG-KNX-System einbinden. So erfolgt die Steuerung der beiden Sound-Anlagen komfortabel über die „Smart Visu“-App auf Smartphones, Tablets, den JUNG-Touchdisplays oder den KNX-Taster. Über KNX lassen sich verschiedene Steuerungsfunktionen für die Musikwiedergabe nutzen und in Szenen einbinden. Dazu gehört auch die Auswahl der Musikquelle.

 sonoro.com

ABB bündelt Geschäftsaktivitäten in Deutschland

Zum 1. September 2025 werden die Geschäftsaktivitäten der Busch-Jaeger Elektro GmbH, der ABB STOTZ-KONTAKT GmbH und der ABB STRIEBEL & JOHN GmbH auf die ABB AG verschmolzen. Mit der Verschmelzung

wird die ABB AG Gesamtrechtsnachfolgerin der drei Gesellschaften, für Mitarbeitende sowie für Betriebe und Standorte sollen sich laut offizieller Pressemitteilung aber keine Veränderungen ergeben. Es handele sich vielmehr um einen strategischen Schritt, der Kunden zukünftig Zugang zu einem der umfassendsten Portfolios der Branche ermöglichen soll – ABB will die Effizienz steigern und markenübergreifende Prozesse vereinfachen. So sei die Verschmelzung auch ein langfristiges Bekenntnis zu den Marken ABB, Busch-Jaeger und STRIEBEL & JOHN, die auch künftig strategisch weiterentwickelt und gestärkt werden sollen.



© ABB / Busch-Jaeger

 abb.com/de