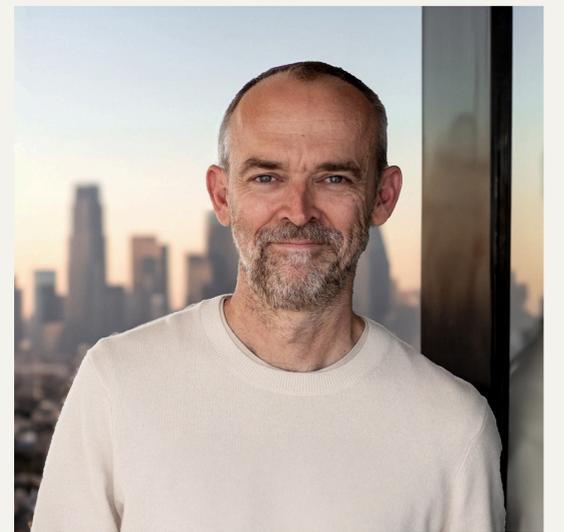


CES 2025 – lohnt sich Las Vegas noch?

von Andreas Freitag, Mutabor
Januar 2025



Andreas Freitag, Mutabor Inc.

Ja, die CES lohnt sich immer noch. Während Los Angeles brennt, fragt man sich natürlich, ob das hier alles gerade so wichtig ist. Aber vielleicht auch gerade deshalb.

Die CES ist immer ein guter Jahresauftakt, um ein Gefühl für die Technologie-Themen zu bekommen, die Unternehmen in aller Welt beschäftigen. Das Besondere: Die Show trägt den „Consumer“ im Namen und auch wenn heutzutage kaum noch neue Fernseher, Kameras oder Küchengeräte zu entdecken sind, bleibt die CES doch nah am Markt und am Nutzer.

Die CES ist keine Theorie-Veranstaltung, auf der über Visionen fabuliert wird, sondern eine Leistungsschau für Lösungen, die greifbar nah sind. Was bedeutet das für Marken? Man kommt her, wenn man seinen Kunden (B2C oder B2B) eine konkrete Lösung für ein echtes Problem zu bieten hat. Und zwar marktreif und global wettbewerbsfähig. Das erklärt vielleicht auch die fast vollständige Abwesenheit der deutschen Autoindustrie.

Was sind das also in diesem Jahr für Lösungen? Natürlich ist überall KI drin. Aber auf dem nächsten Level. NVIDIA CEO Jensen Huang sprach in seiner Keynote über das enorme Potenzial von Agentic AI und Physical AI. Spürbar einerseits an den zahllosen Gesundheitsanwendungen, die einen immer größeren Raum auf der CES einnehmen und andererseits bei den autonomen Fahrzeugen und Robotern.

Was hat das jetzt mit dem Feuer in LA zu tun? AI-Agenten, die Brandherde in Echtzeit erkennen, dürften schon im Einsatz sein. Drohnen, Fahrzeuge und Roboter, die dank Physical AI autonom fahren, fliegen, löschen und Menschen retten können, hätten wir vor wenigen Jahren noch für Science-Fiction gehalten. Auf der CES werden sie greifbar und dafür allein hat sich der Besuch gerade dieser Tage gelohnt.