

CE&TRADE

Januar/Februar 2022

digitalMarkt



www.ce-trade.de



Neues Panasonic Flaggschiff mit Hollywood-Filmqualität und Dolby Atmos Sound

PANASONIC LZW2004 OLED: DIE 1. WAHL FÜR FILMLIEBHABER

In den Hollywood-Studios ist 4K heute Standard, und digital ausgestattete Kinos zeigen ihre Filme mit einer Auflösung von 4.096x2.160, also 4K. Interessant dabei, auch der frühere 36 mm Film hatte rechnerisch eine Auflösung von 4K.

Doch hohe Auflösung allein macht noch kein perfektes Bild, bei einem wirklich sehr guten TV-Gerät sind Farbwiedergabe und Kontrastverhältnis von entscheidender Bedeutung. Genau deshalb beschäftigen die Film-Studios Spezialisten wie den Coloristen **Stefan Sonnenfeld**, der Filmen wie *The Green Hornet* oder *Transformers* zu ihrer beeindruckenden Farbgebung verhalf. Er sorgt für die vom Regisseur gewünschten Farben, deren Tönung und ganz besonders die Farbstimmung des Bildes, auch stimmt er digital die Kontrastverhältnisse für eine wirklich perfekte Bildwiedergabe ab. Für die Kontrolle seiner Arbeit nutzt er die

HighEnd-Qualität von Panasonic-Displays. Verständlich, hat Sonnenfeld doch zusammen mit den Panasonic-Entwicklern für eine optimale Abstimmung und Einstellung dieser OLED-Fernsehgeräte gesorgt.

„Hollywood im eigenen Wohnzimmer“ ist deshalb also bei Panasonic kein Spruch der Werbeabteilung, sondern das Ergebnis langjähriger Zusammenarbeit mit dem Coloristen Stefan Sonnenfeld, und den Entwicklern der TV-Geräte bei Panasonic.

Im neuen LZW2004 kommen fortschrittliche Sensoren zum Einsatz, um die Farbtemperatur des Umgebungslichts zu erkennen und das Bild feinfühlig anzupassen. So lässt sich sowohl tagsüber als auch beim nächtlichen Filmeschauen eine natürlichere Bild Darstellung erreichen. Diese neue Funktion baut auf dem im letzten Jahr eingeführten Auto AI-Modus von Panasonic auf, der mithilfe von künstlicher Intel-

ligen die wiedergegebenen Inhalte in Echtzeit erkennt, um sowohl die Bild- als auch die Tonqualität für jede Quelle automatisch optimieren zu können. Das Ziel ist, allen Benutzern die bestmögliche Bild- und Tonqualität zu liefern, unabhängig von der Art des abgespielten Materials und ohne dass der Benutzer die Einstellungen jedes Mal ändern muss.

Diese akribische Erfassung der Farbtemperatur des Umgebungslichts ist wichtig, da Menschen „Weiß“ je nach Umgebungslicht unterschiedlich wahrnehmen. So verwenden die meisten europäischen Haushalte abends eher warmes Licht, was bedeutet, dass die weißen Farben auf dem Bildschirm als bläulich und zu kalt wahrgenommen werden können. Der neue Sensor im LZW2004 arbeitet mit dem HCX Pro AI-Prozessor zusammen, um jeden Farbton individuell dem Umgebungslicht anzupassen und so ein realistische-

res und angenehmeres Scherlebnis zu bieten. Der HCX Pro AI Chip arbeitet dabei sehr clever und nuanciert und spart Farben aus, die das menschliche Auge sehr gut kennt. So werden zum Beispiel Hauttöne nicht verändert, um ein natürliches Bild zu gewährleisten.



Mehr zum Panasonic LZW2004 und ein Interview mit Michael List, Sales Director CE Panasonic Deutschland, Seite 12

Neo QLED 8K

Das TV-Erlebnis der Zukunft



¹ audiovision, Highlight, Referenz, Innovation, sehr gut, 04/2021, zum Samsung Q75QN900A, Einzeltest.

² connect, überragend, Ausgabe 04/2021, zum Samsung Q75QN900A, Einzeltest.

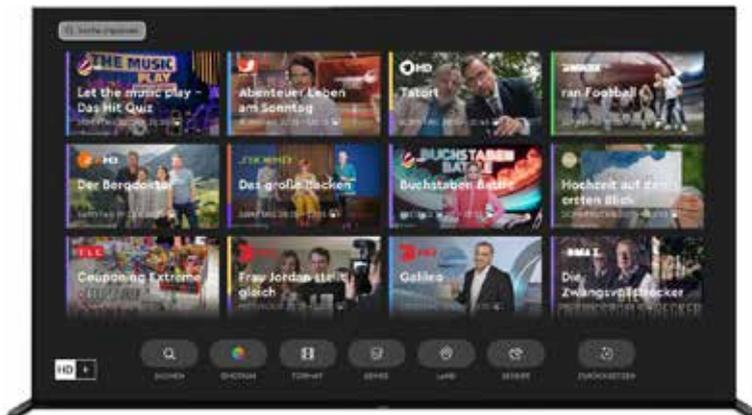
³ HDTV, Gaming-Tipp, Testurteil: sehr gut, Ausgabe 2/2021, zum Samsung Q75QN900A, Einzeltest.

⁴ video, Referenz, Innovation, Design-Tipp, Ausgabe 03/2021, zum Samsung Q75QN900A, Einzeltest.

⁵ Zertifiziert vom Verband der Elektrotechnik Elektronik Informationstechnik e. V. (VDE), mehr unter: VDEinfo.com, ID 40052612.

Samsung QLED TVs basieren auf Quantum Dots.

Unternehmen	Nikon	22
Consumer Electronics	Novoflex	24
Dali	4 PIV	4
Denon	21 Transcontinenta	23
Didacta	4	
expert	7 Personen	
Hama	4 Consumer Electronics	
Ingram Micro	4 Martin Arnoldy	6
Xiaomi	21 Thomas Groß	4
JBL	11 Mike Guler	4
LG	8, 11, 16, 18 Joachim Maib	4
Panasonic	12 Julian Meyer	4
Philips	11 Sven Piper	4
Samsung	10, 16 Rocca Rossetti	4
Shure	10 Evelyn Rothblum	4
Sky	4	
Sony	10, 20 Foto/Digital Imaging	
Technics	15 Frank Doppeide	4
Telekom	8 Christian Eckert	4
	Markus Haas	4
Foto/Digital Imaging	Sascha Lobo	4
B.I.G.	23 Tarek Müller	4
Canon	24 Nils Röpke	4
Fujifilm	22 Carsten Schucht	4
Hikmicro	24 Dr. B. Stunderdiek	4
Leica	22 Dr. Suzanne Wiandt	4



Sony BRAVIA – mit LCD Mini-LED und OLED erreicht Sony mit seinem 2022 TV-Programm den gesamten Markt. Ein neuer Menue-Bildschirm und eine intelligente Soundführung sowie eine CAM für interaktive Aktion wie Skypen sollen Kunden überzeugen.

Seite 20



Leica M11 – 18, 36 oder 60 Megapixel Auflösung, tatsächlich erfüllt die neue Messsucherkamera aus Wetzlar dem Fotovolk so gut wie jeden Wunsch. Hinzu kommt eine ebenso grundsolide wie hochwertige Verarbeitung und ein praktisch universell nutzbares Zubehörsystem.

Seite 22



Consumer Electronics		
Samsung:	Mini Lifestyle-Projektor	10
Shure:	Over Ear in Studio-Qualität	10
Sony:	360 Spatial Sound	10
Philips:	Monitore TCO Certified	11
JBL:	PartyBox Encore	11
LG:	9.1.5 Soundbar mit 810 Watt	11
Panasonic:	OLED-Flagship LZW2004	12
Panasonic:	Interview zu LZW2004	14
Technics:	Netzwerk-Receiver	15
Technics:	Wireless Over-Ear NC Kopfhörer	15
Samsung:	Neue TV-Generation 2022	16
Samsung:	Monitore mit HDR+ für Gamer	17
LG:	Innovativstes TV-Sortiment	18
Sony:	BRAVIA-Serie 2022	20
XIAOMI:	Soundbar mit 430 Watt	21
Denon:	Atmos 3.1.2 Soundbar	21

Foto / Digital Imaging		
Nikon:	Supertele Nikkor 2,8/400 mm	22
Leica:	M11 mit 18, 36 oder 60 Megapixel	22
Fujifilm:	Beim Fotografie Forum Frankfurt dabei	22
B.I.G.:	Die neue Helios Flächenleuchte	23
B.I.G.:	Das TtArtisan Weitwinkelobjektiv	23
Transcontinenta:	Erweitertes Produktportfolio	23
Novoflex:	Einfach mal nah ran	24
HIKMicro:	Wärmebilder mit dem Smartphone	24
Canon:	EOS R5 C – Cinema mit 8K	24

Wirtschaft		
Personen		4
Zielscheibe		5
Impressum		5
Consumer:	Trend-Report 2022	6
Zahlverhalten:	Bargeldlos zahlen	6
expert:	60 Jahre beste Partnerschaft	7
Telekom:	Netzausbau Glasfaser	8
Hannover Messe:	Erneut verschoben	8
LG:	OLED EX Display Forschung	8

Samsung – die neue Neo QLED Evolution ist eine deutliche Weiterentwicklung zu den Vorgängermodellen bei der Bild- und Tonqualität. Zudem gibt es mehr Optionen bei den Bildschirmgrößen und eine verbesserte Benutzeroberfläche.

Seite 16



Michael List – im Interview nimmt der Panasonic Deutschland Sales Director auch Stellung zu den Gerüchten eines angeblichen TV-Verkaufs an TCL.

Seite 14

Zippert

Der Deutsche Städte- und Gemeindebund fordert eine frühzeitige Vorbereitung auf die vierte Impfung. Wichtig ist, dass die Regierung von vornherein die Rollen genau festlegt, damit es nicht wieder zu einem Kompetenzwirrwarr kommt, das den Bürger verunsichern könnte. Wer ist diesmal dafür verantwortlich, dass zu wenig Impfstoff bestellt wurde? Kann man das noch Jens Spahn anhängen, oder wird das Lauterbachs Booster-Gate? Oder soll Lauterbach gleich zu viel Impfdosen bestellen, deren Mindesthaltbarkeitsdatum dann abzulaufen droht, weshalb es für Viertgeimpfte die fünfte Impfung als Bonus gibt? Mit wie viel Verspätung soll die Stiko diesmal ihre Empfehlung geben, und welche Rolle kommt Markus Lanz in dem ganzen Infektionsgeschehen zu? Wie soll die vierte Impfung überhaupt heißen? Boosterauffrischung oder Auffrischungsbooster oder gar Boosterbooster? Und natürlich müsste auch die Frage geklärt werden, ob Ungeimpfte einfach die drei ersten Impfungen überspringen können, um sich gleich die vierte zu holen.

Zitiert



„Das ist ein Amalgam aus ‚wir können nicht‘, ‚wir wollen nicht‘ und ‚wir haben auch keine Lust, das zu ändern‘.“

Digitalisierung werde in Behörden häufig mit der „Drohkulisse“ des Datenschutzes verhindert, sagt **Sascha Lobo** im Interview mit Heise Online.

heise.de



„Wir haben in endlosen Zoom-Calls mittlerweile gelernt: Homeoffice und Billy Regal sehen in Reckling-

hausen, in Polen oder am anderen Ende der Welt genauso aus wie bei uns. Nur funktioniert das Internet dort besser.“ „human“-Chef **Frank Dopheide** warnt vor einem Arbeitskräftemangel – auch in der „kreativen Zukunft“.

mediala.de



„Wenn der stationäre Handel sein Geschäft noch so betreiben würde wie früher, hätte er heute weniger

Probleme.“ Die persönliche Ansprache und Nähe zu Kund*innen ist auch im Online-Handel schon sehr weit, findet **Tarek Müller**, Mitgründer von About You. „Wenn ich eine Filiale einer der großen Modeketten betreue, weiß niemand, dass ich regelmäßig dort einkaufe.“

wuv.de



„Wenn das bei Tesla geht, muss das doch für das Mobilfunknetz auch gehen, das ist immerhin das Rückgrat unserer Digitalisierung.“

Markus Haas, Chef von Telefonica Deutschland, fordert, dass Mobilfunkmasten erst nach dem Bau eine Genehmigung benötigen sollten, um den Netzausbau zu beschleunigen. Ein Mast richte „sicher weniger Schaden an als eine Fabrik für Elektroautos“.

sueddeutsche.de

DIDACTA



Joachim Maib, Vorsitzender des Bundesverbands der Lehrkräfte für Berufsbildung, zeichnet im Vorfeld der vom 22. bis 26. März in Köln stattfindenden DIDACTA ein ernüchterndes Bild. An berufsbildenden Schulen fehle es an Breitbandanschlüssen, Lehrpersonal und finanziellen Mitteln, um die Digitalisierung voranzutreiben. „Wir brauchen Lehrkräfte, die auf der Klaviatur des Digitalen perfekt spielen können“, so Maib.

INGRAM MICRO



Julian Meyer, seit knapp fünf Jahren bei Ingram Micro beschäftigt, leitet seit 1. Januar als Senior Manager die Business Unit (BU) Storage; er ist als Sales Manager in der Apple Business Unit gestartet. Meyer berichtet weiterhin an **Thomas Groß**, Executive Director Advanced Solutions. In der BU Storage bündelt der Distributor Expertise zu Speicherlösungen der Hersteller NetApp, Quantum und Promise.

HAMA



Rocco Rossetti zeichnet seit Mitte Januar als Geschäftsführer für die Hama Technics AG verantwortlich. Rossetti folgt damit auf **Mike Guler**, der die Schweizer Tochterfirma von Hama auf eigenen Wunsch verlassen hat und sich in einer anderen Branche selbstständig machen wird. Rocco Rossetti war bis Juli 2021 beinahe 20 Jahre beim Migros-Genossenschaftsbund in unterschiedlichen Positionen tätig.

SKY



Evelyn Rothblum, EVP Advertising, Partnerships and Distribution, über die Integration der Discovery+ App auf den Sky Plattformen, mit der Discovery+-Kunden Zugang zu Inhalten im Bereich Entertainment, Lifestyle, Factual und Sport haben: „Der Ausbau der Partnerschaft mit Discovery ist ein wichtiger Meilenstein unserer Strategie, den Kunden ein ständig wachsendes Angebot an exklusiven Inhalten zur Verfügung zu stellen.“

DALI



Sven Pieper, Smart Home-Spezialist, verstärkt bei DALI in Bensheim das Team im Bereich Custom Installation für Fachhändler, Installateure, Elektriker und Haustechnik-Spezialisten. „Die Themen Custom Installation und Smart Homes begeistern mich seit vielen Jahren. Unsere Marken DALI, NAD, Bluesound und ELAN bieten hier nahezu unbegrenzte Möglichkeiten, und ich freue mich darauf, unsere Partner zu unterstützen.“

PIV TAGUNG

Vom 8. bis 9. März 2022 richtet der Photoindustrie-Verband (PIV) zum 27. Mal seine jährliche Tagung Technik und Umwelt aus, informiert wird in Bonn über aktuelle Herausforderungen in der Umweltschutzgesetzgebung. Hintergrund: Neue gesetzliche Regelungen, weiterentwickelte Technologien, veränderte Kundenanforderungen. Die mit Umweltthemen beauftragten Mitarbeiter in Unternehmen stehen täglich vor einer großen Herausforderung, denn sie müssen den Überblick über sämtliche gesetzliche Neuerungen haben und diese im Unternehmen auch rechtskonform umsetzen können. Der erste Veranstaltungstag widmet sich dem Themenschwerpunkt „Nachhaltigkeit“:



Christian Eckert, Leiter der Abteilung Umweltschutzpolitik beim Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI), informiert über Chancen und Herausforderungen des EU-Aktionsplans Kreislaufwirtschaft aus Sicht der Elektroindustrie. Am zweiten Veranstaltungstag berichtet **Nils Röpke**, Geschäftsführer der Deutschen Recycling Service GmbH, über das neue Elektroggesetz. **Dr. Bettina Sunderdiek** von der Zentralen Stelle Verpackungsregister (ZSVR) gibt einen Überblick über die Neuerungen in der Novelle des Verpackungsgesetzes. Über aktuelle und zukünftige regulatorische Schwerpunkte aus Sicht der Bundesstelle für Chemikalien referiert **Dr. Suzanne Wiandt**, Gruppenleiterin „REACH Helpdesk, Chemikalienprüfung“ bei der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA). Rechtsanwalt **Carsten Schucht** von der Produktkanzlei befasst sich mit Chancen und Risiken von digitalen Gebrauchsanleitungen.

www.piv-imaging.com

Consumer Electronics spielte auf der CES nur eine Nebenrolle

Die Welt in Las Vegas hat sich gewandelt. Messe-Chef Gary Shapiro spricht nur noch von einer CES, der Begriff Consumer kommt ihm nicht mehr über die Lippen. Zielstrebig will er seine Messe in eine Elektronik-Superschau transferieren. Ein Schaufenster für e-Mobility und autonomes Fahren. Dazu gehören Display-Armaturenbretter für diese HighTech-Fahrzeuge und alles, was das mobile Leben angeblich schöner und angenehmer macht. Hat das in diesem Jahr geklappt?



Im Ansatz ja. Siemens präsentierte innovative Mobilitätslösungen, Sony seinen zweiten E-Auto Prototyp, Bosch hatte ein Showcar und zeigte seine Smart Connected Biking Lösung – eBike Fahrspaß 2.0. Panasonic brillierte mit Nachhaltigkeit und Energieeffizienz. Neben den Elektronik-Zukunftsträumen gab es in Las Vegas auch ein wenig Consumer Electronics. Panasonic, LG und Samsung zeigten ihre TV-Range für das Jahr 2022, die Neuheiten finden Sie in dieser Ausgabe. Da bei TV Bildqualität, Bedienungskomfort und Sound-Performance ihren Zenit erreicht haben, wurde jetzt für die Großdisplays eine neue Zielgruppe definiert. Gamer sollen sich in Zukunft über Spiel-Atmosphäre auf 65 Zoll oder größer erfreuen.

Wer die CES besuchen wollte, musste strenge Corona-Regeln einhalten, und um eine mögliche Ansteckungswelle zu vermeiden, wurde die Messe kurzfristig sogar um einen Tag verkürzt. Oder sollte dies doch einen anderen Grund gehabt haben? Einen artikuliert der Amerika-Korrespondent der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, Roland Lindner: „Es ist auf jeden Fall etwas gespenstig, verglichen mit der letzten großen CES vor zwei Jahren. Die CES war ja dafür bekannt, ein riesiges Gewusel zu sein, und in diesem Jahr ist das anders. Auch weil viele Unternehmen, auch prominente, ihre Teilnahme kurzfristig abgesagt haben, die früher große Stände gehabt hatten, gab es jetzt plötzlich große klaffende Lücken.“ Lindner bezeichnet die CES 2022 als eher „gemütlich“ und eine Ausstellung „auf kleiner Flamme“.

Und genau deshalb stellt die geschrumpfte CES einige grundsätzliche Fragen. Es wäre doch naheliegend gewesen, dass Unternehmen nach einem Jahr CES-Abstinenz in Massen nach Las Vegas gekommen wären, doch dem war nicht so. Auch bei den Besuchern erreichten die Zahlen nicht das Niveau von vor zwei Jahren. Die CES ist eine reine Fachmesse für die amerikanischen Händler ohne Endkunden. Corona könnte hier als Argument gelten, doch ist es wirklich nur die Pandemie? Auch die Berichterstattung über mögliche CES-Neuheiten und -Innovationen war sehr überschaubar. Gefühlt fand in Las Vegas eine Veranstaltung statt, die den Rest der Welt nur wenig interessierte.

Sind solche Großveranstaltungen im Zeitalter der globalen Internet-Kommunikation noch zeitgemäß? Die Informations-Technologie gehört weltweit zu den wichtigsten Wirtschaftsbereichen, doch eine Messe dafür gibt es nicht. Comdex und CeBIT sind schon lange Geschichte. Ebenso bei Foto, PMA in den USA wurde von der CES geschluckt und dann nahezu entsorgt, und eine photokina ist quasi auch schon Vergangenheit. Nicht gerade die besten Voraussetzungen für eine IFA 2022.

Die Messe Berlin spricht zwar von ausverkauften Messehallen, doch fragt man bei den großen Namen der Branche nach, sind hier noch keine Entscheidungen gefallen. Das gilt für Braune Ware ebenso wie für die Weiße. In diesem Jahr wollen die Berliner auch Foto in die IFA integrieren, außerhalb des eigentlichen Messegeländes an einem anderen Veranstaltungsort. Das Messekonzept ist durchaus stimmig, aber wird es von den möglichen Ausstellern angenommen? Vielleicht ist Corona nicht nur ein Hindernis für solche Großveranstaltungen, sondern auch der Auslöser für ein Umdenken der Industrie in Bezug auf die Attraktivität von Messen?

Werden wir nach Berlin fahren?
Peter Lanzendorf

Verlag

P.O.S. Media GmbH
Postfach 110932, 40509 Düsseldorf
Telefon + 49 211 8284700
ce.info@ce-trade.de
www.ce-trade.de
www.hometec.de
Chefredaktion
Peter Lanzendorf
Consumer Electronics, Home Appliances
peter.lanzendorf@ce-trade.de
Volker Wachs
Foto + Digital Imaging
Energie+Licht
volker.wachs@ce-trade.de

Redaktion Österreich

Dr. Ludwig Flich
Bäckerstraße 14, A-1010 Wien
Tel./Fax +43 1 94 606 42
ludwig.flich@chello.at

Redaktion Schweiz

Martin Sigrüst
Seefeldstrasse 219,
CH-8008 Zürich
Telefon + 41 1 383 06 33
Fax +41 1 383 89 79
martin.sigrust@ce-trade.ch

Autoren in dieser Ausgabe

Hans Zippert, Orion Dahlmann

Grafik und Layout

Grit Röscher, Grenzschach
www.werbewerkstatt-roescher.de

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dem Text auf weibliche und männliche Sprachformen verzichtet und das generische Maskulinum verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

Gültig ist die Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2021

Erscheinungsweise

10 Ausgaben p. a.

Abonnement

Jahresabonnement 27,- Euro

Druck

druckriegel GmbH, Frankfurt

Haftung

Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos oder Datenträger wird keine Haftung übernommen. Für den Fall, dass Beiträge oder Informationen unzutreffend sind, haftet der Verlag nur beim Nachweis grober Fahrlässigkeit.

Urheberrecht

Die veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck, Vervielfältigung sowie Speicherung (auch auszugsweise) sind ohne schriftliche Genehmigung des Verlages nicht gestattet.

Verbreitete Auflage

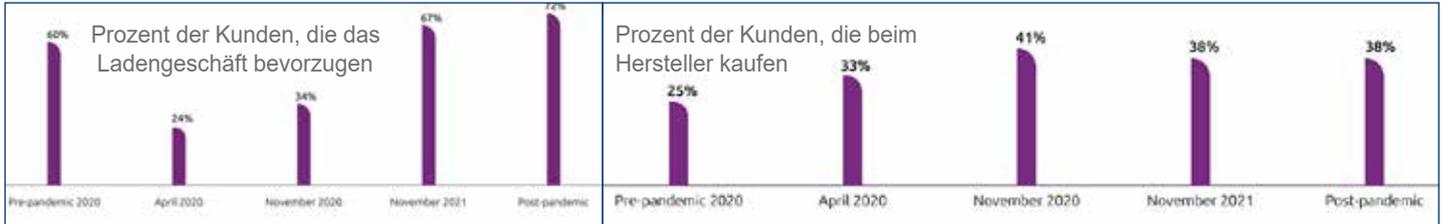
14.224. 4. Quartal 2021

Verkaufte Auflage

8.872. 4. Quartal 2021

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Düsseldorf





Consumer Trends Report 2022 Kunden kaufen beim Hersteller

Vor allem jüngere Verbraucher bestellen direkt bei Markenherstellern, anstatt bei Einzelhändlern oder auf Online-Marktplätzen einzukaufen. Zugleich gehen 63 Prozent der Verbraucher in Deutschland davon aus, dass sie nach der COVID-19-Pandemie wieder in größerem Umfang in stationären Ladengeschäften einkaufen werden – weltweit sind es sogar 72 Prozent. Dies geht aus dem neuen Report „*What Matters to Today's Consumer*“ des Capgemini Research Institute hervor.

Etwa zwei Fünftel (41 Prozent) der Verbraucher weltweit haben in den vergangenen sechs Monaten Produkte direkt bei Markenherstellern bestellt und dabei sowohl traditionelle Einzelhändler als auch Online-Marktplätze umgangen. Mehr als zwei Drittel (68 Prozent) der Verbraucher der Generation Z1 (18-24 Jahre) und mehr als die Hälfte (58 Prozent) der Millennials (25-40 Jahre) haben direkt bei einer Marke eingekauft, gefolgt von der Generation X (41-56 Jahre) (37 Prozent) und der älteren Generation der Baby Boomer (57-75 Jahre) (21 Prozent). Von denjenigen, die direkt bei einer Marke eingekauft haben, gaben fast zwei Drittel (60 Prozent) ein besseres Einkaufserlebnis als Grund dafür an. 59 Prozent nannten den Zugang zu Treueprogrammen.

Für diese Vorteile sind Verbraucher bereit, ihre Daten an Unternehmen weiterzugeben. Fast die Hälfte (45 Prozent) aller Verbraucher ist damit einverstanden, Informationen darüber anzugeben, wie sie Produkte konsumieren oder verwenden. Mehr als ein Drittel (39 Prozent) ist auch dazu bereit, persönliche Daten wie demografische Angaben oder Produktpräferenzen weiterzugeben. 54 Prozent der Verbraucher würden ihre Daten mit Unternehmen teilen, wenn sie dafür Angebote oder Rabatte erhalten.

Martin Arnoldy, Leiter Konsumgüter und Handel bei Capgemini in Deutschland, erklärt: „Die Bereitschaft der jüngeren Konsumenten, direkt von Marken zu kaufen, ist eine echte Chance für Unternehmen der Konsumgüterindustrie. Denn



Martin Arnoldy – „nach der Pandemie werden die Kunden wieder verstärkt im Ladengeschäft einkaufen, dabei aber besonderen Wert auf Lieferservice legen.“

Verbraucher sind bereit, Informationen zu ihrer Person oder zu ihren Präferenzen anzugeben, wenn sie dafür im Gegenzug von Unternehmen einen Mehrwert erhalten. Diese Verbraucherdaten können Hersteller nutzen, um ihren Direktvertriebskanal zu optimieren. Außerdem helfen die Daten Konsumgüter- und auch Einzelhandelsunternehmen dabei, Angebots- und Nachfragetrends in konkrete Entscheidungen umzusetzen – zum Beispiel bei der Frage, wo sie ihre Produkte am besten lagern, wie sie Produkte und Dienstleistungen anpassen und wie sie das Kundenerlebnis verbessern können.“

Online kontra Einzelhandel

Der Anstieg im E-Commerce in den letzten zwei Jahren basierte auch auf gesundheitlichen Bedenken der Verbraucher und dem Wunsch, physische Geschäfte zu vermeiden. In der diesjährigen Studie zeigt sich, dass der Trend zu Online-Shopping nun stagniert. Das verdeutlicht, dass E-Commerce den stationären Handel nicht vollständig ersetzen wird: Die Mehrheit der Verbraucher (72 Prozent) erwartet, dass sie nach dem Abklingen der Pandemie wieder in erheblichem Umfang in physischen Geschäften einkaufen werden. Dies übertrifft sogar

die Zahlen vor der COVID-19-Krise (60 Prozent).

Verbraucher aller Altersgruppen erwarten, dass sie nach der Pandemie mehr mit physischen Geschäften interagieren werden als mit Online-Shops. Bei älteren Verbrauchern, den Baby Boomern, ist die Wahrscheinlichkeit am größten, dass sie im Geschäft einkaufen (76 Prozent), bei der Generation Z am geringsten (66 Prozent).

Die Art dieser Interaktionen verändert sich jedoch, da die Unterscheidung zwischen Online und Ladengeschäft immer mehr verschwimmt. So wollen beispielsweise 22 Prozent der Verbraucher nach der Pandemie mehr mit Click-and-Collect bestellen (Online-Bestellung und Abholung im Geschäft). Dieser Trend ist bei den Millennials am stärksten (33 Prozent) und bei den Baby Boomern am geringsten (11 Prozent) ausgeprägt.

Liefer- und Fulfillment-Services

Die Studie zeigt zudem, dass die Kunden mehr Wert auf Lieferung und Service legen als auf das Einkaufserlebnis im Laden. Für 42 Prozent der Verbraucher sind Lieferung und Auftragsabwicklung die wichtigsten Servicefaktoren beim Einkauf. Der Wunsch nach einer bequemen Lieferung kann Kunden sogar dazu bewegen, neue Einkaufsmodele auszuprobieren. Generell erwarten Verbraucher zunehmend eine schnelle Lieferung als Teil des Kundenerlebnisses. Gleichzeitig sind sie jedoch weniger bereit, einen Aufpreis für Geschwindigkeit zu zahlen: Über alle Altersgruppen hinweg würden Verbraucher durchschnittlich nur 3,3 Prozent für eine zweistündige Lieferung zahlen. Im Jahr 2019 waren es noch 4,6 Prozent der Gesamtkosten. Nach wie vor sind jüngere Kunden mit Kindern am ehesten bereit, einen solchen Aufpreis zu zahlen.

Kunden wollen anders zahlen

Es gibt aktuell große Herausforderungen für den Online-Handel: Eine sehr große Mehrheit der deutschen Online-Unternehmen (85 %) ist besorgt wegen Betrug und betrügerischen Transaktionen. In Italien geben dies sogar 93 % an. Und auch Kaufabbrüche – traditionell ein großes Problem im Online-Handel – haben in diesem Jahr noch mehr zugenommen: Mehr als die Hälfte (53 %) der deutschen Online-Unternehmer bestätigen dies.

Deshalb sollte der Online-Bezahlvorgang für Kunden so reibungslos und sicher wie möglich funktionieren. Betrug kann durch ein umfangreicheres Angebot an verschiedenen Bezahlarten effizient bekämpft werden – 53 % der deutschen Online-Unternehmer sind dieser Meinung. Zusätzlich kommt ein individuelleres Bezahlen den sich verändernden Kundenwünschen entgegen.

Mehr als die Hälfte (57 %) der deutschen Online-Unternehmer bemerkt eine deutliche Zunahme bei der Bezahlung mit eCash oder Online-Barzahlung, etwa mit Lösungen wie Paysafecash, paysafecard oder viacash. Dementsprechend bieten 61 % der deutschen Online-Händler diese Lösungen auch bereits an oder planen dies in nächster Zeit. Da eCash- und

Prepaid nicht die Eingabe von sensiblen Konto- oder Karteninformationen erfordern, gelten diese Lösungen als sehr sicher. Auch bei anderen Bezahloptionen stocken deutsche Online-Unternehmen ordentlich auf: 81 % der Befragten in Deutschland bieten ihren Kunden Digital Wallets, wie zum Beispiel Skrill, an, oder planen dies. Bei Mobile Wallets sind es 73 %. Besonders überraschend ist, dass auch Bitcoin & Co. als reguläres Zahlungsmittel immer mehr Verbreitung finden. Mehr als die Hälfte (52 %) der deutschen Händler bietet Zahlung per Kryptowährung an oder plant dies.

Udo Müller, CEO der eCash-Division von Paysafe, zu der paysafecard, Paysafecash und viacash gehören, sagt: „Während Covid-19 kaufen mehr Leute online ein. Gleichzeitig ist die Sorge vor Betrug sehr groß. Und immer mehr Kunden wollen mit alternativen und sicheren Bezahlmethoden wie eCash bezahlen, wie unsere aktuelle Studie zeigt. Neben der Integration neuer Bezahloptionen haben zuverlässige und sichere Checkout-Prozesse deshalb aktuell oberste Priorität für deutsche Händler. Dementsprechend erwarten sie auch besonders Verlässlichkeit, hohe Sicherheit und Schutz vor Betrug von ihrem Payment-Partner.“



E-COMMERCE-TRENDS 2021

So shoppen die Deutschen im Netz

Seit sechs Jahrzehnten ist die expert-Kooperation der zuverlässigste Partner in der Branche und wird es auch zukünftig sein. Wir sind stolz auf unsere langjährige Unternehmensgeschichte, deren Erfahrungen und Werte zusammen mit unserem partnerschaftlichen Miteinander zu unseren Gesellschaftern, Lieferanten und Dienstleis-

des Jahres viele attraktive Jubiläums-Angebote zu bieten und sie so an unserer Feier teilhaben zu lassen – wie es sich in einer harmonischen Nachbarschaft gehört.“

Gleichzeitig stehen in 2021 viele spannende und zukunftsorientierte Projekte an: Beispielsweise ist die Inbetriebnahme des expert Fulfillment Centers für die erste Jahreshälfte



expert Vorstand – vor der Firmenzentrale v. l. Frank Harder, Vorstand Vertrieb, Marketing und E-Commerce, Dr. Stefan Müller Vorstandsvorsitzender und Gerd-Christian Hesse, Vorstand Finanzen, Personal und Versicherungen.

tern das Fundament unseres Erfolges sind“, sagt **Dr. Stefan Müller**, Vorstandsvorsitzender der expert SE. „expert bewegt sich schon immer in einem sehr dynamischen und wettbewerbsintensiven Marktumfeld, das wir in den letzten 60 Jahren maßgeblich mitgestaltet haben. Mit einer in unserer Verbundgruppe verankerten Innovationskraft wird das auch in Zukunft so bleiben.“

Den Kunden „Mit den besten Empfehlungen“ kompetent zur Seite zu stehen, hat bei expert Tradition. Um das auch in Zukunft zu gewährleisten, wird die Zufriedenheit der Kunden im Jubiläumsjahr durch vielfältige Maßnahmen noch weiter in den Mittelpunkt gestellt und die gesamte Wertschöpfungskette noch gezielter dahingehend ausgerichtet. „60 Jahre beste Empfehlungen, beste Beratung, beste Angebote, beste Nachbarschaft und beste Partnerschaft – all das möchten wir im Jubiläumsjahr besonders feiern“, sagt **Frank Harder**, Vorstand für Vertrieb, Marketing und e-Commerce der expert SE. „Wir freuen uns darauf, unseren Kunden im Laufe

geplant, die Mitarbeiter, die im Jubiläumsjahr besonders im Fokus stehen, sollen verstärkt gefördert und das expert-Fachmarktnetzwerk weiter ausgebaut werden. „Unsere Mitarbeiter in den Fachmärkten und -geschäften im gesamten Bundesgebiet sowie in der Unternehmenszentrale sind elementare Stützpfiler für den zukünftigen Erfolg der expert-Gruppe“, erklärt **Gerd-Christian Hesse**, Vorstand für Finanzen, Personal und Versicherung der expert SE. „Zielgerichtete Weiterbildungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten sowie spannende Projekte, die einmal mehr die Attraktivität von expert als Arbeitgeber veranschaulichen, werden unser Jubiläumsjahr begleiten.“

Im Jahr 1962 haben sich zehn Familienbetriebe zur Handelsgesellschaft Bild + Ton zusammengeschlossen – in einer Garage bei Hannover. Bereits vier Jahre später hat sich die Zahl der Händler innerhalb der Gruppe verfünffacht, weshalb am Pferdemarkt in Langenhagen eine Zentrale mit erstem Lager entstand. Im Zuge des steten Wachstums der mittlerweile in expert umfirmierten Gruppe entsteht Mitte der 70er Jahre die Zentrale in der Bayemstraße 4.

Die Nr. 1 in den Charts der Kompaktanlagen.

Das Premium-Micro-HiFi-System
CMS 5000 BT DAB+ WEB

Grenzenloses DAB+ Radio in knisterfreier Qualität genießen. Per Bluetooth streamen. Ein paar Lieblingsalben via Spotify durchhören. Geht alles: mit dem CMS 5000 BT DAB+ WEB. Unser Premium-Micro-HiFi-System versteht sich meisterhaft auf digitale Wunscherfüllung. In hervorragender Soundqualität dank des 3-Wege-Lautsprechersystems. Mit wuchtigen 2 x 50 Watt Ausgangsleistung. Und mit einem Aluminium-Gehäuse mit Dark-Inox-Frontpanel, das auch den Augen Lust auf Musik macht.

GRUNDIG

Alles beginnt zuhause



NETZAUSBAU GLASFASER 1,2 Millionen neue Anschlüsse

Die Bilanz für den Netzausbau 2021 steht voll im Zeichen von 5G und Glasfaser. Die Telekom hat in den vergangenen zwölf Monaten 1,2 Millionen neue FTTH-Anschlüsse (Fiber to the home) ermöglicht. Das sind doppelt so viele Haushalte wie einen Jahr zuvor. 2022 will das Unternehmen die Schlagzahl weiter erhöhen und plant mit zwei Millionen neuen FTTH-Anschlüssen. Das Rekordtempo beim Ausbau zeigt sich auch im Mobilfunk: Mit 5G funken mittlerweile über 63.000 Antennen. 90 Prozent der Menschen in Deutschland können die neueste Mobilfunk-Generation jetzt nutzen.

Allein letzten Jahr verlegte die Telekom bundesweit mehr als 70.000 Kilometer Glasfaser. Insgesamt umfasst das Glasfasernetz der Telekom damit mehr als 650.000 Kilometer. Mit dem Ausbau in 2021 können nun insgesamt mehr als drei Millionen Haushalte einen Glasfaseranschluss buchen. Bis 2024 will die Telekom insgesamt zehn Millionen Haushalte mit Glasfaser anbinden. Ein Anschluss mit bis zu 100 MBit/s ist aktuell für 34,4 Millionen Haushalte verfügbar.

Ein Schwerpunkt beim Ausbau liegt auf dem ländlichen Raum. Ziel der Telekom ist es, bis 2030 in Kommunen mit weniger als 20.000 Einwohnern acht Millionen Glasfaser-Anschlüsse zu bauen. Um den Ausbau auf dem Land noch stärker zu pushen, hat die Telekom das Joint Venture GlasfaserPlus mit dem australischen

Investor IFM gegründet. Damit soll weiteren vier Millionen Haushalten auf dem Land ein Glasfaser-Anschluss ermöglicht werden.

Ausbau im Mobilfunk 5G ist im Netz der Telekom quasi Normalität. 74 Millionen Menschen in Deutschland können es nutzen. Auf dem ultraschnellen 3,6 Gigahertz-Band ist 5G jetzt in mehr als 140 Städten verfügbar. Über 3.500 Antennen an fast 1.200 Standorten bringen Highspeed-5G zu immer mehr Menschen. Die Telekom hat außerdem alle Antennen im 3,6 Gigahertz-Band technisch für 5G Standalone aufgerüstet. Sie sind parallel sowohl an das bereits bestehende Kernnetz sowie an das neue 5G Standalone Kernnetz angebunden. Diese Technologie bildet die nächste Stufe von 5G. Sie ermöglicht eine minimale Reaktionszeit von unter 10 Millisekunden und Innovationen wie Network Slicing.

Auch LTE wird weiter ausgebaut. So deckt 4G jetzt 99% aller Haushalte ab. Mit 3G ist Ende Juni 2021 eine alte Technologie in den Ruhestand gegangen. Die frei gewordenen Frequenzen setzt die Telekom nun für die wesentlich leistungsfähigeren Technologien 4G und 5G ein. So haben Nutzer mehr Kapazität und mehr Geschwindigkeit beim mobilen Surfen. Die eigentliche 3G-Abschaltung von 22.000 Antennen hat gerade einmal 29 Minuten gedauert und verlief dank der guten Vorbereitungen für die Kunden völlig geräuschlos.

HANNOVER MESSE verschoben

Die HANNOVER MESSE wird 2022 vom 30. Mai bis zum 2. Juni stattfinden und nicht wie bisher geplant im April. Die Terminverschiebung auf Anfang Juni 2022 erfolgte in enger Abstimmung mit dem Ausstellerbeirat der HANNOVER MESSE sowie den Partnerverbänden VDMA (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau) und ZVEI (Verband Elektro- und Digitalindustrie). „Aufgrund der anhaltend hohen Inzidenzen in Deutschland und vielen angrenzenden Nachbarstaaten haben wir gemeinsam mit unseren Ausstellern entschieden, die HANNOVER MESSE in diesem Jahr in den Frühsommer zu verschieben. Wir haben im vergangenen Jahr feststellen können, dass sich während der Pandemie die Sommermonate am besten für Großveranstaltungen eignen. Da wir zum heutigen Zeitpunkt nicht davon ausgehen können, dass sich die Coronalage bis April ausreichend entspannt hat, bieten wir unseren Kunden mit der frühzeitigen Terminverschiebung die größtmögliche Planungssicherheit“, sagt Dr. Jochen Köckler, Vorsitzender des Vorstandes der Deutschen Messe AG.

LG OLED EX DISPLAYS Die nächste OLED-Generation



Das OLED EX-Display der nächsten Generation implementiert die auf der Deuterium-Technologie und einem personalisierten Algorithmus basierende „EX-Technologie“ von LG Display, die dazu beiträgt, die Gesamtbildqualität des innovativen Displays zu verbessern, indem sie die Helligkeit im Vergleich zu herkömmlichen OLED-Displays um bis zu 30 Prozent erhöht.

Der Name OLED EX ist ein Akronym aus „Evolution“ und „eXperience“ und steht für das Ziel des Unternehmens, den Kunden durch die sich ständig weiterentwickelnde OLED-Technologie ein noch intensiveres TV-Erlebnis zu bieten.

Deuteriumverbindungen werden zur Herstellung hoch-effizienter organischer Leuchtdioden verwendet, die ein stärkeres Licht aussenden. LG Display ist es gelungen, die in organischen lichtemittierenden Elementen vorkommenden Wasserstoffelemente in stabiles Deuterium umzuwandeln und die Verbindungen zum ersten Mal auf OLED EX anzuwenden.

Dank des von LG Display entwickelten „personalisierten Algorithmus“, der auf der Technologie des maschinellen Lernens basiert, hat jedes OLED EX-Display noch mehr Kontrolle über die eigenen Einstellungen. Der Algorithmus prognostiziert den Verbrauch von bis zu 33 Millionen organischen Leuchtdioden auf 8K-OLED-Displays, nachdem er individuelle Sehgewohnheiten erlernt hat, und steuert die Energiezufuhr des Dis-

plays präzise, um die Details und Farben des abgespielten Videoinhalts genauer wiederzugeben.

Mit der neuen OLED EX-Technologie hat LG Display auch sein Design modernisiert. Durch den Einsatz der innovativen EX-Technologie konnte die Rahmenstärke bei 165-cm-OLED-Displays von ursprünglich 6 mm auf 4 mm reduziert werden. Durch die Verringerung der Lünnettendicke um 30 Prozent im Vergleich zu bestehenden OLED-Displays schafft das OLED EX-Display ein noch intensiveres Seherlebnis und bietet gleichzeitig ein schlankeres und hochwertigeres Design.

LG Display plant, seine Führungsposition und Produktwettbewerbsfähigkeit im Bereich der großformatigen OLED zu stärken, indem das Unternehmen ab dem zweiten Quartal 2022 die OLED EX-Technologie in alle OLED-TV-Displays integriert, die in seinen OLED-Produktionsstätten in Paju, Südkorea, und in Guangzhou, China, hergestellt werden.

„Obwohl der weltweite TV-Markt in diesem Jahr einen Rückgang von 12 Prozent verzeichnete, konnten wir bei den OLED-Verkäufen ein Wachstum von 70 Prozent beobachten“, so **Dr. Oh Chang-ho**, Executive Vice President und Leiter der TV Business Unit bei LG Display. „Mit unserer neuen OLED EX-Technologie wollen wir durch die Weiterentwicklung unserer OLED-Technologie, -Algorithmen und -Designs noch innovativere und hochwertigere Kundenerlebnisse bieten.“

Panasonic

HOLLYWOOD ZUHAUSE ERLEBEN



FERNSEHEN WIE IM KINO

Der OLED TV HZW2004* bietet ein Heimkino-Erlebnis wie nie zuvor. Bildschärfe, Helligkeit, Schwarzwerte und Farben revolutionieren die Sehgewohnheiten. Nach oben abstrahlende Lautsprecher tuned by Technics liefern sogar raumfüllenden Dolby Atmos® Sound. Der Ultra HD Blu-ray™ Player UB9004 ist der optimale Zuspeler für Ihr Hollywood-Heimkino.

*Energieeffizienzklasse: 65" und 55": A (Skala A+++ bis D).

 OLED

 DOLBY
VISION IQ



Tuned by **Technics**

A Better Life, A Better World

panasonic.de/hollywood



SAMSUNG LIFESTYLE-PROJEKTOR Das mobile Kino mit „The Freestyle“

„The Freestyle ist ein neuer, sehr vielseitiger und flexibler Projektor, der sich an die sich ändernden Lebensgewohnheiten seiner Nutzer anpassen kann“, sagt **Leif-Erik Lindner**, Vice President Samsung Consumer Electronics. The Freestyle verfügt mit Auto Keystone und Auto Levelling über Funktionen, mit denen das Bild automatisch an Oberfläche und Projektionsumgebung angepasst wird, so dass ein proportionales Bild zu sehen ist. Darüber hinaus ermöglicht die Autofokus-Funktion eine tolle Wiedergabe auf unterschiedlichen Oberflächen und in fast jeder Situation bis zu einer

Größe von 100 Zoll. The Freestyle überzeugt auch mit seinem Sound. Er ist mit einem doppelten Passivradiator ausgestattet, der einen sauberen und tiefen Bass ohne Verzerrungen erzeugen kann. Seine 360-Grad-Klangabstrahlung bietet ein Klangerlebnis in Heimkino-Qualität. The Freestyle bietet die bekannten Smart TV-Features, die auch auf Samsung Smart TVs verfügbar sind. Dazu gehören integrierte Streaming-Dienste sowie Mirroring- und Casting-Funktionen, die sowohl mit Android- als auch iOS-Mobilgeräten kompatibel sind. Er verfügt außerdem über Farfield (Fernfeld)-Sprachsteuerung, mit der Nutzer ihren bevorzugten Sprachassistenten auswählen können, wenn sie das Gerät freihändig benutzen. Der Freestyle lässt sich per Smartphone-App kalibrieren und per Bluetooth mit mehreren Geräten koppeln.



SHURE Over Ear Studio-Qualität

Der AONIC 40 besitzt neben Active Noise Cancelling (ANC) auch eine lange Akkulaufzeit, hohen Komfort, einen individuellen Equalizer und ist für den Transport einfach zusammenfaltbar. Der AONIC 40 wurde aus hochwertigen Materialien gefertigt, die sicherstellen, dass

der Kopfhörer trotz häufigem Transport lange hält. Dank des erschwinglichen Preises und der hohen Klangqualität ist der neue Kopfhörer das All-in-One-Gerät für mobilen Musikgenuss. Der AONIC40 verfügt über weitere zahlreiche Features und Einstellungsmöglichkeiten. Die AONIC 40 von Shure sind ab sofort in Weiß und Schwarz für 249 € bei ausgewählten Händlern erhältlich. Im Lieferumfang enthalten sind außerdem ein Transportcase mit Reißverschluss, ein 3,5-mm-Audiokabel, ein USB-C-Kabel und eine zweijährige Garantie.

SONY 360 Spatial Sound

Sony kündigt ein Firmware-Update an, das seine Premium-Soundbar HT-A7000 mit den viel beachteten 360 Spatial Sound Mapping-Funktionen ausstattet, die erstmals 2021 beim Heimkinosystem HT-A9 vorgestellt wurden.

Nutzer können diese innovative Technologie anwenden, wenn sie ihre Soundbar mit den neuen kabellosen Rear-Lautsprechern SA-RS5 von Sony verbinden, die im Sommer 2022 auf den Markt kommen, oder mit den bereits erhältlichen kabellosen Rear-Lautsprechern SA-RS3S. Sobald die Klangfeldoptimierung aktiviert wird, misst die Soundbar über integrierte Mikrofone die relative Höhe und Position der Soundbar und der rückwärtigen Lautsprecher. Anhand dieser Positionsdaten synthetisiert die 360 Spatial Sound Mapping-Technologie die Schallwellen und erzeugt mehrere Phantomlautsprecher. Wird das System mit einem BRAVIA TV kombiniert macht die Soundbar den TV zum Center-Lautsprecher. Dadurch folgt der Ton präzise der Handlung, sodass die Zuschauer die Dialoge noch besser hören.



Der Auto AI-Modus der Panasonic LZW2004-Serie erkennt automatisch, welche Art von Inhalten angeschaut wird und optimiert Bild- und Tonqualität entsprechend. Wird beispielsweise ein hochwertig produzierter Hollywood-Film abgespielt, optimiert der LZW2004 den idealen Kino-Modus. Läuft eine Liveübertragung der Fußball-Weltmeisterschaft in Katar, erkennt der LZW2004 dieses Genre und verwandelt das Wohnzimmer zum virtuellen Stadion. Diese Funktion stellt sicher, dass der Fernseher je nach Programminhalt jederzeit die beste Performance liefert, ohne dass die Einstellungen manuell angepasst werden müssen. Wer selber die Kontrolle über alle Bild- und Toneinstellungen behalten möchte, kann diese Funktion natürlich abschalten und alle Settings wie gewohnt manuell vornehmen.

Dolby Atmos Sound

Der LZW2004 bietet zusätzlich zum 360°-Soundscape-All-in-One-TV-Audiopaket direktionalen Sound mit einem beeindruckenden Dolby Atmos-Audioerlebnis. Durch mehrere nach oben, seitlich und nach vorne abstrahlende Lautsprecher wird eine überzeugende räumliche Klangbühne bei Dolby Atmos-Inhalten reproduziert. Panasonic war der erste TV-Hersteller, der im Fernseher eingebaute Upfiring- und Side-firing-Lautsprecher eingesetzt hat. In diesem Jahr hat Panasonic die nach vorne abstrahlenden Lautsprecher komplett überarbeitet und durch mehrere in Reihe angeordnete Array-Lautsprecher ersetzt. Diese erstrecken sich unsichtbar über die gesamte Breite des Fernsehgeräts hinter dem Frontgitter. Mit dieser Lautsprecheranordnung bietet der LZW2004 eine Reihe von Vorteilen, darunter eine breitere Klangbühne und auch einen präziseren, klareren Klang – außerdem ermöglicht sie auch einen zum Zuhörer ausgerichteten Sound. Mit einer sehr intuitiven und einfach zu bedienenden Benutzeroberfläche ermöglicht es der LZW2004, mit drei unterschiedlichen Modi die relative Lautstärke des Fernsehtons in verschiedenen Bereichen des Wohnraums einzustellen. Mit dem „Pinpoint“-Modus ist es möglich, den Ton auf einen bestimmten Punkt zu lenken, während der „Area“-Modus den Ton zu einer Gruppe von Personen in einem bestimmten Bereich des Raums verschieben kann. Der „Spot“-Modus erhöht die Lautstärke nur für eine eng begrenzte Stelle im Raum.

Mit der ausgerichteten Tonwiedergabe können zum Beispiel Eltern mit kleinen Kindern, die auf einer Seite des Zimmers hinter einer Wand schlafen, den Schall davon wegleiten, damit die Kinder ruhig schlafen können, während die Eltern den-

Panasonic LZW2004 MIT AUTO AI-MODUS Künstliche Intelligenz erkennt Bildinhalte



Panasonic LZW2004 – das neue Flaggschiff kommt mit 55, 65 und 77 Zoll und ist nicht nur das perfekte TV-Gerät, sondern auch der ideale Monitor für Gamer mit au-

tomatischer NVIDIA-GPU-Erkennung. Streamingdienste haben auf der Fernbedienung ihre eigenen Tasten für den schnellen Abruf der Film- und Serien-Angebote.



noch einen guten Klang genießen können. Eine weitere praktische Anwendung besteht darin, für einen schwerhörigen Zuschauer in einer Gruppe die Lautstärke speziell zu erhöhen.

Ein Monitor auch für Gamer

Der LZW2004 bietet für die wachsende Zahl von Gamern einen Monitor, der eine Reihe nützlicher Funktionen und Verbesserungen mitbringt. Das brandneue Feature „Game Control Board“ sammelt alle relevanten Spieleinstellungen und Informationen an einem Ort und präsentiert sie als Overlay über dem Spiel – so dass Gamer das Spiel nie verlassen müssen, um darauf zuzugreifen. Darüber hinaus lässt es sich dem frei programmierbaren Fernbedienungs-Knopf „my App“ zuweisen, so dass es mit nur einem Klick aufgerufen werden kann. Das Game Control Board-Overlay bietet Zugriff auf Hauptfunktionen und Informationen in Echtzeit:

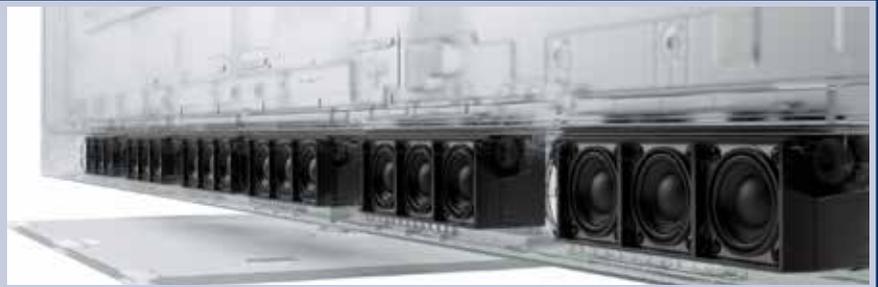
- Informationen:** Diese Option zeigt alle Informationen aus dem Quellspiel an, wie Bildrate, HDR-Metadaten und Chroma-Subsampling-Daten.
- Dark Visibility Enhancer:** Er ermöglicht

es dem Spieler, fast völlig schwarze Teile dunkler Szenen in der Helligkeit anzudeuten. **Dark Visibility Enhancer:** ermöglicht es dem Spieler, fast völlig schwarze Teile dunkler Szenen in der Helligkeit anzupassen, wodurch es einfacher wird, die Route nach vorne zu sehen oder Feinde zu erkennen, die sich in den Schatten verstecken. **HDR Tonemap:** zeigt die aktuellen HDR Tone-Mapping-Einstellungen, einschließlich „Aus“ (Spielkonsole verwaltet das Tone-Mapping); „Ein“ (der Fernseher verwaltet das Tone-Mapping); oder Dynamisch (TV analysiert eingehende Frames in Echtzeit und erstellt dynamisches Tone-Mapping auf einer Szene-für-Szene-Basis, selbst wenn die Quelle statisches HDR ist).

Input Lag und VRR: Anzeigen und Anpassen der Input Lag- und VRR-Einstellungen.

Anzeigemodus: ermöglicht es dem Spieler, den Anzeigemodus in Echtzeit zu ändern und den Effekt live zu sehen, um das bevorzugte Erscheinungsbild auszuwählen.

Zu den weiteren neuen Funktionen gehört der „SPD Auto Game Mode“, eine automatische Erkennung von HDMI2.1



Zielgenauer Sound – Panasonic hat die nach vorne abstrahlenden Lautsprecher komplett überarbeitet und durch mehrere in Reihe angeordnete Array-Lautsprecher ersetzt. Diese erstrecken sich unsichtbar über die gesamte Breite des Fernsehgeräts hinter dem Frontgitter. Damit entsteht eine breitere Klangbühne und ein präziserer, klarerer Klang – außerdem ermöglicht sie auch einen zum Zuhörer ausgerichteten Sound. Über die einfach zu bedienende Benutzeroberfläche kann mit drei unterschiedlichen Modi die relative Lautstärke des Fernsehtons in verschiedenen Bereichen des Wohnraums eingestellt werden. Mit dem „Pinpoint“-Modus wird der Ton auf einen bestimmten Punkt gelenkt, während der „Area“-Modus den Ton zu einer Gruppe von Personen in einem bestimmten Bereich richtet. Der „Spot“-Modus erhöht die Lautstärke nur für eine eng begrenzte Stelle im Raum.

kompatiblen 4K HFR/VRR-unterstützten NVIDIA-Grafikkarten (z. B. RTX30-Serie). Damit ist der LZW2004 in der Lage, sowohl die Eingangsverzögerung als auch die VRR-Einstellungen automatisch für eine perfekte Spieleleistung zu optimieren. Panasonic hat zudem auch den Input-Lag für 60-Hz-Spiele weiter reduziert, die von den meisten Spielekonsolen durch den neuen „60-Hz-Refresh-Modus“ unterstützt werden. Ab Werk unterstützt der LZW2004 wichtige HDMI2.1-Funktionen wie High Frame Rate (HFR) und auch Variable Refresh Rate (VRR) bei 120 Hz in voller 4K-Auflösung. Damit ist der LZW2004 die ideale Ergänzung zu den neuesten Spielekonsolen. Dank VRR-Unterstützung kann der LZW2004 viele der konsolenseitigen Probleme wie Ruckeln und Tearing lösen, wenn die gerenderte Auflösung und der LOD (Level of Detail) zu hoch sind oder zu viele Effekte oder Objekte gleichzeitig gerendert werden. Bei eingeschaltetem VRR synchronisieren der Fernseher und die Konsole die Bildfrequenz, um ein flüssigeres Erlebnis zu bieten.

My Home Screen 7.0

Der LZW2004 verfügt über die neueste Version von Panasonics hoch gelobtem Smart-TV-Betriebssystem My Home Screen 7.0 (Bild auf der Seite 1), welches alle wichtigen Video-Streaming-Dienste unterstützt und einige Verbesserungen in Bezug auf die Zugänglichkeit und auch die „myScenery“-Funktion enthält. Panasonic hat mit dem Deutschen Blinden- und Sehbehindertenbund zusammengearbeitet, um die Barrierefreiheit für sehbehinderte Menschen zu verbessern. Über ein Schnellmenü kann auf alle zugehörigen Einstellungen für die Barrierefreiheit zugegriffen werden, das dann automatisch

eine Menüführung per Sprachausgabe ermöglicht.

Das neue Eingabehilfe-Menü bietet eine Vielzahl weiterer, nützlicher Funktionen wie Sprachsteuerung, Audiobeschreibungen, Audiodialogverbesserung oder Untertitel für Hörgeschädigte, die einfach konfiguriert werden können. Neben diesen wichtigen Verbesserungen der Barrierefreiheit hilft der LZW2004 auch beim Entspannen. Die „myScenery“-Funktion, mit der eine Auswahl an erholsamen Bildern und Videos ausgewählt werden kann, bietet eine Vielzahl an Standbildern und auch eine Reihe entspannender Naturgeräusche der Joy Foundation, Inc. Diese wurden auf der ganzen Welt gesammelt, unter anderem auf Hawaii, Madagaskar und auch in Nepal. Ebenfalls wurden die wichtigsten Sprachassistenten im LZW2004 integriert, sodass Benutzer verschiedene TV-Funktionen nur mit der Stimme bedienen können.

Empfang auf allen Kanälen

Den komfortablen Penta-Tuner mit Twin-Funktion gibt es so nur bei Panasonic. Er ist für alle heute denkbaren TV-Empfangswege perfekt gerüstet. Eine externe Set-Top-Box, auch bei einer Änderung des Empfangsweges, beispielsweise durch einen Umzug, ist nicht notwendig.

Für den Empfang von Kabel, Satellit und Antenne bietet das Twin-Konzept erstklassigen Komfort. So kann ein Programm live geschaut werden, während ein zweites auf eine verbundene externe USB-Festplatte aufgezeichnet wird. Zwei CI-Slots erlauben die Entschlüsselung von Pay TV-Programmen. Während der Installation erkennt der TV automatisch, welche Signalquelle angeschlossen ist und wählt nur diejenige, für die ein Sender-schluß Sinn macht.



Der Auto AI-Modus des HCX Pro AI-Prozessors erkennt das Genre eines Programms und passt die Bild- und Tonwiedergabe automatisch an. Großes Kino oder das virtuelle Stadion bei einer Sportübertragung. Der HCX Pro AI Chip arbeitet dabei sehr clever und nuanciert und spart Farben aus, die das menschliche Auge sehr gut kennt. So werden zum Beispiel Hauttöne nicht verändert, um ein natürliches Bild zu gewährleisten.

Internet und Heimnetzwerk

Mit dem seit einigen Jahren bei Panasonic eingesetzten TV>IP Server & Client sowie dem neuen IPTV stehen zwei weitere TV-Empfangswege zur Verfügung. Das TV-Programm wird über das Heimnetzwerk oder Internet empfangen, so dass der Zuschauer den Aufstellort des Gerätes unabhängig von einem Antennenanschluss wählen kann. Lediglich eine Steckdose und ein Netzwerkzugang per LAN oder kabellos per WLAN sind notwendig. Als TV>IP Client empfängt der LZW2004 alle TV-Programme aus dem Heimnetzwerk, in das sie mit einem Server oder einem Panasonic TV-Gerät mit TV>IP Server eingespeist werden. Gegenüber DLNA-Streaming bleibt der gesamte TV-Komfort inklusive EPG, Videotext, USB-Recording und Pay TV-Entschlüsselung erhalten. Eine weitere Möglichkeit des TV-Empfangs beim LZW2004 ist IPTV, das die Fernsehprogramme direkt aus dem Internet streamt. Der HbbTV Operator App Standard stellt einen Teil der TV-Benutzeroberfläche bereit und kombiniert so das normale Fernsehprogramm mit Online-Inhalten. So bieten die Panasonic TVs absolute Flexibilität beim TV-Genuss mit der HD+ Komfort-Funktion (Neustart, Mediatheken, UHD-Switch). Schon bei der Installation des Fernsehers wird eine HbbTV Operator App des IPTV-Anbieters wie beispielsweise Zattoo oder HD+ IP aktiviert, die zukünftig bei jedem Einschalten automatisch startet, sich perfekt in die Panasonic Bedienphilosophie einfügt und alle TV-Programme mit ihren Zusatzfunktionen bereitstellt.

Interview mit Michael List zur Markteinführung des LZW2004 und den Marketingaktivitäten von Panasonic 2022 auf der nächsten Seite.

PANASONIC ERWARTET EIN ERFOLGREICHES TV-JAHR Herr List, ist der LZW2004 wirklich so gut?

Wir sprachen mit **Michael List**, Sales Director CE Panasonic Deutschland, nach der CES über den neuen OLED-TV LZW2004, das Panasonic-Engagement im Gamerbereich und Gerüchte über einen angeblichen Verkauf der Panasonic-TV-Sparte.

Highlight des neuen Top-Modells LZW2004 ist ein Master OLED Pro Panel. Was ist darunter zu verstehen, und was zeichnet den neuen Panasonic Fernseher noch aus?

Unser auf der CES vorgestellter Flaggschiff-OLED-Fernseher LZW2004 setzt mit dem neuen Master OLED Pro Panel in Bezug auf Helligkeit und Farbtreue Maßstäbe im Markt. Insbesondere die Spitzenhelligkeit sowie die durchschnittliche Helligkeit konnten nochmals verbessert werden, was zu überragender Dynamik und einer exakteren Darstellung von feinsten Details führt. Fortschrittliche Sensoren erkennen gleichzeitig die Farbtemperatur des Umgebungslichts, um das Bild feinfühlig anzupassen. So lässt sich sowohl tagsüber als auch beim nächtlichen Film schauen eine natürlichere Bildarstellung erreichen.

Der Auto AI-Modus erfasst zudem, welche Art von Inhalten angeschaut wird und optimiert die Bild- und Tonqualität entsprechend. Wird beispielsweise ein hochwertig produzierter Hollywood-Film abgespielt, versetzt der LZW2004 seine Benutzer praktisch in ein Kino. Läuft die Liveübertragung eines Fußballspiels, wird die Künstliche Intelligenz das erkennen und das Wohnzimmer zum virtuellen Stadion machen.

Der LZW2004 kann aber noch viel mehr: Durch mehrere nach oben, seitlich und nach vorne abstrahlende Lautsprecher wird zum Beispiel eine besonders räumliche Klangbühne bei Dolby Atmos-Inhalten reproduziert. Über drei Modi lässt sich zudem die relative Lautstärke des Fernsehtons gezielt für verschiedene Bereiche des Wohnraums anpassen – ein sehr praktisches Feature für die heute sehr angesagten offenen Wohnbereiche, in denen sich vielleicht gleichzeitig die Eltern am Esstisch unterhalten wollen, während die Kids auf der Couch ihre Lieblingsserie schauen.

Das neue Informations- und Einstellungs-Overlay namens Game Control Board, eine automatische NVIDIA-GPU-Erkennung, die verbesserte 60-Hz-Latenz und die HDMI2.1-Unterstützung machen den LZW2004 zu guter Letzt auch noch zu einem echten Gaming-Kraftpaket.



Michael List: „Natürlich führen wir unser erfolgreiches TV-Geschäft fort, lediglich die Montage wird ausgelagert. Die aber erfolgt nach den strengen Panasonic Qualitätskriterien und mit entsprechender Kontrolle.“

„Die aktuell anstehenden Olympischen Winterspiele und im Herbst dann die Fußball-Weltmeisterschaft in Katar werden zu einer hohen Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Fernsehgeräten beitragen.“

Mit Funktionen wie Anpassung an das Umgebungslicht oder vollautomatische AI-Genreerkennung werden subjektive Empfindungen der Kunden angesprochen. Wie kann ein Händler dies überzeugend vermitteln?

Erklärungsbedürftige Technologien sind für ein innovatives Unternehmen wie Panasonic nichts neues. Unser Trainer-Team hat für die genannten Features bereits wirkungsvolle Argumentationen, Tipps und Kniffe ausgearbeitet und parat. Diese werden wir im Rahmen unserer traditionell sehr starken Händlerunterstützung an unsere Partner weitergeben. Das kann auf einer der kommenden Kooperationsmessen stattfinden, über unsere Online-Tutorials oder im Rahmen klassischer Schulungen. Wenn der Kunde einmal den praktischen Mehrwert dieser neuen Features verstanden hat und wie sie die persönliche Lebenswelt bereichern, wird er nicht mehr darauf verzichten wollen.

Panasonic will mit der LZW2004-Serie auch speziell Gamer ansprechen. Diese Zielgruppe ist offensichtlich ein Wachstumsmarkt. Welche Erwartungen hat Panasonic in diesem Segment?

Panasonic engagiert sich nicht erst seit heute in der Gaming Community. Neben TaKeTV statten wir seit geraumer Zeit zum Beispiel auch den erfolgreichen Web-TV-Sender Rocket Beans TV mit unseren Fernsehern aus, um sie im Gaming-Bereich in Szene zu setzen und so für eine entsprechende Nachfrage im Fachhandel zu sorgen. Zudem sind wir seit zwei Jahren Partner der erfolgreichen eFootballer des FC St. Pauli, um die Marke Panasonic im Gaming-Markt weiter zu etablieren. Hintergrund sind tatsächlich die zunehmende Nachfrage und die besondere Eignung unserer technisch sehr hochwertigen Geräte.

Die Zahl der Computer- und Videospieler in Deutschland wächst beständig. Ihr Anteil unter den 6- bis 69-Jährigen lag laut Angaben des Verbands der deutschen Games-Branche game e.V. im Jahr 2020 bereits bei 58 Prozent. Mittlerweile sind in Deutschland rund 17 Millionen Spielekonsolen im Einsatz, für deren Nutzung es eben den passenden Fernseher braucht, der auch noch bestimmte Kriterien erfüllen muss – zum Beispiel extrem schnelle Reaktionszeiten wie sie die aktuellen Panasonic TV-Modelle bieten.

Die Zahl der TV-Anbieter im A-Klassenbereich ist überschaubar, werden

chinesische Hersteller und die zwei koreanischen TV-Giganten zu einer Gefahr, auch für Panasonic?

Wenn man auf die Wachstumssegmente im TV-Markt schaut, sind wir in Deutschland – und das ist, wofür ich sprechen kann – bestens positioniert. Hier müssen wir uns vor niemandem verstecken. Das können sicher auch unsere Handelspartner bestätigen, die ja das direkte Feedback von den Konsumenten mitbekommen. Die Marke Panasonic hat einen Wert, der durch die neuen Marktbegleiter vielleicht sogar eher noch zunimmt. Mit unserem Forschungs- und Entwicklungsstandort im hessischen Langen stellen wir zudem sicher, dass sich unsere Produkte stark am europäischen Markt und den Konsumenten hierzulande orientieren.

Dann ist auch nichts an den Gerüchten dran, dass Panasonic seine TV-Produktion an den chinesischen Hersteller TCL verkauft habe?

Wir können hier nur mit Fakten antworten. Richtig ist: Panasonic wird die Produktion von Fernsehern in der Fabrik Pilsen in der Tschechischen Republik zum Geschäftsjahre im März 2022 beenden. Diese Fabrik wird weiterhin andere unserer Unterhaltungselektronikprodukte – zum Beispiel Blu-ray Player und Recorder – sowie Luft-Wasser-Wärmepumpen aus unserem massiv wachsenden grünen Energieprodukte-Sortiment herstellen.

Unser erfolgreiches TV-Geschäft führen wir natürlich fort und lagern lediglich die Montage unserer TV-Geräte aus. Das Ganze erfolgt nach den strengen Panasonic Qualitätskriterien und mit entsprechenden Kontrollen. Unsere Forschung und Entwicklung in Japan sowie in Europa wird selbstverständlich weiterhin die führende Bildqualität, wie man sie von uns kennt, kontinuierlich weiterentwickeln und verbessern. Dieser Schritt wird zu einer weiteren Verbesserung unserer Profitabilität führen und so Raum für Innovationen schaffen und uns zusätzliche Wachstumschancen im TV-Geschäft eröffnen.

Da die Kunden in den Industriestaaten zunehmend OLED oder andere hochwertige Displaylösungen kaufen, stellt sich die Frage, ob Produktion und Vertrieb klassischer LCD-LED TVs noch ein gutes Geschäft ist?

Wie jedes erfolgreiche Unternehmen beobachten wir Kunden- und Marktbedürfnisse sehr genau und richten unsere Produktstrategien daran aus. OLED ist eine tolle Technologie und für Nutzer mit den höchsten Ansprüchen an die Bildqualität sicher die erste Wahl. Aber die meisten Händler kön-

nen wahrscheinlich bestätigen, dass es auch nach wie vor andere Käufersegmente gibt, und die wollen wir durch unser breites Line-up auch abdecken. Ein nach oben wie nach unten sehr weitreichendes Sortiment soll es für unsere Handelspartner möglich machen, immer das passende Panasonic Gerät für jeden ihrer Kunden anbieten und verkaufen zu können – also nicht zwischen den verschiedenen Herstellermarken springen zu müssen.

Zurück zum aktuellen Geschäft 2022: Mit welchen Werbe- und Promotionsaktionen werden Sie Ihre Händler bei der Einführung des LZW2004 unterstützen?

Die Markteinführung des LZW2004 ist für Sommer 2022 geplant. Wie bei allen wichtigen Produktneueinführungen setzen wir auf einen Mix aus ausgewählten Above- und Below-the-Line-Maßnahmen. Dazu zählt unter anderem klassische Werbung, aber auch Social Media Marketing und PR. So wollen wir Awareness für das neue Flaggschiff-Modell schaffen und dem Handel Kaufinteressenten zuführen. Zudem gibt es wie gewohnt Unterstützung am PoS und durch unser Trainer-Team, die Online-Tutorials bereitstellen oder – sofern wieder möglich – physische Schulungen abhalten werden. Bis zum Marktstart sollten wir also sowohl eine entsprechende Spannung bei den Konsumenten als auch das nötige Produkt-Know-how für eine erfolgreiche Beratung im Fachhandel aufgebaut haben.

Zum Abschluss und passend zum Jahresbeginn noch die Frage, auf was Sie sich aus CE-Sicht im Jahr 2022 besonders freuen?

Die Olympischen Winterspiele 2022 sind für uns als langjähriger offizieller, weltweiter Partner der Olympischen Spiele im Bereich Audio- und Video-Equipment natürlich ein echtes Highlight zu Jahresbeginn. Ich vermute, dass neben mir noch viele andere Menschen die Vorzüge unserer Panasonic OLED-TVs bei den diversen Liveübertragungen sehr schätzen. Zum Jahresende wartet dann mit der Fußball-Weltmeisterschaft in Katar ein weiteres Sport-Highlight auf uns, das dann der eine oder andere ja vielleicht schon auf einem neuen LZW2004 mitverfolgen wird. In jedem Fall werden beide Großveranstaltungen zu einer anhaltend hohen Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Fernsehern beitragen. Und das ist eine Prognose, die nicht nur uns, sondern auch unseren Handelspartnern gefallen dürfte.



Technics Netzwerk-CD-Receiver SA-C600

„Der SA-C600 ist die konsequente Ergänzung des Technics Portfolios und schließt die Lücke zwischen den kompakten All-in-One-Systemen wie dem SC-C70MK2 und echten Einzelkomponenten wie dem C700- und dem G700-System“, sagt **Frank Balzweit**, Produktmanager Technics Europa. „Die Nachfrage nach solchen Produkten ist riesig. Während viele ernsthafte Musikhörer eine Lösung wünschen, die sich klar oberhalb der typischen All-in-One-Systeme positioniert, bieten kompakte Receiver wie der SAC600 die Möglichkeit, jedes beliebige Lautsprechersystem anzuschließen.“

Die Highlights des Netzwerk-CD-Receivers

- Elegantes, kompaktes CD-Toploader-Design
- Raumfüllender Sound und riesiger Dynamikumfang dank 2 x 60 Watt an 4 Ohm
- Technics proprietärer volldigitaler Verstärker ba-

sierend auf der JENO Engine (Jitter Elimination and Noise Shaping-Optimization)

- Extrem rauscharmes Netzteil
- Space Tune Raumeinmessung getrennt für den rechten und linken Kanal mit zusätzlicher „Regal“-Option
- Hochwertiger Phono-MM-Eingang
- Optischer SPDIF-Eingang mit Auto-Power-On-Funktion bei Signalerkennung – ideal für den Anschluss eines Fernsehers
- Subwoofer-Ausgang
- Multiroom-Fähigkeiten dank Chromecast built-in und Zugriff auf Streaming-Dienste
- Spotify Connect, Tidal, Deezer, Amazon Music
- Internet-Radio/DAB+/FM
- AirPlay 2
- MQA-Decoding

Der SA-C600EG-S/K ist ab Februar lieferbar. UVP 999 Euro.



Technics Wireless Over-Ear NC-Kopfhörer

Wireless Noise Cancelling Kopfhörer sind ein Mode-Attribut der Generation Z, anspruchsvolle junge Menschen mit Sinn für Design und hohen Qualitätsanforderungen. Exakt die Zielgruppe für den auf der CES vorgestellten Technics EAH-A800. Er vereint exzellente Audioqualität mit einem überragenden Noise Cancelling, das Außengeräusche weitgehend eliminiert. Die Bluetooth-Technologie unterstützt alles derzeitigen Standards und hat eine Reichweite von bis zu 10 Metern.

Der EAH-A800-Kopfhörer ist mit zwei Interaktionsmodi ausgestattet. Der „Natural Ambient Mode“ ermöglicht es dem Benutzer, auch beim Musikhören oder Telefonieren auf sämtliche Umgebungsgeräusche zu achten. Mit dem „Attention Modus“

kann der Benutzer explizit den Sprachansagen auf Flughäfen oder in der Bahn folgen, oder zu Hause mit seiner Familie sprechen und dabei auch Musik hören. Der „Natural Ambient Mode“ erfasst neben Stimmen auch alle anderen Umgebungsgeräusche, was zu einem natürlicheren Klang führt – fast so, als würde man überhaupt keine Kopfhörer tragen. Er erfasst ein breites Klangspektrum von niedrigen bis zu hohen Frequenzen. Der „Attention Modus“ reduziert störende externe Geräusche und macht es einfacher, die Stimmen anderer Personen besser zu hören. Mit Hilfe der kostenlosen Technics Audio Connect App (für Android und iOS erhältlich) lassen sich viele Einstellungen und Funktionen individualisieren. Aktuell lieferbar, UVP 349 Euro.

SAMSUNG KOMMT MIT NEUER TV-GENERATION MICRO LED, Neo QLED und Lifestyle TVs

Mit Weiterentwicklungen im Vergleich zu den Vorgängermodellen bei der Bild- und Tonqualität, mehr Optionen für die Bildschirmgrößen, personalisierbarem Zubehör und einer verbesserten Benutzeroberfläche will Samsung seine Vision „Bildschirme überall, Bildschirme für alle“ mit der 2022er Generation fortsetzen.

Micro LED-Technologie

Das MICRO LED-Display bietet beachtliche Bildqualität dank seiner 25 Millionen mikrometergroßen LEDs, die für sich Licht und Farbe erzeugen und mit beeindruckender Tiefe, natürlichen Farben und Kontrast ein beeindruckendes Erlebnis schaffen. Auf der CES 2022 hat Samsung den MICRO LED in den Größen 110, 101 und 89 Zoll vorgestellt.

Samsung MICRO LED 2022 bietet eine 20-Bit-Graustufentiefe. Damit können die MICRO LED-Modelle Bilddetails sehr genau wiedergeben. Sie ermöglichen mit über 1 Million Helligkeits- und Farbstufen ein beeindruckendes HDR-Erlebnis. Außerdem werden 100 Prozent der DCI- und Adobe RGB-Farbskala wiedergegeben, was zu naturgetreuen Farben führt.

Samsung Neo QLED

Dank des Neo Quantum Prozessors und den Weiterentwicklungen in der Bild- und Tonqualität verspricht Samsung für den Neo QLED 2022 nahezu unverfälschte Bilder und beeindruckende Klangwelten. Der aktuelle Neo Quantum Prozessor bietet im Vergleich zu den Vorgängermodellen ein verbessertes Kontrast-Mapping mit der Hintergrundbeleuchtung (Back-Light-Unit) und erhöht die Helligkeitsstufe von 12 auf 14 Bit für eine bessere Steuerung der Lichtquellen – den Quantum Mini LEDs. Damit kann das Gerät die Helligkeit in 16.384 Stufen aussteuern – eine Vervielfachung der bisherigen 4.096 Stufen.

Die neue Shape Adaptive Light Technologie nutzt den Neo Quantum Prozessor zur Analyse von Linien, Formen und Oberflächen, um die Form des Lichts der Quantum Mini LEDs zu steuern und so die

Neo QLED Evolution – Samsung konnte Farbwiedergabe, Helligkeit und Kontrast mit dem neuen Neo Quantum Dot Prozessor nochmal verbessern. Die Lautsprecher seitlich und oben sorgen für raumfüllenden Dolby Atmos-Sound.



Die dritte Staffel „Das Boot“ wurde in 8K zusammen mit Sky, Bavaria und Samsung produziert. Käufer eines Samsung 8K TVs erhalten sie kostenlos als Stream.



bei dem sich der Ton zusammen mit dem Objekt auf dem Bildschirm durch den Raum bewegt, werden die 2022er Modelle mit OTS Pro ausgestattet sein. OTS Pro ist ein leistungsstarker, nach oben gerichteter Lautsprecher für den Surround-Sound. Der 2022er Neo QLED bietet dank der modernen Top-Channel-Lautsprecher zudem ein bemerkenswertes Dolby Atmos-

Helligkeit und Präzision aller Formen auf dem Bildschirm anzupassen. Im Ergebnis liefert der Bildschirm damit eine faszinierende Bildqualität, die HDR-Inhalte voll zur Geltung bringt. Der Samsung 2022 Neo QLED verfügt außerdem über einen Real Depth Enhancer, einen Multi-Intelligenz-Algorithmus für die Bildqualität. Er sorgt für ein realitätsnahes Bild, denn der Algorithmus erkennt ein Objekt auf dem Bildschirm vor seinem Hintergrund und kann damit ein Gefühl von Tiefe erzeugen.

Zudem verfügt der Samsung 2022 Neo QLED über den EyeComfort-Modus, der die Helligkeit und den Farbton des Bildschirms dank eines eingebauten Lichtsensors automatisch anpasst: Wenn sich das Umgebungslicht ändert, reduziert der Bildschirm allmählich die Lichtmenge und bietet wärmere Töne, wobei der Blaulichtanteil entsprechend angepasst wird.

Auch die Soundfunktionen des Neo QLED erhielten im Vergleich zum Vorgängermodell ein umfassendes Upgrade. Aufbauend auf OTS (Object Tracking Sound),

Erlebnis. Mit Mehrkanal-Lautsprechern, die über den gesamten Fernseher verteilt sind, liefert der Neo QLED damit ein beeindruckendes dynamisches Klangerlebnis – und gibt die Action aus allen Richtungen wieder.

Neuer Smart Hub

Die 2022er Smart TVs von Samsung sind mit einem neuen Smart Hub ausgestattet, der das Verwalten und die Suche nach Inhalten in Einklang bringt mit den Vorlieben der Nutzer. Der neue Smart Hub kann die Nutzer zu ihren präferierten Inhalten führen oder ihnen helfen, ohne lange Suche auch Neues zu entdecken. Die Seitenleiste des Smart Hub sorgt für einen nahtlosen Übergang zwischen den Kategorien Medien, Games (Gaming Hub) und Ambient.

Gaming Hub: Mit dem Samsung Gaming Hub können sich Spieler über Game-Streaming-Dienste schneller in ihre Lieb-

lings-Spiele einklinken und mitspielen. Durch Samsungs Partnerschaften mit den großen Branchenführern – NVIDIA GeForce Now, Stadia und Utomik – haben die Gamer zudem Zugriff auf eine große Auswahl an Spielen.

Watch Together: Mit der neuen App können die Nutzer mit Freunden und Familienmitgliedern per Video chatten, während sie gleichzeitig fernsehen.

NFT-Plattform: Diese Anwendung bietet eine intuitive, integrierte Plattform für Suche, Kauf und Handel mit digitalen Kunstwerken über MICRO LED, Neo QLED und The Frame.

Smart Calibration: Mit dieser Funktion ist das Feintuning der Einstellungen für eine tolle Bildqualität möglich. Der Basismodus ermöglicht eine schnelle und einfache Kalibrierung des Bildschirms innerhalb von 30 Sekunden, während der Professional Mode die Bildschirme in etwa 10 Minuten für eine nahezu makellose Bildqualität anpasst.

Samsung Lifestyle-TV

Die 2022er Lifestyle-TVs vereinen Design und Technologie. The Frame, The Serif und The Sero sind nun mit einem „Matte Display“ ausgestattet, das für Anti-Glare-, Anti-Reflexions- und Anti-Fingerprint-Eigenschaften sorgt. Dafür erhielt das neue matte Display drei Verifizierungen von UL (Underwriter Laboratories) als „Reflection Glare Free“ (spiegelungsfrei), „Discomfort Glare Free“ (blendfrei) und „Disability Glare Free“ (beeinträchtigungsfrei).

The Frame bietet eine realitätsnahe Kunstdarstellung außerhalb eines Museums. Dafür sorgt die blendfreie und reflexionsarme Panel-Technologie mit dem modernen matten Display. Damit werden Fingerabdrücke und Verschmutzungen wie unsichtbar, die Kunstwerke erstrahlen in farbenreichem Zustand. The Frame ist in Größen von 32 bis 85 Zoll erhältlich.

The Serif besitzt ein mattes Gehäuse, das sich nahtlos mit dem matten Display zusammenfügt, was das ikonische Design unterstreicht. Mit der zusätzlichen Option von 65 Zoll wird The Serif nun in Größen von 43 bis 65 Zoll angeboten.

The Sero bietet mit dem neuen matten Display sowohl im vertikalen als auch im horizontalen Modus ein faszinierendes Seherlebnis. Die moderne vertikale Multi-View-Funktion bringt Multitasking auf eine hohe Stufe und ermöglicht es, gleichzeitig verschiedene Inhalte auf dem oberen und unteren Teil des Bildschirms anzusehen oder Informationen online zu suchen, während parallel ein Programm läuft.



Samsung Odyssey und Smart Monitor – als weltweit erster Monitor vereint der Odyssey Neo G8 32" UHD (3.840 x 2.160) Auflösung einen Curved-Radius von 1.000R, 240 Hz Bildwiederholfrequenz und 1 ms Reaktionszeit (GtG) (Bild oben). Der Smart Monitor S8 ist in 27 und 32 Zoll verfügbar, der Smart Monitor M8 kommt in 32 Zoll.

Samsung TV und Monitore mit HDR+ Gaming

Wir sind sehr stolz darauf, ab dem Jahr 2022 den HDR10+ Gaming-Standard mit unserer Samsung Neo QLED-Produktlinie ab der Q70 TV-Serie aufwärts sowie für Gaming-Monitore anbieten zu können. Moderne Visualisierungsmöglichkeiten und eindrucksvolle, lebensnahe Bilder sind dabei ein buchstäblicher ‚Game Changer‘ fürs Spielerlebnis“, sagt **Mike Henkelmann**, Director Samsung Marketing Consumer Electronics.

Samsungs TV- und Gaming-Monitor-Produktreihen ab 2022 werden den HDR10+ Gaming-Standard unterstützen und damit eine automatische HDR-Kalibrierung ermöglichen. Das Ergebnis ist eine beeindruckende Bildqualität, die reaktionsschnelle und präzise Spielerlebnisse liefert.

Da beim Laden von Spielen keine manuellen Einstellungen mehr erforderlich sind, was bisher nur bei Film- und Fernsehinhalten möglich war, passt die „Game Engine“ Videospielinhalte automatisch an. Diese Funktion kann für Details in dunklen Schattenbereichen sorgen und helle Lichter wiedergeben, damit Spieler nahezu alle Details auf dem Bildschirm sehen und darauf reagieren können. Außerdem wird der Screen über den „True Reference Mode“ automatisch eingestellt – er passt die Farbdarstellung an, ohne dass der Spieler zusätzliche Zeit mit Spieleinstellungen verbringen muss.

Auf der CES wurden von mehreren Spielerherstellern, darunter Saber Interactive, HDR10+ kompatible Gaming-Titel vorgestellt: „Wir freuen uns sehr, dass wir dazu beitragen Können. eine neue

Ära der Bildqualität von Videospiele einzuläuten. Durch die Einführung von HDR10+ Gaming kommen Spieler aller Altersgruppen in den Genuss einer hochmodernen Grafik für ein optimales Spielerlebnis“, so **Todd Hollenshead**, Head of Publishing bei Saber Interactive. „Der HDR10+ Gaming-Standard legt die Messlatte deutlich höher, und wir sind stolz darauf, mit Spielen wie Redout 2, dem bisher schnellsten 8K-Anti-Gravitations-Rennspiel, und mit Pinball FX, dem König des digitalen Flippens, das auf brandneue Weise zum Leben erweckt wird, an vorderster Front dabei zu sein.“

Seit seiner Einführung vor vier Jahren hat HDR10+ eine weitreichende Unterstützung in der gesamten Branche gefunden, mit 128 Partnern und über 4.000 unterstützten Geräten, einschließlich Fernsehern, Projektoren, Smartphones und Tablets von mehr als 28 Herstellern. Die HDR10+-Metadaten bieten außerdem eine flexible Definition von Referenztonen und Mapping-Kurven für Ersteller von Inhalten.

Darüber hinaus werden die NVIDIA-Grafikprozessoren der Serien GeForce RTX 30, RTX 20 und GTX 16 den HDR10+ Gaming-Standard unterstützen – die Veröffentlichung der Treiber ist für 2022 geplant. „NVIDIA GeForce-Gamer können dank der Unterstützung des neuen HDR10+ GAMING-Standards ein helleres, lebendigeres und konsistentes HDR-Gaming-Erlebnis auf ihren Monitoren oder Fernsehern genießen“, sagt **Vijay Sharma**, Director of Product Management bei NVIDIA.



LG STELLT SEIN INNOVATIVSTES TV-SORTIMENT VOR

Für ein unübertroffenes TV-Erlebnis

LG hat auf der CES 2022 eine Vielzahl von Auszeichnungen in den Kategorien Home Appliances, Home Entertainment und Business Solutions erhalten. Insgesamt konnte sich LG rund 150 Preise und Auszeichnungen sichern. Als Pionier und Weltmarktführer im Bereich der OLED-Technologie ist es keine Überraschung, dass die neuesten OLED-Fernseher von LG auch in diesem Jahr wieder zu den am meisten ausgezeichneten Fernsehern auf der CES gehörten. Die OLED-Fernseher von LG erhielten hochkarätige Preise und Auszeichnungen für Bildqualität, Leistung und neue Bildschirmgrößen.

Die neuen Modelle der OLED G2-Serie bieten nicht nur die bewährten LG OLED Panels, sondern als nächste Stufe der OLED-Evolution die herausragende LG OLED evo-Technologie. Diese bietet eine noch höhere Helligkeit für ultra-realistische Bilder mit erstaunlicher Klarheit und Detailgenauigkeit. Ganz neu: die Evolution der LG OLED Technologie, LG OLED evo, kommt jetzt auch in ausgewählten Modellen der LG OLED C2-Serie zum Einsatz.

Angetrieben von LGs neuem intelligenten Prozessor, dem α9 (Alpha) AI-Prozessor der 5. Generation, ermöglicht die Brightness Booster-Technologie von LG den Fernsehern der LG OLED G2-Serie zudem durch verbesserte Wärmeableitung und einen fortschrittlicheren Algorithmus eine nochmals erhöhte Helligkeit.

Die 2022er LG OLED G2-Serie führt ein neues 83-Zoll- und das weltweit erste 97-Zoll-OLED-Modell ein, das die bereits erhältlichen 55-, 65- und 77-Zoll-TVs er-



LG QNED MiniLED – mit der LG-eigenen Quantum Dot NanoCell-Technologie bietet die neue LCD-Serie eine hervorragende Farbwiedergabe mit 100 Prozent Farbvolumen. Alle Modelle ab der Serie QNED90 sind für eine 100-prozentige Farbkonsistenz zertifiziert.

LG hat auf der CES in Las Vegas ein völlig neu überarbeitetes TV Line-up bei OLED und auch bei LCD vorgestellt. Noch leistungsstärkere Bildtechnologie und eine optimierte Benutzeroberfläche.

gänzt. Die LG OLED G2-Serie besticht darüber hinaus durch ihr attraktives, wandbündiges Gallery Design.

Die 2022er LG OLED C2-Serie bietet mit insgesamt sechs Modellen die vielfältigste Auswahl an Bildschirmgrößen des gesamten Line-ups: der weltweit erste 42-Zoll-OLED-Fernseher, ideal für Konsolen- und PC-Spiele, sowie 48-, 55-, 65-, 77- und 83-Zoll-Modelle. Die LG OLED C2-Serie zeichnet sich durch dünnere Ränder für ein noch schlankeres Design und ein intensiveres Seherlebnis aus.

LG webOS 22 TV-Plattform

Das neue LG webOS 22 führt persönliche Profile für ein individuelleres Fernseherlebnis ein, in denen die Nutzer einen schnellen Zugang zu ihren bevorzugten Streaming-Diensten einrichten können und maßgeschneiderte Inhaltsempfehlungen und Echtzeit-Benachrichtigungen

Das LG Heim-Kino – mit seinen 97 Zoll und der OLED evo-Technologie ist das Modell der G2-Serie das erste OLED-Modell in dieser Größe.

erhalten, um über ihre Lieblingssportmannschaften auf dem Laufenden zu bleiben. Die Anmeldung bei den Profilen kann entweder über den TV-Browser oder über ein Smartphone mit NFC Magic Tap erfolgen.

NFC Magic Tap kann auch verwendet werden, um den Bildschirm eines mobilen Geräts auf einen LG Fernseher zu spiegeln. User können zudem Inhalte von einem Fernseher auf einen anderen im Haus spiegeln, indem sie Room To Room Share verwenden, was das

Ansehen von Kabel- oder Satelliteninhalten auf einem anderen Fernseher über Wi-Fi ohne zusätzliche Set-Top-Box ermöglicht. Ebenfalls neu für 2022 ist die Funktion Always Ready, die einen LG Fernseher in ein Mediendisplay verwandelt, wenn er nicht benutzt wird. Always Ready lässt sich einfach im Menü unter dem Punkt Einstellungen einrichten und wird mit einem Druck auf die Einschalttaste der LG-Fernbedienung aktiviert, um den Bildschirm in eine digitale Leinwand zu verwandeln, auf der man Kunstwerke präsentieren, die Uhrzeit ansehen oder Musik abspielen kann.

Mit dem Upgrade von ThinQ AI werden die 2022er TVs von LG außerdem zu echten Smart Home Hubs. Neben der mühelosen Sprachsteuerung und der Kompatibilität mit anderen ThinQ-Geräten bietet ThinQ AI nun auch Unterstützung für Matter, einen neuen Industriestandard für ein sichereres und

nahtlos vernetztes Smart Home, der es LG Fernsehern ermöglicht, als Controller für vernetzte Geräte zu fungieren.

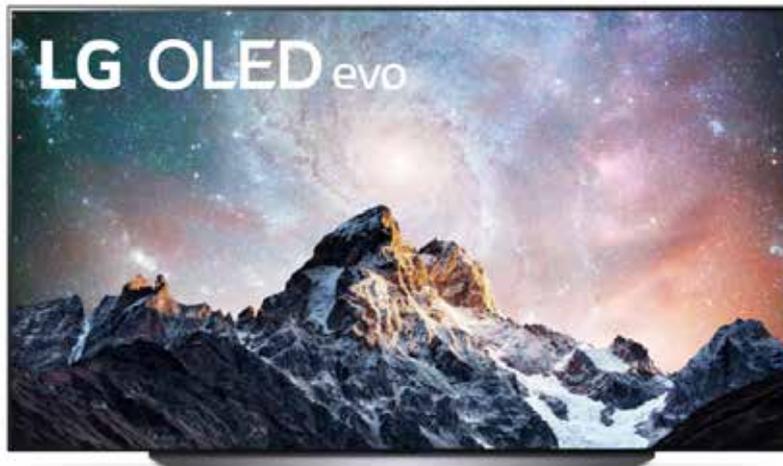
100 Prozent Farbtreue

Wie von Besitzern, Technikexperten und großen Namen der Filmindustrie bestätigt, setzen LG OLED TVs die Messlatte für die Bildqualität immer höher. Die Panels der 2022er LG OLEDs wurden von der globalen Produkttestagentur Intertek für 100 Prozent Farbtreue und 100 Prozent Farbvolumen zertifiziert. LG OLED Fernseher sind einzigartig in ihrer Fähigkeit, alle Farben genauestens wiederzugeben, unabhängig davon, wie hell oder dunkel die angezeigten Bilder sind. Alle 2022er LG OLED Fernseher sind sowohl vom TÜV Rheinland als auch von den Underwriters Laboratories als flimmerfrei und von UL als blendfrei zertifiziert. Die OLED-Panels von LG wurden außerdem vom TÜV Rheinland für ihren geringen Blaulichtanteil ausgezeichnet und sind die ersten weltweit, die die Anforderungen von Eyesafe, einer US-amerikanischen Behörde für Gesundheitsstandards, an eine geringe Blaulichtemission erfüllen.

Gaming mit LG OLED-TV

LG OLED hat im Laufe der Jahre viele Gaming-Premieren gefeiert: als erster OLED TV, der NVIDIA G-SYNC unterstützt, und als erster 8K-OLED-Fernseher, der 8K-Gaming mit NVIDIA GeForce RTX 30 Series Grafikkarten ermöglicht. Mit einer Reaktionszeit von einer Millisekunde, einer geringen Eingabeverzögerung und bis zu vier HDMI-Anschlüssen, die mehrere HDMI 2.1-Funktionen unterstützen, ist es keine Überraschung, dass LG OLED die ideale Wahl für PC-Gamer und Konsolen-Spieler ist. Und mit der Unterstützung von NVIDIA GeForce NOW und Google Stadia Cloud-Gaming-Plattformen können Gamer mit einem Controller und ohne zusätzliche Hardware direkt loslegen.

Neu für 2022 ist, dass LG-Kunden direkt über das Game Optimizer-Menü des Fernsehers ganz einfach spielspezifische Funktionen und Display-Voreinstellungen auswählen können. Das Game Optimizer-Menü bietet schnellen Zugriff auf den neuen Dark Room Mode, der die Bildschirmhelligkeit für ein besseres Spielerlebnis bei ausgeschaltetem Licht anpasst. Die Einstellungen für G-SYNC Compatible, FreeSync Premium und variable Bildwiederholrate (VRR) sind vom Game Optimizer aus leicht zugänglich. Darüber hinaus gibt es einen neuen Sportmodus sowie Voreinstellungen für Ego-Shooter, Rollenspiele und Echtzeit-Strategiespiele.



LG OLED C2 - insgesamt sechs Modelle in den Bildschirmgrößen 55, 65, 77 und 97 Zoll. Die C2-Serie zeichnet sich durch dünnere Ränder für ein noch schlankeres Design und ein intensiveres Seherlebnis aus.



LG OLED Gaming TV - der 42-Zoll-OLED-Fernseher ist der ideale Monitor für Konsolen- und PC-Spiele. Der erste OLED TV, der NVIDIA G-SYNC unterstützt, und als erster 8K-OLED-Fernseher, der 8K-Gaming mit NVIDIA GeForce RTX 30 Series Grafikkarten ermöglicht.



LG OLED C2 77 Zoll - mit dem α9 AI-Prozessor der 5. Generation verfügt er über die AI Sound Pro-Funktion von LG, um den Zuschauern einen lebensechteren Klang zu bieten. So können die integrierten Lautsprecher des Fernsehers einen virtuellen 7.1.2-Surround-Sound erzeugen.



LG OLED G2 97 Zoll - die nächste Stufe der OLED-Evolution, der weltweit erste Fernseher mit einem 97 Zoll Display. Noch höhere Helligkeit für ultra-realistische Bilder mit erstaunlicher Klarheit und Detailgenauigkeit.



SONY BRAVIA SERIE 2022 Mini-LED und XR Triluminos

Mit sechs Modell-Linien deckt Sony den Bereich LCD und OLED komplett ab. Die Modelle MASTER Series Z9K 8K und X95K 4K Mini LED, MASTER Series A95K, MASTER Series A90K und, dem Handel schon bekannt, A80K 4K OLED sowie das Modell X90K 4K LED.

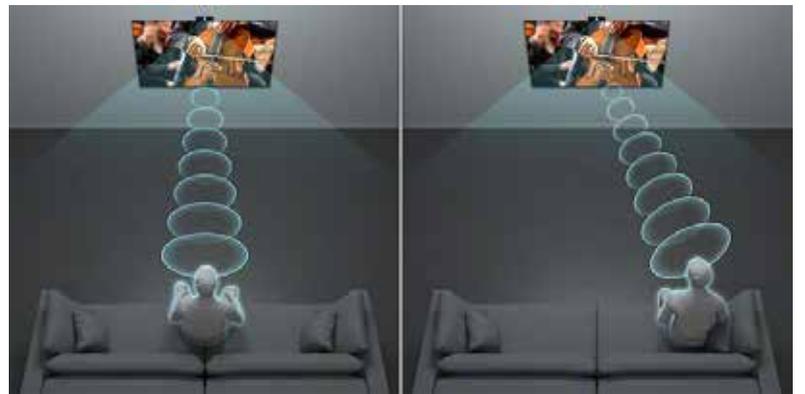
Mit der Leistung des Cognitive Processor XR ermöglicht die XR Backlight Master Drive-Technologie bei den Modellserien Z9K und X95K eine präzise Steuerung der Mini-LED-Hintergrundbeleuchtung der neuesten Generation und sorgt dadurch für fantastische Helligkeit. Das Ergebnis ist ein bisher nicht erreichbarer Dynamikbereich mit strahlenden Lichtern, beeindruckend tiefen Schwarztönen und naturgetreu realistischen Mittelönen nahezu ohne Lichtreflexionen oder Halo-Effekte. Der Cognitive Processor XR ist auch das Gehirn für den neuen OLED-Bildschirm des Modells A95K mit XR Triluminos Max, der eine breite Farbpalette bietet und Schattierungen sowie Farbtöne in ihrer ganzen natürlichen Schönheit wiedergibt. Mit Millionen individuell gesteuerter, selbstleuchtender Pixel stellt der A95K mehr Farben dar als je zuvor und sorgt so für Sehgenuss auf neuem Niveau.

Intelligente Sound-Verfolgung

Sony will mit seinen jüngsten Innovationen besten und mitreißendsten Seherlebnisse bieten, um die Intentionen der Regisseure und Kameraleute unverfälscht wiederzugeben. Herausragende Sound-Features sind optimiertes Acoustic Surface Audio+ für die OLED-Modelle beziehungsweise Acoustic Multi-Audio bei den LED-Modellen. Dank dieser Technologien folgt der Sound dem Geschehen auf dem Bildschirm, so wird der akustische Eindruck noch realistischer und dramatischer. Darüber hinaus glänzt das kommende TV-Sortiment mit einer Reihe neuer Funktionen, die das Home Entertainment weiter verbessern und



Achtung Kamera. Die neue BRAVIA CAM erkennt den Abstand der Zuschauer zum TV-Gerät und passt die Bildschirmhelligkeit an. Eine Nähwarnung schützt Kinder, die zu nah am Bildschirm sind. Mit der Gestensteuerung können Lautstärke geändert und Programme umgeschaltet werden. Verlässt der Zuschauer den Raum, wird automatisch der Energiesparmodus eingeschaltet und das Bild abgedunkelt.



Intelligente Kamera – die BRAVIA CAM kann ganz einfach für Videochats oder -konferenzen eingesetzt werden. Aber sie kann mehr. Sie erkennt die Sitzposition und lenkt die Klangabstrahlung in die Richtung des Zuschauers. Das ist besonders gut für Stimmen, die so deutlich besser verständlich sind.

an individuelle Wünsche anpassen. In Zusammenarbeit mit Netflix führt Sony den Netflix Adaptive Calibrated Mode1 ein, der die Bildverarbeitung automatisch auf das Umgebungslicht abstimmt, damit Filme und Fernsehsendungen unter allen Bedingungen so dargestellt werden, wie es die Filmemacher beabsichtigen haben. Der neue BRAVIA CORE Calibrated Mode von Sony passt zudem die Bildqualität automatisch so an, wie Regisseur und Color-Designer es sich vorgestellt hatten. Alle BRAVIA XR Fernseher des Jahres 2022 sind zudem „Perfekt für PlayStation 5“ und bieten damit zwei exklusive Funktionen für PS5 – Auto HDR Tone Mapping (Tone Mapping mit HDR-Automatik) und den Auto Genre Picture Mode (automatischer Genre-Bildmodus).

Kamera optimiert den Ton

Ein ganz besonderes Sony-Feature ist ein hochentwickeltes neues Kamera-System: Die BRAVIA CAM6 erkennt, wo die Nutzer sitzen, und stimmt Bild

und Ton perfekt darauf ab. Dabei bietet sie Gestensteuerung, Videochat-Funktion sowie jede Menge weiterer unterhaltsamer Funktionen.

Mit der steigenden Nachfrage nach noch größeren Fernsehbildschirmen kann der Ressourcen- und Energieverbrauch steigen. Sony setzt sich jedoch für Nachhaltigkeit ein und sorgt deshalb für Effizienzgewinne, die von der Entwicklung bis zum Fernseherlebnis reichen. Sony verwendet bei den Fernsehern für 2022 vielfach seinen unternehmensintern entwickelten Recycling-Kunststoff SORPLAS7. Dank SORPLAS7 konnte Sony den Anteil an recyceltem Material ohne Abstriche beim Design und der Langlebigkeit erhöhen und den Gesamtverbrauch an neuem Kunststoff um bis zu 60% senken – eine Menge, die rund 140.000.000 Compact Discs entspricht. Weiteres Plus: Die neue BRAVIA CAM von Sony erkennt, wenn sich die Nutzer nicht mehr vor dem Fernseher befinden, und dimmt dann den Bildschirm, um Energie zu sparen.

XIAOMI SOUND BAR 3.1 430 Watt Ausgangsleistung



Xiaomi ergänzt sein umfangreiches Ecosystem-Portfolio in Deutschland durch die Xiaomi Sound Bar 3.1ch. Die elegant gestaltete Xiaomi Sound Bar 3.1ch zeichnet sich durch ein mattschwarzes Design und ein schlankes Profil von nur 6 cm Höhe aus. Auf diese Weise verleiht die Xiao-

mi Sound Bar nicht nur Premium TV-Geräten wie dem Xiaomi TV Q1E 55“ das gewisse Etwas, sondern lässt sich auch problemlos an der Wand montieren.

Die Xiaomi Sound Bar 3.1ch verfügt über drei Kanäle mit vollwertigen Lautsprechern und Hochtönern sowie einen kabel-

losen Subwoofer, um einen dynamischen Sound und richtig guten Bass zu gewährleisten. Mit der Unterstützung von DTS Virtual:X und Dolby Audio bietet sie zusätzliche Dimensionen für ein unvergleichliches Heimkino-Feeling. Diese Kombination erreicht eine maximale Ausgangsleistung von 430W

und verfügt außerdem über eine Dynamik-Kompression (Night Mode), die die Intensität von lauten Soundeffekten reduziert. Die Audioanlage unterstützt zudem verschiedene Audio-Modi (Standard, Kino, Musik, Game, Nachrichten, Nacht und AI Sound), wobei im AI Sound-Modus automatisch in den entsprechenden optimalen Wiedergabemodus je nach abgespielten Medieninhalten umgeschaltet wird.

Einfache Einrichtung und Streaming mit einem Tastendruck. Bei den Anschlussmöglichkeiten gibt sich die Xiaomi Sound Bar 3.1ch extrem vielseitig. Sie kann sowohl über kabelgebundene als auch kabellose Quellen angesteuert werden, wodurch sie einfach einzurichten und schnell zu hören ist. So kann Musik direkt von einer Smartphone-App über eine Bluetooth-Verbindung gestreamt werden, oder sogar einfach über die NFC-Verbindung, die sich direkt auf der Sound Bar befindet, mit einem Tastendruck. Aktuell schon lieferbar, UVP 279 Euro.

www.mi.com/de/

DENON DOLBY ATMOS SOUND 3.1.2 Soundbar mit Subwoofer

TV-Hersteller haben immer dünnere Bildschirme mit hoher Auflösung und großartiger Bildqualität entwickelt. Es bleibt jedoch immer weniger Platz für die Lautsprecher, sodass die Klangqualität hörbar auf der Strecke bleibt“, sagt Trip Randall, President von Denon.

„Unsere neueste Soundbar stattet das Heimkino im Handumdrehen mit noch besserem 3D-Sound aus – ein echter Quantensprung in Sachen Entertainment. Derart großartiger, immersiver Sound aus einem bedienfreundlichen System, das mit jedem Fernsehgerät kompatibel ist, ist das Ziel von Denon.“

Einfache Bedienung und umfassende Kompatibilität: Die Denon DHT-S517 lässt sich nahtlos in jedes TV-System einbinden. Über das mitgelieferte HDMI-Kabel wird der Ton des Smart-TV oder jeder anderen kompatiblen Quelle per HDMI Enhanced Audio Return Channel (eARC) an die Soundbar übertragen. Dabei lässt sich die Lautstärke der Soundbar auch bequem über die TV-Fernbedienung regeln. Fernsehgeräte ohne HDMI ARC können auch über

den digitalen optischen Eingang angeschlossen werden. Darüber hinaus steht ein weiterer 4K-UHD-HDMI-Eingang für den direkten Anschluss von HDMI-Quellen zur Verfügung.

Kabelloses Musikstreaming: Das Soundbar-System Denon DHT-S517 eignet sich hervorragend als Home-Entertainment-Hub und liefert die bevorzugten Inhalte kabellos per Bluetooth an jedes beliebige Smart Device. So können User auf Millionen von Songs, Podcasts und andere Inhalte zu und genießen Sie den satten, klaren Sound, der Denon auszeichnet.

Kristallklare Dialoge: Die DHT-S517 ist mit dem Denon Dialogue Enhancer ausgestattet, der die Sprachverständlichkeit bei Filmen, Nachrichten, Sport-



Sound-Modi werden per Fernbedienung gesteuert.

übertragungen und anderen Sendungen optimiert. Die drei Modi (Low, Medium, High) erlauben es Anwendern, die Lautstärke von Dialogen unabhängig von der Gesamtlautstärke zu regeln.

Sound-Modi: Die Denon DHT-S517 bietet voreingestellte Sound-Modi für unterschiedliche Situationen: Movie Mode, Music Mode und Night Mode. Im Pure Mode werden die Surround-Verarbeitung sowie sonstige Klanganpassungen abgeschaltet, um den reinen Sound zu liefern, den Musik-Enthusiasten von Denon erwarten.

Die Soundbar DHT-S517 mit Wireless-Subwoofer wird mit HDMI- und optischem Kabel ausgeliefert. Die Soundbar ist ab Ende Januar 2022 bei autorisierten Denon Fachhändlern sowie unter www.denon.de für 399 Euro UVP erhältlich.

Nikkor 400 mm

Nikons neues Vollformat-Superteleobjektiv mit Festbrennweite und integriertem Telekonverter wird besonders Sport-, Tier- und Naturfotografen begeistern – weniger der Brennweite, sondern vor allem der Lichtstärke 2,8 wegen. Der integrierte 1,4-fach-Telekonverter – macht aus 400 mm beachtliche 560 mm Brennweite – setzt dem noch die Krone auf. Dieser Komfort hat



seinen Preis: Satte 15.000 Euro soll der Tele-Spaß kosten. Immerhin ist das Nikkor Z 400 mm 1:2.8 TC VR S das erste Z-Objektiv mit Nikons neuem Autofokussystem mit schnell drehendem Schwingspulenmotor (VCM) und optischem ABS-Encoder: Der Autofokus ist, laut Nikon, extrem schnell und leise und ermöglicht eine punktgenaue Motiverkennung und -verfolgung. Die Bedienelemente können für die perfekte Einstellung in jeder Situation individuell angepasst werden, auch durch Zuweisung von Funktionen zum Fn-Ring des Objektivs. Ein einfaches Umlegen des Schalters an der rechten Seite des Objektivs genügt beispielsweise, um den Telekonverter zu aktivieren und seine Brennweite auf 560 mm zu erweitern.

www.nikon.de

LEICA M11 18, 36 oder 60 Megapixel Auflösung

Die neue M11 soll, so Leica, „das einzigartige Erlebnis traditioneller Messucher-Fotografie mit modernsterameratechnologie kombinieren“. Herzstück der neuen M-Generation ist ein Vollformat-Sensor mit Triple Resolution-Technologie. Raw-Dateien im DNG-Format oder JPEGs lassen sich wahlweise mit einer Auflösung von 60, 36 oder 18 Megapixeln erstellen. Ein kombinierter IR- und UV-Sperfilter aus zwei miteinander verkitteten, besonders dünnen Gläsern soll auch extrem schräg einfallende Lichtstrahlen besonders effektiv korrigieren. Die Empfindlichkeit reicht von ISO 64 bis 50.000, die Farbtiefe wird mit einer Auflösung von 14 Bit erfasst, und die Dynamik erreicht bis zu 15 Blendenstufen. Der optionale elektronische Verschluss ermöglicht extrem kurze Belichtungszeiten bis zu 1/16.000 Sekunde für Bilder mit weit geöffneter Blende bei hellem Licht und erstmals in einer Leica M auch eine Mehrfeld-Belichtungsmessung im Messucher-Modus für sichtbar bessere Bildergebnisse.

Auch das Handling der Leica M11 hat sich in vielen Punkten gegenüber der Vorgängerin stark verbessert. Die Kamera orientiert sich zudem an dem bekannten Bedienkonzept und der Menüstruktur der Leica SL2 und Q2.

Bei der schwarzen Version der Leica M11 besteht die Deckkappe aus Aluminium mit besonders kratzfestem Lack. Die Deckkappe der

verborgen. Zusätzlich zum SD-Karten-Steckplatz steht ein interner Speicher mit 64 Gigabyte zur Verfügung und ermöglicht damit die pa-



klassischen silbernen verchromten Variante ist wie bisher aus Messing gefertigt. Batterie und Speicherkarte können nun direkt entnommen werden und sind nicht mehr unter einer abnehmbaren Bodenplatte

parallele Speicherung der Bilddaten auf zwei Speichermedien mit einer M-Kamera.

Als Zubehör zur Leica M11 ist der neue Visoflex 2-Aufstecksucher (Foto links) erhältlich, der mit einer Auflösung von 3,7 Megapixeln Bildkontrolle im Live-View-Modus ermöglicht. Der in einem Metallgehäuse untergebrachte Visoflex 2 bietet einen weiten Dioptrien-Einstellbereich von -4 bis +3 und lässt sich um bis zu 90 Grad schwenken. Der optionale Handgriff für die M11 verbessert die Ergonomie und hält gleichzeitig den Zugang zu Batterie und Speicherkarte frei. Das Leica M11-Gehäuse kostet im UVP 8.350 Euro.

www.leica-camera.com

FUJIFILM und Fotografie Forum Frankfurt

Die Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH ist neuer Sponsor des Fotografie Forum Frankfurt (FFF). Mit dieser Partnerschaft gehen der weltweit aktive Kamera- und Objektiv-Hersteller und die in Europa einzigartige Institution für Fotografie und fotografische Kunst eine ambitionierte Verbindung ein. „Es ist für uns von großer Bedeutung, mit innovativer Technologie bildnerische Kreativität von höchster Qualität zu ermöglichen. Mit unserem Engagement für das FFF wollen wir die Fotografie als kreatives und künstlerisches Ausdrucksmittel weiter stärken“, erklärt **Bernd Gansohr**, General Manager der Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH. „Wir freuen uns sehr, dies gemeinsam mit einer so renommierten internationalen Institution umsetzen zu können.“ **Sabine Seitz**, Geschäftsführerin des FFF, betont: „Wir sind dankbar, mit Fujifilm einen idealen Partner für unser Anliegen gefunden zu haben, alle Aspekte der Fotografie einer breiten kulturellen Öffentlichkeit sichtbar und zugänglich zu machen. Künstlerische Fotografie in all ihrer Vielfalt ist unsere Leidenschaft – mit Fujifilm haben wir einen Sponsor gefunden, der diese Passion teilt und

unterstützt.“ Und das nicht nur finanziell, sondern auch in Form hochwertiger Ausrüstung: Bereits 2021 hat Fujifilm die Kameraausrüstung für das Kunstvermittlungsprogramm FFF JUNIOR, die mehrtägigen Ferien-Workshops für Kinder und Jugendliche aus der Region Frankfurt/Rhein-Main, bereitgestellt. Geplant ist, diese Förderung auf andere Workshops der FFF AKADEMIE und für Angebote der FFF-Mitglieder auszuweiten. Auch weitere Formen inhaltlicher Zusammenarbeit sind derzeit in Planung.

Das Fotografie Forum Frankfurt (FFF) gehört zu den führenden eigenständigen Zentren für Fotografie in Europa. Als Ausstellungsort, Institution und Veranstaltungsort vermittelt es alle Aspekte von Fotografie. Seit der Gründung im Jahr 1984 wurden mehr als 260 Ausstellungen mit historischen und zeitgenössischen Positionen gezeigt. Daneben umfasst das Programm der FFF AKADEMIE regelmäßige Workshops, Vorträge und Gespräche mit international renommierten Fotograf*innen, Künstler*innen und Expert*innen.

www.fff Frankfurt.org

HELIOS LED-50VC Studio Flächenleuchte

Die neue Helios LED-50VC Studio Flächenleuchte im Big Foto-Vertrieb bietet ein gleichmäßiges LED-Dau-

Stimmungen passend für jede Foto- oder Videosituation erzeugen. Dabei kommt sie auf eine Helligkeit von bis



erlicht mit einem großen und weich ausleuchtbareren Bereich; sie ist komplett frei dimmbar und bietet Farbtemperaturen von 3.200 bis 5.600K. Durch die wählbare Farbtemperatur lassen sich die unterschiedlichsten

zu 1.000 Lux auf einem Meter Entfernung. Die Helligkeit lässt sich ebenfalls stufenlos von 0-100 % einstellen. Die Farb- und Dimmungsinformationen können bequem über ein LC-Display auf der Rückseite ein-

gesehen und ganz genau eingestellt werden. Die LED-Flächenleuchte spendet ein angenehm weiches Licht und ist für den Einsatz im Fotostudio, in Fernseh- und Nachrichtenstudios, Interviewräumen, Konferenzräumen, Präsentationsumgebungen, Bühnen, Event Locations, Museen, Messen und so weiter einsetzbar. Betrieben wird die Leuchte entweder im Dauerbetrieb über den beiliegenden Netzteil-Adapter oder mit zwei



als Zubehör erhältlichen Akkus vom Typ Sony NP-F, die einfach auf der Rückseite eingesetzt werden. Die Lebensdauer der LEDs beträgt rund 30.000 Stunden. UVP 120 Euro.

www.big-photo.de

TRANSCONTINENTA

Gimbal Heads von Jobu Design, Fotohandschuhe von MacWet und eine professionelle Sensorreinigung von Sensor Swab ergänzen zukünftig das Sortiment der Transcontinenta GmbH. Der kürzlich erfolgte Zusammenschluss

Besonders im Fokus dürften dabei die Jobu Design-Produkte stehen. Jobu Design bietet ein breites, hochwertiges Programm von Stativen und kardanischen Stativköpfen. Die Marke ist Teil der Devonshire Manufacturing Group, die ihre Produkte in Kanada herstellt. Das Herzstück des Jobu Design-Sortiments besteht aus



von Transcontinenta und Degreef erweitert auch das Sortiment an Zubehörmarken. Damit können Händler in Deutschland und Österreich ihren Kunden ein noch breiteres Angebot zur Verfügung stellen.



verschiedenen Luxus-Schwenkköpfen, die auf ein Fotostativ aufgesetzt werden können. Die Produkte werden von professionellen Natur-, Landschafts- und Sportfotografen auf der ganzen Welt getestet und sind für den rauen Außeneinsatz konzipiert.

www.transcontinenta.de

TARTISAN

Dank hoher Lichtstärke soll sich das neue TArtisan 23 mm f/1,4 Reportage-Weitwinkelobjektiv – Bildwinkel 62 Grad – bestens für Aufnahmen bei schlechten Lichtverhältnissen, im Low-Light-Bereich oder auch im Innenbereich eignen. Dabei sorgen die zehn Blendenlamellen für ein weiches



Bokeh. Die hochwertige Mechanik ermöglicht das punktgenaue Scharfstellen und kreatives Spielen mit der Schärfenebene. Durch die weit zu öffnende Blende lassen sich Aufnahmen ohne Blitz aus der Hand schießen. Das Objektiv besteht aus acht Elementen in sechs Gruppen, darunter ein Element mit besonders geringer Dispersion und drei Elemente mit hohem Brechungsindex, die Farbunterschiede wirksam unterdrücken und sphärische Aberrationen kontrollieren; Blenden- und Fokuseinstellungen werden manuell vorgenommen. Die Nahaufstellungsgrenze des Objektivs liegt bei nur 20 cm. Lieferbar für Canon EF-M, MFT, Fuji X sowie Sony E; UVP 130 Euro.

www.big-photo.de

NOVOFLEX Einfach mal nah ran

Wenn es um Problemlösungen bei der Makro- oder Reprografie geht, kommen viele Fotografen auf Novoflex zu sprechen. Mit dem neuen MS-MACRO-REPRO-Set bringt das Memminger Unternehmen jetzt ein attraktives Zubehörpaket auf den Markt. Dabei handelt es sich um ein ziemlich komplettes mobiles Makro-Aufnahmestudio. Kleine Dinge lassen sich damit groß in Szene setzen, Reproduktionen werden gemacht oder Dias und Filmstreifen bis 6 x 6 cm sind einfach zu digitalisieren. Es besteht aus einer stabilen Säule mit Gleitstück und montierter Objektiv-Kupplung, einem Mini-Stativbein und einem Vorlagenhalter/Objektträger in U-Form mit eingesetzter Milchglasplatte. Als Zubehör erhältlich sind Dia- und Filmstreifenhalter, eine



Hohlkehle sowie eine Magnetplatte. Die Säulenlänge ist so bemessen, dass eine A4-Vorlage mit einer KB-Vollformatkamera und einem 50-mm-Objektiv dupliziert werden kann. Die beiden seitlichen Schenkel des Vorlagenhalters lassen sich über die hinteren Kipp-Hebel positionieren (verschieben), wenn beispielsweise der optional lieferbare Dia- und Filmstreifenhalter oder die Hohlkehle genutzt werden sollen. Für den Film-Vorlagenhalter gibt es wechselbare Einsätze für gerahmte KB-Dias, KB-Filmstreifen sowie 4,5 x 6 und 6 x 6 cm-Filmhalter. Zur Reproduktion planer Vorlagen kann alternativ zur Milchglasplatte eine neutralgraue Magnetplatte verwendet werden. UVP ab 800 Euro. www.novoflex.de

HIKMICRO MINI1 Wärmebilder

Mit der „Mini1“ bietet Hikmicro ein günstiges Wärmebildkamera-Modul für Android-Smartphones mit einer guten Wärmebildauflösung von 160 x 120 Pixeln an.

Die Mini1 ist ein leichtes (26 g), günstiges Wärmebildkamera-Modul für die Inspektion elektrischer Geräte und die Fehlerbehebung bei Problemen an Heizung, Kühlung, Lüftung oder im Sanitärbereich. Ausgestattet mit einer funktionalen Wärmebild-App für das Smartphone, ermöglicht das Modul den Blick auf die Wärmebilder direkt auf dem Smartphone-Display. Angeschlossen wird das Modul ganz einfach über die USB-Type-C Schnittstelle, über die auch die Stromversorgung läuft. Damit ist die Kamera immer sofort einsatzbereit, da sie nicht selbst aufgeladen werden muss.

Der Messbereich reicht von -20°C bis +350°C. Mit ihrer Wärmebildauflösung von 160 x 120 (19.200) Pixel eignet sich die neue Mini1 genauso für Elektroinspektionen wie für den SHK- und HLK-Sektor. Die Messgenauigkeit der Mini1 beträgt ±2°C im Bereich von

-20°C bis +100°C bzw. ±2 % im höheren Temperaturbereich zwischen +100°C und +350°C. Bei den Voreinstellungen für Messungen sind als Presets Spot-Mitte, Hot-Spot, Cold-Spot und voreingestellter Punkt möglich. Mit Schwarz heiß, Weiß heiß, Rot heiß, Regenbogen, Eisen, Fusion und Regen stehen



sieben verschiedene Farbpaletten zur Auswahl. Auch akustische und Vibrationsalarme sind einstellbar. Die Stromversorgung findet über das Smartphone statt, die Leistungsaufnahme beträgt 300 mW. Ein eventuelles vorheriges Aufladen des Infrarotmoduls entfällt; Mini1 ist immer sofort einsatzbereit, und Probleme mit einem Akku können gar nicht erst entstehen. Mit Abmessungen von nur 54,1 mm x 15 mm x 27,5 mm ist die Mini1 äußerst kompakt. www.hikmicrotech.com

CANON EOS R5 C Cinema mit 8K

Nach der erfolgreichen Einführung der EOS 5D Mark II in die Filmbranche soll die jetzt angekündigte EOS R5 C einer neuen Generation von kreativen Produktionen nahezu grenzenlose Möglichkeiten bieten. Um die Cinema EOS Produktpalette weiter zu optimieren, kündigt Canon außerdem ein umfangreiches Firmware-Upgrade der EOS C70 an. Hiermit werden die Fähigkeiten der Cinema EOS unter anderem durch die Aufnahme von 12 Bit Cinema RAW-Light erweitert.

Die EOS R5 C ermöglicht interne 8K RAW-Filmaufnahmen mit 30p und sogar bis zu 60p bei Versorgung über eine externe Stromquelle. Dank des internen, aktiven Kühlsystems kann stundenlang in 8K-Qualität gefilmt werden. Mit der HDR-Unterstützung via PQ und HLG sowie dem beliebten Canon Log 3 Gamma lassen sich naturgetreue Videos aufnehmen. Über das hochwertige Canon Dual Pixel CMOS AF-System bietet die Kamera Augen-AF und EOS iTR AF X für eine präzise Fokussierung. Diese fortschrittliche Autofokus-Technologie verfolgt die Augen von Personen in Echtzeit und kann sogar dann auf den Kopf scharfstellen, wenn sich das Gesicht von der Kamera abwendet. In Kombination mit dem optischen Bildstabilisator in kompatiblen Objektiven bietet die Kamera eine koordinierte elektronische Bildstabilisierung, die die Auswirkungen von Verwacklungen bei Aufnahmen aus der Hand abmildert und so für ruhige Aufnahmen und scharfe Bilder sorgt.

Dank des 45-Megapixel-Sensors und des DIGIC X Prozessors bietet die EOS R5 C eine schnelle Serienbildrate von bis zu 20 Bildern pro Sekunde. Der Prozessor verfügt über einen optimierten Algorithmus

zur Rauschunterdrückung bis zu einer Empfindlichkeit von ISO 51.200. Dadurch eignet sich die Kamera ideal für Aufnahmen in Low-Light-Umgebungen, etwa beim Hallensport. 10 Bit HEIF-Bilder ermöglichen einen höheren Dynamikumfang, sollen weniger Artefakte zeigen und mehr kreative Freiheit bieten. Mit dem Intervall-Timer stehen zusätzliche Optionen bei der Aufnahme von hochauflösenden Zeitraffern zur Verfügung. Die



EOS R5 C kann intern im Cinema RAW Light Format aufzeichnen, um hochauflösende 12-Bit-Aufnahmen mit einem großen Dynamikumfang und Farbumfang in einer überschaubaren Dateigröße zu erhalten. Zwei Kartensteckplätze (CF-express 2.0 Typ B und UHS II SD) bieten erweiterte Optionen für die simultane Aufzeichnung. Hierbei kann gleichzeitig mit unterschiedlichem Format, unterschiedlicher Auflösung und Farbtiefe auf die Karten aufgezeichnet werden, was besonders flexible Workflows erlaubt. Sogar Tonaufnahmen sind bei 4K in 120p möglich.

Mit der EOS R5 C gibt Canon den Profis ein vielseitiges Werkzeug an die Hand, mit dem sich die immer umfangreicheren Anforderungen an die Erstellung von Inhalten realisieren lassen. Die EOS R5 C ist mit RF-Bajonett ausgestattet, das sich durch ein kurzes Auflagemaß und einen 12-poligen Anschluss für eine schnellere Kommunikation zwischen Kameragehäuse und Objektiv auszeichnet. Die Kamera kann neben EF

und RF Objektiven auch mit Objektiven aus dem Cinema-Portfolio von Canon ausgestattet werden. Zudem besteht Kompatibilität mit Anamorphoten von anderen Herstellern, um das gewünschte Seitenverhältnis für die Leinwand zu erzielen. Die EOS R5 C wird zu einem UVP von 5.000 Euro geliefert.

www.canon.de



Olympische Spiele Beijing, 4. bis 20. Februar 2022 – Signify, Weltmarktführer für Beleuchtung, stattet einige der wichtigsten Austragungsorte der weltweit größten Wintersportveranstaltung mit LED-Sportbeleuchtung der Marke Philips und dem smarten Beleuchtungssystem Interact Sports aus. Die neuen Beleuchtungselemente verbessern dabei nicht nur das Erlebnis der Zuschauer*innen – sie sollen den Sportler*innen

aus aller Welt auch dabei helfen, sich noch besser auf den Wettkampf einzulassen und so ihr volles Potenzial abzurufen. Die hochwertige und flexible Sportbeleuchtung ist energieeffizient und dabei besonders einfach zu warten. Um ortsunabhängig das bestmögliche Beleuchtungserlebnis zu schaffen, hat Signify seine Systeme auf die jeweiligen Veranstaltungsorte zugeschnitten.

PHILIPS HUE Mit neuen Produkten und Funktionen

Mit neuen Produkten und Funktionen geht Signify einen weiteren Schritt in Richtung eines breitgefächerten Beleuchtungsportfolios für den Innen- und Außenbereich. Die neue Outdoor-Wandleuchte Inara, die Sockelleuchte Calla aus Edelstahl und zwei neue Effekte für die Philips Hue-App bieten das Potenzial, jeden Moment aufzuwerten – ob mit Freund*innen auf der Terrasse oder bei einem romantischen Abend auf dem Sofa.

Das Produktportfolio für den Außenbereich wird zudem durch die Philips Hue Sockelleuchte Calla aus Edelstahl erweitert. Mit ihrem sanften Lichtschein aus weißem oder farbigem Licht säumt sie auf stimmungsvolle Weise den Weg zur Haustür. Mit einer Höhe von etwas mehr als 25 Zentimetern kann



Philips Hue – das Produktportfolio der smarten Leuchtmittel für den Innen- und Außenbereich wird konsequent erweitert. Zu den Neuheiten gehört die Sockelleuchte Calla aus Edelstahl.

die Calla auch unauffällig im Garten platziert werden, etwa zwischen Blumen, Pflanzen und Bäumen. Dank integrierter



Niedervolt-Technologie lässt sie sich kinderleicht einrichten und bei Bedarf erweitern. Hierfür muss die Leuchte lediglich mit dem im Lieferumfang enthaltenen Verlängerungskabel an das bestehende Philips Hue Niedervolt-System angeschlossen werden.

www.signify.com