

CE&TRADE

Juli/August 2024

digitalMarkt

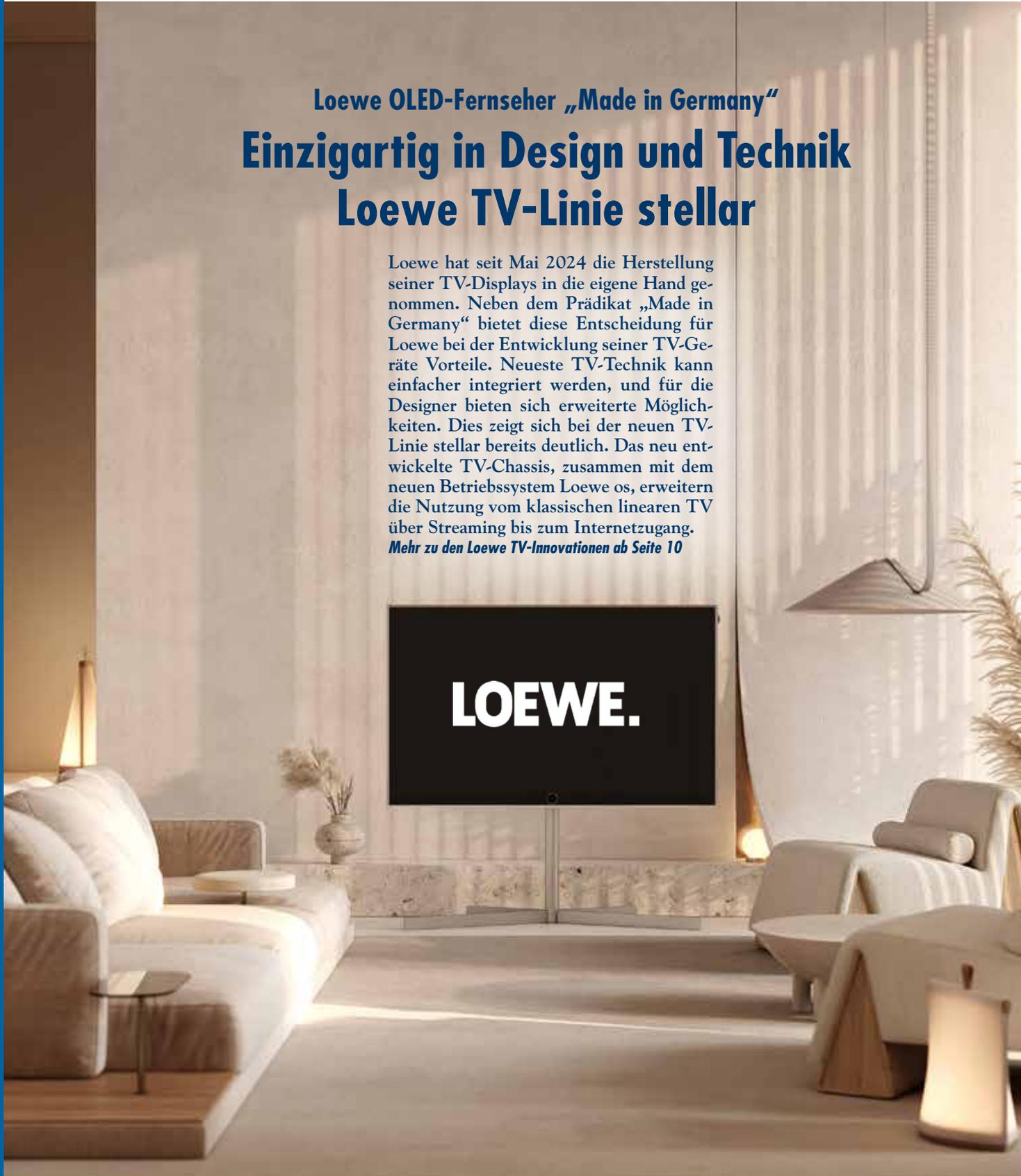


www.ce-trade.de

Loewe OLED-Fernseher „Made in Germany“ Einzigartig in Design und Technik Loewe TV-Linie stellar

Loewe hat seit Mai 2024 die Herstellung seiner TV-Displays in die eigene Hand genommen. Neben dem Prädikat „Made in Germany“ bietet diese Entscheidung für Loewe bei der Entwicklung seiner TV-Geräte Vorteile. Neueste TV-Technik kann einfacher integriert werden, und für die Designer bieten sich erweiterte Möglichkeiten. Dies zeigt sich bei der neuen TV-Linie stellar bereits deutlich. Das neu entwickelte TV-Chassis, zusammen mit dem neuen Betriebssystem Loewe os, erweitern die Nutzung vom klassischen linearen TV über Streaming bis zum Internetzugang.

Mehr zu den Loewe TV-Innovationen ab Seite 10



LOEWE.

SAMSUNG

Speicher-Power für kreative Köpfe



Egal ob Foto, Video oder Design - Die Speicherlösungen von Samsung bringen deine Kreativität auf Touren und sind ideal für kleine oder große Content-Ideen. Schnell, kompakt und mit einer Vielzahl an Geräten und unterschiedlichen Betriebssystemen kompatibel. Deine Projekte. Deine Regeln.

Unternehmen	Personen
Consumer Electronics	Consumer Electronics
Acer	8 Gerald Böse 4
BVT	4 Patrick Döring 7
Euronics	7 Oliver Frese 4
expert	6 Michael Grandin 6
Hisense	8 Benedict Kober 7
IFA 100	4 Christoph Komor 6
Koelnmesse	4 Leif Lindner 4
Lehmann	7 Christoph Lux 7
LG	16 Dr. Stefan Müller 6
Loewe	10 Michael Ostermann 4
Samsung	8 Francie Petrick 4
Varta	4 Hagen Rickmann 4
Vodafone	4 Alexander Saul 4
Wertgarantie	7
	Foto/Digital Imaging
Foto/Digital Imaging	Alena Buyx 4
Leica	4 Ronny Fritsche 4
Panasonic	18, 19 Michael Grimm 4
Sony	17 Matthias Harsch 4
	Mikko Hyppönen 4
	Ralf Wintergerst 4



Mehr Speicher für iPhone 15 – mit den Samsung Speichermedien Portable SSD T7 und T9 werden iPhone 15 Pro und Pro Max zur perfekten 4K Video- und Fotokamera für Influencer und Blogger

Seite 14



Viel Komfort für Foto und Video – längst haben ausbaufähige Fotokameras mit intelligentem Innenleben die herkömmlichen Videokameras abgelöst. Bestes Beispiel: Die neue Lumix GH7 aus dem Panasonic-Universum.

Seite 18



Loewe stellar – typisch für die Marke aus Kronach, der Loewe signature.ring. Jetzt werden auch die Displays in Deutschland gebaut, und Loewe ist stolz auf seine TVs „Made in Germany“.

Seite 10



Große Bilder bei LG – der OLED-Marktführer erweitert sein TV-Angebot um weitere Großbildschirme bis zu Diagonalen von 97 und 98 Zoll. Die neuen Funktionen der α (Alpha) AI-Prozessoren schaffen perfekte Bild- und Tonqualität.

Seite 16

Consumer Electronics	
Samsung: KI für 8K ZV	8
Hisense: Drei neue Mini-LED TVs	8
Acer: Laser-Projektor	8
Loewe: Neuer stellar-TV	10
Loewe: inspire TV-Entertainment	11
IFA 100: Interview mit Peter Zyprian	12
Samsung: Speichermedien für das iPhone	14
LG: Neue Großbild-Geräte	16
LG: Wachstum mit LG ThinQ	16

Foto / Digital Imaging	
Leica: D-Lux 8 – Sehr hübsch	17
Sony: ZV-E10 II – Sehr vielseitig	17
Panasonic: Viel Komfort für Foto und Video	18
Panasonic: Briedgekamera mit 60fach-Zoom	19

Wirtschaft	
Personen	4
Zielscheibe	5
Impressum	5
expert: Wertschöpfung an 1. Stelle	6
Wertgarantie: Tagung in Bilbao	7
Euronics: Wieder auf Mallorca	7
Direktverkauf: Ohne Handel geht nichts	13



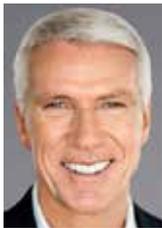
Peter Zyprian – wir sprachen mit dem „IFA-Botschafter für den Handel“ über die Angebote und Serviceleistungen der IFA 100 für Fachbesucher und welche Reise- und Hotelpakete die IFA-Macher für die Fachhandels-Besucher geschnürt haben.

Seite 12

Zippert

Die EM-Bilanz fällt durchwachsen aus. Das Bruttosozialprodukt konnte nicht gesteigert werden, der Bierkonsum auch nicht, und es gab nur rund tausend Hasskommentare gegen die Nationalelf, das reicht nicht für einen richtigen Rechtsruck. Deutschland war ein vorbildlicher Gastgeber und verabschiedete sich im Viertelfinale, um andere Nationen nicht zu brüskieren und sich nicht dem Vorwurf des Hegemonialanspruchs oder gar Kolonialismus auszusetzen. Der Name Gelsenkirchen ist in aller Munde, und wir haben ausländischen Besuchern den Glauben an ihr Land zurückgegeben, denn so schlimm wie in Deutschland ist es daheim dann doch nicht. Viele Spiele wurden durch den Videoschiedsrichter entschieden. In Zukunft werden die Mannschaften Videos vergangener Spiele einschicken, und der VAR ermittelt daraus den Europameister. Dann können sich alle ungestört auf das Singen und Trinken in den Fanmeilen konzentrieren. Ein besonderes Kompliment geht an die Bahn, die gar nicht erst versucht hat, Stärke vorzutäuschen, sondern sich den Kunden so verletzlich und störanfällig gezeigt hat, wie sie eben ist.

Zitiert



„Echte Wahlfreiheit beim Bezahlen ist in Deutschland überfällig. Wahlfreiheit bedeutet dabei nicht die Abschaffung des Bargelds, sondern eine Alternative neben Scheinen und Münzen“, sagt Bitkom-Präsident **Dr. Ralf Wintergerst**. „Digitales Bezahlen ist viel mehr als mehr Komfort an der Kasse. Die flächendeckende Ausweitung digitaler Bezahlmethoden ist ein Katalysator, der die notwendige Digitalisierung Deutschlands vorantreibt.“

Deutschland hat bei der Fußball-EM Spott und Häme kassiert – nicht auf dem Rasen oder in den Stadien, sondern wegen der fehlenden Digitalisierung. „Cash only“ in Kneipe und Kiosk, dazu gab es zahllose Kommentare von Fans aus England, Italien, Belgien oder auch Rumänien in sozialen Medien.

bitkom.de



„Es hat eine gewisse Ironie, dass ausgerechnet ein System, das die Computer schützen und am Laufen halten soll, sie stört“,

kommentiert IT-Sicherheitsexperte **Mikko Hypponen** von der Firma WithSecure. Er spricht hier von der amerikanischen Firma CrowdStrike, einem Unternehmen, das eine zentrale Rolle beim Schutz gegen IT-Bedrohungen spielt und Websites absichert. Eine massive IT-Störung hatte am 19. Juli weltweit für erhebliche Probleme auf Flughäfen, in Banken, Medienhäusern und öffentlichen Verwaltungen gesorgt.



„Das Thema KI eignet sich nicht so gut für Polarisierungen und Verkürzungen – auch wenn es natürlich immer ein paar

Schreihälse und Gepolter gibt.“ Die Diskussion um KI nimmt **Alena Buyx**, Vorsitzende des Deutschen Ethikrats, als „relativ reif geführt“ wahr, sagt sie im Interview zur turi2-Themenwoche KI in der Kommunikation. „Leicht hysterische“ Untergangsszenarien von Musk und Co. seien „PR-Manöver“.

turi2.de

IFA 100



Leif Lindner, Geschäftsführer der IFA Management GmbH, anlässlich der Ausstellungenöffnung „IFA 100 The Exhibition“ im Bikini Berlin: „Wir freuen uns, mit der Ausstellung die Faszination IFA für alle technikbegeisterten und kunstinteressierten Berlinerinnen und Berliner erleb- und anfassbar zu machen“. Präsentiert werden historische Exponate und Kunstwerke von acht Berliner Künstlerinnen und Künstlern.

VODAFONE



Hagen Rickmann wurde mit Wirkung zum 01.03.2025 zum neuen Geschäftsführer seiner Firmenkundensparte ernannt. Er wird für Vodafone das Firmenkundengeschäft in Deutschland, Albanien, Tschechien, Griechenland, Irland, Portugal, Rumänien und in der Türkei verantworten. **Alexander Saul**, der den Bereich bislang verantwortet hat, wird das Unternehmen nach 25 Jahren auf eigenen Wunsch verlassen.

VARTA



Michael Ostermann, amtierender Vorstandschef der stark in die Schlagzeilen geratenen Varta AG, teilte jetzt mit, dass man eine Sanierung nach dem Unternehmensstabilisierungs- und -restrukturierungsgesetz (StaRUG) plane, um eine drohende Insolvenz zu verhindern. „Wir sind zuversichtlich, dass unser Restrukturierungskonzept eine solide Basis für die zukünftige Stabilität und Perspektive der Varta schafft.“

KOELNMESSE



Oliver Frese, seit 2020 Geschäftsführer (COO) der Koelnmesse, hat seinen Vertrag um weitere fünf Jahre verlängert. „Oliver Frese hat nicht nur unser Veranstaltungsportfolio durch die schwierige Phase der Coronapandemie geführt, sondern auch die marktnahen Bereiche Vertrieb, Services sowie Marketing-Kommunikation mit einem neuen Betriebsmodell ausgestattet“, sagt **Gerald Böse**, Vorsitzender der Geschäftsführung.

LEICA CAMERA



Ronny Fritsche ist ab 1. September neuer Vorstand für Operations und Technologie der Leica Camera AG. Damit besteht die Geschäftsleitung des Unternehmens in Zukunft aus **Matthias Harsch** (CEO), **Michael Grimm** (CFO) und Dr. Ronny Fritsche (COTO). In seiner neuen Rolle soll Fritsche maßgeblich für die Bereiche Operations sowie Supply Chain, Engineering und Entwicklung verantwortlich sein.

BVT

Eine aktuelle Kantar-Studie zeigt laut Media Broadcast ein hohes Interesse von Verbrauchern an 5G Broadcast, dem neuen Rundfunkübertragungsweg für mobile 5G-Endgeräte. Bereits heute konsumieren zwölf Prozent der Befragten klassische Fernsehprogramme täglich außer Haus. Es sei zu erwarten, dass mit 5G Broadcast diese Nutzung deutlich ansteigen wird. Laut der Studie können sich zwei Drittel der Befragten 5G Broadcast im Sinne von „Fernsehen To Go“ gut als Alternative zum Streaming über das Internet vorstellen. Konkret in Bezug auf Formate, die unterwegs genutzt werden könnten, ist das Interesse an der Nutzung von linearen Fernsehinhalten am stärksten ausgeprägt. Zwei Drittel der Befragten sind demnach an 5G Broadcast als „Fernsehen To Go“ interessiert, 36 Prozent geben sogar an, sehr interessiert zu sein. Dabei sind die Nutzung ohne Mobilfunknetz oder WLAN, die stabile Übertragung ohne Überlastung des Netzes, die fehlende Notwendigkeit von Zusatzequipment sowie die günstige Nutzung ohne Verbrauch von Datenvolumen die relevantesten Features.



„Die Studie bestärkt uns, dass wir mit 5G Broadcast als neuem Verbreitungsweg für Rundfunk auf dem richtigen Weg sind“, so **Francie Petrick**, Geschäftsführerin der Media Broadcast. „Mit unserem 5G Broadcast Pilot in Halle (Saale) bieten wir jetzt allen Interessierten die Gelegenheit, die Zukunftstechnologie auf ihre individuellen Bedürfnisse zu testen.“

www.media-broadcast.com

Die Chancen des TV-Handels im Gaming- und Fitness-Bereich

Mitte dieses Monats verwandelt sich das sonst so gemütliche Köln in eine Stadt der Monster, Aliens und wild um sich schießenden Combat-Kämpfer. Die gamescom, die weltweit größte Gaming Messe, öffnet vom 21. bis 25. August in den Kölner Messehallen ihre Tore. Man rechnet mit rund 320.000 Besuchern, und die sind bereit, für eines der begehrten Tikets tief in die Tasche zu greifen. So kostet das Tagesticket knapp 30 Euro, wer es schafft, mit maximal fünf Personen den Familienstatus zu erfüllen, zahlt für das Tagesticket 65 Euro. Preise, die signalisieren, die Gaming-Gemeinde hat Geld und ist bereit, es auszugeben.

Der Branchenverband *game* spricht in 2023 von einer Steigerung des Umsatzes mit Spielen, Gaming-Hardware und Online-Services von sechs Prozent auf 9,97 Milliarden Euro. Dabei erreichten Spielekonsolen ein Umsatzwachstum von 44 Prozent auf 1,1 Milliarden Euro, parallel erreichte Spielzubehör für die Konsolen ein Plus von 32 Prozent auf 374 Millionen Euro. Anzeichen vpm Schwäche zeigten dagegen die hochgerüsteten Spiele-PCs, spezielle Eingabegeräte, Grafikkarte und Co. um minus 7 Prozent auf knapp 1,3 Milliarden Euro.

Auch wenn es die allgemeine Meinung ist, es sind nicht nur die Kids, die laufend datteln. Statista hat einmal die Altersstruktur untersucht und kam zu einem bemerkenswerten Ergebnis. Natürlich ist der Anteil der Jugendlichen recht hoch: 6 - 9 Jahre 8 Prozent, 10 - 19 Jahre 16 Prozent und 20 - 29 Jahre 14 Prozent. Doch weitaus überraschender ist der Anteil der älteren Jahrgänge: 30 -39 Jahre 18 Prozent, 40 - 49 Jahre 15 Prozent und 50 - 59 Jahre 18 Prozent. Und selbst Rentner verfallen den Videospiele mit einem Anteil von 12 Prozent. Das bedeutet: 63 Prozent der Gamer sind 30 und deutlich älter. Zudem verzeichnen gerade die Gamer über 60 Jahren ein kontinuierliches Wachstum. Und noch ein Phänomen: Nahezu 50 Prozent aller Gamer sind weiblich. Sie spielen, weil es einfach Spaß macht, bei den Profigamern sind sie fast nicht vertreten. Insgesamt gibt es nach Einschätzung des Europäischen Verbraucherzentrums in Deutschland über 34 Millionen Spieler und Spielerinnen die sich die regelmäßig oder auch nur gelegentlich in der Traumwelt der Videospiele aufhalten.

Eine andere landläufige Meinung ist, Gaming würde sich nur in einer geschlossenen, weitgehend online-dominierten, Handelswelt abspielen. Das trifft weitgehend natürlich auf die Software zu, aber bei der Hardware ist auch durchaus der örtliche Handel im Spiel. MediaMarkt/Saturn zeigen das deutlich mit ihren großen Abteilungen für Konsolen und ganz besonders für das notwendige Zubehör. Auch zeigen die Bemühungen der großen TV-Marken deutlich, Gamer wollen an großen Bildschirmen spielen. Es ist eben ein ganz anderes Erlebnis, das Formel 1 Game auf einem 65 Zoll Display zu erleben, als auf einem mickrigen 27-Zöller. Das wissen auch F1 -Weltmeister Max Verstappen oder Ferrari-Pilot Charles Leclerc, die nach einer Aussage von Red Bull Team Chef Christian Horner täglich bis zu 14 Stunden damit verbringen, FIFA zu spielen. Auch der berühmte brasilianische Fußballstar Neymar Jr. ist bei Facebook-Gaming mit seinen gestreamten Spielen ein Star der Gamer-Szene.

Darauf haben die TV-Hersteller schnell reagiert. Auf ihren Internet-Seiten stellen sie die Gaming-Eigenschaften deutlich heraus. Da werden Bildwiederholraten mit bis zu 144 Hz für einen flüssigen und schnelleren Spielverlauf versprochen. Natürlich werden die extrem leistungsstarken Grafikkarten von Playstation oder X-Box wie auch die hochwertiger Gaming-PCs unterstützt. Zudem gibt es speziell auf Gamer abgestimmte Bedienoberflächen, für Grundeinstellung, wie auch Einstellungswechsel während des Spiels. Denn Gaming ist oft ein Wettkampf, auch mit global verteilten Gegnern. TV-Hersteller, die hier neben sehr hoher Performance perfekten Bedienkomfort bieten, überzeugen beim TV-Kauf auch den Gamer im Mann oder der Frau.

Eine weitere TV-Anwendung sind interaktive Videos für das Home-Workout. Oder einfacher Training-Videos. Bei den wirklich guten kontrolliert eine Kamera den Trainingsfortschritt und -erfolg mit persönlichen Empfehlungen und Tipps.

TV-Geräte können mehr als nur lineares Fernsehen, man muss es nur nutzen!

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

Marketing

Karsten Eggert
Mobil: +49 170 456 7377
eggert.etc@gmail.com

Autoren in dieser Ausgabe

Hans Zippert, Orion Dahlmann

Grafik und Layout

Grit Röscher, Grenzach
www.werbewerkstatt-roescher.de

Für das Schreiben und die bessere Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen sowie einzelnen Hauptwörtern oft die männliche Variante verwendet. Die Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung immer für alle Geschlechter; die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.

Gültig ist die Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2024

Erscheinungsweise

9 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

11.430. 4. Quartal 2023

Verkaufte Auflage

7930. 4. Quartal 2023

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Düsseldorf



Expert BEHAUPTET POSITION Wertschöpfung ist wichtig

Im expert-Geschäftsjahr 2023/2024 (1. April 2023 bis 31. März 2024) erzielte die expert-Gruppe einen Innenumsatz zu Industrieabgabepreisen ohne Mehrwertsteuer in Höhe von 2,23 Milliarden Euro. Trotz des leichten Rückgangs, der auf die wirtschaftlich und politisch angespannte Gesamtsituation zurückzuführen ist, konnte expert seine starke Position am Markt weiter ausbauen.

„Fokussierung bildete für expert den Schwerpunkt des vergangenen Geschäftsjahres, welcher das Unternehmen wie ein roter Faden begleitete“, sagt **Dr. Stefan Müller**, Vorstandsvorsitzender der expert SE, rückblickend über das Geschäftsjahr 2023/2024. „Angesichts einer angespannten Wirtschaftslage, die sowohl expert als auch den Markt beeinflusst hat, haben wir uns verstärkt auf erfolgsversprechende Ansätze konzentriert und unsere Wertschöpfung durch klar auf den Einzelhandel abgestimmte Maßnahmen in den Bereichen digitale Kundenansprache, Ertragsoptimierung im stationären Geschäft, Ausbildung und Lieferung gesteigert. Gemeinsam mit unseren Gesellschaftern haben wir so die wirtschaftlich solide Basis unserer Unternehmensgruppe gestärkt, durch die sich expert auch in herausfordernden Zeiten am Markt behaupten kann, und die Weichen in Richtung einer unternehmerisch erfolgreichen Zukunft gestellt.“

Steigerung der Wirtschaftlichkeit: Die Gesamtbonusausschüttung fiel mit 229,0 Millionen Euro auf einem sehr hohen Niveau aus, diese Angabe entspricht 13,0 Prozent des jahresbonuspflichtigen Umsatzes. Zudem konnte die expert SE mit 27,9 Prozent zum Bilanzstichtag 31.03.2024 wieder eine hohe Eigenkapitalquote ausweisen.

„Das vergangene Geschäftsjahr der expert-Gruppe wurde durch ein anhaltend schwieriges

Marktumfeld sowie ein zurückhaltendes Konsumklima bei unseren



Dr. Stefan Müller – „Wir konzentrieren uns auf Wertschöpfung im Einzelhandel durch abgestimmte Maßnahmen.“



Michael Grandin – „Wir erwarten eine leichte Belebung der Konsumlaune, doch eine Trendumkehr erst 2025.“



Christoph Komor – „Der stationäre Einzelhandel ist das Herzstück der expert-Kooperation.“

Kunden stark geprägt“, erklärt **Michael Grandin**, Finanzvorstand der expert SE. „Zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres gaben die Prognoseinstitute erstmals Einschätzungen einer leichten wirtschaftlichen Belebung und einer sich bessernden Konsumlaune ab, dennoch rechnen wir frühestens ab dem zweiten Halbjahr 2025 mit einer Trendumkehr und Erholung der Konjunktur. Daher ist es für expert umso bedeutender, die bereits begonnenen Maßnahmen zur Restrukturierung und Effizienzsteigerung weiterzuentwickeln und gemeinsam mit unseren Gesellschaftern fortzuführen – mit Augenmaß, aber konsequent und auf die Wirtschaftlichkeit unserer Unternehmensgruppe ausgerichtet.“

Stationärer Einzelhandel als Herzstück der expert-Gruppe: Im Geschäftsjahr 2023/2024 zählte die expert-Gruppe 186 Gesellschafter mit 385 Standorten, 140 davon betreiben eine eigene Service-Werkstatt. Die Anzahl der Fachmärkte ist leicht gesunken und betrug zum Geschäftsjahresende 287.

Auch die deutschlandweite Kooperation mit familia und den dort integrierten expert-Flächen wurde erfolgreich ausgebaut. Im familia-Markt in Falkensee eröffnete im November 2023 eine weitere Shop-in-Shop-Fläche von expert. Dort finden die Kunden ein ausgewähltes expert-Elektro-

niksortiment, das sie schnell und bequem im Rahmen ihres familia-Einkaufes erwerben können.

Christoph Komor, Einzelhandelsvorstand der expert SE, sagt zum starken expert-Fachmarktnetz: „Unser stationärer

werkes ist es daher, dass online gekaufte Großgeräte möglichst immer von einem kundennahen expert-Standort ausgeliefert werden. Dies führt zu einer Steigerung der Wirtschaftlichkeit und einer Verbesserung der Umweltbilanz des Onlinegeschäfts. Zudem wird die Warenbelieferung der Kunden direkt durch ihren „Technik-Nachbarn“ ermöglicht, der auf Wunsch zusätzliche Serviceleistungen wie Anschluss und Inbetriebnahme der Geräte anbietet. Derartige Dienstleistungen sind im Onlinehandel mit Standardlogistikern kaum darstellbar.

Fokus auf Kundenerfahrung und Wertschöpfung: Im laufenden Geschäftsjahr

arbeitet expert verstärkt an der Weiterentwicklung seines Multi-Channel-Ansatzes, um auch für die Kunden zum Technik-Nachbarn zu werden, in deren Einzugsgebiet die Fachhandelskooperation aktuell nicht stationär vertreten ist. Durch den weiteren Ausbau der digitalen Kundenansprache, z. B. durch die neue expert-Kunden-App sowie die kürzlich eingeführte Präsenz auf Online-Marktplätzen, erhöht expert seine Sichtbarkeit und erreicht dadurch noch mehr Kunden in ganz Deutschland.

Save the dates: IFA 2024 und expert-Hauptversammlung 2024: Für das Geschäftsjahr 2024/2025 hat expert bereits zahlreiche Veranstaltungen-Highlights geplant. So zeigt expert vom 6. bis 10. September während der 100. Jubiläums-IFA wieder mit einer eigenen expert-Halle Engagement.

Ebenfalls im September 2024 (28. und 29.9.) findet die expert-Hauptversammlung in Göttingen statt und wartet unter dem Motto „Wir laden Sie in den Fachmarkt ein“ mit einem innovativen Messekonzept auf. Der an einen typischen expert-Fachmarkt angelehnte Hallenaufbau bietet allen anwesenden Gesellschaftern, Mitarbeitern und Industrie- und Dienstleistungspartnern neue Impulse in der gemeinsamen Gestaltung des Point of Sale. Zudem werden verstärkt Schulungsmöglichkeiten für das Fachpersonal in das Messekonzept integriert.

Einzelhandel bildet das Herzstück unserer Kooperation: Durch die qualifizierte experten-Beratung, optimale Services und Dienstleistungen sowie die Nähe zu den Kunden heben wir uns positiv vom Markt ab und positionieren uns als die expert-Technik-Nachbarn. Diese lokale Verwurzelung ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, daher haben wir im vergangenen Geschäftsjahr den stationären Einzelhandel verstärkt in den Fokus gerückt und Maßnahmen zur Stärkung unserer Gesellschafter, zur Gewinnung und Ausbildung von Fachkräften sowie zur sinnvollen Restrukturierung unserer expert-eigenen Einzelhandelsaktivitäten eingeleitet. Diese Maßnahmen werden uns auch im Geschäftsjahr 2024/2025 als Schwerpunkt begleiten.“

Erfolgreiches Onlinegeschäft durch Ausbau des Logistiknetzwerkes: Die Optimierung des Logistiknetzwerks im Bereich der Großgeräte (Hausgeräte und TV) wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr vorangetrieben. Ausgangssituation war, dass Kunden aufgrund der dezentralen Online-Shops durch Suchfunktionen und Angebotsplattformen oftmals Produkte bei entfernteren expert-Händlern kaufen und nicht bei dem ihnen am nächsten gelegenen Händler. Dadurch entstehen längere Transportwege und damit verbunden höhere Kosten. Das Ziel eines expert betriebenen Logistiknetz-

WERTGARANTIE-TAGUNG

Thema: Recht auf Reparatur



300 Fachhandelspartner aus 160 Unternehmen an mehr als 340 Standorten trafen sich vom 07. bis 09. Juni in der baskischen Metropole Bilbao im Palacio Euskalduna auf Einladung von Wertgarantie. Zu den Kernthemen der Tagung zählten die Stabilität von Wertgarantie in Zeiten des Wirtschaftsabschwungs, das Recht auf Reparatur und die daraus erwachsenden Herausforderungen und Chancen sowie das Führungskräfte-Trainingsprogramm „Wert-Management“. **Patrick Döring** ordnete zu Beginn die wirtschaftliche Lage ein und betonte dabei, wie stark sich Wertgarantie entwickelt habe. „In den vergangenen zehn Jahren hat Wertgarantie den Kundenbestand auf mehr als 4,3 Mio. verdoppelt. Eine Corona-Delle konnten wir nicht verzeichnen.“

Recht auf Reparatur – Chancen und Bedenken: Eines der dominanten Themen, das die Branche beschäftigt, ist das Recht auf Reparatur, welches als Richtlinie von der EU beschlossen wurde und nun in nationales Recht umgewandelt werden muss. Für **Thilo Dröge** ist dies Chance und Risiko zugleich: „Die Idee ist wirklich gut, allerdings kommt hier derzeit sehr viel zusammen, was nicht zum Markt passt. Wir möchten euch als unsere Partner abholen, den aktuellen Stand erläutern und gemeinsam Lösungen erarbeiten.“ Die Teilnehmenden sahen diese Richtlinie dann auch zu 2/3 als Chance an. Allerdings gibt es laut Umfrage auch Bedenken beim Recht auf Reparatur, beispielsweise fehlende Werkstätten,

Arbeitskräftemangel, hohe Verunsicherung oder nicht gesicherte Ersatzteilversorgung. **Konrad Lehmann** wies noch einmal auf die Stärken von Reparaturen hin und welchen Umweltbeitrag diese leisten. „Sie alle hier im Saal sind die Experten für Reparaturen. Lassen Sie uns nun gemeinsam daran arbeiten, dass der Kunde Sie auch entsprechend wahrnimmt und findet“, so der Wertgarantie-Vorstand. Ein Portal, das dabei helfen kann, ist die Händler- und Werkstattsuche des Spezialversicherers, die bisher mehr als 60.000 Anfragen verzeichnen kann – Tendenz steigend. Thilo Dröge hatte noch einen Appell parat: „Nutzt diese Chance, wahrgenommen zu werden, und beteiligt euch daran!“

Qualifizierung der Mitarbeiter: Um die Mitarbeitenden im Fachhandel zu binden, ist die Qualifizierung besonders wichtig, wie in Bilbao wiederholt betont wurde. Neben den zahlreichen von Wertgarantie angebotenen Trainings und E-Learnings ist hier das Entwicklungsprogramm für Führungskräfte im Fachhandel „Wert-Management“ besonders wichtig. „Führungskräfte müssen als Erfolgsfaktor verstanden werden. Mit den Provisionen on Top schützt ihr euch vor Abwerbungen“, stellte Thilo Dröge klar. Und **Dirk Wittmer**, Geschäftsführer von Johann & Wittmer Euronics XXL in Ratingen, bestätigte: „Wert-Management war total motivierend für unsere Führungskräfte, granatenhaft gut und eine Win-Win-Situation für alle.“ Und er ergänzte: „Bucht das Ding!“

Ganz kurz

Online-Spiele: Die Niederländer gehören in Europa zu den stärksten Online-Spielern. Gefolgt von der Kanalinsel Jersey und der Mittelmeer-Insel Malta.

KOOP 2026: Die gemeinsame Kooperationsmesse KOOP der beiden größten deutschen Verbundgruppen im Elektrofachhandel, EURO-NICS und expert, findet ab 2026 in Hannover statt.

Anga Com: Für die ANGA COM 2025 ist ab sofort die Buchung von Standfläche und Plug & Play-Paketen aus Standfläche und Standbau möglich. Alle Angebote stehen auf der Webseite (www.angacom.de) bereit. Europas führende Kongressmesse für Breitband, Fernsehen & Online wird vom 3. bis 5. Juni 2025 in Köln stattfinden.

Digitalbranche: Für 2024 kündigt Bitkom für die Unternehmen der IT und Telekommunikation (ITK) im deutschen Markt ein Umsatzplus von 4,3 Prozent auf 224,8 Milliarden Euro an. Für 2025 wird ein Wachstum auf ähnlichem Niveau in Höhe von 4,7 Prozent auf 235,4 Milliarden Euro erwartet.

Samsung: Die ARD Plus App steht seit Neuestem für alle Samsung Smart TVs ab Modelljahr 2020 zur Verfügung. Nach der Registrierung in der ARD Plus App1 können Zuschauer ausgewählte Inhalte aus 70 Jahren ARD-TV-Geschichte hochauflösend und in prächtigen Farben genießen.

Amazon: Laut günstiger.de beträgt das Sparpotenzial an den Amazon Prime Days 13 Prozent. Das Urteil der Preisexperten: Bei der Mehrheit der Deals (91 Prozent) können Käufer sparen.

TV-Streaming: Zur EM haben 11 Prozent der Deutschen ein Streaming-Abo abgeschlossen – das Ergebnis einer Bitkom-Befragung.

Varta: Mit der VARTA.wall erweitert VARTA sein Produktportfolio im stark wachsenden Energiespeichermarkt und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des europäischen Speichermarktes sowie zum Gelingen der Energiewende. Dazu wurde in Neunheim bei Ellwangen eine neue Produktionslinie gestartet.

Euronics tagte auf Mallorca

Zur zwölften Euronics Summer Convention versammelten sich auch dieses Jahr die wichtigsten Akteure der Branche auf Mallorca.

Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG: „Wir sind begeistert über die hohe Teilnehmerzahl in diesem Jahr und den großen Stellenwert der Veranstaltung für unsere Mitglieder und Partner. Im Fokus der diesjährigen ESC standen Wachstum, Wertschöpfung und Digitalisierung unter dem Motto Umsetzungsstärke und ihre Relevanz für Endkunden.“

Der Euronics Aufsichtsrat hat beschlossen, den Vorstand der Verbundgruppe um ein drittes Mitglied zu erweitern. Mit dieser Entscheidung zeigt das Gremium, dass es vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen schlagkräftig agiert. Der Vorstand wird somit breiter aufgestellt, um die Euronics Strategie weiter in den Bereichen Umsetzungsstärke und Entscheidungsschnelligkeit zu festigen. **Christoph Lux**, Vorsitzender des Aufsichtsrats, erläutert den Schritt: „Das Vorstands-Team macht eine hervorragende Arbeit, gerade jetzt in diesen sehr turbulenten Zeiten, in denen Großes bewegt werden muss. Wir möchten das Team und den Zusammenhalt weiter stärken und den Vorstand tatkräftig unterstützen.“

Euronics startet in diesem Jahr die „Genau richtig“-Kampagne. Die Verbundgruppe hat es sich einmal mehr zur Aufgabe gemacht, Kundinnen und Kunden das Leben einfacher zu machen – ob bei der Produktauswahl, dem Kauf oder der Nutzung. Dafür wurden fünf zentrale Versprechen der Marke Euronics definiert, die die Positionierung als Lebensvereinfacher untermauern: Kürzere Wege – mit über 500 Standorten ist Euronics nah an den Kundinnen und Kunden. Weniger Komplexität – Euronics Mitglieder bieten ein umfangreiches, aber vorgefiltertes Sortiment. Bessere Entscheidungen – durch persönliche Beratung. Hohe Gelingsicherheit – 500 Services vor und nach dem Kauf. Erlebte Fairness – garantiert durch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis.

SAMSUNG AI 8K TVs Die nächste Stufe 8K TV

Mit innovativen AI-Features, die in den neuesten TVs integriert sind, bietet Samsung ein optimiertes und immersives 8K-Erlebnis. Der neue AI-Prozessor von Samsung ist mit 512 neuronalen Netzwerken ausgestattet, um Inhalte beim neuen TV-Flaggschiffmodell QN900D Neo QLED 8K auf bis zu 8K hochzukalieren. Schnelle Bewegungen werden dank des AI Motion Enhancer Pro flüssig wiedergegeben. Das Feature erkennt Bildinhalte und passt das Bild dank der AI Zwischenbildberechnung automatisch an, sodass der Ball bei verschiedenen Sportarten gut sichtbar und scharf dargestellt wird – ganz egal ob beim Freistoß im Fußball oder beim Tischtennis-Aufschlag in Paris. Darüber hinaus passt sich der TV mit seinen AI-basierten Customization Features



an die bevorzugten Sehgewohnheiten und Umgebungsbedingungen der Nutzer*innen an. Inhalte werden sowohl bei Tageslicht als auch in dunklen Abendstunden optimal wiedergegeben. In puncto Sound kann der QN900D mit dem Active Voice Amplifier Pro auftrumpfen. Das innovative AI-Feature hebt die Stimmen in der Übertragung hervor und reduziert gleichzeitig Hin-

tergrundgeräusche, sodass auch die mitreißenden Kommentatoren trotz der Jubelrufe deutlich hörbar sind. Das smarte Feature Object Tracking Sound Pro sorgt zudem dafür, dass sich der Ton mit dem Geschehen mitbewegt. So entsteht ein ganzheitliches, immersives Entertainment-Erlebnis, das Nutzer in die Atmosphäre der großen Stadien eintauchen lässt.



HISENSE KOMMT MIT DREI MINI-LED TVs Die neue Spitzenhelligkeit, mehr Kontrast

Hisense setzt die Mini-LED Erfolgsserie fort und präsentiert mit dem aktuellen TV Line-up noch höhere Kontraste und noch hellere, brillante Bilder. Mit den neuen TV-Serien U6NQ, U7NQ und U8NQ bietet Hisense für jede Zielgruppe – vom Einsteiger bis zum anspruchsvollen Filmliebhaber – das richtige Modell mit Bild-diagonalen von 50 bis 85 Zoll. Dabei steht nicht nur die moderne Display-Technologie im Fokus, sondern auch clevere Ausstattungsdetails wie zum Beispiel erstmals eine solarbetriebene Fernbedienung für die Serien U7NQ & U8NQ. Mit ihr gehört die lästige Suche nach neuen Batterien

der Vergangenheit an. Als Bedienoberfläche kommt das neueste VIDAA Betriebssystem U7.6 zum Einsatz. Das Ergebnis: eine noch intuitivere und reaktionsschnellere Bedienung. Bei der Mini LED Premium Serie U8NQ spielt Hisense die Vorteile der Mini-LED Technik voll aus. Mit bis zu 3.000 Nits – in etwa doppelt so viel wie beim Vorgängermodell – werden beeindruckende Spitzenhelligkeiten erzielt, die selbst in sehr heller Wohnzimmerumgebung für bestechende Bildqualität sorgen. Möglich macht das die verbesserte Mini-LED Pro Technologie, die in den

U8 Modellen zum Einsatz kommt. Die TVs der beliebten U7 Serie sind nicht ohne Grund Hisense offizielle Modelle zur UEFA EURO 2024. Auch die neueste Generation namens U7NQ ist bestens ausgestattet, um große TV-Events zu Hause mitzuerleben. Mit 144-Hz-VRR und einem KI-Sportmodus werden rasante Sportaction und schnelle Spielzüge flüssig dargestellt. Davon profitieren natürlich ebenso Gamer, die sich zudem über Free-Sync Premium Pro Zertifizierung, die integrierte Game Bar und ultraflüssiges Gameplay mit geringer Latenz dank präziser variabler Bildwiederholraten und MEMC freuen dürfen.



ACER VERO LASER Neue Projektoren

Die neuen Projektoren Acer Vero HL6810 und Acer Vero HL6810ATV bieten 4K Ultra HD (3.840 x 2.160) Auflösung und 4.000 ANSI Lumen durch ihre Laser/LED-Hybridlichtquelle, sodass kristallklare Bilder und kräftige Farben auf der großen Leinwand zum Leben erweckt werden, selbst in beleuchteten Umgebungen. Details sind sogar in den dunkelsten Szenen lebendig, dank ihres dynamischen 50.000:1 Kontrastverhältnisses und der Fähigkeit, 105 Prozent des Rec. 709 Farbraums für präzise Farbgenauigkeit zu erreichen. Zudem sind beide Modelle HDR10/HLG-kompatibel, erzeugen ein breiteres Spektrum an Farben und Helligkeitsgenauigkeit und kommen mit vier verfügbaren Modi, optimiert für unterschiedliche Inhalte. Acers maßgeschneiderter Fußballmodus ist ebenfalls auf diesen Modellen verfügbar, um Szenen, die auf größeren Flächen projiziert werden, zu optimieren, realistischer und lebendiger.



Feiern Sie mit uns 100 Jahre Innovation auf der IFA.

Der weltweit größten Messe für Consumer Electronics
und Home Appliances.

6.–10. September 2024
Messe Berlin

IFA 100
YEARS

TICKETS



ifa-berlin.com



DIE NEUEN LOEWE stellar: FERNSEHER „MADE IN GERMANY“ Leistung und Design, eine einzigartige TV-Klasse für sich

Mit der TV-Serie Loewe stellar stellt die Loewe Technology GmbH eine einzigartige und herausragende Fernseh-Geräte-Generation vor. Von der Open Cell Integration in das Displaymodul bis zur TV-Endmontage ist sie zu 100 Prozent „Made in Germany“ am Loewe Stammsitz in Kronach. Von der Konzeption des ästhetischen Designs, über die Entwicklung von Hard- und Software bis hin zu Konstruktion, Prototypenbau und Endmontage der neuen TV-Modelle sind alle Entwicklungsschritte bei Loewe in Kronach erfolgt. Das außergewöhnliche Design der neuen TV-Linie Loewe stellar wurde bereits mit dem iF-Design Award 2024 und dem Red Dot Award Product Design 2024 ausgezeichnet.

Mit der neuen TV-Geräte-Familie stellar kommt die nächste Generation leistungsfähiger und hochwertiger Fernseher „Made in Germany“ auf den Markt. In Display-Größen zwischen 42 und zukünftig auch 97 Zoll (107 bis 246 cm). Loewe startet stellar in den Größen 42 und 55 Zoll. Ausgestattet mit Hochleistungs-OLED-Display-Modulen (WOLED MLA META). Diese sind von Loewe konzipiert und gefertigt, also maßgeschneidert für die neuen Loewe stellar TV-Modelle.

OLED-Display-Module aus eigener Produktion: Das Display ist die prägnanteste und prominent sichtbare Komponente eines Fernsehgerätes, die



Der signature ring ist das unverwechselbare Loewe-Markenelement. Bei den stellar-TV-Geräten signalisiert ein mittlerer Punkt, der sich in eine Linie wandelt, die Betriebsbereitschaft des Fernsehers.

das Design wesentlich bestimmt. Um auch bei diesem essentiellen Bauteil eines TVs eigene und exklusive Design-Merkmale zu setzen sowie eine zusätzliche Wertschöpfung in der Produktion zu realisieren, hat Loewe Technology sich dazu entschieden, seit Mai 2024 seine eigenen OLED-Display-Module in seiner traditionsreichen Manufaktur am Heimatstandort Kronach zu fertigen.

Damit kann Loewe mit besonderen Materialien, Oberflächen und bei Design wesentlich mehr und deutlichere Akzente setzen. Zusätzlicher Effekt, die Wertschöpfung in Kronach wird dadurch gesteigert.

Neue TV-Chassis-Generation: Das für stellar neu entwickelte TV-Chassis bildet die Basis für die neuesten smarte TV-Technologien. Dieses neue Betriebssystem Loewe os ermöglicht viele Anwendungen, vom klassischen linearen TV über Streaming bis hin zu immersiven Gaming-Erlebnissen. Und das natürlich auf dem neuesten Stand der Entwicklung. Loewe stellar verfügt über das Loewe dual channel dr+-System mit zwei Triple-Tunern und einer 1 TB integrierten Festplatte für komfortables Multi View und Multi Recording. Vier Schnittstellen mit voller HDMI 2.1 Funktion und Ultra HD @ 144 Hz VRR für High Speed Gaming sind natürlich auch vorhanden. Für besten Sound sorgt

eine integrierte Soundbar mit einer Audioleistung bis zu 80 Watt Gesamtmusikleistung.

Das Design, außergewöhnlich und unverwechselbar: Das Loewe Design & Innovations Studio ging beim stellar neue Wege und mit einem außergewöhnlichen und perfekten 360°-Design durchgängig und unverwechselbar für alle Display-Größen. Durch die eigene Produktion der OLED-Display-Module bietet das neue Konzept eine Display-Rückseite aus echtem Beton sowie einen Rahmen aus hochwertigem, gebürstetem Aluminium. Neu und ebenso herausragend ist das Lichtkonzept mit einer eigens dafür entwickelten Animation des Welcome-Intros beim Einschalten des Geräts sowie Lichtbewegungen und individuelle Farbanpassung.

Typisch Loewe sind der signature ring als wichtigstes Markenelement mit seiner neuen Status-LED-Animation, ausgehend von einem Punkt zu einer Linie, und der Loewe signature flag als hochwertiges Markenelement aus Metall rechts oben seitlich am Display. Ebenfalls ein herausragendes Designelement ist die gelochte Abdeckung der Soundbar aus Metall mit ihrer hochglanzlackierten Oberfläche. Ebenso intelligent hat Loewe das versteckte Kabelmanagement gelöst, so kann der stellar auch frei im Raum, beispielsweise mit dem optionalen mo-



Loewe stellar – durch die eigene Fertigung des OLED-Panels konnte für die stellar-Fernseher eine außergewöhnliche Designsprache durchgängig und unverwechselbar für alle Displaygrößen geschaffen werden. Das Display wird eingefasst mit einem Rahmen aus gebürstetem Aluminium.



Loewe 360°-Design – weiterer Vorteil der eigenen Display-Fertigung, auch die Rückseite der Geräte kann individuell gestaltet werden. Bei den stellar-Modellen durchgängig für alle Modelle besteht sie aus hellem, strukturiertem Beton.



Signature.flag – unverkennbar ein Loewe TV, das zeigt die signature.flag aus Metall rechts oben am Bildschirmrand.

torisierten Standfuß, ohne sichtbare, störende Kabel aufgestellt werden. Für die Wandmontage bietet Loewe eine ultraflache Wandhalterung.

Ausgezeichnetes Design: Für das herausragende Design wurde die Loewe stellar Serie mit dem IF Design Award 2024 ausgezeichnet. Dieser unabhängige und global etablierte Design Award wird seit 1953 jährlich vergeben und zeichnet mit dem weltweit anerkannten Gütesiegel exzellente Gestaltung aus. Stellar konnte ebenfalls die international besetzte Red Dot Jury überzeugen und wurde im Designwettbewerb mit dem Red Dot Award Produkt Design 2024 für seine herausragende Gestaltungsqualität ausgezeichnet. Beide Auszeichnungen unterstreichen das ausgezeichnete Design der Loewe TV-Modelle.

UVP: stellar 42 dr+ 3.299 Euro, stellar 48 dr+ 3.799 Euro, Stellar 55 dr+ 4.299 Euro, Stellar 65 dr+ 5.999 Euro. Der Preis für den stellar 77 dr+ steht noch nicht fest.

Loewe inspire Individuelles Entertainment

Die neue Loewe inspire TV-Serie in den Größen 48 bis 77 Zoll bietet mit ihren modularen Sound- und Aufstellungs-Lösungen eine individuelle Anpassung des Home-Entertainments an die ganz persönliche Wohnumgebung.

Inspiriert wurde das Design der inspire TV-Familie von dem vielfach ausgezeichneten bild i. So verfügt der inspire ebenfalls über eine Stoffrückwand und weiche Formen, hat aber ein völlig neues Innenleben mit einem extrem leistungsstarken Chip und die neueste OLED-Display-Generation erhalten. Das Betriebssystem Loewe os8 sorgt neben linearem TV-Empfang mit dem bekannten Loewe Dreifach-Tuner (DVB-T2/C/S2) für Streamen, Video-on-Demand Abruf von Mediatheken bis hin zum Aufruf von Musik-Streaming-Diensten und auch den Zugang zum Internet.

Brillante Bilder garantieren Ultra UHD und die breite Palette der HDR-Formate einschließlich Dolby Vision. Das OLED-Panel der neuesten „V24 EX2-Generation“ senkt mit Master Black Performance-Stufen die Polarizer-Reflexion auf weniger als 1 %. Zudem werden die Loewe inspire schon ab Werk optimal kalibriert und garantieren so schon beim ersten Einschalten exzellente Bildqualität.

Komfortables Recording und Timeshift: Das Loewe dr+ System ermöglicht komfortable Funktionen wie Timeshift oder Aufzeichnung von Live-TV sowie die Aufnahme von DVB-Kanälen im Hintergrund, während parallel Streaming-Inhalte gesehen werden. Zudem sind natürlich auch programmierte Aufnahmen sowie die Wiedergabe von Filmen aus dem Archiv möglich.



Loewe inspire – die neue Loewe inspire TV-Familie ist äußerlich inspiriert vom bekannten Look des in Tests und Design-Wettbewerben vielfach ausgezeichneten Loewe bild i. Auch sie ist mit dem neuen Loewe Chassis SL850 ausgestattet

Die inspire-Modelle sind mit dem neuen TC-Chassis SL850 und dem neuen Loewe Betriebssystem Os8 ausgestattet. Somit stehen neben dem linearen Fernsehen auch alle wichtigen Streaming-Dienste auf Abruf zur Verfügung. Die komfortable Fernbedienung Loewe remote mit verbesserter Haptik und Bedienbarkeit ermöglicht den direkten Zugriff auf sechs große VoD-Streaming-Dienste mit nur einem Tastendruck und deren Steuerung über das beleuchtete Cursor-Feld. Dank Kopplung via Bluetooth kann der TV sogar per Sprachsteuerung über Vidaa Voice oder Alexa Skills bedient werden.

UVP: Loewe inspire 77 dr+: 5.999,00 EUR, lieferbar ab September 2024.

Loewe inspire 65 dr+: 3.899,00 EUR, lieferbar ab Juni 2024.

Loewe inspire 55 dr+: 2.999,00 EUR, lieferbar ab Juni 2024. Loewe inspire 48 dr+: 2.699,00 EUR, lieferbar ab September 2024.



JUBILÄUMSMESSE IFA 2024, DIE GRÖSSTE TECH-MESSE DER WELT

Peter Zyprian: „Wir bieten Komfort-Service für Fachbesucher“

Man muss es ganz deutlich sagen, als im Oktober vergangenen Jahres **Leif Lindner** als Geschäftsführer der IFA Managementgesellschaft und **Peter Zyprian** als IFA Botschafter für den Handel antraten, standen sie vor einem Scherbenhaufen. Die IFA 2023 hatte bei der Industrie, beim Handel, in den Medien und auch bei den Besuchern einen unbefriedigenden Eindruck hinterlassen. So mancher zweifelte an einer Zukunft der IFA. Eine Mammutaufgabe für das neue IFA-Team.

Es sollte eine neue IFA zum 100. Geburtstag dieser ehemals so erfolgreichen Messe erfinden. Ob das gelungen ist, werden wir erst nach den fünf Messtagen vom 6. bis zum 10. September feststellen können. Doch eines steht schon jetzt fest, die Stimmung hat sich deutlich verbessert. Die Hallen sind ausgebucht. Die Rockstar-Ikone Bryan Adams wird das Sommergarten Festival mit einem unvergesslichen Set von Chart-Hits eröffnen. Die Eröffnungsgala soll ein großartiger VIP Event werden, ein glanzvoller Abend in Anwesenheit des Bundeskanzlers, vieler Prominenter und Branchengrößen.

Auch der seit Jahren vernachlässigte Sommergarten soll wieder leben. Die IFA lädt eines der angesagtesten Mode- und Musiklabels ein, ihr eigenes Festival im Sommergarten zu veranstalten. Obwohl das Line-up bis zur Messe geheim bleibt, soll dieses eintägige Festival eine absolute Sensation sein.

Im Gegensatz zu früheren Jahren sorgt jetzt die IFA schon im Vorfeld für Bekanntheit. Dazu nutzt sie die digitale Welt. Auf den News-Seiten von Tageszeitungen und Magazinen sorgen attraktive Banner für Aufmerksamkeit. Ein Beispiel ist oben die Website des Nachrichtenmagazins Focus. Auch ih-



Peter Zyprian: „Zum Jubiläum der IFA haben wir für die Zielgruppe Fachbesucher ein spezielles und umfangreiches Paket an Leistungen ausgerichtet. Mit der neuen IFA-App wird es für Fachbesucher noch einfacher und schneller, sich zu orientieren und ihre Gesprächspartner zu finden, und ihre Termine zu koordinieren.“

re eigene Website hat die IFA neu und überaus attraktiv mit einer Vielzahl von News und Informationen gestaltet. Das bei seiner Vorstellung kritisch beäugte neue Farbkonzept zeigt jetzt ein wirklich beeindruckendes Spiel mit den Farben und macht so den IFA-Auftritt einzigartig.

Da aber CE&TRADE digital-Markt ein Magazin für den Handel ist, wollten wir von Peter Zyprian auch wissen, was die Jubiläums-IFA für den Handel so attraktiv macht, dass sich die Investition von Zeit und Geld für einen Besuch in Berlin lohnt.

Der Handel ist die primäre Zielgruppe der Aussteller, deshalb liebt die IFA den Handel. Liebt aber der Handel auch die IFA?

„Die IFA ermöglicht es Fachbesuchern seit jeher, in kürzester Zeit und gebündelt an einem Ort, in relevanten Austausch mit ihren Lieferanten und Partnern zu treten und Produktpaletten und Produktinnovationen hautnah zu erleben. Damit stellt sie die wohl effizienteste Plattform für intensiven

Austausch und Networking zwischen dem Handel und Lieferanten dar. Wo sonst erhält man einen solchen Branchenüberblick mit neuesten Innovationen? Darüber hinaus hält die IFA für Fachbesucher verschiedenste Services bereit. „IFA Retail Member“ genießen dabei sogar noch weitere Vorteile: Wie beispielsweise die Möglichkeit zur persönlichen Führung zu den Top Produktneuheiten und Trends von Lieferanten. Daher von meiner Seite aus ein klares ‚Ja‘. Die Fachbesucher schätzen die Vorzüge des IFA Veranstaltungsformats, und sie muss somit ein fixer Highlight-Termin in jedem Händler-Kalender sein.“

Können die Fachbesucher schon im Vorfeld der IFA von den Services profitieren?

„Sie profitieren bereits vor der IFA von verschiedenen Services. Dank der Kooperation mit Unternehmen aus der Reisebranche können wir spezielle Konditionen bei beispielsweise Hotelzimmerbuchungen über eventbeds, der Deutschen Bahn und Lufthansa



IFA 2024 – an der Hallenbelegung hat sich wenig geändert. Neu ist in den Hallen 9 bis 11 Home Appliances und der boomende Markt für Computer & Gaming im 1. Stock der Hallen 10 und 11.

anbieten. Und wer bequem anreist, kann auch die Tage auf der IFA entspannt erleben. Darüber hinaus haben wir in diesem Jahr auch die Handelskommunikation in einem noch nie dagewesenen Umfang ausgebaut. So habe ich beispielsweise viele Termine bei Veranstaltungen des Handels wahrgenommen. Im Austausch mit Händlern konnte ich dabei viel über deren Anforderungen erfahren. Wir werden diese Hinweise in unseren Vorbereitungen berücksichtigen. Darüber hinaus informieren wir regelmäßig über LinkedIn mit relevanten und aktuellen Informationen zu Events, Workshops und Co.“

Welche Services und Unterstützungen erhalten Fachhandels-Besucher während der Messetage?

„Eine ganze Bandbreite an Services und speziellen Angeboten für den Handel. Etwas, das mich persönlich besonders freut, ist, dass der IFA-Fachbesucher-Empfang zurück ist. Er ist der Anlaufpunkt für den Handel. Abgesehen von einem frühen Messezutritt ab 9.30 Uhr, gibt es dort die Möglichkeit,

persönliche Informationen am exklusiven Info-Desk zu erhalten und Führungen zu den Top Produktneuheiten und Trends der jeweiligen Lieferanten mitmachen zu können. Die Anzahl an Plätzen für diese Führungen ist allerdings begrenzt, weshalb sich eine frühe Registrierung – ab August – besonders lohnt. Des Weiteren können Fachbesucher kostenfrei Konferenzräume bis max. 10 Personen auf dem Messegelände nutzen. Sie erhalten Fachbesucher-Taschen und umfangreiche Fachpresseangebote der aktuellen Fachhandelsmedien. Last but not least haben wir natürlich wie gewohnt den Shuttle-Service für Fachbesucher auf dem Messegelände, um schnell von einem Ort oder Termin zum anderen zu kommen. Und auch außerhalb des IFA-Geländes wird es morgens einen Shuttle-Service zum Empfang geben sowie einen Shuttle zu und von Global Markets in der Station Berlin.“

Neben der Fülle an Information endie auf Fachbesucher einströmen, wie steht es um ihr leibliches Wohl?

„Auch dafür ist gesorgt: Die early Birds unter den Fachbesuchern können im Fachbesucher-Empfang mit einem exklusiven Frühstück starten. Mittags bieten wir auf der IFA täglich wechselnde Lunch-Angebote. Daher lohnt sich für den einen oder die Andere, ein Business Meeting in ein Lunch Meeting umzugestalten. Das Lunch-Angebot besteht zwischen dem 6. und 10. September. Immer von 12.00 bis 14.30 Uhr im Restaurant Brandenburg in Halle 24. Wer dann abends noch den Tag gemütlich bei interessanten Gesprächen ausklingen lassen möchte, kann das beim IFA Afterwork Club tun. Dieser findet vom 6. bis 9. September immer von 18.00 bis 22.00 Uhr statt. Die genaue Veranstaltunglocation wird noch bekannt gegeben. Auch im Sommergarten wird während der IFA jeden Abend der „Berliner Bär“ mit Konzerten und jeder Menge Action steppen. Da ist für jeden Geschmack etwas dabei.“

Was ist für Sie das Händler Service-Highlight der Jubiläums-IFA?

„Hier würde ich ganz klar die IFA insgesamt sehen. Nirgendwo sonst kann sich der Handel auf die wichtigste und umsatzstärkste Zeit des Jahres so perfekt vorbereiten und dazu sehen, was die Zukunft bringt. Unser gesamtes Paket an Angeboten für die Fachbesucher haben wir wohlgedacht. Es ist exakt auf die Zielgruppe ausgerichtet. Und was ich persönlich als wahre Bereicherung ansehe: Die neue IFA-App gestattet es, persönlich zugeschnittenen Content zu erhalten und damit nichts zu verpassen. Kein relevantes Thema, keinen Termin, kein Event, kein Symposium und Wesentliches mehr. Nicht zuletzt mit diesem rundum ausgestalteten Jubiläumsjahr legt die IFA den Grundstein für das Erfolgskonzept in eine bedeutende Zukunft. Die IFA ist und bleibt daher aus meiner Sicht ein Pflichttermin für Händler. Wir werden unseren Teil dafür tun, den Besuch so effektiv und angenehm wie möglich zu gestalten. Ich freue mich schon jetzt auf die IFA100 im September. Und auf den persönlichen Austausch mit den Fachbesuchern vor Ort.“

HERSTELLER DIREKTVERKAUF Probleme für den Handel?

Das Verhältnis zwischen Herstellern und Einzelhandel verändert sich. Für Hersteller gewinnt die Vermarktung Direct-to-Consumer immer mehr an Bedeutung und hat die Strategien für technische Konsumgüter erheblich geändert. Die Vorteile für die Hersteller liegen auf der Hand, und das Jahr 2024 bietet auch den Einzelhändlern neue Möglichkeiten, da erfolgreiche DTC-Marken aus dem rein digitalen Bereich in die traditionellen Einzelhandelsgeschäfte vordringen, um die Kontaktpunkte zu erweitern.

Warum direkt beim Hersteller kaufen? In einem Umfeld, in dem der Verbraucher im Mittelpunkt steht, ist es wichtig zu verstehen, was DTC von den Kaufentscheidungen im Einzelhandel unterscheidet. Die GfK-Studie zeigt, dass Verbraucher, die direkt gekauft haben, bestimmten Faktoren eine größere Bedeutung beimessen als Verbraucher, die im Einzelhandel gekauft haben. An erster Stelle dieser Unterschiede

steht der Kundendienst nach dem Kauf. Dies deutet darauf hin, dass die Verbraucher dies als eine Stärke des Herstellers wahrnehmen. Die beiden nächstwichtigen Aspekte sind sachkundige Mitarbeiter und detaillierte Produktinformationen – was darauf hindeutet, dass diese Verbraucher glauben, dass die Hersteller ihre eigenen Produkte am besten kennen und daher einen besseren Beratungsservice bieten können.

Insgesamt sind Preis und Verkaufsförderung jedoch nach wie vor die wichtigsten Kaufkriterien. Sie sind beim D2C-Kauf im Vergleich zum gesamten Einzelhandelsmarkt jedoch relativ gesehen weniger wichtig.

Ein letzter Faktor, der bei den Verbrauchern, die direkt einkaufen, zu beobachten ist, ist der Fokus auf „Exklusivität“: der Reiz des frühen Zugangs zu neuen Produkten, die von Marken über ihre eigenen Kanäle auf den Markt gebracht werden, bevor sie in Einzelhandelsgeschäften erhältlich sind, verleitet die Verbraucher



dazu, direkt bei den Herstellern zu kaufen.

Besorgt über diese Entwicklung dass der Direktvertrieb ihrem Geschäft schaden könnte sind laut einer GfK-Umfrage weltweit 33 % der Einzelhändler, 40 % hingegen sind nicht besorgt, 20 % sind derzeit noch unentschlossen.

Einzelhändler sehen eine Chance darin, dass sie den Herstellern zusätzliche Dienstleistungen und einen besseren Zugang zu den Verbrauchern bieten können, als diese es selbst sonst könnten.

Im Falle des traditionellen Einzelhandels müssen die Hersteller verstehen, dass der traditionelle Einzelhandel weiterhin den Löwenanteil des TCG-Marktes ausmacht und daher nicht ignoriert werden kann, wenn diese

Hersteller wachsen wollen. Physische Einzelhändler haben bereits damit begonnen, spezielle Kioske oder interaktive Displays in ihren Geschäften anzubieten, mit denen die Hersteller das so wichtige Markenerlebnis vermitteln können.

Aus diesem Grund wird sich die Dominanz des traditionellen Einzelhandels auch in diesem Jahr fortsetzen, so dass Online-Marken ihre Reichweite durch Partnerschaften mit etablierten Einzelhändlern, die sie sowohl online als auch über eine physische Präsenz mit ihrem Zielpublikum verbinden können, steigern und ausbauen könnten.

Für beide Seiten ist Zusammenarbeit der Schlüssel zum Wachstum im Jahr 2024.



NEUES MARKTSEGMENT: SSDs FÜR IPHONE FOTO UND VIDEO iPhone 15 Tuning mit den portablen Samsung SSDs T7 und T9

Rund 35 Prozent aller in Deutschland verkauften Smartphones kommen von Apple. Renner derzeit sind iPhone 15 Pro und 15 Pro Max. Mit ihren vielfältigen Möglichkeiten, besonders mit der integrierten Kamera, ist das Telefonieren zur Nebensache geworden. Doch gerade die Foto- und Video-Eigenschaften eröffnen dem CE-Handel sehr gute Umsatz-Chancen mit iPhone-kompatiblen Speichermedien, und deren fehlerfreie Funktionalität verspricht Samsung mit seinen Modellen T7 und T9.

Besitzer von Smartphones, Tablets oder Notebooks wissen eines, Speicherplatz kann man nie genug haben. Das gilt ganz besonders, wenn das Smartphone Fotoapparat und Videokamera ersetzen soll. Da hilft nur eine großzügige Speichererweiterung, und die will Samsung mit seinen portablen SSDs T7, T7 Shield und T9 bieten und verspricht dabei absolute Kompatibilität mit Apple iPhones 15 Pro und 15 Pro Max. Mit diesen SSDs von Samsung kann das Speicherproblem elegant und effektiv gelöst werden. Doch warum wird so viel mehr Speicherplatz benötigt, als die internen Speicher der iPhones bieten?

HighEnd-Qualität braucht High-End-Speicher

Digitale Fotografie und Videografie haben heute bei Smartphones ein qualitatives Niveau erreicht, das selbst die professionelle Nutzung möglich macht. Ein sehr gutes Beispiel dafür sind iPhone



Für den CE-Handel sind die Apple 15 Pro und Pro Max kompatiblen SSD-Speicher T7 und T9 von Samsung eine überaus interessante Erweiterung seines Portfolios. Ersetzen die iPhones doch immer mehr Foto- und Video-Kamera. Diesen Speicherbedarf kann der Handel mit den portablen Samsung SSDs bedienen.

15 Pro und iPhone 15 Pro Max. Beide haben bei der Hauptkamera eine Auflösung von bis zu 48 Megapixeln. Zum Vergleich, die professionelle Leica M 11 hat eine Auflösung von 60,3 Megapixeln. Diese Qualitätssteigerung bei den neuen Apple Smartphones ist für ihre Besitzer wunderbar, doch sie hat leider auch ihre Nachteile.

Einer davon ist der Speicherbedarf. Ein Foto mit nur 12 Megapixel Auflösung belegt etwa 4 Megabyte auf dem internen Speicher. Soll die Bildqualität aber professioneller mit 48 Megapixeln sein, kann der Speicherbedarf auf 50 bis über 100 MB ansteigen. Noch größer der Speicherbedarf bei Videos. Selbst mit der einfachen Auflösung 1080p, also dem SD-TV-Format, werden pro Minute 65 MB Speicherplatz belegt. Mit dieser Videoqualität aber kann kein Influencer oder Videoblogger seine Follower an den Bildschirm locken. In diesen Kreisen ist heute das UHD-Format der neue Standard.

Neuer Standard Apple ProRes

Genau für die Zielgruppe Videofilmer, Influencer und Blogger hat Apple die beiden iPhone 15 Modelle mit Apple ProRes ausgestattet. ProRes bietet mehr Möglichkeiten bei der Bearbeitung des Videomaterials, und auch das Exportieren in andere Videoformate ist einfacher. Nachteil ist der Bedarf an Speicherplatz. Bei 4K mit 60 Bildern pro Sekunde belegt ein einminütiges Video 12 GB. Deshalb hat

Apple beim iPhone 15 Pro mit nur 128 GB internem Speicher ProRes-Aufnahmen auf 1080p Video mit 30 Bildern pro Sekunde begrenzt. Die Aufnahme von ProRes Videos mit iPhone 15 Pro/Max ist ausschließlich mit externen Speichermedien möglich (<https://support.apple.com/en-us/109041#ssdfiles>) – Samsung SSDs erfüllen spezifische Anforderungen (kontinuierliche Schreibgeschwindigkeit von mindestens 220 MB/sek und maximalen Stromverbrauch von 4,5W) Und wie bekannt, ist der Speicherplatz bei Apple eine recht kostspielige Sache. Wer statt der 128 GB einen Speicherplatz von 512 GB ordert, zahlt einen Aufpreis von 380 Euro. Doch es gibt eine praktische Alternative, die kleinen SSDs T7 und T9 von Samsung.

Kompakte Speicher-Riesen

Schon das Auspacken der T7 oder T9 SSDs macht Spaß. Beide sind kaum größer als eine Scheckkarte, nur etwas dicker. Die T7 8 mm, die T7 Shield 13 mm (mit speziellem Password-Schutz, siehe auch Kasten auf der nächsten Seite) und die T9 14 mm. Während die T7 ein Metallgehäuse hat, sind T7 Shield und T9 sicher gegen äußere Einflüsse, wie beispielsweise das Herunterfallen, mit einer gummiartigen Ummantelung geschützt. Samsung spricht von einer Fallhöhe bis zu drei Metern und einer zusätzlichen Absicherung durch eine 5-jährige Herstellergarantie. Zudem sind beide Platten durch ihre Gummierung auch gegen Staub und

Leicht, schnell, zuverlässig – die Samsung SSDs T7 und T9 können ganz einfach mit dem iPhone kombiniert werden. Der Zubehörhandel bietet spezielle Halterungen (Bild links) oder Magnetringen (Bild ganz rechts). Für die Nachbearbeitung, beispielsweise mit Apple Final Cut, müssen die Video-Dateien nicht mehr überspielt werden. Sie können direkt auf den schnellen SSDs bearbeitet und dann als neues Video gespeichert werden.



Feuchtigkeit gut geschützt, selbst leichter Regen konnte ihnen nicht anhaben. Die T7 ohne Schutzmantel soll eine Fallhöhe von bis zu zwei Metern schadlos überstehen.

Alle drei portablen SSDs werden mit USB-Kabel Typ-A zu Typ-C und Typ-C zu Typ-C geliefert. Die erste Variante für den Anschluss der SSD an Notebook oder PC, die zweite Variante für den direkten Anschluss an das iPhone, denn Apple musste ja, nicht gerade freiwillig, seine Lightning-Schnittstelle gegen die allgemein übliche USB Typ-C tauschen. Damit erkennen iPhone 15 Pro und 15 Pro Max die angeschlossenen Samsung SSDs sofort und akzeptieren natürlich auch die serienmäßige Formatierung exFAT, die auch zu Android, Windows-PCs

und Spielekonsolen kompatibel ist.

Beim Schreiben und Lesen von 4K Videos, und das besonders im ProRes-Format, kommt es auf Geschwindigkeit an. Hier werden mindestens 220 MB pro Sekunde gefordert. Für die Samsung Speicher T7 und T9 eine Kleinigkeit, denn für die T7 verspricht Samsung 1.000 MB/sek, für die T9 sogar 2.000 MB/sek. Diese werden auch in der Praxis nur geringfügig unterschritten. Der eine oder andere Profi-Tester spricht auf seiner Website zwar von Problemen bei der Übertragung, doch da muss man genauer hinschauen. Die nämlich treten angeblich bei Aufnahmen mit 8K oder sogar 12K auf, doch wer bitte braucht solche Aufnahmen, und auf welchem Display sollen die dann wiedergegeben werden?

Da Apple die mögliche Datenrate bei den Pro-Modellen auf bis zu 10 GB/sek erweitert hat, ergibt sich mit einer der Samsung SSDs die perfekte Kombination für professionelle 4K Videoaufnahmen mit 60 Bildern pro Sekunde im ProRes-Format mit den Möglichkeiten der Nachbearbeitung, beispielsweise mit Apple Final Cut.

Dank der hohen Lesegeschwindigkeit von T7 (1.050 MB/sek) und T9 (2.000 MB/sek) ist selbst das Überspielen der Videos auf ein Notebook oder den Mac Pro nicht mehr erforderlich, die Daten können direkt auf der SSD bearbeitet und neu gespeichert werden.

Nicht gerade unwichtig ist der Stromverbrauch der SSD-Speicher, zumal wenn sie vom Akku des iPho-

nes mitversorgt werden. Die Samsung SSDs haben einen Verbrauch von weniger als 4,5 Watt. Das belastet den etwa 4.000 mAh-Akku des iPhone Pro mit etwa 1.200 mAh nur gering und hat wenig Einfluss auf die mögliche Aufnahmedauer eines Videos. Weiterer Vorteil, beide SSDs werden auch im Dauerbetrieb nur geringfügig wärmer, was ein gutes Zeichen für ihre Langlebigkeit ist.

Praktisches Zubehör

Die Vorteile der Samsung SSDs haben auch Zubehörhersteller schnell erkannt. So gibt es Magnetringe, die eine T7 oder T9 sicher auf der Rückseite des iPhones halten. Praktisch: auch Halterungen mit zwei seitlichen Griffen für eine gute Kameraführung. Hier kann neben einer SSD auch ein zusätzliches Powerpack angeflanscht werden.

Die SSDs von Samsung sind aber nicht nur in Kombination mit dem iPhone für den CE-Handel interessant, sie sind auch das perfekte Zubehör für alle TV-Geräte mit Aufnahmefunktion. Einfach an der Rückseite des Fernsehers befestigen und schon hat man einen TV-Speicher mit immenser Aufnahmekapazität. Einfacher kann ein Videorecorder nicht sein.



Typ	Samsung SSD T7	SSD T7 Shield	Samsung SSD T9
Abmessungen mm	85 x 57 x 8	88 x 59 x 13	88 x 60 x 14
Gewicht	58 Gramm	98 Gramm	122 Gramm
Schnittstelle	USB 3.2 Gen. 2 (10 Gbps)	USB 3.2 Gen. 2 (10 Gbps)	USB 3.2 Gen. 2x2 (20 Gbps)
Farbe	Grau, Blau, Dark Red	Schwarz, Blau, Beige	Schwarz
Material	Metall	Gummi	Gummi
Kapazität	1, 2, 4 TB	1, 2, 4 TB	1, 2, 4 TB
Schreiben	Bis zu 1.000 MB/sek	Bis zu 1.000 GB/sek	Bis zu 1.950 MB/sek
Lesen	Bis zu 1.050 MB/sek	Bis zu 1.050 GB/sek	Bis zu 2.000 MB/sek
Kompatibilität	Windows, macOS, Android	Windows, macOS, Android	Windows, macOS, Android
Verschlüsselung	AES 256-Bit Hardware	AES 256-Bit Hardware	AES 256-Bit Hardware

Samsung Magician

Die Samsung Magician Software ist ein kostenfreies Tool für die Verwaltung der Samsung SSDs. Die Management-Software liest die Daten des Solid State Drives aus, stellt Informationen über das Laufwerk zur Verfügung und bietet mit Diagnose-Funktionen wie einem Benchmark-Test Möglichkeiten zur Optimierung. Beispielsweise kann das Zusammenspiel von Laufwerk und Betriebssystem-Diensten verbessert und auf diese Weise eine konstante Leistung der SSD gewährleistet werden.

Datenschutz mit Verschlüsselung BitLocker, Class 0, TCG Opal. Betriebssysteme: Windows, macOS und Android.

LG erweitert Großbild-TV

Um große Bildschirmdiagonalen erweitert LG sein TV-Angebot. Lebendige Farben und intelligentes Upscaling stellen TV-Bilder in realistischer Klarheit dar. Diese Eigenschaften entfalten umso mehr Wirkung, je größer der TV-Bildschirm ist. Aus diesem Grund hat LG sein OLED-TV- und QNED-TV-Sortiment erneut um neue Modelle mit vergrößerten Bildschirmdiagonalen erweitert. Die Range im OLED-TV-Segment von LG reicht von 42 bis 97 Zoll, bei QNED-TV-Geräten von 43 bis 98 Zoll. Außerdem verfügen sowohl die OLED- als auch die QNED-Fernseher über breite Betrachtungswinkel, sodass die Zuschauer praktisch überall im Raum eine sehr gute Sicht haben. Im Fall der OLED-Geräte sorgen selbstleuchtende, extrem schnell schaltende Pixel für das ultimative TV-Sporterlebnis, bei QNED sind Quantum Dot und NanoCell-Farbtechnologien für lebendige Bilder verantwortlich.

Dank der verschiedenen ausgeklügelten α (Alpha) AI-Prozessoren, die die Bild- und Tonqualität optimieren, wird jedes Detail – im Falle eines Fußballspiels jeder Grashalm und jeder Bengalo in der Fankurve – scharf, lebendig und klar wiedergegeben. Die neuesten hochmodernen AI-Prozessoren von LG verfügen zudem über AI Super Upscaling mit präziser Pixel-Analyse, die alle Details und Tiefen einer Szene offenbaren. Selbst wenn eine Übertragung nicht in 4K erfolgt, verbessert AI Super Upscaling intelligent die Auflösung des eingehenden Signals. Ein weiteres sinnvolles Feature ist der Sportmodus, der schnelle Bewegungen noch präziser und detailreicher darstellt. Charakteristisch für die neuen LG-Fernseher ist außerdem ihre Fähigkeit, schnelle Handlungsabläufe präzise darzustellen: Die TruMotion-Technologie verbessert mit fünf verschiedenen Optionen die flüssige Darstellung besonders



schneller Bewegungen – etwa bei Schüssen im Fußball, Dunkings im Basketball oder Schlägen im Boxen.

Besonders praktisch ist das LG-Sportportal. Der Hub für Sportkanäle, Live-Inhalte, Spielpläne, Ergebnisse und mehr. Das neue Feature ermöglicht es, Schlüsselwörter zur Websuche zu verwenden, und bietet kuratierte Listen wichtiger Sportligen und Apps, um das Angebot zu personalisieren.

Wer neben der eigentlichen Übertragung eines Sport-Events – zum Beispiel den olympischen

Spiele in Paris – weitere Zusatzinfos aufrufen will, wird die neue Multi-View-Funktion der LG TVs lieben. TV-Geräte mit dem $\alpha 11$ AI-Prozessor teilen den Bildschirm in bis zu vier (sonst bis zu zwei) Bereiche, sodass der Nutzer verschiedene Inhalte gleichzeitig sehen kann. Das kann zum Beispiel eine Live-Übertragung von der Set-Top-Box sein, während gleichzeitig eine Analyse bei YouTube läuft und ein Screen-Share-Fenster vom Smartphone den Ticker eines anderen Events zeigt.

Wachstum mit LG ThinQ

Mit 80 Prozent ist LG Miteigener von Athom, einem führenden Smart-Home-Plattformanbieter mit Sitz in Enschede, Niederlande, geworden. Das Abkommen beinhaltet darüber hinaus Pläne, innerhalb der nächsten drei Jahre auch die restlichen 20 Prozent des Unternehmens zu erwerben. Dieser strategische Schritt zielt darauf ab, die Konnektivität von LG in offenen Smart-Home-Ökosystemen zu verbessern. Durch die Integration der Kompetenzen von Athom in die AI-Technologie von LG untermauert der Technologiekonzern seinen Anspruch, künftig eine führende Rolle in der Ära der KI-getriebenen Heiminnovation zu übernehmen.

Der Erwerb von Athom ist besonders interessant, da er LG ermöglicht, Drittanbietergeräte und -dienste in sein Ökosystem, insbesondere in seine ThinQ-Plattformen, zu integrieren. Diese Integration wird LG tiefere Einblicke in das Nutzungsverhalten der Kunden geben und die Bereitstellung personalisierter Dienste beschleunigen.

Im KI-gestützten Smart Home von LG haben Kunden die Möglichkeit, ihre Geräte auf ihre Vor-



lieben anzupassen, um so eine bestmögliche und personalisierte Umgebung zu schaffen. „Der Erwerb von Athom ist ein Meilenstein für unser KI-Heimgeschäft“, sagte **Jung Ki-hyun**, Executive Vice President und Leiter des Platform Business Centers von LG. „Durch die Nutzung der Synergien zwischen den beiden Unternehmen werden wir unser offenes Ökosystem und unsere externen Integrationsdienste erweitern, um den Kunden vielfältigere und multidimensionalere Raumerfahrungen zu bieten.“

Künstliche Intelligenz als Wachstumstreiber: Im Jahr 2021 erweiterte LG bereits sein TV-Geschäft in Richtung Software, indem es mit seiner webOS-Plattform in den Markt eintrat. Im Rahmen dieser strategischen Neujustierung erwarb LG auch Alphonso, ein in den USA ansässiges globales Technologieunternehmen, das auf Fernsehmedien, maschinelles Lernen und Big-Data-Analysen spezialisiert ist. Alphonso operiert jetzt als LG Ad Solutions, ein Kernelement des webOS-Inhalts-

und Dienstleistungsgeschäfts. „LG entwickelt sich zu einem Anbieter von intelligenten Raumlösungen, der Erfahrungen in verschiedenen Lebensräumen verbindet und erweitert. Wir werden weiterhin strategische Investitionen tätigen, um unser Geschäftsparadigma zu ändern. Das belegen unsere aufeinanderfolgenden Eintritte in plattformbasierte Geräte- und Dienstleistungslösungen wie die webOS-Werbeplattform und das KI-Home“, sagte **William Cho**, CEO von LG Electronics.

Vorhang auf für die Leica D-Lux 8, eine neue Kompaktkamera, die, so die Ankündigung aus Wetz-

lending lichtstarke Leica DC Vario-Summilux 1:1,7-2,8/10,9-34 ASPH. (KB äquivalent von 24-75 mm) und

LEICA D-LUX 8 Sehr hübsch

lar, „konsequent der Designphilosophie der Marke folgt“. Dabei sollen sich sowohl die Gestaltung des Kameragehäuses als auch das Bedienmenü durch einen äußerst hohen Benutzerkomfort auszeichnen. Hilfreich ist da sicher das optimierte Tastenkonzept mit ergonomisch angeordneten Bedienelementen. Mit ihrem manuellen und voll automatischen Modus überlässt die

der im Lieferumfang enthaltene Aufsteckblitz. Dabei nimmt die neue Leica wahlweise im DNG- oder im JPEG-Format auf. Nicht zuletzt durch den optischen Zoom und die Möglichkeit, Videos mit 4k aufzuzeichnen, wird sie zu einer vielseitigen, ziemlich universell einsetzbaren Kamera. Abgerundet wird das ästhetische Design der D-Lux 8 durch passende Accessoires. Beispielsweise Leder-

neue D-Lux dem Nutzer die Wahl zwischen Schnappschüssen und durchdachten Bildkompositionen. Motive werden auf dem hochauflösenden Touchdisplay sowie dem neuen OLED-Sucher mit 2,4 Mio. Pixeln und Live-View Funktion präzise dargestellt. Für beeindruckende Bildergebnisse auch bei schwierigen



Blitz inclusive – das Objektiv der neuen Kompakt-Leica ist mit 1:1,7-2,8 sehr lichtstark. Mitunter ist dennoch Blitzlicht gefragt; dieser Aufsteckblitzer ist im Kaufpreis enthalten.

Lichtverhältnissen sorgen der leistungsstarke 4/3“-CMOS-Sensor mit 21 MP (effektiv 17 MP), das auffal-

protektoren in den Farben Schwarz, Cognac und Oliv, passende Handschlaufen und Tragriemen in den Farbkombinationen Schwarz, Cognac/Petrol und Oliv/Burgunderrot sowie eine Zubehör- und Bauchtasche in Schwarz. Technisches Zubehör wie der Auto-Objektivdeckel

und der neue Handgriff sollen für noch mehr Komfort beim Fotografieren sorgen. Der UVP liegt bei 1.600 Euro.



SONY Sehr vielseitig, angenehm kompakt

Sony kommt mit der ZV-E10 II und dem dazu passenden E PZ 16-50 mm F3.5-5.6 OSS II-Objektiv, das Ganze wird als Kamera-Kit der nächsten Generation für Content-Creator*innen vorgestellt. Komplizierte Bezeichnungen? Wie auch immer. Auf jeden Fall behält die ZV-E10 II alle Merkmale bei, die, so sieht Sony das, Content-Creator*innen am ursprünglichen Modell ZV-E10 schätzen, wie etwa die Creative Looks, die Produktpräsentationseinstellung, die einfache Steuerung von Unschärfe-Effekten im Hintergrund und das seitlich



aufklappbare Display mit verstellbarem Winkel. Die ZV-E10 II verfügt über einen im Vergleich zum Vorgängermodell verbesserten Exmor R CMOS-Bildsen-

sor mit circa 26 effektiven Megapixeln und dem aktuellsten BIONZ XR-Bildprozessor von Sony. Zu den weiteren Aktualisierungen zählen ein optimierter Autofokus sowie verbesserte Funktionalitäten für Videoaufnahmen. Mit ihrem geringen Gewicht von etwa 377 Gramm und ihrem kompakten Format soll die Kamera bequem in der Hand liegen. Neben der neuen Kamera kündigt Sony auch das kompakte APS-C Power-Zoom-Objektiv E PZ 16-50 mm F3.5-5.6 OSS II an, das sowohl separat als auch im Kit mit der ZV-E10 II erhältlich sein wird. Die UVP: ZVE10 II rund 1.100 Euro, das Objektiv rund 330 Euro, das Kit rund 1.200 Euro.



Foto- und Bewegtbild-Profi – das neue Topmodell der Lumix G-Serie bietet mehr als 25 Megapixel Auflösung, einen riesigen Dynamikbereich und ein nochmals verbessertes Phase Detection Autofocus-System für präzise schnelle Scharfeinstellung.

Das neue Flaggschiff der spiegellosen Micro FourThirds Lumix G-Serie soll reichlich Mobilität, verbesserte Videoqualität und

Seit ihrer Einführung im Jahr 2009 erfreuen sich die Kameras der Lumix GH-Serie bei Kreativen und Videoproduktionsteams großer Beliebtheit.

Videos und High-Modus in Active I.S., um einen starken Ausgleich bei Aufnahmen in Bewegung zu ermöglichen

automatisch hochgeladen, gesichert, freigegeben und gemeinsam über die Cloud bearbeitet werden können

- Open Gate-Aufnahme, um eine

PANASONIC Viel Komfort für Foto- und Videoproduktionen

optimierte Arbeitsabläufe bieten. Apropos Video: Die GH7 kommt mit einem großen Dynamikbereich mit neu entwickeltem 25,2-MP-BSI-CMOS-Sensor und verbesserter AF-Leistung mit PDAF (Phase Detection Auto-Focus). Zur Unterstüt-

heit. Alle Modelle überzeugen vor allem durch ihre Aufnahmeleistung, die innovativen Funktionen und die Zuverlässigkeit. Die Lumix GH7 repräsentiert die nächste Generation dieser Serie und soll einmal mehr den Bedürfnissen und Anforderun-

- Verbesserte Videoqualität und optimierte Workflows von der Aufnahme bis zur Postproduktion

- Interne Aufnahme von 5.7K 30p ProRes 422 HQ und ProRes RAW HQ

- Weltweit erste 32-Bit-Float-Auf-

flexible Gestaltung für jede Social-Media-Plattform und jeden Kundenwunsch zu ermöglichen

- Unbegrenzte Videoaufzeichnung dank effizienter Wärmeableitung und integriertem Lüfter

- Praktischer Monitor ohne Nei-



zung eines effizienteren Arbeitsablaufs, der vor allem für professionelle Produktionen benötigt wird, ist die GH7 mit einer neuen internen Apple ProRes RAW-Aufnahme und der weltweit ersten 32-BIT-Float-Aufnahme ausgestattet. Dadurch entfällt die Notwendigkeit, den Tonaufnahmepegel während der Aufnahme anzupassen.

Mit dem rasanten Anstieg von produziertem Bewegtbild-Content in den vergangenen Jahren ist auch der Bedarf an Qualitätsverbesserungen bei spiegellosen Kameras gewachsen, vor allem in Bezug auf die Videoleistung und Tragbarkeit.

gen von Kreativen gerecht werden, ganz gleich, in welchem Bereich sie tätig sind.

Das sind die Highlights

- 25,2 MP BSI CMOS-Sensor mit hoher Auflösung und schneller Reaktion, dazu ein erhöhter Dynamikbereich von 13+ Blendenstufen mit feiner Abstufung

- PDAF für schnelle, hochpräzise AF-Leistung und neu hinzugefügter Echtzeit-Erkennungs-AF für Flugzeuge und Züge

- Verbesserte Bildstabilisierungstechnologie, einschließlich perspektivischer Verzerrungskorrektur für

zeichnung, bei Verwendung des neuen XLR-Mikrofonadapters DMW-XLR2 (separat erhältlich) muss der Tonaufnahmepegel während der Aufnahme nicht mehr angepasst werden

- Ermöglicht das Laden von Original-LUT-Dateien und das direkte Anwenden neuer Farb-Looks auf Videos und Fotos mit REAL TIME LUT

- Ermöglicht Proxy-Aufnahmen für einen effizienten Arbeitsablauf und unterstützt die native Camera to Cloud-Integration mit Adobe Frame.io, so dass Bilder und Videos

gungswinkel, der beim Neigen nicht mit HDMI- oder USB-Kabeln kollidiert

- Widerstandsfähig in rauen Umgebungen mit Staub- und Spritzwasserschutz, Frostbeständigkeit bis zu -10 Grad Celsius

Preise und Verfügbarkeit: Die Lumix GH7 wird in folgenden Varianten erhältlich sein: Lumix DC-GH7E (Schwarz), Kamerabody rund 2.200 Euro; Lumix DC-GH7ME (Schwarz), Kamera-Kit mit H-FS12060E rund 2.400 Euro; Lumix DC-GH7LE (Schwarz), Kamera-Kit mit Leica H-ES12060E rund 2.800 Euro. Lumix

Mit der neuen Lumix DC-FZ82D wird die beliebte Familie der FZ-Bridgekameras erweitert. Wesentlicher Grund für den Erfolg: das jeweils fest verbaute Zoomobjektiv. Auch beim neuen Modell ist der Brennweitenbereich wieder spektakulär – 20 bis 1.200 mm, das bedeutet starke Weitwinkel-, nicht minder starke Telebrennweite. Damit können beeindruckende Landschaften ebenso festgehalten werden wie formatfüllende Abbildungen von weit entfernten Tieren, Natur- oder Architekturdetails. Dank des intelligenten Zooms sind sogar bis zu 120x Vergrößerungen bei hervorragender Bildqualität möglich.

Das sind die Highlights

Als Nachfolgerin der Lumix FZ82 hält die neue Version einige Verbesserungen bereit:

- 3“-LCD-Touchscreen mit einer Auflösung von 1.840K Punkten, 77 % detailreicher als bei der FZ821

PANASONIC Bridgekamera mit 60-facher Brennweite

- Neuer 0,4“-OLED-Digitalsucher mit einer Auflösung von 2.360K Punkten, 2x größer und 2x detailreicher als bei der FZ822
- Das neue Display und der neue



Sucher vereinfachen die Motiv- und Bildkontrolle vor, während und nach der Aufnahme.

- Hohe Bildqualität und ultimative Reaktionsfähigkeit in jeder Situation. Dank des hochempfindlichen 18,1 MP MOS-Sensors und des aus den Lumix G-Wechselobjektivkameras bekannten Venus Engine Prozessors verfügt die FZ82D über eine komfortable Reaktionsfähigkeit und eine hohe Bildqualität selbst bei schlechten Lichtverhältnissen. Außerdem verfügt sie über den POWER O.I.S. (optischer Bildstabilisator) für eine bessere Stabilisierung von Fotos und Videos.

Die Lumix FZ82D bietet eine Serienbildfunktion mit 10 Bildern pro Sekunde (AFS = Einzelbildbelichtung) / 6 Bildern pro Sekunde (AFC = Serienbelichtung), um bewegte Motive ganz einfach einzufangen. Darüber hinaus lässt sich über den Touchscreen schnell und präzise auf das gewünschte Detail fokussieren und direkt auslösen.

Noch einen Schritt weiter geht die 4K-Fotofunktion. Sie erlaubt unter anderem das Abspeichern von Einzelbildern aus einer 4K-Videosequenz mit 30 Bildern pro Sekunde und sichert so einmalige Schnappschüsse.

Die Funktion Post Focus ermöglicht es, das Bild nach der Aufnahme zu fokussieren. Dieser Modus eignet sich hervorragend für die Makrofotografie und ermöglicht es, das Foto zu verändern, indem das hervorgehobene Motiv variiert wird. Mit Focus Stacking lassen sich verschiedene Fokussierungen in ei-

nem Foto zusammenführen, um auf allen Ebenen des Bildes ein scharfes Ergebnis zu erzielen.

Mit der Funktion Composition Zoom Assistant kann die Kamera mit einem einfachen Druck auf eine Direktzugriffstaste schnell aus dem Bild herauszoomen, wenn das Motiv bei einer Teleaufnahme aus dem

Kommandozentrale – gesteuert wird die Kamera über das Bedienfeld auf der rechten Gehäuseschulter. Alles ist da, wo es schon immer war, zumindest bei den unterschiedlichen Lumix-Modellen.

Blickfeld gerät. So ist es ganz einfach, das Motiv im Handumdrehen wieder in der Mitte des Objektivs zu positionieren.

Die Lumix FZ82D nimmt flüssige 4K-Videos mit einer hohen Auflösung von 3840x2160 30p3 auf. Die Kamera ist zudem in der Lage, Hochgeschwindigkeitsvideos mit 100 fps (Slow Motion), Time Lapse und Stop Motion aufzunehmen. Zudem ermöglicht der 4K-Cropping-Modus flüssige und stabile Panorama- oder Zoomaufnahmen.

Die DC-FZ82DE-K ist für rund 480 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) lieferbar.



Lumix DC-FZ82D – verzwickter Name, dabei ist das neue Bridge-Modell so einfach in der Handhabung. Von nah bis ganz fern reicht die Brennweite, leicht zu steuern mit dem Zoom-Ring am Objektiv. Kein Wunder, dass die Bridgekameras aus dieser Baureihe seit etlichen Jahren zu den besonders erfolgreichen zählen.

