

CE&TRADE

September 2024

digitalMarkt



www.ce-trade.de



KLARHEIT

im Moment
der Wahrheit

Manuel Neuer
Markenbotschafter



Mehr zu Hisense ab Seite 10

Hisense

Class of Advanced Performance

SAMSUNG

Speicher-Power für kreative Köpfe



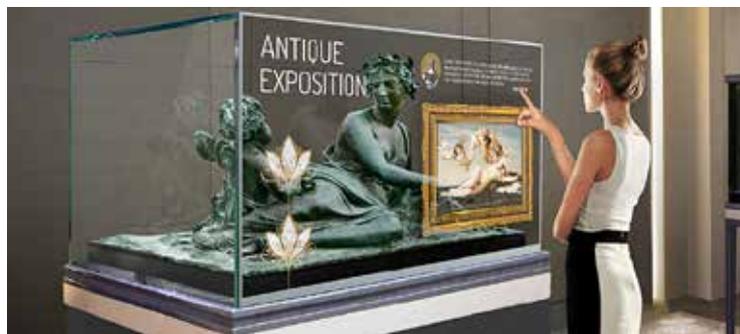
Egal ob Foto, Video oder Design - Die Speicherlösungen von Samsung bringen deine Kreativität auf Touren und sind ideal für kleine oder große Content-Ideen. Schnell, kompakt und mit einer Vielzahl an Geräten und unterschiedlichen Betriebssystemen kompatibel. Deine Projekte. Deine Regeln.

Unternehmen	Eike Anderl	4
Consumer Electronics	Hannah Assil	15
Bitkom	7 Jan Böhmerrmann	13
Euronics	7 Mike Gregory	4
gfu	6 Levent Güngör	4
Grundig	9 Benedict Kober	7
HDE	4 Urs M. Krämer	4
Hisense	10 Konrad Lehmann	7
IFA 100	13 Leif Lindner	7, 13
LG	8 Renate Lüdke	4
Loewe	8 Tamas Nagy	9
Panasonic	9 Manuel Neuer	10
Premium Audio	4 Karsten Olbrich	4
Samsung	12, 14 Niklas Poll	15
T-Systems	4 Alexander von Preen	4
Thomson	4 Waitek Rudko	14
TP-Systems	4 Nicole Scherzinger	13
Ultragear	9 Olli Schulz	13
Wertgarantie	7 Ralf Wintergerst	7
Xiaomi	8 Murat Yarkin	4
	Anja Zankl	10
Foto/Digital Imaging		
Canon	18 Foto/Digital Imaging	
CCH Hamburg	4 Alexander Dehmel	4
	Heike Mahmoud	4
Personen	Philip Pratt	4
Consumer Electronics	Katarina Rohrbach	4
Bryan Adams	13 Arvid Schirmag	4



HEMIX 1. Halbjahr 2024 – schlechte Zahlen, und die beziehen sich leider auf die noch schlechteren Zahlen 2023. Eine Erholung des Marktes wird nach der IFA im Herbstgeschäft erwartet.

Seite 6



LG wird transparent – das durchsichtige TV-Display wird jetzt Realität. In Berlin zeigt LG transparente Displays, vorerst aber nur für den Signature-Bereich in der kommerziellen Nutzung.

Seite 16



150 Zoll bei Hisense – in Berlin hat der Laser PL2 Premiere. Der Laser-Projektor schafft eine Bildschirmdiagonale von 150 Zoll, das entspricht 381 Zentimetern. Das Kino zu Hause.

Seite 11

Consumer Electronics	
LG: LG1 Channels mit weiteren Inhalten	8
Loewe: We.see Streaming TV	8
Xiaomi: Open-Ear-Kopfhörer	8
Panasonic: Party-Lautsprecher	9
Ultragear: Gamer-Monitor	9
Grundig: Neue Lautsprecher	9
Hisense: Manuel Neuer Markenbotschafter	10
Hisense: 150 Zoll Laser-Projektor	11
Samsung: TV PLUS mit neuen Inhalten	12
Samsung: Superdeals sind zurück	12
IFA 100: Exklusive Live-Events in Berlin	13
Samsung: SSD Speicher im CE-Fachhandel	14

Foto / Digital Imaging	
JTL Connect: Messe in der XPOST	17
Canon: Komplexe Technik für zwei neue EOS	18

Wirtschaft	
Personen	4
Zielscheibe	5
Impressum	5
HEMIX: Ein Plus, das eigentlich ein Minus ist	6
Bitkom: Bargeldlos bezahlen nimmt zu	7
Wertgarantie: Großes Reparaturinteresse	7
Euronics: Benedict Kober zur IFA 2024	7



JTL-Connect 24 – die Messe hat sich mit über 8.900 Besuchern zu einer der bedeutendsten E-Commerce-Fachmessen der Branche entwickelt. Am 27. September warten in der Kölner XPOST ein attraktives Vortragsprogramm, exklusive Workshops, packende Live-Demonstrationen und eine After-Show-Party auf dem Rhein.

Seite 17



Waitek Rudko – der Vertriebsmanager für Speichermedien von Samsung erläutert in einem Interview, warum SSD Speichermedien für den CE-Handel eine umsatzstärkende Produkterweiterung sind.

Seite 14

Zippert

Die Zahl der Wissensmagazine im deutschen Fernsehen hat sich in den letzten Jahren verdreifacht. Fachleute sind besorgt, weil es in Deutschland überhaupt nicht genug Wissen für diese ganzen Formate gibt. Wir wissen einfach zu wenig. Teilweise werden erbitterte Kämpfe zwischen den Sendern ausgefochten, um an die letzten Wissensressourcen heranzukommen. Oft begnügt man sich schon mit irgendwelchem ungesunden Halbwissen. RTL schickt Mitarbeiter los, die wildfremde Menschen fragen, ob sie wissen, wie spät es ist. Wer die Antwort kennt, wird sofort zum Moderator eines Wissensmagazins zum Thema Zeit ernannt. Teilweise hat man damit begonnen, billiges Wissen aus dem Ausland zu importieren. Doch Umweltschützer warnen, Wissen aus China ist oft bleihaltig und sollte auf keinen Fall einfach so geschluckt werden. Erkenntnisse aus arabischen Ländern sind dagegen oft verschleiert. Sehr gefragt sind ehemalige Stasimitarbeiter, die traditionell über alles und jeden Bescheid wussten. Bei Pro7 arbeitet man außerdem an dem Format „Germany's next Top-Klugscheißer without Heidi Klum“.

Zitiert



„KI wird eine transformierende Kraft in der Technologie sein; im Rennen um den besten Chip geht es

nicht nur um Leistung, sondern darum, die Zukunft der KI zu gestalten“, sagt **Philipp Pratt**, Innovationsexperte bei Geonode. Dieser Wettbewerb unter den Technologiegiganten sei nicht nur ein Rennen um die Marktdominanz, sondern auch ein Kampf der Philosophien und Ansätze zur Weiterentwicklung und Zugänglichkeit der KI-Technologie. „Der Kampf um die Vorherrschaft bei KI-Chips zwischen Nvidia und Microsoft ist mehr als ein Wettbewerb technologischer Macht; es ist ein Duell, das die Richtung der KI-Entwicklung bestimmen wird.“



„Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung in den letzten zwei Jahren. Mit dem Store-Format Lighthouse

gehen wir auf ein ganz bestimmtes Kundenbedürfnis ein – nämlich den Wunsch nach einem Einkaufserlebnis. Das ist der entscheidende Treiber, warum man sich für einen Einkauf im stationären Markt entscheidet und nicht für das Onlineshopping.“ **Arvid Schirmag**, Geschäftsführer des „Tech Village Berlin“, dem ersten deutschen Standort von MediaMarkt im sogenannten Lighthouse-Format.

hitec-magazin.de



„Generell haben wir in der Vergangenheit gesehen, dass Fußball-Großevents (Europa- oder Weltmeisterschaften) einen

sichtbareren Effekt hatten als Olympische Spiele mit Ausnahme des Ausrichterlands. Herausstechend war hier in der Vergangenheit das Thema TV. Der Effekt von Fußball-Großereignissen hat über die letzten Turniere nachgelassen. Zum einen aufgrund der Tatsache, dass die Nationalmannschaft nicht mehr so erfolgreich spielt, aber auch weil keine so großen Technologiesprünge (z. B. Displaygröße) mehr stattfinden.“ **Alexander Demmel**, Head of CSM Germany & Austria bei GfK.

TP VISION



Levent Güngör, bisher Sales Director bei TP Vision D/A/CH, tritt am 1. September die Nachfolge von **Murat Yatkin** an, bis dahin Managing Director im Unternehmen. Güngör verfügt über umfangreiche Vertriebs- und Branchenerfahrung, die er in 19 Jahren in verschiedenen Funktionen bei Unternehmen der Unterhaltungselektronik auf internationaler Ebene sammeln konnte.

CCH HAMBURG



Katarina Rohrbach übernimmt zum 1. September 2024 die Position des neuen Chief Operating Officer (COO) beim CCH – Congress Center Hamburg. Sie folgt auf **Heike Mahmoud**, die die Funktion sechs Jahre innehatte und Anfang August 2024 als COO in die Hotelbranche zu Estrel Berlin wechselte. Rohrbach war zuletzt als Head of Key Account bei ET Global, einem Live Marketing-Anbieter in Stuttgart, tätig.

T-SYSTEMS



Elke Anderl, seit Mitte Februar 2024 Vertriebschefin Deutschland von T-Systems International, steigt zum 1. September 2024 zur Geschäftsführerin Vertrieb auf und wird zugleich Mitglied der Geschäftsführung werden. Bei der Bonner Telekom-Tochter folgt sie auf **Urs M. Krämer**, der seit 2022 die Funktion innehatte und das Unternehmen verlässt, um sich einer neuen beruflichen Herausforderung zu stellen.

PREMIUM AUDIO



Mike Gregory wurde zum General Manager der Premium Audio Company EMEA ernannt. Er ist seit 2019 Teil des Führungsteams in der EMEA-Region und bringt über 30 Jahre Erfahrung in der Audiobranche mit. In seiner vorherigen Rolle als Vertriebsleiter hat Mike Gregory zum Erfolg des Unternehmens beigetragen und seine Führungsfähigkeiten sowie seine strategische Denkweise unter Beweis gestellt.

THOMSON



Karsten Olbrich tritt als Key Account Manager bei Thomson Deutschland an. Mit mehr als 30 Jahren Erfahrung im Vertriebsmanagement, unter anderem bei Beko/Grundig Deutschland, soll er die Kundenbeziehungen intensivieren und den Vertrieb von Thomson Easy und Smart TVs weiter vorantreiben. Karsten Olbrich ist der dritte Neuzugang im Key-Account-Management von Thomson Deutschland in kurzer Zeit.

„Gesicht des Handels“

Mit dem Preis für das Gesicht des Handels würdigt der HDE das große Engagement und die wichtige Rolle der Beschäftigten im Einzelhandel. Dabei kürt eine Jury aus Branchenexperten eine Gewinnerin oder einen Gewinner. Bewerben können sich alle



Angestellten und Auszubildenden, die im Einzelhandel in Deutschland tätig sind. Die Verleihung des Titels erfolgt im Rahmen des Handelskongresses Deutschland, der am 13. und 14. November 2024 in Berlin stattfindet; alle Infos unter www.handelskongress.org. Als Preis winken dem Gesicht des Handels und einer Begleitperson eine Reise nach Berlin inklusive zwei Karten für den Handelskongress, zwei Hotelübernachtungen sowie 1.000 Euro Taschengeld. Es warten Blicke hinter die Kulissen der Veranstaltung und spannende Begegnungen in der Hauptstadt. Für Bewerbungen bitte bis 19.9.2024 das hier bereitstehende Formular ausfüllen und den Anweisungen folgen: www.einzelhandel.de/5196



Renate Lüdke war das Gesicht des Handels 2023. Die Kassiererin arbeitet bei Aldi Süd in Rauenberg. Sie erhielt die Auszeichnung im Rahmen einer Gala-Veranstaltung des Handelskongresses Deutschland in Berlin. HDE-Präsident **Alexander von Preen** überreichte der Gewinnerin Renate Lüdke die Urkunde für das Gesicht des Handels 2023.

www.einzelhandel.de

100 Jahre IFA, wird es wieder ein Fest für Handel und Besucher?

Derzeit hat die CE-Branche wenig Grund zum Feiern und auch beim Thema IFA gab es in den vergangenen Jahren lange Gesichter. Wird die IFA in diesem Jahr wieder ein Lächeln auf die Gesichtern von Ausstellern, Händler und Besuchern zaubern? Die Voraussetzungen dazu sind eigentlich recht gut. Die IFA feiert ihren 100-jährigen Geburtstag und der Bundeskanzler kommt zur Eröffnung. Gerne erinnern wir uns an den symbolischen Druck auf den roten Knopf, als 1967 Bundeskanzler Willy Brandt die Ära des Farbfernsehens in der damaligen BRD startete. Am Abend dieses Tages flimmerten die ersten farbigen TV-Bilder in Westdeutschland gerade mal auf 5.800 Geräten bei Vico Torrianis „Goldene Schuss“.

Weitere IFA-Highlights waren der Flachbildschirm und die besseren Bilder mit HD- und UHD-Auflösung. Die Bildschirme wurden immer größer und erstrahlen heute nahezu in Fotoqualität. Diese Maximierung der Bildqualität hat leider einen Nachteil, auch in diesem Jahr wird es in den Berliner Messehallen keine großen Innovationen geben. Natürlich werden die Großen der TV-Branche mit 8K Displays brillieren, doch was bringen sie an Vorteilen für mögliche Käufer? Es wird für diese extreme Auflösung in den kommenden Jahren keinen Content geben und damit auch kein besonderes Kaufinteresse.

Trotzdem aber ist der IFA-Besuch für den Handel unabdingbar, denn die IFA 2024 ist seit Jahren wieder die erste „normale“ IFA. Nach Corona-Ausfällen und der etwas verunglückten Messe im vergangenen Jahr kann man seit langen mal wieder von „Business as usual“ sprechen! Das ist auch richtig so, denn die IFA ist immer der Start in das so wichtige Geschäft im vierten Quartal des Jahres. In Berlin werden „Geschäfte zwischen Menschen“ gemacht, wie es der ehemalige Philips-Manager Hans-Joachim Kamp immer wieder betonte. Um die Bedeutung der IFA für ihre Geschäfte dem Handel zu vermitteln, wurde erstmals die Position eines Handels-Botschafters etabliert. Peter Zyprian, eigentlich Gesamtvertriebsleiter bei der expert-Kooperation, wurde an das IFA-Management ausgeliehen, um dem Handel die Bedeutung der Berliner Messe zu vermitteln und ihn zur Reise nach Berlin zu überzeugen. Ob dies gelungen ist, werden die Zahlen der Fachhandels-Besucher am Ende der Messe zeigen.

Und genau, damit dies erfolgreich wird, hat das IFA Management Team sehr viel getan. Die Mannschaft um Leif Lindner, der im Oktober vergangenen Jahres mit der Hypothek der schwachen IFA 2023 die Leitung übernahm, hat sehr gute Arbeit geleistet. Das sagte auch LG-Manager Daniel Schiffbauer in einem Interview in *markt intern* und lobte die Vorarbeit der IFA-Macher. Zwar wurde beispielsweise das neue IFA-Logo bei seiner Vorstellung kritisch gesehen, doch es hat sich bewährt, wie die nahezu in allen Online-Medien platzierten IFA-Banner deutlich zeigten. Auf nahezu allen Plattformen war die IFA schon seit Wochen präsent. Dem IFA-Management ist es gelungen den Bekanntheitsgrad der IFA 2024 deutlich zu steigern.

Wie aber steht es um die Aussteller? Das bringt Leif Lindner auf den Punkt: „Während der Eröffnungspressekonferenz haben wir über 2.000 Aussteller angekündigt, von denen 70 % wiederkehrende Aussteller sind, während 30 % neu auf der Messe vertreten sind. Ich bin besonders stolz darauf, dass wir diese IFA ausverkauft haben.“ Da war es auch richtig, die Aussteller des Global Markets, also die Bereiche Components, ODM, OEM und Suppliers, wieder in das Stadion Berlin auszulagern.

Die Stimmung im Vorfeld der IFA100 ist gut. Die Management GmbH hat gute Arbeit geleistet, die Reise- und Hotel-Pakete für den Handel sind geschnürt. Jetzt muss der Handel nur noch nach Berlin kommen. Denn die Zeichen für ein gutes 4. Quartal sind günstig. LG-Mann Daniel Schiffbauer erwartet, besonders durch den Boom bei Streaming-TV, ein deutliches Ersatzgeschäft bei Fernsehgeräten.

Wir sehen uns in Berlin.
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
karsten.eggert@ce-trade.de

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



1. und 2. Quartal 2024

Verluste haben sich halbiert

Hurra, das Umsatzminus im HCE-Umsatz hat sich im ersten Halbjahr 2024 gegenüber dem ersten Quartals 2023 von -4,5 Prozent auf -2,6 Prozent „verbessert“. Beim Vergleich des ersten Quartals 24 mit dem vom Vorjahr, ergibt sich ein Umsatzverlust von rund einer halben Milliarde Euro. Vergleicht man dagegen das 1. Halbjahr 2024 mit dem Vorjahr ergibt sich ein Umsatzverlust von wiederum deutlich über einer halben Milliarde Euro. Wo also kommt die nahezu Halbierung des Verlustes im 1. Halbjahr 2024 gegenüber Vorjahr her? Ganz einfach: Das 1. Halbjahr 2023 war gegenüber dem gleichen Zeitraum 2022 mit einem Minus von fast 1,5 Milliarden katastrophal.

Auch wenn man sich die HEMIX-Zahlen für das so wichtige TV-Geschäft genauer ansieht, kommt schnell die Ernüchterung. Das 1. Halbjahr schließt mit ein Plus von 1,8 Prozent beim Umsatz und plus 1,3 Prozent bei den Stückzahlen ab. Doch dieses „Wachstum“ basiert auf Verlusten im Vorjahr gegenüber 2022 in der Größenordnung von -13 Prozent. Unterm Strich geht es dem CE-Handel weiterhin schlecht.

Betrachtet man die Einbrüche bei Satelliten-Komponenten, ist die Ursache schnell ausgemacht. TV via Internet und Streaming-Programmen erklären die Abwanderung ins Internet.

Auch bei Foto haben sich die Zahlen ins Negative gedreht, einzig Actioncam liegen deutlich im Plus, tragen aber nur 50 Millionen Euro zum Gesamtumsatz bei.

Schon etwas verrückt die Entwicklung bei Home Audio. Hier wurden rund 33 Prozent mehr Geräte verkauft, trotzdem sank der Umsatz um 0,2 Prozent. Grund: Der Durchschnittspreis sank von 427 Euro um fast 25 Prozent auf 320 Euro. Im Bereich Home Audio ist zwar ein Trend der Kunden zu höherwertigen Geräten zu erkennen, leider aber

Home Electronics Market Index 1. Halbjahr 2024

Konsumentenmarkt (private Nachfrage)	Absatz in 1000 Stück			Durchschnittspreis in EURO (Konsumentenpreise incl. MwSt.)			Umsatz in Mio. EURO		
	Q1-2/2023	Q1-2/2024	+/-%	Q1-2/2023	Q1-2/2024	+/-%	Q1-2/2023	Q1-2/2024	+/-%
TV-Display Total ¹⁾	1.938	1.963	1,3%	693	697	0,5%	1.343	1.368	1,8%
Satellite/Set-Top-Boxen Total							43	27	-37,8%
- Sat.-Systeme / -Antennen	109	112	2,9%	104	103	-0,5%	11	12	2,4%
- Set Top Boxen	440	260	-40,9%	72	58	-19,1%	32	15	-52,2%
Video Total							77	85	9,8%
- DVD-Player/-Recorder	77	66	-14,8%	54	53	-1,6%	4	3	-16,2%
- Blu-ray-Player/-Recorder ⁶⁾	125	112	-10,2%	168	165	-1,9%	21	19	-11,9%
- Media Boxes/Sticks	770	935	21,4%	68	67	-0,6%	52	63	20,6%
Action Cams (inkl. Camcorder) ¹⁰⁾	122	147	20,0%	305	341	12,0%	37	50	34,4%
Digital Cameras	311	297	-4,6%	869	861	-0,9%	271	256	-5,4%
Wechselobjektive	240	211	-11,8%	846	906	7,2%	203	191	-5,5%
Home Audio Total							365	338	-7,2%
- Einzelkomponenten Total ²⁾	163	217	32,9%	427	320	-24,9%	70	69	-0,2%
- Audio Home Systems ³⁾	247	240	-3,1%	219	241	10,1%	54	58	6,7%
- Smart Audio ⁵⁾	412	300	-27,3%	149	175	17,0%	61	52	-15,0%
- Lautsprecher-Boxen ¹⁴⁾	524	450	-14,2%	342	353	3,1%	179	159	-11,5%
Personal Audio Total ³⁾	1.104	919	-16,7%	83	86	3,9%	92	79	-13,4%
Audio/Video Zubehör							783	701	-10,5%
- Kopfhörer + Stereo Mobilfunkheadsets	7.020	6.373	-9,2%	87	85	-2,2%	614	545	-11,3%
- Bluetooth-Lautsprecher	1.378	1.276	-7,4%	123	122	-0,3%	169	156	-7,7%
Auto-Multimedia (ohne Erstausrüstung) ⁴⁾	344	283	-17,6%	149	146	-1,9%	51	41	-19,2%
Videogames Konsolen	989	641	-35,2%	453	405	-10,5%	448	260	-42,0%
Unterhaltungselektronik Total							3.712	3.396	-8,5%
Telekommunikation Total ⁵⁾							6.629	6.715	1,3%
- Mobiltelefone	447	388	-13,2%	51	50	-1,6%	23	20	-14,6%
- Smartphones	8.515	8.753	2,8%	689	689	0,0%	5.868	6.030	2,8%
- Telefone ¹³⁾	1.261	1.161	-8,0%	55	56	0,8%	70	65	-7,3%
- Core Wearables ⁷⁾	2.716	2.480	-8,7%	246	242	-1,6%	669	601	-10,1%
PCs Total ⁷⁾							2.245	1.967	-12,4%
- Desktop PCs	297	253	-15,0%	938	938	0,0%	279	237	-15,0%
- Notebooks	1.375	1.160	-15,6%	865	871	0,7%	1.189	1.011	-15,0%
- Tablet PCs	1.702	1.640	-3,6%	456	438	-3,9%	777	719	-7,4%
IT-Peripherie Total ¹⁵⁾							690	671	-2,9%
- Monitore	1.350	1.373	1,7%	258	239	-7,4%	348	328	-5,8%
- Projektoren	46	46	0,2%	609	546	-10,3%	28	25	-10,1%
- MFD / Drucker / Scanner	1.532	1.536	0,2%	205	207	0,8%	314	317	1,0%
Recording Media Total ¹⁵⁾							250	229	-8,3%
- CD/DVD/Blu-ray Rohlinge	14.161	9.158	-35,3%	1	1	-17,1%	11	6	-46,4%
- Memory Cards	5.061	5.039	-0,4%	18	18	0,6%	93	93	0,1%
- USB Sticks	5.121	4.964	-3,1%	11	11	0,7%	55	53	-2,4%
- Festplatten ¹¹⁾	812	624	-23,1%	112	123	9,6%	91	77	-15,7%
Informationstechnologie Total ¹²⁾							3.185	2.867	-10,0%
Consumer Electronics Total							13.527	12.978	-4,1%
Elektrokleingeräte Total ¹⁵⁾							3.148	3.246	3,1%
Elektrogroßgeräte Total ¹⁶⁾							4.760	4.654	-2,2%
Home Electronics Total							21.435	20.878	-2,6%

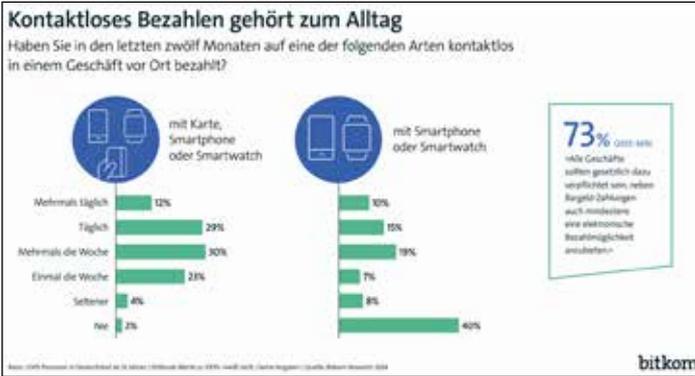
1) LCD-TV, OLED
 2) Tuner, Amplifier, Receiver, Plattenspieler, CD-Player/Recorder
 3) Kofferradios, Uhrenradios, CD-Portables, MD-Portables, eBooks, Portable Media Player
 4) Car Audio, Car Vision & Car Navigation
 5) Durchschnittspreise ohne Subventionen
 6) inkl. Blu-ray-UHD-Player/-Recorder
 7) inkl. Smart Watches (ohne SIM), Smart Glasses (ohne SIM), Health & Fitness Trackers, Wrist Sport Computers, Connected Watches und Locators; Earables (Smart Headsets) sind im Segment „Kopfhörer + Stereo Mobilfunkheadsets“ und Smart Watches mit SIM-Karte im Segment „Smartphones“ enthalten
 8) Micro- / Mini- / All-In-One-Anlagen
 9) Smart Speaker & Smart Audio Components (Multi-Room)
 10) Camcorder, Multimedia Cameras, Action Cams
 11) Externe Festplatten, Multimedia Festplatten, NAS-Systeme
 12) Konsumentenmarkt
 13) inkl. Single Handsets ab Januar 2016
 14) inkl. Soundbars
 15) Koch- und Küchengeräte, (Heiß-)Getränkzubereitung, Haus- & Raumpflege, Wäschepflege, Körperpflege, Personal Diagnostics
 16) Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspüler, Kühlgeräte, Gefriergeräte, Herde/Backöfen, Einbau-Kochfelder, Dunstabzugshauben, Mikrowellen

sind es immer weniger Kunden, entsprechend die Umsatzverluste im Bereich von 15 Prozent.

Auch der Kommunikationsmarkt und der Computerbereich geben wenig Anlass zur Freude. Nach dem Corona-Trend zum Home-Office und den daraus resultierenden Käufen, zeigt sich jetzt eine deutliche Marktsättigung. Die ist offenbar auch bei den ehemals zweistellig boomenden Smartphones zu beobachten. Es muss scheinbar nicht im-

mer das neueste Gerät sein, die Nutzungsdauer hat sich deutlich verlängert, und der Gebrauch oder der Refurbished-Markt drückt deutlich auf das Neugeschäft. Auch der Trend zu immer teureren Smartphones hat sich abgeschwächt. So konnte die Telekommunikation total nur ein Umsatzplus von mageren 1,3 Prozent verzeichnen. Zweistellig im Minus ist dagegen die Informationstechnologie mit minus 10 Prozent.

Die Weiße Ware erinnert sich noch mit Wehmut an die umsatzstarken Corona-Jahre. Die Kunden machten es sich zu Hause schöner und kauften Groß- und noch mehr Kleingeräte. Doch diese Party ist vorbei. Kleingeräte konnten nach einem Minus im 1. Halbjahr 2023 in diesem Jahr ein gutes Plus von 3,1 Prozent verbuchen. Die Hersteller von Großgeräten mussten ein Minus von 2,2 Prozent akzeptieren.



ELEKTRONISCH BEZAHLEN Zahlen mit dem Smartphone

Kontaktloses Bezahlen an der Kasse ist in Deutschland Standard – und eine deutliche Mehrheit nutzt dafür inzwischen Smartphone oder Smartwatch. So haben 6 von 10 Deutschen (59 Prozent) in den vergangenen zwölf Monaten mindestens einmal an der Kasse mit Smartphone oder Smartwatch kontaktlos bezahlt. Nimmt man die klassische Kredit- oder Bankkarte noch hinzu, sind es sogar 98 Prozent, die zumindest hin und wieder im Geschäft kontaktlos bezahlen.

Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung von 1.005 Personen in Deutschland ab 16 Jahren im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Zugleich geben rund drei Viertel (76 Prozent) an, dass es sie stört, wenn sie an der Kasse nicht kontaktlos zahlen können. Fast ebenso viele (73 Prozent) fordern, dass alle Geschäfte gesetzlich verpflichtet werden sollten, neben Bargeld auch mindestens eine elektronische Bezahlmöglichkeit anzubieten. Selbst unter den eher Bargeld-affinen Älteren ab 65 Jahre stört es 72 Prozent, wenn sie an der Kasse nur mit Bargeld bezahlen können. In dieser Altersgruppe unterstützen 70 Prozent die Forderung nach einer gesetzlichen Regelung, die elektronisches Bezahlen überall ermöglicht. „Elektronisches Bezahlen ist schnell, bequem, sicher und unter dem Strich auch für die Geschäfte effizient.

Kundinnen und Kunden sollten selbst entscheiden können, auf welche Weise sie bezahlen wollen, diese Wahlfreiheit sollte in Deutschland überall selbstverständlich sein“, sagt Bitkom-Präsident **Dr. Ralf Wintergerst**.

Zwischen den Altersgruppen gibt es beim kontaktlosen Bezahlen zwar deutliche Unterschiede, es hat sich aber auch bei den Älteren fest etabliert. 99 Prozent der 16- bis 29-Jährigen haben in den vergangenen zwölf Monaten mindestens einmal mit Karte, Smartphone oder Smartwatch kontaktlos bezahlt, bei den 30- bis 49-Jährigen sind es mit 100 Prozent praktisch alle, bei den 50- bis 64-Jährigen 98 Prozent und selbst unter den Seniorinnen und Senioren ab 65 Jahren bezahlt eine deutliche Mehrheit von 93 Prozent kontaktlos. Das elektronische Bezahlen, das mit der Corona-Pandemie einen Schub bekam, dürfte weiter zunehmen. 80 Prozent der Deutschen geben an, dass sie in den letzten Jahren bereits weniger Bargeld nutzen als früher, 62 Prozent gehen zudem davon aus, dass sie künftig seltener Bargeld verwenden werden. Ebenfalls 62 Prozent sagen, dass ihnen ohne Bargeld nichts fehlen würde. Allerdings räumt auch die Hälfte (50 Prozent) ein, mehr Geld auszugeben, wenn sie elektronisch bezahlen.

Großes Interesse an Reparaturen

56 Prozent der von Wertgarantie Befragten beschäftigen sich bereits vor dem Kauf damit, wie gut ein Gerät im Schadensfall zu reparieren wäre. Dieses Interesse ließe sich signifikant steigern, wenn Hersteller die Reparierbarkeit ihrer Geräte ausweisen würden. Laut der Wertgarantie-Studie würden etwa neun von zehn Verbrauchern ein solches Reparatur-Label bei der Kaufentscheidung von Elektro- und Haushaltsgeräten berücksichtigen. „Die Ergebnisse zeigen ganz deutlich das große Potenzial eines Reparatur-Labels, das Verbrauchern auf einen Blick die Reparierbarkeit eines Geräts anzeigt“, so **Konrad Lehmann**, Vorstand bei Wertgarantie. „Unsere Studie belegt: Die große Mehrheit der Verbraucher entscheidet sich eher für ein Gerät, das im Schadensfall einfacher zu reparieren ist.“

Benedict Kober freut sich auf die IFA 100

Für Euronics ist 2024 in vielerlei Hinsicht ein besonderes Jahr. Wir feiern unser 55-jähriges Jubiläum, und gleichzeitig steht für die IFA als strategische Leitmesse für Consumer Electronics und Home Appliances der 100. Geburtstag vor der Tür. Seit einem Jahrhundert prägt die IFA die Branche, bietet Raum für Austausch und Innovation, treibt Entwicklungen voran und lenkt die Blicke der Welt auf die vorgestellten Produktneuheiten. Zwei einprägsame Fakten: 1930 hielt Albert Einstein die Eröffnungs-Ansprache unter dem Funkturm. 1967 wurde das Farbfernsehen mit dem berühmten Knopfdruck des damaligen Bundesaußenministers Willi Brandt auf der IFA offiziell gestartet.

Euronics steht seit 2007 als erster strategischer Partner fest an der Seite der Brancheninstanz, und auch ich persönlich bin eng verbunden mit der IFA. Seit 1995 habe ich keine einzige Veranstaltung verpasst und freue mich deswegen umso mehr auf die diesjährige Jubiläums-Messe. Die IFA 2024 unter dem neuen Leitmotto „Innovation for All“ wird modern, groß, bunt und lebendig. **Leif Lindner** und sein Team haben mit viel Herzblut ein zukunftsweisendes Konzept entwickelt, damit die Messe in neuem Glanz erstrahlt. Die enge Zusammenarbeit mit der Stadt Berlin samt Nutzung der STATION Berlin als zweiten Veranstaltungsort oder auch ein belebter IFA Sommergarten tragen sicherlich zum Erfolg bei und sorgen für eine quirlige Hauptstadt im September.

Aus wirtschaftlicher Sicht ist die IFA für uns als Genossenschaft enorm wichtig und bietet eine effiziente Plattform für zahlreiche Gespräche, Verhandlungen und Geschäfte. Für unsere Mitglieder ist die Messe der Ort, um gemeinsam mit der Industrie das Saisongeschäft zu planen, sich die besten Angebote zu sichern und sich über Neuheiten und Innovationen zu informieren. Die IFA liefert darüber hinaus zahlreiche neue Impulse und Rückschlüsse für noch mehr Umsetzungsstärke. Die Euronics Lounge im Hub27 bietet den optimalen Raum für eben diese Gespräche und dient gleichzeitig als willkommene Oase im Messetrubel, um Kraft zu tanken oder sich über Erlebtes auszutauschen.

Ganz kurz

Bitkom: Generell nutzen 92 Prozent der Kinder und Jugendlichen ab 6 Jahren das Internet. 85 Prozent der Kinder und Jugendlichen zwischen 6 und 18 Jahren nutzen zumindest ab und zu ein Smartphone und verbringen daran im Schnitt gut zwei Stunden täglich.

Streaming-TV: Jeder Fünfte nutzt bereits ein kostenpflichtiges Streaming-Abo mit Werbung. So hat sich die Zahl der Netflix Werbe-Abos 2024 laut der Simon-Kucher Streaming-Studie verdreifacht. Bei Amazon Prime ist die Akzeptanz für Werbung ähnlich hoch, der Dienst profitiert aber vom Opt-In-Modell, wodurch keine Werbung angezeigt wird. Denn: 77 Prozent der Prime-User investieren aktiv in Werbefrei-Add-Ons gegen Aufpreis.

Xiaomi: Der Smartphone-Hersteller bietet jetzt einen eigenen Versicherungsservice für spezielle Modelle seiner Smartphone-Range an.

Telekom: Das Wacken Open Air (W:O:A) setzt seine erfolgreiche Partnerschaft mit der Telekom fort. Damit wird das Unternehmen das größte Metal-Festival der Welt für weitere vier Jahre zu den Fans bringen.

SES Astra: RTL Deutschland und SES ASTRA verlängern ihre Partnerschaft für die Distribution der Programme. Die Vereinbarung umfasst alle TV-Angebote von RTL in SD, HD und UHD in Deutschland und Österreich.

Dolby: 50 Jahre Dolby in der Filmbranche! Im Mai 1974 startete der Spionage-Thriller Callan bei den Filmfestspielen in Cannes. Es war der erste Spielfilm, der mit Dolby-Klang in die Kinos kam.

DAB+: Der Weltverband WorldDAB und der Digitalradio Deutschland e.V. präsentieren nach zwei Jahren intensiver Zusammenarbeit eine beispielgebende Innovation für Digitalradio DAB+: das Warnsystem „Automatic Safety Alert (ASA)“, das die Bevölkerung in Not- und Krisenfällen schützt sowie verlässlich und ohne Internetverbindung Sicherheitsmeldungen im Radio digital übermittelt.

LG 1 LG Electronics erweitert seine Streaming-Plattform LG Channels, die mehr als 200 Kanäle für Unterhaltung, Informationen, Musik und Sport umfasst, um seinen ersten eigenen FAST Channel: LG 1 bietet lineares Programm und exklusive Inhalte kostenlos für Nutzer von LG webOS-Fernsehern. Zu den hochkarätigen Inhalten auf LG 1 zählen unter anderem die mit dem Critics' Choice Television Award ausgezeichnete Serie „Nashville“ mit Hayden Panettiere in der Hauptrolle und „Boss“ mit Golden Globe-Gewinner Kelsey Grammer. Darüber hinaus bietet LG Channels in Zukunft auch fünf Sony One-Kanäle von Sony Pictures Entertainment an, darunter Sony One Comedy TV mit der beliebten Serie „Seinfeld“ und Sony One Thriller TV mit Top-Formaten wie „Breaking Bad“, „Damages“ und vielem mehr – und das alles völlig kostenlos. „Die Einführung von LG 1 ist eine absolute Premiere in Deutschland und unter-



streicht unser Engagement, den Kunden ein erstklassiges Streaming-Erlebnis zu bieten“, sagt **Cho Byung-ha**, Executive Director of HE Platform Business bei LG Electronics.

Insgesamt umfasst LG Channels 30 Film-, 13 Unterhaltungs-, 17 Dokumentar-, 26 Serien-, 22 Musik- und 21 Sportkanäle und bedient damit eine große Bandbreite an Interessen und Vorlieben.

LOEWE We. SEE Icd Streaming Fernseher Das Einstiegsmodell in die Loewe-Welt



Exklusive Edge-LED-Panels in 32 und 43 Zoll bieten lebendige Farben und schnellen Bildaufbau bei gleichzeitig niedrigem Energieverbrauch. Das neue Betriebssystem Loewe os8 und die Fernbedienung We. REMOTE ermöglichen einen schnellen und direkten Zugriff auf alle beliebten Streaming-Dienste, wie Netflix und Amazon Prime. Zudem beherrscht das smarte Betriebssystem auch Miracast, Apple AirPlay und DTS Play-Fi. Die neue Loewe Chassis SL8 Familie unterstützt zudem alle modernen Verbindungs-Standards mit HDMI 2.1-Eingängen für CEC, HDCP, ALLM und VRR bis zur Ultra HD-Auflösung, perfekt auch für High-Speed-Gaming. Hervorragendes Klangerlebnis mit integrierter Soundbar. Beste Sprachverständlichkeit und ein beeindruckendes Klangerlebnis bietet die integrierte 60 Watt Front-Soundbar. Zusätzlich lässt sich jederzeit Dolby Atmos aktivieren. Das integrierte Sound System ist zudem mit dem drahtlosen Loewe klang sub1 oder der leistungsstarken Soundbar Loewe klang bar3 mr erweiterbar und bringt damit echte Heimkino-Atmosphäre. Hierfür unterstützt ein HDMI 2.1-Eingang auch enhanced ARC, um Dolby Atmos in hochauflösendem Surround Sound genießen zu können. Ausgefeiltes 360°-Design und Qualität sind beim We. SEE Icd gepaart mit einem cleveren Kabelmanagement und versteckten Anschlüssen. Das Ergebnis ist ein ästhetisches Gesamtbild. Die clevere Konstruktion der TV-Serie umfasst einen stabilen, in storm grey lackierten table stand aus Metall. Zudem ist der We. SEE Icd durch die modularen Sound- und Aufstelllösungen, wie beispielsweise verschiedene Wandhalterungen, Soundbars, Subwoofer und Lautsprecher, flexibel an das Wohninterieur anpassbar. Mit ihrem extra stylischen Design und dem beleuchteten Cursorfeld passt die Fernbedienung We. REMOTE perfekt in das Gesamtbild der neuen TV-Serie We. SEE Icd von Loewe.

Xiaomi Open Wear Stereo Open-Ear-Kopfhörer

Der ergonomisch geformte, offene Ohrbügel schmiegt sich eng an die individuelle Anatomie an und kann entsprechend angepasst werden, ohne das Tragen einer Brille zu beeinträchtigen. Ein weiterer Vorteil der offenen Konstruktion: Die uneingeschränkte Wahrnehmung von Umgebungsgeräuschen, sei es im Büro oder im Straßenverkehr. Für einen hervorragenden Sitz, ob unterwegs oder beim Sport, sorgt der im Ohrbügel eingebettete Draht aus einer flexiblen Nickel-Titan-Legierung. So bieten die Xiaomi OpenWear Stereo sowohl hohen Tragekomfort als auch Sicherheit und Funktionalität. Mit nur einer einzigen Ladung ermöglicht der integrierte Akku 7,5 Stunden Musikgenuss oder bis zu 38,5 Stunden beim Einsatz mit dem Ladeetui. Lieferbar in Cosmic Gray und Sandstone Beige. UVP 119,90 Euro





Panasonic will der Party einheizen: Der neue Party-Lautsprecher TMAX45 von Panasonic sorgt für eine stimmungsvolle Atmosphäre auf allen Partys und auf jeder Tanzfläche. In der transportablen Boombox steckt ein eindrucksvolles Soundsystem mit einer Gesamtausgangsleistung von bis zu 1.000 Watt (RMS) und einer ebenso starken Lichtshow. Ausgerüstet mit Eingängen für Gitarre und Mikrophon. Dank der zwei leistungsstarken Bi-Wiring-Digitalverstärker, der zwei großzügigen 16-cm-Tieftöner, der zwei Hochtöner und zwei Bassreflexöffnungen liefert der TMAX45 einen satten, ausgewogenen Sound: mit kräftigem Bass, kristallklaren Stimmen und differenzierten Hochtönen – alles aus einer einzigen Box.

„Durch die konsequente Verdoppelung von Schlüsselkomponenten gewährleisten wir, dass der TMAX45 die nötige Power hat, um jede Party in Schwung zu bringen“, so **Tamas Nagy**, Manager Marketing Panasonic. Hinter dem Metallgitter des Panasonic TMAX45 verbirgt sich eine Lichtshow: Sieben leuchtende Farben, elf Muster und zwei Stroboskope stehen zur Verfügung. Vier der Muster und die Stroboskope pulsieren automatisch mit der Musik. Und damit nicht genug – außerdem kann der Home-DJ aus den verbleibenden mehrfarbigen Mustern oder einfarbigen Varianten wählen, um für noch mehr Club-Atmosphäre zu sorgen. Über Bluetooth können zwei Geräte gleichzeitig mit dem TMAX45 gekoppelt werden, um nahtlos zwischen Playlists zu wechseln. Für das Zuspielden weiterer Musikquellen stehen die Aux- und optischen Eingänge zur Verfügung.

ULTRAGEAR 4K OLED-MONITOR Neue Display-Welt, auch für Gamer

Mit seinem schlanken, nahezu rahmenlosen Design ermöglicht das Gerät eine immersive Darstellung von Games aller Art und punktet insbesondere mit kristallklaren Grafiken und atemberaubendem Realismus. Eine Helligkeit von 275 cd/m², die Unterstützung von HDR10 sowie die Funktion DisplayHDR400 TRUE BLACK ermöglichen die Darstellung selbst feinsten Details. Weltweit einzigartig ist der VESA-zertifizierte Dual Mode des UltraGear 32GS95UX-B. Der neue Gaming-Monitor von LG kombiniert als erster seiner Art zwei unterschiedliche Betriebsarten, zwischen denen der Nutzer sich mit nur einem Knopfdruck entscheiden kann: 4K-UHD bei 240 Hz und Full-HD bei 480 Hz – je nachdem, welcher Modus für das gewählte Spiel besser geeignet ist. Unabhängig von der Bildwiederholungsrate kann das Bild nach individuellen Vorlieben auch in 27 oder 24 Zoll dargestellt werden. Dank der NVIDIA G-SYNC Compatible-Zertifizierung und der Unterstützung von AMD FreeSync Premium Pro beträgt die Reaktionszeit lediglich 0,03 Millisekunden, und der Bildaufbau bleibt jederzeit butterweich. Dafür, dass die Spieler auch tontechnisch bestmöglich in ihr Game



GRUNDIG Mini bis Maxi Lautsprecher Sound für die jüngere Zielgruppe

Vier neue Lautsprecher von Grundig – drei kompakte Bluetooth-Speaker und eine große Bluetooth-Party-Box – liefern den perfekten Beat für Festivals, Poolpartys und laue Sommerabende. Der **Xplore Black** ist der perfekte Bluetooth-Lautsprecher für unterwegs. Mit seiner integrierten Powerbank-Funktion können Nutzer:innen ihr Smartphone mit 5 Volt und 1 Ampere aufladen, während sie ihre Lieblingsmusik genießen. Der Akku hält beim Musikhören circa 15+ Stunden durch, eine praktische Akkustandanzeige ist integriert. Mit einer Gesamtausgangsleistung von 8 Watt RMS und einem integrierten Passivradior liefert der Xplore Black beeindruckenden Sound mit dynamischem Bass. Der **Jam 2 Bluetooth-Speaker** bietet langanhaltenden Musikgenuss in jeder Umgebung, egal ob zuhause, im Park oder am Pool. Mit einer Akkulaufzeit von bis zu 30 Stunden und einer Musikstreaming-Reichweite von bis zu 30 Metern ist er ideal für lange Musikabende. Der Lautsprecher ist nach Schutzart IP67 vor Staub und Wasser geschützt. Klein, aber kraftvoll: Der **Bluetooth-Lautsprecher SOLO 2** passt mit einer Breite von 9 Zentimetern in jede Tasche. Mit seiner kompakten Bauweise und der Spritzwasserschutzart IPX5 ist er bereit für jedes Abenteuer. Mit einer Akkulaufzeit von circa 18+ Stunden und einer Bluetooth-Musikstreaming-Reichweite von bis zu 30 Metern perfekt für die Outdoorparty. Mit einer Breite von etwa 28 Zentimetern und einem Gewicht von knapp 6 Kilogramm ist der **PartyHit Max** der ultimative Partyperformer und leistungsstarke große Bruder unter den neuen Lautsprechern von Grundig. Mit seinen beeindruckenden 160 Watt Gesamtausgangsleistung, den Passivradiatoren und Ultra-Bass-DSP bringt er die Tanzfläche zum Beben.



eintauchen können, sorgt die innovative Pixel-Sound-Technologie. Im Gegensatz zu Monitoren mit Lautsprechern an den äußeren Rändern oder auf der Rückseite, gibt das Display hierbei selbst den Klang ab, der direkt hinter dem OLED-Panel erzeugt und von der innovativen Cinematic Sound OLED-Technologie in Richtung des Spielers kanalisiert wird. Das Ergebnis ist eine nahtlos mit der Bildschirmanzeige synchronisierte Audioausgabe in 3D-Qualität, die das Gaming-Erlebnis noch spürbarer und fließender macht. Das neue Unity Hexagon Lighting mit RGB-Beleuchtung von LG stellt jederzeit die passende Gaming-Atmosphäre her.

SCHAFFE KLARHEIT
Überragende Raumbeherrschung dank starker Technik.

Hisense
OFFICIAL PARTNER
UEFA EURO2024 GERMANY

Hol Dir bis zu **400€** CASHBACK
02.09. - 17.11.2024

HISENSE GEHT MIT MANUEL NEUER IN DIE VERLÄNGERUNG Cashback-Aktion mit dem Markenbotschafter zur IFA100

Sie haben große Spiele gezeigt, die deutsche EM-Nationalmannschaft mit **Manuel Neuer**, und Deutschland einen berauschenden Fußball-Sommer geschenkt. Diesen Schwung aus dem unvergesslichen Fußballsommer will Hisense mit einer großen Cashback-Aktion zur IFA mitnehmen!“, so **Anja Zankl**, Head of Marketing Hisense Gorenje Germany GmbH. Schon zu Beginn des Sommers setzte Hisense mit der Verpflichtung des Spitzentorhüters für die globale EM-Kampagne einen Meilenstein und erhielt vor allem im Gastgeberland Deutschland viel Aufmerksamkeit. Deshalb auch hat Hisense die Kooperation mit Manuel Neuer als Markenbotschafter verlängert: „Manuel Neuer und Hisense passen einfach ideal zusammen“, so Anja Zankl. Für eine nationale Kampagne wird es pünktlich zum Start der 100. Ausgabe der IFA ein Wiedersehen mit Manuel Neuer geben.

Den Start macht Hisense mit einer Cashback-Aktion vom 2.9.-17.11.2024, bei der Manuel Neuer auf allen Kanälen inklusive am Point of Sale zu sehen sein wird. Im Fokus der Sellout-Kampagne stehen aktuelle Laser TV und TV-Modelle; die Aktion beinhaltet aber auch weitere Produkte des umfangreichen Hisense Portfolios. Beim Kauf eines der Hero-Produkte bei einem der teilnehmenden Händler locken bis zu 400 Euro Cashback. Die Kunden registrieren sich ganz einfach auf der Landing Page (<https://>



Manuel Neuer ist weiterhin Markenbotschafter für Hisense. Nach den großen Spielen seiner Mannschaft während der EM geht sein Engagement für die TV-Marke in die Verlängerung.

aktion.hisense.de), nach erfolgreicher Prüfung der Angaben erhalten sie den Cashback-Betrag unkompliziert aufs Konto gutgeschrieben.

Mit dieser Aktion und der Präsenz von Markenbotschafter Manuel Neuer baut Hisense konsequent die Markenwahrnehmung aus und schafft pünktlich zum IFA-Zeitraum und Start ins Jahresendgeschäft wichtige Kaufanreize. Wie und wo es nach der Cashback-Aktion einen weiteren Einsatz von Manuel Neuer geben wird, bleibt spannend.

Hisense Cashback-Highlights

Wahlweise in 100 oder 120 Zoll bieten die Laser Projektoren 100L5HD und 120L5HA eine laserscharfe Projektion und Helligkeitswerten von 2600 ANSI Lumen. Mit 4K ultra HD werden die Bilder gestochen scharf mit der von der Kinotechnik inspirierten Dolby Vision dargestellt, und Dolby Vision Atmos sorgt für raumfüllenden Sound.

Ein weiteres Highlight der Hisense Cashback Aktion sind die Mini LED ULED U7 Modelle in Großzoll. In den Größen 100, 85 und 75 Zoll



Hisense U7 Serie – der neue Hisense U7 Mini LED ULED-TV bietet ein erstklassiges Seh-Vergnügen und überzeugt mit erstaunlicher Farb- und Klangreinheit, die jeden Raum in ein Unterhaltungszentrum verwandelt.



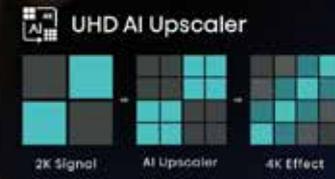
4K UHD bringt Bildqualität mit hohem Realitätsanspruch

Alles mit einer breiten Farbskala, ein atemberaubendes, leuchtendes und lebendiges Bild sind nur für Sie zu öffnen.

Full HD 1920 × 1080	4K 3840 × 2160
------------------------	--------------------------



UHD AI Upscaler



2K Signal AI Upscaler 4K Effect

Bild und Ton für Anspruchsvolle – da die meisten TV-Sendungen nur in SD gesendet werden, verfügen die Hisense TVs über AI Upscaling für eine Wiedergabe von SD in 4K. Für den perfekten Sound dazu sorgen die neuen Soundbars der Hisense HS- und AX-Serie.

schafft die Quantum Dot Color Technologie mit ihren bis zu einer Milliarde präziser Farbschattierung besonders realistische und lebensechte Bilder. Die unabhängig voneinander gesteuerten Dimming-Zonen sorgen für eine perfekte Bildwiedergabe vom tiefsten Schwarz bis in die hellsten Bereiche. Zur Ausstattung gehören ebenso

HDR10+ und Dolby Vision IQ. Zudem sorgt Dolby Atmos für raumfüllenden Sound. Mit seiner Bildwiederholrate von 144 HZ VRR, Ultra Motion und dem speziellen Sportmodus erlebt man nahezu ein perfektes Stadion-Feeling. Mit Freesync Premium und der Gamebar hat man die beste Voraussetzung für spannendes Gaming.



Ganz großes Kino by Hisense: Schon vor einigen Jahren zeigte Hisense auf der IFA den ersten Laser-TV-Projektor. In diesem Jahr hat der neue Laser PL2 in Berlin Premiere. Er schafft eine Projektion mit 150 Diagonale (381 cm), damit bekommt man wirklich das Kino in den eigenen Wänden. Die Kalibrierung gelingt wie gewohnt spielend einfach, je nach Zollgröße manuell oder automatisch über das Menü. Darüber hinaus ist auch das Projektionsverhältnis von 0,25 auf 0,22 verringert worden, was eine nähere Installation vor der Leinwand ermöglicht. Dies variiert bei einer Zollgröße von 80 Zoll mit einem Wandabstand von 11,6 cm bis hin zu 150 Zoll mit einem Abstand von 45,7cm. Die 4K Ultra HD Auflösung ermöglicht scharfe Bilder mit übertragender Tiefe und beeindruckenden Details. Darüber hinaus überzeugt der PL2 mit einer großzügigen HDR-Ausstattung mit HDR10+ dec. und Dolby Vision Unterstützung für einen erweiterten Kontrastumfang. So werden beispielsweise auch in dunklen Szenen Details besonders gut sichtbar. Dank einer höheren Spitzenhelligkeit von jetzt 2.700 Lumen ist der Laser Cinema nicht nur in abgedunkelten Räumen, sondern auch bei Tageslichtumgebung einsetzbar. Für Langlebigkeit sorgt die Premium X-Fusion Technologie, die über 25.000 Stunden Filmvergnügen gewährleistet, ohne dass die Lichtquelle ausgetauscht werden muss. Bei Sportinhalten sorgt der Sport Modus für optimierte Bild- und Soundwiedergabe, bei der schnelle Bildabläufe ohne Verzögerungen dargestellt werden und der Kommentator klar und deutlich zu verstehen ist. Interessant auch der Game Modus, die Eingabeverzögerung ist deutlich reduziert und schafft optimale Voraussetzungen für reaktionsschnelle Gaming-Action im Kinoformat.



Hisense Laserprojektor – die Kurzstanz-Projektoren 100L5HD und 120L5HA bieten 100 oder 120 Zoll Diagonale mit einer laserscharfe Projektion und Helligkeitswerten von 2600 ANSI Lumen.



GRUNDIG MIT TV-ZUWACHS Singapur mit 55 und 65 Zoll

Grundig erweitert sein Sortiment an Fernsehern. Die erfolgreiche Modell-Serie FineArts bekommt nun Zuwachs um neue OLED-Modelle. Ab sofort ist der Grundig GOB 9490 Singapur mit Bild diagonalen in 55 und 65 Zoll erhältlich und bietet ein beeindruckendes Seherlebnis mit gestochen scharfem, farbtreuem OLED-Display, raumfüllendem Sound und vielseitiger Ausstattung.

Das spezielle, zusammen mit Sound-Experten von ELAC entwickelte ELAC-Soundsystem mit 60 Watt Ausgangsleistung und Dolby Atmos liefert ein herausragendes Klangerlebnis und eine präzise Wiedergabe – für das Sounderlebnis eines Multiplex-Kinos im eigenen Zuhause.

Dolby Vision IQ bürgt für außergewöhnliche Farben, Kontraste und Helligkeit. Die Helligkeit der Filmszene wird automatisch auf die Lichtverhältnisse im Zimmer abgestimmt, wodurch keine Bilddetails verlorengehen. Der HDR10+ Standard sorgt für optimale Bildqualität und die Motion-Picture-Improvement-Technologie garantiert flüssige Bewegungen. HD- und Full-HD-Inhalte werden automatisch hochskaliert. Im Filmmaker Mode werden Filme und Serien in der Qualität der originalen Regieversion dargestellt – ohne künstliche Eingriffe wie der Glättung von Bewegungen, Rauschunterdrückung, Nachschärfung, Farbanpassung und Anpassung des Bildausschnitts.

Die Variable Refresh Rate (VRR) verhindert bei kompatiblen Konsolen und PCs Bildruckeln und -abbrüche; der Auto Low Latency Mode (ALLM) sorgt dafür, dass der TV automatisch den Modus mit der geringsten Verzögerung auswählt.

Ausgestattet mit der neuesten Version des Betriebssystems Google TV, ermöglicht der GOB 9490 Singapur einfachen Zugang zu zahlreichen aktuellen Streaming-Diensten. Chromecast built-in erlaubt das Streamen von Inhalten direkt vom Smartphone oder Tablet. Mit dem integrierten Google Sprachassistenten können Nutzer:innen den TV freihändig auch ohne Fernbedienung aus jeder Ecke des Wohnraums steuern. Im Lieferumfang sind eine Standard-Fernbedienung sowie eine Komfort-Fernbedienung für schnellen Zugriff enthalten. Ein drehbarer Mittelstandfuß, der eine einfache Ausrichtung genau auf die Sitzposition erlaubt, sorgt für zusätzliche Flexibilität und Komfort.

Der Fernseher verfügt über vielseitige Anschlussmöglichkeiten, darunter HDMI 2.1 für aktuelle Spielkonsolen, USB 2.0 mit USB-Recording und Time-Shift sowie einen regelbaren Kopfhörerausgang. Exklusiv für Grundig TVs ist die eigens entwickelte Channel Editor App, mit der Nutzer:innen im Handumdrehen Sender- und Favoritenleisten nach eigenen Wünschen zusammenstellen und flexibel bearbeiten können. Über den Picture Customizer und den Tone Master können die Bild- und Toneinstellungen mühelos und ganz nach den eigenen Vorlieben angepasst werden.

Grundig setzt bei der Herstellung auf Nachhaltigkeit: Die Verpackung, die Lautsprechergehäuse und die Fernbedienung bestehen zu 100 Prozent aus recycelten Materialien. Für einen besonders nachhaltigen Betrieb zu Hause sorgen der Ambient Light Eco-Sensor, der die Bildhelligkeit dem Umgebungslicht anpasst, und der Eco Button auf der Fernbedienung, der den Energieverbrauch durch effiziente Einstellungen um bis zu 23 Prozent reduziert. Grundig GOB 9490 Singapur 55 Zoll UVP 1.799 €. 65 Zoll 2.499 €.



SAMSUNG SUPERDEALS ZURÜCK Großes Kino mit Prämie

Zu attraktiven Cashback-Prämien von bis zu 550 Euro für Aktionsgeräte packt Samsung ein dickes Content-Paket attraktiver Streaming-Partner obendrauf. So können sich Nutzer bis zu 24 Monate hochkarätiges Entertainment sichern. Zu den Aktionsmodellen gehören Neo QLED 4K TVs bis zu 85 Zoll und Samsung OLED-Fernseher inklusive des beliebten Flaggschiffmodells der Serie S95D2. Dass dieses Mal auch The Serif einen Auftritt im SuperDeals Aktionsprogramm hat, dürfte Design-Fans besonders freuen.

Zu den Highlights der Aktion gehört der QLED 4K QN90D, der dank des leistungsstarken 4K AI Gen2 Prozessors starke Kontraste und scharfe Bilder liefert. Das Premium-Seherlebnis der QN90D Serie in Kombination mit sattem 3D-Surround-Sound hat auch die Tester der audiovision und SATVISION beeindruckt und die höchste Bewertung mit „sehr gut“ zur Folge. Beim Kauf eines Modells der Serie winkt ein Cashback von bis zu 500 Euro.

Auch wer sein Heimkino-Setup mit einem Samsung OLED TV aufwerten möchte, sollte einen Blick in das SuperDeals Programm werfen. Zu den Aktionsmodellen zählt unter anderem das Spitzenmodell der Serie S95D, das von der Fachzeitschrift Connect als „überragend“ gelobt und von der ComputerBild mit „sehr gut“ bewertet wurde. Der TV verfügt über die spezielle „OLED Glare-Free“ Technologie von Samsung, die Spiegelungen eliminiert und Reflexionen durch externe Lichtquellen deutlich reduziert. So genießen Nutzer faszinierende Bildwelten mit tiefen Schwarzwerten und lebendigen, brillanten Farben. Abhängig vom Modell können sich Aktions-Teilnehmer beim Kauf eines OLED TVs ebenfalls bis zu 500 Euro Cashback-Prämie sichern.

Samsung hat auch für Designfans ein Ass im Ärmel. Mit seinem beeindruckenden Design ist The Serif ein moderner Blickfang im Wohnzimmer. Als Lifestyle TV lässt er die Grenzen zwischen Fernsehgerät und Möbelstück verschwimmen und bietet gleichzeitig die Vorteile anspruchsvoller Samsung TV Technologien. Mit seinem matten Display ermöglicht The Serif ein reflexionsfreies Seherlebnis, auch bei direkter Sonneneinstrahlung oder Lampenlicht. Die Cashback-Prämie für den Design-Star beträgt bis zu 200 Euro.

Die Aktionsgeräte können bis 6. Oktober 2024 im Samsung Online Shop unter samsung.com/de/ oder bei allen teilnehmenden Händlern erworben werden. Für die Teilnahme müssen Kunden ihre erworbenen Geräte bis zum 20. Oktober 2024 unter samsung.com/superdeals registrieren, um den Cashback zu erhalten.

Im Aktionszeitraum erhalten Kunden außerdem die „Made for Germany“ Angebote. Sie umfassen Zugang zu einer großen Auswahl an Streaming-Partnern und Live-TV Anbietern wie Magenta TV inkl. Netflix, Disney+ sowie HD+. Je nach Aktionsgerät können Nutzer damit bis zu 24 Monate Serien, Filme, Live-TV und Sporthighlights genießen.

IFA

6-10 SEPT
2024



DER SOMMERGARTEN LEBT WIEDER Exklusive Live-Events auf der IFA

Seit Jahren gab der während einer IFA nicht genutzte Sommergarten Anlass zur Kritik. Ältere IFA-Besucher erinnerten sich gerne an die großen Veranstaltungen während der Messetage. Dem neuen Management-Team um **Leif Lindner** scheint es nun gelungen zu sein, den Sommergarten zu neuem Leben zu erwecken.

Ein absolutes Highlight startet schon am Vorabend der IFA, am Mittwoch, dem 5. September. Die Rock-Legende **Bryan Adams** eröffnet um 20 Uhr die IFA mit einem Konzert im Sommergarten. Sensationell auch die Ticketpreise von nur 86,25 Euro!

„Es hat lange gedauert, bis wir einen internationalen Top-Star für den Sommergarten verpflichten konnten, der auch bezahlbar war“, so **Leif Lindner** „Ich glaube, dass dieser Startschuss zeigt, dass wir wieder mehr Entertainment zeigen werden, das in den vergangenen Jahren auf der IFA doch etwas in den Hintergrund getreten war.“

Außerdem freut sich der IFA Sommergarten auf ein besonderes Live-Event mit **Jan Böhrermann** und **Olli Schulz**, den Gastgebern des gefeierten Podcasts „Fest & Flauschig“, anzukündigen. Die Veranstaltung findet am Sonntag, den 8. September 2024 statt. Fans haben die einzigartige Gelegenheit, das dynamische Duo und ihren berühmten Podcast live in Berlin zu erleben.

„Fest & Flauschig“, moderiert von Jan Böhrermann und Olli Schulz, ist ein führender deutscher Podcast auf Spotify, bekannt für seinen fesselnden und humorvollen Inhalt. Nach ihrer Sommerpause werden die Gastgeber durch dieses exklusive Live-Event wieder mit ihrem Publikum in Kontakt treten.

Aber auch auf dem Messegelände gibt es am 7. September um 11:15 Uhr eine großartige Veranstaltung. Die international gefeierte Sängerin, Schauspielerin und Philanthropin **Nicole Scherzinger** wird bei der diesjährigen Jubiläumsmesse eine Keynote halten. Auf der Innovation Stage wird Scherzinger live auf der Bühne spannende Einblicke in ihre Karriere (u.a. Pussycat Dolls; 6,8 Mi. Follower; 12x Platin und 8x Goldene Schallplatten) geben und ihre Sichtweisen zu aktuellen Themen und Trends aus den Welten von Entertainment, Technologie und Social Media teilen. Hier ihre Themen:

Aber auch auf dem Messegelände gibt es am 7. September um 11:15 Uhr eine großartige Veranstaltung. Die international gefeierte Sängerin, Schauspielerin und Philanthropin **Nicole Scherzinger** wird bei der diesjährigen Jubiläumsmesse eine Keynote halten. Auf der Innovation Stage wird Scherzinger live auf der Bühne spannende Einblicke in ihre Karriere (u.a. Pussycat Dolls; 6,8 Mi. Follower; 12x Platin und 8x Goldene Schallplatten) geben und ihre Sichtweisen zu aktuellen Themen und Trends aus den Welten von Entertainment, Technologie und Social Media teilen. Hier ihre Themen:



Bryan Adams eröffnet die IFA im Sommergarten.



Nicole Scherzinger hält eine Keynote auf dem Innovation Stage.

- **Die Entwicklung des Celebrity-Status:** Scherzinger wird reflektieren, wie sich die Wahrnehmung von Prominenten in den letzten Jahrzehnten verändert hat und welche Rolle die Technologie dabei gespielt hat.

- **Künstlerische Reise:** Sie wird ihre Erfahrungen von preisgekrönten Auftritten im West End bis hin zu ihrer facettenreichen Karriere in Musik und Fernsehen teilen.

- **Technologische Innovationen:** Sie wird über ihre Lieblingsgadgets und technologische Fortschritte sprechen, die die Musik- und Unterhaltungsbranche beeinflusst haben.

- **Soziale Medien und Content-Erstellung:** Scherzinger wird aufstrebenden Content-Erstellern Ratschläge basierend auf ihrer umfangreichen Erfahrung im Umgang mit sozialen Medien zur globalen Reichweite geben.

- **Philanthropie und Engagement:** Sie wird ihr Engagement bei den Special Olympics und anderen Menschenrechtsinitiativen hervorheben und dabei betonen, wie wichtig Innovation für alle ist.

Scherzinger und viele weitere prominente Speaker werden Innovationen und Einblicke präsentieren und dafür sorgen, dass die IFA 2024 und in Zukunft der place-to-be für Fans von Technologie und Unterhaltungselektronik bleibt.



SAMSUNG PORTABLE SPEICHERMEDIEN Eine Chance für den CE-Fachhandel

Mobiler Speicher – die Samsung SSD Speichermedien sind die perfekte Speichererweiterung für iPhone, Windows und Android. Die Daten können am PC oder auch mit dem Tablet einfach bearbeitet werden.

Samsung will den klassischen CE-Handel in seinen Vertrieb von Speichermedien einbinden. Wurden diese bisher meist über den IT-Handel vertrieben, zeigt die aktuelle Entwicklung ein steigendes Interesse von Kunden außerhalb des IT-Bereichs an leistungsfähigen Speichermedien.

Mit der Leistungsfähigkeit von Smartphones, hier ganz besonders die neue iPhone 15 Range, ist auch der Bedarf an mehr Speicherplatz gewachsen. So werden iPhone 15 Pro und Pro Max vermehrt professionell von Fotografen und Videografen für die Präsentation im Internet eingesetzt. Dies ist aber nur dann sinnvoll, wenn schon während der Aufnahme mehr Speicherkapazität verfügbar ist, als sie das iPhone bietet. Die Lösung sind die portablen Samsung Speichersysteme SSD T7m T7 Shield und SSD T9 mit ihren Speicherkapazitäten von einem bis vier Terrabyte. Neben der hohen Speicherkapazität ist auch die hohe Schreib- und Lesegeschwindigkeit von 1.000/1.050 MB/sek (T5 und T5 Shield) und 1.950/2.000 MB/Sek (T9) ein Vorteil. Das gilt auch für die Nachbearbeitung von Fotos oder Videos, da Dank der extrem kurzen Zugriffszeiten ein Überspielen auf den PC oder Mac nicht mehr erforderlich ist. Und natürlich sind die Samsung SSDs zu 100 Prozent kompatibel mit dem iPhone. Außerdem natürlich zu Windows, macOS und Android.

Samsung SSD-Speichermedien im CE-Fachhandel

Speichermedien wie die portablen SSDs von Samsung sind für den CE-Fachhandel und seine Mitarbeiter oft neu. Das für einen erfolgreichen Verkauf notwendige Fachwissen muss erst noch vermittelt werden. Darüber sprachen wir mit



Vertriebsmanager Wojtek Rudko: „Unsere portablen SSDs verkaufen sich sehr gut, wenn sie als Zubehör zusammen mit kompatiblen Geräten wie Smartphone, Tablets oder Notebooks präsentiert werden. So sieht der Kunde sofort die praktische Kombination für seine Anforderungen.“

Wojtek Rudko, Leiter des deutschen Samsung-Vertriebsteams für alle B2C Kanäle (CE, CS und Online) sowie auch die B2B Kanäle. Wir wollten von ihm erfahren, mit welchen Plänen er Vermarktung und Marketing für die portablen Speichermedien umsetzen will.

Wie reagiert der CE-Fachhandel auf das Produkt portable SSD?

„Wir erhalten sehr viel positives Feedback aus dem Handel zu PSSDs. Externe, portable SSDs sind vielseitig einsetzbare Produkte. Mit entsprechend adaptierten Features erfüllen sie die Anforderungen verschiedener Zielgruppen. Produkte, die wie die Samsung PSSD T9 auf Geschwindigkeit ausgelegt sind, eignen sich für alle, die mit sehr großen Datenmengen arbeiten, wie beispielsweise Filmschaffende oder andere Kreative, die sich professionell mit der Produktion von Content beschäftigen. Robuste Speichermedien, wie unsere IP65-zertifizierte T7 Shield, sind zusätzlich geschützt vor äußeren Einflüssen und daher besonders beliebt bei Kunden, die ihre Daten mobil mit sich tragen. Immer mehr Partner im Fachhandel erkennen das Potenzial, das sich hier ergibt. So ist diese Produktkategorie in Deutschland diejenige, die speziell im CE Handel am stärksten wächst. Allein für 2024 rechnen wir mit einem zweistelligen Wachstum des Segments.“

Der Verkauf von Computer und Zubehör erfolgt in starkem Umfang online. So sieht es der Fachhandel, wie werden Sie seine Mitarbeiter davon überzeugen, dass die portablen SSDs von Samsung ein Umsatzbringer sein können?

„Wir wollen unsere Partner hier mit Use Cases und Best Practices unterstützen. So zeigt die Erfahrung, dass Cross-Selling Strategien das größte Potenzial

bergen. Am besten verkauft sich diese Produktkategorie, wenn man sie als Zubehör zu anderen Produkten positioniert: die PSSD als eine moderne, schnelle und kapazitätsstarke Alternative zu Speicherkarte oder USB-Stick. Das zu vermitteln, ist im stationären Einzelhandel deutlich einfacher als online. Denn, anders als bei klassischen PC-Komponenten, sehen wir bei portablen SSDs seit jeher starke Umsatzanteile im stationären Einzelhandel. Um das dem Handel und seinen Mitarbeitern präsen- ter zu machen, arbeiten wir an entsprechenden Schulungsmaterialien, PoS-Tools und Gesprächsleitfäden, die wir Mitarbeitern der CE Händler bereitstellen werden.“

Portable SSDs sind für den klassischen CE-Handel ein neuer Produktbereich. Was tut Samsung, um Inhaber, Geschäftsführer und Einkäufer für das Produkt zu begeistern?

„Die SSD entstand als logische Nachfolgerin der HDD, einerseits um dem immer größer werdenden Bedarf nach zu sichernden Daten gerecht zu werden. Andererseits auch, um mit einer robusteren Technologie diese Daten noch besser zu schützen. Der Grund, aus dem User eine SSD oder HDD nutzen, ist derselbe: wichtige Daten dauerhaft zu sichern. Deshalb würden wir bei der portablen SSD nicht unbedingt von einem neuen Produktbereich sprechen. Um die Vorteile der Lösungen verständlich mit den Kunden zu kommunizieren, entwickeln wir ein weitreichendes Kommunikationsangebot. Wir nehmen beispielsweise an Veranstaltungen wie der KOOP von Euronics und expert und anderen Hausmessen teil und präsentieren dort Lösungen für den PoS. Zudem verstärken wir unser Team mit



Mit Magnet – sicherer Halt für die Samsung SSD T7 mit einem praktischen Magnethalter.

Videospeicher – Videos mit dem iPhone brauchen hohe Speicherkapazität. Bei diesem speziellen Videogriff ist die 58 Gramm leichte Samsung SSD T7 zusammen mit dem Phone montiert.

Niklas Poll um einen, im CE-Bereich sehr erfahrenen, Key Account Manager, der auch auf regionaler Ebene entsprechende Gespräche und Schulungen durchführen wird. Mit unserem Business Portal sowie dem Samsung Retail-Hub bieten wir zudem weitere Lösungen an, mit denen Händler auf zur Verfügung stehende Materialien zugreifen können. Dieses Angebot bauen wir stetig aus.“

präsentier im Laden zu positionieren. Unabhängig von den bestehenden Materialien und Formaten, arbeiten wir immer an neuen Lösungen, wie beispielsweise Infografiken, die wir dem Handel künftig an die Hand geben werden.“

Die Samsung portable SSDs lassen sich auch an anderen Smartphones mit praktischem Zubehör einsetzen, wird der Außendienst den Handel auf solches Zubehör hinweisen?

„Samsung legt hohes Augenmerk auf die Kompatibilität der Produkte in unterschiedlichen Nutzungsszenarien. Gerade mit der neuen USB-C Verordnung der EU hat dieses Thema zusätzliche Relevanz bekommen. Davon können beispielsweise Menschen profitieren, die mobil mit dem Smartphone High-End Videos aufnehmen. Einerseits, weil die Verwendung unserer PSSDs dabei den Speicher des Endgerätes schont, aber auch, da einige mobile Geräte via USB-C nur maximal 4,5 Watt abgeben können. Viele PSSDs erbringen ihre volle Leistung aber erst ab 7,5 Watt. Unsere T7-Serie sowie die PSSD T9 sind entsprechend angepasst und funktionieren in beiden Leistungsszenarien. Ebenfalls steht unsere SSD Verwaltungs-Software

Magician seit der Version 8.1 auch für macOS- und iOS-Umfelder zur Verfügung. Das sind starke Argumente, die wir selbstverständlich auch in Gesprächen mit dem Handel kommunizieren.“

Mit welchen Marketing-Maßnahmen werden Sie die Zielgruppe beim Endkunden erreichen?

„Wir setzen auf eine Multi-Channel-Strategie von Social Media und Online-Kanälen, bis hin zu klassischen Print-Aktivierungen. Dabei sprechen wir bestimmte Zielgruppen mit klaren Botschaften nicht nur an, wir binden sie mit unterschiedlichen Aktivierungen, wie beispielsweise einem Fotografiewettbewerb, auch aktiv ein. So entstehen in diesem Jahr unter dem Motto ‚YOUUnited in Creativity‘ Use Cases mit verschiedenen Kreativschaffenden, die am konkreten Beispiel zeigen, wie unsere PSSDs ihren kreativen Prozess unterstützen. Unabhängig davon, mit welchen anderen Geräten man arbeitet. Zuletzt zeigten wir beispielsweise mit der bekannten Outdoor Content Creatorin und Naturschützerin **Hannah Assil** die Vorteile unserer Produkte sowohl bei Outdoor-Shootings als auch bei der Postproduktion. Die dabei entstehenden Assets werden auf unse-

rer neuen Landingpage <https://www.samsung.com/de/memory-storage/you-ited-in-creativity/> sowie den sozialen Kanälen von Samsung veröffentlicht. Wir teilen diese aber ebenso mit unseren Partnern im Channel und CE-Handel. Bei der Kommunikation mit den Endkunden unterstützen wir den Handel außerdem mit Newsletter-Formaten, Flyern, Handouts und weiteren PoS-Materialien. Um die spezifischen Zielgruppen unserer Partner mit attraktiven Angeboten anzusprechen, arbeiten wir zudem aktuell an neuen, maßgeschneiderten Bundle-Aktionen.“

Welche Botschaften werden Sie dem Handel vermitteln?

„Mit unseren TVs, den Hausgeräten, den Smartphones und Tablets gehört Samsung zu den bekanntesten Unternehmen. Hinzu kommt, dass Samsung insbesondere im PC-Markt für gute Qualität bekannt ist – gerade im Bereich der Peripherie. Das gilt es, für uns auszubauen. Dafür stellen wir grundsätzlich die universelle Kompatibilität, die Robustheit und Geschwindigkeit des Mediums Flash und die Qualität unserer Produkte heraus. Nicht nur in unserem eigenen Samsung Ecosystem, sondern System-übergreifend, um den Nutzenden eine reibungslose und angenehme User Experience zu ermöglichen und wichtige Daten sicher für die Zukunft zu speichern – egal, mit welchem Setup sie arbeiten.“

Welche der drei Samsung portablen SSDs finden das größte Interesse, und welche Kapazitäten werden von den Kunden bevorzugt?

„In der breiten Masse verkaufen sich aktuell die 1- und 2 TB-Modelle unserer PSSD T7 am besten. Dank Lese-/Schreibgeschwindigkeiten von bis zu 1.050 MB/s und einem attraktiven UVP erfreuen sich unsere Einstiegsprodukte großer Beliebtheit bei der Masse. Wir bieten dem Handel aber auch gute Upselling-Möglichkeiten. Insbesondere mit den hohen Kapazitäten von bis zu 4 TB bei der T7 Shield und der T9. Die T7 Shield bringt dabei die Extraportion Schutz mit, dank gummiertem Gehäuse und IP65-Zertifizierung. Die T9 ist der diesjährige Neuzugang unseres PSSD-Portfolios. Mit Lese-/Schreibgeschwindigkeiten von bis zu 2.000 MB/s richtet sie sich zum Beispiel an Fotografen und Videografen, also an Menschen, die professionell mit großen Daten umgehen. Diese Geräte sind selbstverständlich in einem höheren Preissegment platziert, bringen damit aber ebenso einen größeren Ertrag für den Handel.“

Unterstützung für den Handel

Was wird Samsung unternehmen, um PoS-Mitarbeiter mit dem notwendigen Fachwissen auszustatten?

„Aktuell finden bereits Schulungen, sowohl auf verschiedenen Events und Messen als auch online, statt. Hier führen wir unsere Partner nicht nur durch unser Produkt-Portfolio, sondern erarbeiten gemeinsam Wege, die Produkte am PoS gewinnbringend zu positionieren. Dazu gehören ebenso Gesprächsleitfäden für das Verkaufsgespräch im Laden als auch verschiedene PoS-Materialien. Beispielsweise PoS-Mobiliar, wie unser Samsung Brand Memory Shelf-Modul, mit dem es dem Handel gelingen soll, Produkte noch



Universell – mit 500 GB, 1 und 2 Terrabyte ist die SSD T7 die ideale Ergänzung als Speichermedium.

Geschützt – mit ihrer ganz speziellen Datensicherung ist die T7 Shield ideal für sensible Daten.

Fallgeschützt – die SSD T9 wird mit einer gummiartigen Ummanntelung gegen Schäden geschützt.



BEIM LG evo M4 IST DIE ZUKUNFT KABELLOS Die totale Freiheit bei der Raumgestaltung

Völlig losgelöst – der LG M4 braucht nur einen Netzanschluss für die Stromversorgung. Alle anderen Anschlüsse erfolgen über die Zero-Connect-Box.

Moderne Fernsehgeräte sind intelligent und haben eine Vielzahl von Funktionen an Bord. Doch eines lässt sich oft immer noch nicht vermeiden, der lästige Kabelsalat der zusätzlichen Geräte oder einer stabilen LAN-Verbindung. Da helfen auch keine Verblendungen oder Kabelstrümpfe. Bisher war Kabelgewirr leider Teil des Home-Entertainments. Doch LG hat es geschafft, dass sich die Käufer eines evo M4 nicht mehr über lästige Kabel ärgern müssen.

Der evo M4 braucht nur noch seine Stromversorgung, die gesamte Anschluss-Infrastruktur verschwindet in der LG Zero-Connect-Box. Die LG OLED M4-Serie ist in den Größen 65 bis 97 Zoll erhältlich. Die kabellose Video- und Audioübertragungstechnologie unterstützt bis zu 4K 144Hz, also auch X-Box, Playstationen oder einen Gamer-PC, und garantiert einen klaren, scharfen Sound ohne Unterbrechungen oder Qualitätsverluste. Die neuesten OLED evo M4- sowie G4-Serien von LG beeindruckt zudem mit der Brightness Booster Max-Technologie, die brillante Bilder mit bis zu 150 Prozent Spitzenhelligkeit im Vergleich zu herkömmlichen OLED TVs bietet.

Verbesserte AI-Upscaling-Funktionen vergrößern und schärfen Objekte und Hintergründe, während gering aufgelöste Inhalte in Echtzeit auf 4K-Auflösung hochskaliert werden – TV-Erlebnisse wirken auf die

se Weise so lebendig wie nie zuvor. Zusätzlich verfeinert der KI-Prozessor die dargestellten Farben. Dafür analysiert er häufig verwendete Farbtöne, um die vom Filmregisseur beabsichtigte Stimmung und Emotionen abzubilden. In Szenen mit vielen warmen Tönen werden beispielsweise die Rot- und Gelbtöne präziser hervorgehoben, um eine gemütliche Atmosphäre zu erzeugen.

Die Technologie Dynamic Tone Mapping Pro verbessert die räumliche Tiefe und sorgt dafür, dass Details noch besser zur Geltung kommen. Zu diesem Zweck wird das Bild in Blöcke eingeteilt und jeder einzelne in Echtzeit analysiert. Im Anschluss folgt die Feinjustierung von Helligkeit und Kontrast, um eine präzise HDR-Optimierung zu liefern.

Um ein optimales, nahtloses Nutzererlebnis über verschiedene Geräte hinweg zu bieten, können die LG OLED TVs der 2024er Reihe per webOS mit allen Smart-Home-Geräten interagieren, die den universellen Smart-Home-Standard Matter für erweiterte IoT-Interoperabilität unterstützen. Zudem sind Apple AirPlay und Google Chromecast für eine verbesserte Kompatibilität mit mobilen Endgeräten integriert – so lassen sich Inhalte unkompliziert von externen Geräten auf die OLED TVs übertragen. Auch die Kopplung mit LG Soundbars für ein noch intensiveres Home-Entertainment-Erlebnis ist über die integrierte WOWCAST-Funktion problemlos möglich.



Kabelsalat ade – wo bisher Kabel vom Netzwerk und von Zuspielgeräten nur mühsam versteckt werden mussten, schafft die LG Zero-Connect-Box Ordnung, und der TV kann viel einfacher in das Wohnambiente integriert werden.



IFA-Highlight – das Display des transparenten LG OLED Signage mit Touchscreen ist durchsichtig und kann trotzdem klare brillante Bilder darstellen. Das Display präsentiert sich mit lebendigen, klaren Farben mit hoher Transparenz. Es verbessert die Sichtbarkeit von Gegenständen, die dahinter stehen und sorgt bei Zuschauern für einen beeindruckenden „Wow“-Effekt.

Vorhang auf für die JTL-Connect 2024 – die mittlerweile zu den bedeutendsten E-Commerce-Fachmessen der Branche gehört.

Sie findet am 27. September 2024 in der XPOST Köln statt und richtet sich an alle, die im E-Commerce tätig sind oder sich für aktuelle Entwicklungen in dieser dynamischen Branche inte-

ressieren. Mit über 50 Vorträgen von führenden Branchenexperten bietet die Veranstaltung wertvolle Einblicke in aktuelle Trends. Teilnehmer haben auch die Möglich-

keit, im Rahmen des JTL-Academy Days, der am 26. September am Vortag der Messe stattfindet, exklusive Workshops zu besuchen und praktische Fähigkeiten zu erlernen. Live-Demonstrationen, wie das JTL-Plan&Produce und das JTL-WMS Demolager, zeigen die neuesten Technologien und Lösungen in Aktion.

Ein weiteres Highlight der Messe ist die exklusive Gelegenheit zum Networking. Teilnehmer können sich mit hochkarätigen Ausstellern austauschen, neue

Networking am Vortag

Kontakte knüpfen und potenzielle Geschäftspartner kennenlernen. Die JTL-Connect endet mit einer spektakulären After-Show-Party auf der MSRheinMagie, einem der führenden Eventschiffe Europas. Sie bietet die perfekte Gelegenheit, den Tag in entspannter Atmosphäre ausklingen zu lassen und sich weiter auszutauschen.

ausverkauft, daher empfiehlt sich eine schnelle Ticket-Order. Denn natürlich gehen die Messe-Macher auch in diesem Jahr mit einer Neuauflage des beliebten Community-Treffs an den Start: In Kooperation mit dem Partner PayPal werden alle Frühangereisten zum lockeren Get-Together im altherwürdigen Gewölbe der XPOST Köln am

Donnerstag, 26.09.2024 um 18:30 Uhr erwartet, um sich mit anderen E-Commerce-Enthusiasten auf das große Messeevent am nächsten Tag einzustimmen.

JTL-CONNECT 2024 Am 27. September in der XPOST in Köln



JTL-Connect Die Highlights

Exklusive Workshops

- Mehr als 15 Themen zur Auswahl
- Know-how von echten Experten
- Zusätzliche Schubkraft fürs Business

Packendes Vortragsprogramm

- 50+ Vorträge auf sieben Bühnen
- Themen für Einsteiger & Profis
- News, Trends & Know-how von Top-Speakern

Plan&Produce | Demostand

- Produktionstool im Einsatz erleben
- Fertigung von Messe-Goodies
- Direkter Austausch mit JTL-Entwicklern
- Detailliertes Programm unter www.jtl-connect/workshops

JTL-WMS | Demolager

- Lagerverwaltung in realer Umgebung testen
- Artikel für Goodie Bag kommissionieren
- DHL-Paket packen & nach Hause versenden

JTL-POS | Demostore

- Ladenregal mit kostenfreien Wunschartikeln
- Hardwarekomponenten ausprobieren; Kasse im Live-Betrieb kennenlernen

After-Show-Party

- Abendevent auf Europas größtem Eventschiff
- Tanzen, chillen & networken bis in die Nacht

- Live-Musik, Kulinarik & Cocktails inklusive

Die Location

Die JTL-Connect gastiert zum zweiten Mal in der XPOST Köln. Denn

1895, bietet das denkmalgeschützte Gebäude heute ein stylisches Eventloft und top-moderne Veranstaltungsräume. Die XPOST und JTL-Connect sind ein eingespieltes Team: Wo schon vor Jahrzehnten



was könnte ein passenderer Ort für ein E-Commerce-Event sein als ein ehemaliges Paketzentrum? Erbaut

der Versandhandel pulsierte, wird heute der Handel von morgen gestaltet.

Canon kündigt die Markteinführung der Spitzenmodelle für das EOS R-System an: Die EOS R1 und EOS R5 Mark II sollen das professionelle Fotografieren und Filmemachen auf ein neues Niveau heben. Beide Modelle bieten eine hohe Leistung, ein intuitives Benutzererlebnis und optimierte Workflow-Prozesse. Neue Technologien basieren auf der neuen Imaging-Plattform mit Beschleunigungs-Prozessor (DIGIC Accelerator) und Deep-Learning.

Vollformat, ohne Spiegel

Die neuen spiegellosen Vollformatkameras EOS R1 und EOS R5 Mark II stellen, so sieht das Canon, „einen bedeutenden Meilenstein in der Geschichte des Unternehmens“ dar. Die EOS R1 setzt als erste Kamera der EOS R-Reihe die legendäre Leistung und Zuverlässigkeit der EOS-1 Serie fort. Die EOS R5 Mark II folgt auf die erfolgreiche EOS R5, die ho-

Ebenfalls bieten beide Kameras neue Hochgeschwindigkeits-Bildsensoren, die eine höhere Aufnahmege- schwindigkeit und eine schnellere Sensorauslesung ermöglichen. Die Rolling-Shutter-Verzerrung wurde bei der EOS R1 im Vergleich zur EOS R3 um 40 % reduziert und liegt damit auf dem gleichen Niveau wie mit dem mechanischen Verschluss einer EOS-1D X Mark III. Mit einer ähnlichen Reduzierung von 60 % bei der EOS R5 Mark II sind die beiden neuen Kameras in der Lage, dynamische Action ohne Einbußen bei der Bildqualität oder dem Dynamikumfang einzufangen. Die neuen Kameras bieten zudem eine Voraufnahme-Funktion bei Reihenaufnahmen. Bei der EOS R1 lassen sich damit bis zu 20 Bilder (beziehungsweise 15 Bilder bei der EOS R5 Mark II) im HEIF/JPEG- oder RAW-Format mit beliebiger Bildrate aufnehmen, noch bevor der Auslöser vollständig gedrückt wird. Das bedeutet, der entscheidende Mo-



großen, hellen und hochauflösenden elektronischen Sucher mit unterbrechungsfreier Motivansicht

Auflösung. Das Sucherbild der EOS R5 Mark II ist doppelt so hell wie das der EOS R5.

CANON Komplexe-Technik-News für einfach gute Bilder

he Auflösung, Geschwindigkeit und 8K-Videoleistung vereint.

Erstmals arbeiten beide Kameras mit der neuen „Accelerated Capture“ Technologie. Diese besteht bei beiden neuen Kameras aus dem neuen DIGIC Accelerator Prozessor, dem bekannten DIGIC X-Hochleistungs-Bildprozessor sowie jeweils einem neu entwickelten Hochgeschwindigkeits-Bildsensor.

Der neue Modus „Aktionspriorität“ erkennt automatisch die gängigen Spielabläufe beim Fußball, Basketball und Volleyball. Er identifiziert und verfolgt das Hauptmotiv in schnellen und dynamischen Situationen und fängt den entscheidenden Moment der Aktion ein.

Eye-Control AF bieten beide

Der Eye-Control AF ist in der EOS R1 und erstmals in der EOS R5 Mark II verfügbar und wurde in beiden neuen Kameras auf das doppelte Niveau im Vergleich zur EOS R3 verbessert. Dazu gehören ein Sensor mit höherer Pixelzahl, verbesserte LEDs sowie ein größerer Erkennungsbereich und ein aktualisierter Algorithmus für die Erkennung. Das ermöglicht selbst in einer komplexen Szene eine einzigartige und als natürlich empfundene schnelle Auswahl des zu verfolgenden Motivs.

ment wird auch dann festgehalten, wenn er eigentlich verpasst wurde. Beide Kameras verfügen über einen

und 120 Bildwiederholungen pro Sekunde. Die EOS R1 bietet mit 9,44 Mio. Bildpunkten die höchste

Dank der neuen Imaging-Plattform profitieren die EOS R1 und die EOS R5 Mark II von einer verbesserten



Das Dual-Pixel-Geheimnis – der neue DIGIC Accelerator unterstützt neben Deep-Learning-Technologien auch die Verarbeitung großer Datenmengen. Diese Kombination gewährleistet eine höhere Leistung und bietet neue Funktionen in verschiedenen Bereichen wie Autofokus, Serienaufnahmen und Bildqualität. Dank dieser neuen Technologie verfügen sowohl die EOS R1 als auch die EOS R5 Mark II über die neueste Version des Dual Pixel CMOS AF – den Dual Pixel Intelligent AF. Er überzeugt mit mehreren Verbesserungen: Personen lassen sich noch präziser verfolgen, weil er bei der Sportfotografie das Gesicht und den Oberkörper von Spielern identifiziert – selbst wenn die Sichtlinie durch Hindernisse oder andere Spieler unterbrochen wird. Das kann zuverlässig eingestellt werden – bestimmte Gesichter lassen sich registrieren, diese werden dann bevorzugt gegenüber anderen Spielern verfolgt.

Bildqualität mit kamerainterner Deep Learning-Rauschunterdrückung und Deep Learning-Hochskalierung.

Die Rauschunterdrückung erfordert RAW-Aufnahmen, um die Bildqualität um rund zwei ISO-Stufen zu verbessern. JPEG- oder HEIF-Formate werden auf die vierfach höhere Auflösung skaliert und lassen auch einen gleichzeitigen Zuschnitt zu. Das beschleunigt die Weitergabe der Bilddaten, weil auf nachfolgende Arbeitsschritte an einem Computer verzichtet werden kann.

Beide Kameras überzeugen mit einer Bildstabilisierung bis zu 8,5 Belichtungsstufen und ermöglichen damit insbesondere bei wenig Licht oder unter anderen schwierigen Bedingungen ein effektives Arbeiten.

Im Videomodus bieten die EOS R1 und die EOS R5 Mark II die Möglichkeit, Videos in 12-Bit-RAW intern auf der Speicherkarte mit Vierkanalton aufzuzeichnen. Die Cinema EOS Movie Recording-Formate werden neben Canon Log 2 und 3 mit Proxy-Videoaufzeichnung nun vollständig auf beiden Karten unterstützt. Damit erreicht die pro-

Content Authenticity Format oder zur Vorabprüfung eines Drehs. Die branchenübliche Benennung von Dateien, getrennte Foto-/Videoordner und das erweiterte Tagging im News ML-G2 Standard werden ebenfalls unterstützt. Beide Kameras verfügen über die Wi-Fi 6E/11ax 6 GHz Kompatibilität und sind damit die ersten Kameras der EOS-Serie mit dieser hohen Übertragungsgeschwindigkeit im WLAN. Die EOS R1 unterstützt zusätzlich 2,5 Gigabit Ethernet LAN und Dual-Thread-FTP. Für die EOS R5 Mark II wird der 2,5 Gigabit Ethernet LAN-Anschluss über einen optionalen Akku-Griff bereitgestellt.

Das Flaggschiff: EOS R1

Die EOS R1 wurde für die anspruchsvolle Sportfotografie mit dem Ziel entwickelt, in der dynamischen Welt der Sport- und Nachrichtenfotografie den perfekten Moment niemals zu verpassen. Der Autofokus ist neben der Serienbildgeschwindigkeit der Schlüssel zu spektakulären Ergebnissen. Das EOS-Topmodell ist mit einem neuen Autofokus-System mit Kreuzsensoren ausgestattet. Dieser zeigt



ra verfügt über ein neu gestaltetes Gehäuse mit Witterungsschutz und neuer Außenstruktur sowie einen integrierten Griff für Aufnahmen im Hochformat.

Die EOS R5 Mark II wurde für die Aufnahme von sich schnell bewegenden Motiven entwickelt, ohne dabei Kompromisse bei der Detailgenauigkeit einzugehen. Ihr Back-Illuminated Stacked-Vollformatsensor bietet eine beeindruckende Auflösung von 45 Megapixeln. Mit dem elektronischen Verschluss überzeugt die Kamera mit

Learning-Technologie kameraintern auf 180 Megapixel für noch feinere Details hochskaliert werden.

Die gegenüber der EOS R5 verbesserte EOS R5 Mark II bietet eine 8K 60p-Auflösung über die gesamte Sensorbreite, eine interne 12 Bit RAW-Aufzeichnung sowie 4K Videos bis 120p mit Ton. Der neu eingeführte Lüftergriff CF-R20EP wurde speziell entwickelt, um die Aufnahmezeiten bei Event-Berichterstattung, Interviews und hochwertigen Live-Streams zu verlängern.



professionelle Videoproduktion neue Dimensionen, soll herausragende Qualität und kreative Flexibilität bei jeder Aufgabenstellung bieten. Die Kameras können simultan hochauflösende Fotos und Full HD-Videos aufzeichnen. Es besteht bei beiden Kameras die Möglichkeit, über die HDMI Typ A Schnittstelle auch extern aufzuzeichnen.

Zur Unterstützung professioneller Workflows sorgen mehrere Funktionen für eine schnelle und stabile Konnektivität und ausfallsichere Optionen. Dazu gehören mehrere Routen zu Bild-/Videozielen für die Archivierung von Nachrichten mit Unterstützung für das C2PA

besonders unter schwierigen Bedingungen (etwa beim Fotografieren durch ein Tennisnetz) seine Stärken, indem er auch kleinere Motive und vertikale Details in Situationen fokussiert, in denen im AF-Bereich keine horizontalen Daten verfügbar sind. Die Auslesung der 24,2 Megapixel-Auflösung stellt eine außergewöhnliche Hochgeschwindigkeitsleistung dar. Kameraintern ist eine Deep-Learning-Bildhochskalierung bis auf 96 Megapixel mit Rauschunterdrückung möglich. Die kürzeste Verschlusszeit beträgt 1/64.000 Sekunde, und die Blitzsynchronisationszeit wurde auf bis zu 1/400 Sekunde verkürzt. Die Kame-



EOS R1 und EOS R5 Mark II – prall gefüllt mit den neuesten Technik-Spezialitäten für scharfe und perfekt belichtete Standbild- und Laufbild-Produktionen.

Reihenaufnahmen bis 30 B/s mit vollem AF und minimaler Rolling-Shutter-Verzerrung. Mit „Voraufnahme Reihenaufnahmen“ werden bis zu 15 Bilder aufgezeichnet, noch bevor der Auslöser ganz gedrückt wird. Die Deep-Learning-Rauschunterdrückung steht ebenfalls zur Verfügung, damit die feinsten Details auch bei höchsten ISO-Werten erhalten bleiben. Die 45-Megapixel-Auflösung kann mithilfe der Deep-

Die neue EOS R5 behält ihr kompaktes und leichtes Design bei, verfügt aber über wichtige Verbesserungen, wozu unter anderem ein doppelt so heller Sucher mit einem größeren Okular gehört.

Die EOS R1 und die EOS R5 Mark II stellen damit ein komplettes Profi-Paar mit höchster Zuverlässigkeit und Geschwindigkeit dar – gepaart mit Vielseitigkeit und Praktikabilität. UVP: EOS R1 Gehäuse 7.500 Euro; EOS R5 Mark II Gehäuse 4.800 Euro; EOS R5 Mark II Gehäuse & RF 24-105 F4 L IS USM im Kit 6.100 Euro.