

CE&TRADE

Dezember 2024

# digitalMarkt



www.ce-trade.de

## Panasonic

# CASH BACK

Panasonic TV  
PREMIUM



BIS ZU  
**800 €**  
CASHBACK  
SICHERN\*



Erlebe die Zukunft des TV-Entertainments und spare dabei schon heute: Mit einem Panasonic TV Premium mit integriertem Fire TV OS holst du dir Fernsehen der nächsten Generation nach Hause und erhältst vom 31.10.24 bis 12.01.25 bis zu **800 €\*** Cashback.

Panasonic TV PREMIUM mit integriertem Fire TV. Next Level Home Cinema.

*Panasonic Cashback im Interview mit Philip Maurer, Country Manager DACH. Ab Seite 12*

\* Bedingungen gelten.

Alle Infos, Teilnahmebedingungen und Cashback-Beträge findest du online unter: [PANASONIC.DE/CASHBACK](https://panasonic.de/cashback)

Create Today. Enrich Tomorrow.

**SAMSUNG**

# Speicher-Power für kreative Köpfe

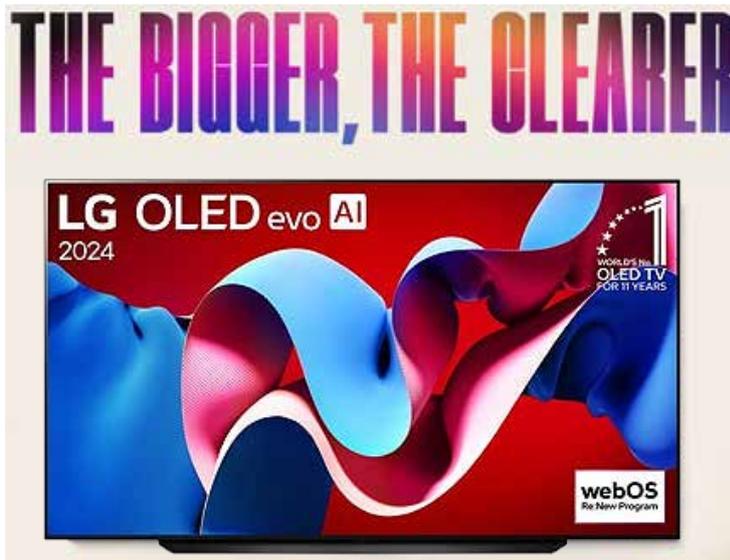


Egal ob Foto, Video oder Design - Die Speicherlösungen von Samsung bringen deine Kreativität auf Touren und sind ideal für kleine oder große Content-Ideen. Schnell, kompakt und mit einer Vielzahl an Geräten und unterschiedlichen Betriebssystemen kompatibel. Deine Projekte. Deine Regeln.

Unternehmen	Personen
Consumer Electronics	Consumer Electronics
AOC/MMD	4 Brian Adams 9
Bosch	10 Heyko Beisel 4
Burson	4 Joy Denalane 9
BVT	16 Max Herre 9
Doro	10 Gianni Infantino 6
Dynavox	11 Lutz Hardge 4
ElectronicPartner	4 Thorsten Hennig 7
GfK	7 Hubert Kluske 7
gfu	8 René Kochan 4
Hama	11 Robert Kochan 4
Hisense	6 Leif Lindner 9
Homatic	10 Franz Mann 4
IFA	9 Philip Maurer 12
LG	14 Volker Marmetschke 4
MediaMarktSaturn	7 Daniel Schiffbauer 14
Medimax	4 Jia Shaoqian 6
Oppo	11 Dr. Sara Warneke 9
Panasonic	12 André Wigger 4
Philips	11 Karl Trautmann 4
Revox	4 Greta Ziob 4
Sky	6
Varta	11 Foto/Digital Imaging
Western Digital	10 Victor Henning 4
Xgini	16 Lennart Osthoff 4
	Alexander von Preen 4
Foto/Digital Imaging	Christian Sokcevic 4
Hama	4 Christoph Thomas 4
Leica	17
Nikon	17
Somikon	17
Sony	18



**Panasonic Fire TV** – mit dem Fire TV Betriebssystem will Panasonic seinen Kunden ein besonders komfortables und einfaches Bedienkonzept für TV, Internet und Streaming bieten. **Seite 12**



**LG Großbild** – das Programm reicht nun bis 98 Zoll und bietet damit dem Handel die Möglichkeit, am wachsenden Markt größer als 65 Zoll deutlich bessere Margen zu erzielen. **Seite 14**



**Sony Alpha 1 II** – die aktuellste Version der Profi-Kamera verfügt über eine spezielle KI-Verarbeitungseinheit, mit der Menschen, basierend auf einer Einordnung menschlicher Posen, genauer erkannt werden. Diese unterstützt außerdem die Erkennung vieler weiterer Motive, wie Tiere, Fahrzeuge und Insekten. Das hat zu einer deutlichen Verbesserung des AF-Systems mit Erkennung in Echtzeit und des Echtzeit-Trackings sowie zu einer optimierten AF-Gesamtleistung geführt. **Seite 18**

**Philipp Maurer** – der Panasonic Country Manager DACH im Interview über die Marktposition, die Entscheidung für das TV-Betriebssystem Fire TV und die Chancen für den Handel mit großen Bildschirmen. **Seite 12**



Consumer Electronics	
Western Digital: Nintendo Speicherkarten	10
Doro: Video-Doorbell	10
Bosch: Matter Thermostat	10
Homatic: Schalt-Mess-Kabel	10
Hama: Neue Tastaturen	11
Philips: Superwide-Monitor	11
Dynavox: Retro DAB+ Weckradio	11
Varta: Eco-Ladegerät	11
Oppo: Find X8 Smartphone-Serie	11
Panasonic: Interview mit Philipp Maurer	12
Panasonic: Cashback bis 12. Januar	13
LG: Interview Daniel Schiffbauer	14
LG: Große Bildschirme im Trend	15
Xgini: Projektoren in allen Klassen	16
BVT: 10 Top-Produkte 2024	16

Foto / Digital Imaging	
Leica: Modell M11 als Sonderedition	17
Somikon: Dias und Negative bequem scannen	17
Nikon: Z50II mit schnellerem Prozessor	17
Sony: Alpha 1 II Flaggschiff der Profi-Modellreihe	18

Wirtschaft	
Personen	4
Zielscheibe	5
Impressum	5
Smartphone: Premium-Modelle, hohe Preise	6
Sky: Weihnachten mit Harry Kane	6
GfK/Future: Wie entscheiden Kunden?	7
IFA 2025: Open Air im Sommergarten	7
HEMIX: Weiterhin Verluste	8
IFA: Bilanz und Aussichten	9

## Zippert

**R**und ein Viertel der Bundesbürger würde sich bedenkenlos von einem Roboter pflegen lassen. Und die anderen drei Viertel? Werden bereits von Robotern gepflegt oder sind selber welche? Der Pflegenotstand ist bekannt, und ob wirklich alle eingewanderten Syrer, Afghanen und Eritreer als Altenpfleger für senile Pegida-Anhänger arbeiten wollen, muss sich noch zeigen. Zurzeit bleibt für den Patienten kaum Zeit, sodass der gar nicht merken kann, ob er es mit einem Roboter oder einem Menschen zu tun hat. Den Roboter erkennt man daran, dass er freundlicher ist, weil er nicht unter Stress, sondern unter Strom steht. Jeder dritte Bürger wäre außerdem bereit, einen Roboter zu heiraten, um die Pflege im Alter sicherzustellen. Leider altert auch der Roboter und wird vielleicht etwas seltsam, oder er wird von Hackern umprogrammiert und ist plötzlich dement. Dann hat man einen renitenten Roboter am Hals, der sich partout nicht vom Netz nehmen lassen will. Und spätestens dann muss der Ethikrat erklären, ob aktive Sterbehilfe bei Robotern eigentlich strafbar ist?

## Zitiert



„Die Entwicklung des Weihnachtsgeschäfts fügt sich in das Gesamtjahr 2024 ein, die Umsätze bleiben trotz

eines schwierigen Umfelds und vieler Ungewissheiten stabil. Es ist eine Binsenweisheit, dass der Konsum zu einem hohen Anteil Psychologie ist. Und hier sieht es aktuell nicht richtig gut aus. Krieg in der Ukraine, Kämpfe im Nahen Osten und große wirtschaftliche Verunsicherung. Das führt dazu, dass die Menschen ihr Geld eher zusammenhalten“, so HDE-Präsident **Alexander von Preen**.



„Die Leica LUX App ist die weltweit am besten bewertete Kamera-App im iPhone App Store. Diese Anerkennung spiegelt unser Engagement wider, die höchsten Standards der

Leica Fotografie auf mobile Geräte zu bringen und den Nutzer\*innen professionelle Werkzeuge und kreative Freiheit an die Hand zu geben“, freut sich **Dr. Victor Henning**, Head of Product Leica LUX, Leica Camera AG und Gründer/CEO, Fjorden.



Reparieren ist kompliziert, langwierig und teuer? Das soll mit Repartly nicht so sein. Der neue Marktplatz für Reparaturen

steht allen offen – und will Vorteile für jeden Marktteilnehmer bringen. „Die ersten drei Repartly-Jahre haben gezeigt, dass wir mit unserem Angebot einen Nerv treffen. Schon jetzt verzeichnen wir mehr als 11.000 Kunden in zahlreichen europäischen Ländern,“ erklärt Gründer und Geschäftsführer der Repartly GmbH, **Dr. Lennart Osthoff**. „Auch durch den Eintritt in neue Marktsegmente wie beispielsweise für TV-Geräte, Wärmepumpen oder Garagentor-Antriebe. Da steht uns ein extrem weites Feld offen, denn letztlich können wir fast jedes elektronische Bauteil reparieren.“

## REVOX



**Heyko Beisel** wird bei Revox neuer Gesamtvertriebsleiter Deutschland. Aufgrund seiner langjährigen, verantwortungsvollen Tätigkeit bei ausgewiesenen Premiummarken im Audio-Bereich sowie im Sanitär- und Interior-Bereich, bei Balteco und Cristina, verfügt er über fundiertes Fachwissen und Führungsfähigkeiten, um im Projektgeschäft sowie im Fachhandelsgeschäft den Erfolg der Marke Revox weiter auszubauen.

## AOC/MMD



**Lutz Hardge** wurde bei den Display-Spezialisten AOC und MMD zum Regional Sales Director DACH (Deutschland-Österreich-Schweiz) ernannt. Sein bisheriger Verantwortungsbereich erweitert sich damit um den Schweizer Markt. „Die Marktmechanismen sind ähnlich, so dass wir eine gute und erfolgreiche Symbiose zwischen den drei Ländern erwarten können, die zu weiterem Wachstum führen wird.“

## BURSON



**Franz Mann** wechselt von der gamescom, dem weltgrößten Games-Event, zu Burson Deutschland. Dort komplettiert er als Team Lead Gaming & Entertainment das Leadership-Team der Technology Practice unter der Leitung von **André Wigger**. In dieser Funktion verantwortet Mann die Weiterentwicklung des Gaming & Entertainment-Segments und die strategische Beratung von Kund:innen wie Activision Blizzard.

## ELECTRONICPARTNER



**Greta Ziob** bekam beim ElectronicPartner-Branchentreff Anfang November von Finanz-Vorstand **Volker Marmetschke** symbolisch den Staffelstab als seine Nachfolgerin überreicht. Marmetschke wechselt von ElectronicPartner in die Haubrich Holding. Außerdem verabschiedete sich im Rahmen dieses Events Vorstand **Karl Trautmann** nach 34 Jahren Einsatz für die Verbundgruppe in den Ruhestand.

## HAMA



**Christian Sokcevic** übernimmt Anfang 2025 den Vorsitz der Geschäftsleitung beim traditionsreichen Foto-Zubehörlieferanten Hama – damit wird zum ersten Mal kein Familienmitglied mehr an der Spitze des Monheimer Unternehmens stehen. **Christoph Thomas**, Enkel des Firmengründers, gab bei der jährlichen Betriebsversammlung Ende Oktober seinen Rückzug aus der aktiven Geschäftsleitung bekannt.

## MEDIMAX

**Robert** und **René Kochan** haben die Medimax Elektronikfachmärkte in Berlin-Reinickendorf und Berlin-Prenzlauer Berg übernommen. Die Brüder bringen jahrelange Medimax-Erfahrung, Beratungskompe-



Robert und René Kochan

tenz und Branchenexpertise mit. „Wir freuen uns, die Zügel endlich zu übernehmen und unsere eigenen Ideen und Vorstellungen in die Märkte einfließen zu lassen“, sagen die Jungunternehmer. Mit der Übernahme kehren sie zu ihren beruflichen Wurzeln zurück. Robert und René Kochan sind keine Unbekannten bei Medimax. Robert Kochan arbeitete 1998 als Verkäufer am Standort Berlin-Marzahn und war anschließend Filialgeschäftsführer verschiedener Medimax Märkte, „auch schon in Reinickendorf – der Markt, die Umgebung und einige der Mitarbeitenden sind mir also sehr vertraut“, erzählt er. René Kochan fing ebenfalls auf der Verkaufsfläche an und war später, wie sein Bruder, Filialgeschäftsführer mehrerer Märkte. Anschließend folgte eine Medimax-Auszeit für die beiden: Als geschäftsführende Gesellschafter in anderen Großflächenmärkten erweiterten sie ihre Expertise, Branchen- und auch Menschenkenntnis. „Allerdings wuchs unsere Unzufriedenheit mit den Rahmenbedingungen, zum Beispiel in Bezug auf die nicht vorhandene Freiheit, eigene Ideen und Lösungen umzusetzen. Und da Medimax mit seiner Privatisierung hier einen ganz anderen Weg gegangen ist – und zwar erfolgreich – führte uns zum anderen“, sagt René Kochan. „Wir bringen viel Leidenschaft für den Handel mit und geben alles, um Medimax in Berlin zu einem Magneten für Elektronikbegeisterte zu machen.“

[www.medimax.de](http://www.medimax.de)

# Hat Schwarz jetzt wirklich geholfen, um nicht weiter Rot zu schreiben?

Das klassische Weihnachtsgeschäft war einmal, jetzt ist schon im November High Noon. Was vor Jahren in den USA zu Halloween als Marketing-Aktion begann, ist bei uns, im Land der Schnäppchenjäger, zu einer „schwarzen“ Hysterie mutiert. Doch in diesem Jahr war die lockere Hand der Kunden doch etwas zurückhaltender. Zu den Aktionstagen Black Friday und Cyber Monday rechnet der Handelsverband Deutschland (HDE) in diesem Jahr mit einem Umsatz in Höhe von 5,9 Milliarden Euro. Damit bewegen sich die Umsätze auf dem Vorjahresniveau. Stephan Tromp, stellvertretender HDE-Hauptgeschäftsführer, „rund um die Aktionstage ist die allgemeine Kaufzurückhaltung zu spüren“.



In den vergangenen Jahren stiegen die Ausgaben zu den Aktionstagen im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr noch um 20 Prozent und mehr. Allerdings war schon 2023 im Vorjahresvergleich nur ein geringes Umsatzwachstum um sechs Prozent zu verzeichnen. „Der jahrelange Aufwärtstrend der Umsätze zu Black Friday und Cyber Monday hat sich deutlich abgeschwächt und kommt in diesem Jahr auf hohem Niveau zum Stillstand“, so Tromp. Die vom HDE erwarteten 5,9 Milliarden Euro Umsatz werden auch vom Marktforschungsinstitut statista bestätigt. Die Marktforscher nennen aber auch eine andere Zahl: Der Anteil am gesamten Weihnachtsgeschäft erreicht an den „Schwarzen Tagen“ 4,9 Prozent. Erfasst sind Online- und Offline-Käufe im direkten Umfeld dieser Tage und über alle Produktbereiche.

Außer Frage steht aber, den größten Anteil an diesen November-Umsätzen hat der Onlinehandel. So bestätigt Frank Schipper, CE-Elektronik Händler in Lüdinghausen und Vorstandsmitglied des Bundesverbandes Technik im Einzelhandel, eine Umkehr des Onlinegeschäftes gegenüber dem Ladengeschäft. Hat Online normalerweise bei ihm einen Anteil von 47 Prozent, so ändert sich das in den Novemberwochen auf 63 Prozent gegenüber den Ladenverkäufen. Von den etwa 317 Euro, die Verbraucher am Black Friday ausgeben, landen zwischen 60 und 70 Prozent beim Onlinehandel. Das bestätigt auch GfK Marktforscher Andreas Peplinski, „Unternehmen wie Amazon sind im November die großen Gewinner“.

Ein Vorteil dieser Aktionstage, Handel und besonders Hersteller können ihren Lagerbestand ausdünnen. Da kommen dann TV-Geräte aus der vorherigen Saison als Schnäppchen in die Werbung, obwohl beispielsweise der Hauptprozessor aus der 5. und nicht wie aktuell aus der 11. Generation stammt. Für CE-Händler Schipper sind die Rabattschlachten im November keinesfalls freudige Tage, aber „man muss dabei sein, denn hier wird Umsatz generiert; leider auf Kosten der Margen, deshalb müssen auch die Hersteller bei den Nachlässen ihren Anteil übernehmen“.

Wer im November gut aufgestellt sein will, muss schon im März und April planen, so CE-Händler Schipper, denn „für Kunden attraktive Angebote kann man nicht so einfach aus dem Hut zaubern“.

Ich wünsche weiterhin gute Weihnachts-Umsätze

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

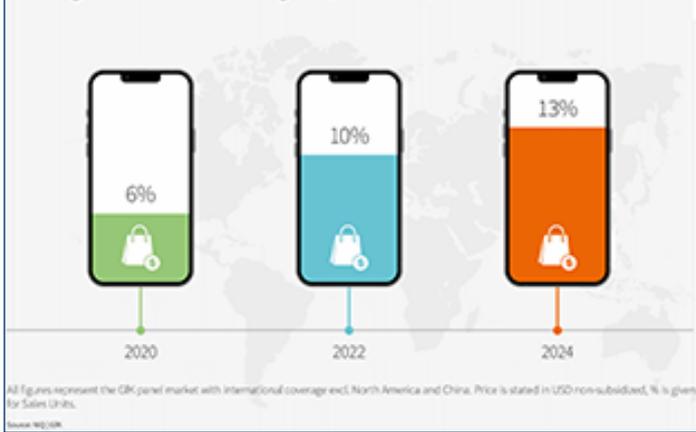
**Verkaufte Auflage**

7930. 4. Quartal 2023

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Düsseldorf



## Rising demand for flagship smartphones over \$900



## SMARTPHONE-TRENDS 2024 Premium-Modelle, hohe Preise

Smartphones der neuesten Generation bieten verbesserte Technik, ein noch schlankeres Design, beste Display-Auflösung aller Zeiten – und der Preis? Höher als je zuvor. Genau das spiegelt die Entwicklung im Jahr 2024 wider: Der Smartphone-Markt erlebte in den ersten acht Monaten eine deutliche Umsatzsteigerung von 3 %, obwohl die verkaufte Stückzahl nur um moderate 1,6 % wuchs. Ein klares Zeichen dafür, dass Verbraucher bereit sind, für ein neues Smartphone tiefer in die Tasche zu greifen. So kletterte der Durchschnittspreis für Smartphones von 360 US-Dollar im Vorjahr auf aktuell 388 US-Dollar. Ein Grund für das Wachstum: Viele Kunden tauschen 2024 ihre drei Jahre alten Geräte aus, die sie während des Verkaufsbooms 2021 gekauft haben.

72 % der Verbraucher, die im ersten Halbjahr 2024 ihr Smartphone austauschten, hatten das vorherige Gerät drei Jahre oder länger im Einsatz. Eine deutliche Veränderung im Vergleich zu 2021. Damals tauschten nur 52 % der Verbraucher so alte Telefone aus. Wenn Verbraucher wechseln, investieren sie dabei häufiger in Premium-Modelle. Das zeigen die Daten: 2021 kosteten nur 6 % der verkauften Smartphones mehr als 900 US-Dollar. Bis 2024 ist dieser Anteil auf 13 % gestiegen.

Der Trend zu Premium-Smartphones zeigt sich besonders bei den großen Produktlaunches. In der Einführungswoche Smartphone-Herstellers stiegen die Einnahmen 2023 um bis zu 27 % im Vergleich zu einer normalen Woche – ein Muster, das sich bei

vielen Herstellern wiederholt. Diese prominenten Launches sind ein ultimativer Verkaufsmotor.

Der Trend zu Premium-Smartphones prägt zunehmend die Strategien der Hersteller, die verstärkt auf ihre Flaggschiffmodelle setzen. Das zeigten auch die neuesten Markteinführungen auf der IFA 2024 deutlich. Die Top-Modelle machen in den ersten beiden Wochen nach Markteinführung für viele Hersteller bis zu 75 % der Einnahmen aus.

Der Smartphone-Markt entwickelt sich weiter, und eines steht fest: Wer die neueste Technologie will, ist bereit, dafür tiefer in die Tasche zu greifen – ein Trend, der auch in den kommenden Jahren das Wachstum vorantreiben wird.

## Sky Weihnachtsaktion mit Harry Kane

Nach dem erfolgreichen Launch von Sky Stream im Sommer nutzt Sky Deutschland die Weihnachtskampagne, um auf spielerische Art auf sein Angebot mit dem Besten aus Sport und Entertainment aufmerksam zu machen. Hierbei werden die beiden Größen des Entertainment und Sports in Szene gesetzt – Harry Kane und die berühmten Wächter aus der Netflix-Serie besprechen im Spot auf humorvolle Art von „Schütze zu Schütze“, wer denn der größere „Entertainment-Volltreffer“ ist.

Kane zeigt sich als Botschafter der neuen TV-Box Sky Stream von seiner besonders sympathischen Seite und beweist schauspielerische Fähigkeiten. „Wir lieben es, zu Hause Zeit miteinander zu verbringen. Sky Stream macht es jedem leicht, etwas zu finden, das er gerne sieht, sei es Live-Sport, Kindersendungen oder tolle Serien und Filme. Sogar die Kinder genießen es, mir und dem Team zuzusehen, wenn sie nicht zum Spiel kommen können. Sky Stream hilft uns, uns zu entspannen und unsere gemeinsame Zeit zu genießen.“



## FIFA Club World Cup 2025 Hisense ist offizieller Partner

Hisense gab in Shanghai die offizielle Partnerschaft mit dem FIFA Club World Cup 2025 bekannt. Die Ankündigung erfolgte in Anwesenheit von FIFA-Präsident **Gianni Infantino** (Foto r.), FIFA-Generalsekretär **Mattias Grafström** und Hisense Group Chairman **Jia Shaoqian** (Foto l.).

Die Partnerschaft mit dem erstmals stattfindenden Turnierformat soll Hisense die perfekte Plattform bieten, um die Markenbekanntheit bei den Fans des weltweit beliebtesten Sports und der beliebtesten Vereinsmannschaften weiter auszubauen.

Bei der Vorstellung der Partnerschaft sagte FIFA-Präsident Gianni Infantino: „Wir freuen uns, Hisense, eine weltweit führende Marke, als offiziellen Partner des FIFA Club World Cup

2025 begrüßen zu dürfen. Das Engagement von Hisense für Innovation und Technologie passt zu unserer Vision für dieses Turnier, das die 32 besten Mannschaften aus der ganzen Welt zu einer unvergesslichen Feier unseres Spiels zusammenbringt und den Vereinsfußball revolutionieren wird.“

Jia Shaoqian, Chairman der Hisense Group, fügte hinzu: „Wir sind stolz darauf, offizieller Partner des FIFA Club World Cup 2025 zu sein, einem Wettbewerb zwischen den Spitzenvereinen aus allen sechs Konföderationen, der einen Dialog zwischen den Champions darstellt. Dieses Aufeinandertreffen von Spitzenleistungen passt perfekt zur Zielsetzung von Hisense, das Unternehmen und die Marke weiter in die Weltklasse zu führen.“



Die exklusive Marketing-Partnerschaft zwischen Sky und Netflix ist ein weiteres zentrales Element der Kampagne. Als Beispiel einer besonders engen kreativen Zusammenarbeit zwischen den Marketing-Teams beider Häuser und Sky Creative in London wurde die Weihnachtskampagne konzipiert und wirbt in Deutschland crossmedial für die neue Sky Stream Box und Fernsehen übers Internet.

Die Kampagne wird aufmerksamkeitsstark mit deutschlandweiten TV-Spots und Riesenpostern in den großen Städten Köln, München und Berlin sowie weiteren Out-of-Home, Print-, Digital- und Social Media Maßnahmen geschaltet.

## GfK/FUTURE Konsumenten- entscheidung

Consumer Panel Services Germany GfK GmbH (CPS GfK) und das FUTURE Institute for Sustainable Transformation an der Frankfurt School of Finance & Management (FUTURE Institute) haben untersucht, warum Konsumenten oft nicht im Einklang mit ihren nachhaltigen Überzeugungen handeln.

Haushalte mit einer positiven Einstellung zur Nachhaltigkeit decken im Durchschnitt nur 14,6 Prozent ihres Bedarfs tatsächlich mit nachhaltigen Produkten ab. Besonders ausgeprägt ist diese Lücke bei älteren Verbrauchern sowie Haushalten mit geringerem Einkommen und niedrigem Bildungsniveau.

Haushalte mit höherem Einkommen und höherer Bildung weisen eine kleinere Lücke zwischen ihren nachhaltigen Einstellungen und ihrem tatsächlichen Kaufverhalten auf. Diese Gruppen verfügen über mehr finanzielle Mittel und besseren Zugang zu Informationen, was ihnen ermöglicht, eher im Einklang mit ihren Überzeugungen zu handeln. Ein wichtiger Faktor, der das nachhaltige Kaufverhalten beeinflusst, ist der Preisunterschied zwischen nachhaltigen und konventionellen Produkten. Die Ergebnisse zeigen: Je kleiner die Preisdifferenz ist, desto eher entscheiden sich Konsumenten für nachhaltige Alternativen.

Die Studie hebt auch die Bedeutung einer breiten nachhaltigen Produktpalette hervor. Da Verbraucher das beste nachhaltige Produkt für ihre Bedürfnisse aus einem größeren Sortiment auswählen können, werden sie eher ermutigt, ein nachhaltiges Produkt anstelle seines konventionellen Gegenstücks zu kaufen. Einzelhandelskanäle, die nachhaltige Produkte bequem und sichtbar platzieren und oftmals auch eine große nachhaltige Produktpalette anbieten, können hier deutlich punkten.

Ein weiteres Ergebnis der Studie zeigt: Marketing, das auf Schuldgefühlen oder negativen Emotionen basiert, stößt häufig auf Ablehnung. Stattdessen ist eine positive Kommunikation über die Vorteile nachhaltiger Produkte deutlich effektiver.



## MediaMarktSaturn Neue, kleinere Geschäfte

**M**ediaMarktSaturn geht den nächsten Schritt bei der Implementierung der neuen Store-Formate. Das Format „Smart“ wird jetzt auch in Deutschland ausgerollt. Nachdem das Unternehmen die Mietverträge an fünf ehemaligen Gravis-Standorten übernommen hat, eröffnen dort in zentraler Lage die ersten Smart-Stores. Das Format zeichnet sich durch eine kompakte Fläche in hochfrequenzierter Lage und ein ausgewähltes Sortiment aus. Im Mittelpunkt stehen die Services und die Omnichannel-Strategie von MediaMarktSaturn.

Durch die zentrale Lage in Innenstädten oder anderen Knotenpunkten implementiert der Discounter hier eine direkte Konkurrenz zum örtlichen Fachhandel. Als Pilotprojekt startete im Frühsommer bereits ein umgebauter Markt in Berlin-Friedrichshain, nun eröffnen fünf nagelneue MediaMarkt Smart-Stores ihre Türen. Damit ist Deutschland nach Italien und Spanien das dritte Land innerhalb der Unternehmensgruppe, das alle vier Store-Formate ausgerollt hat.

„Unsere Devise lautet: das rich-

tige Format an der richtigen Stelle. Mit den Smart-Stores richten wir uns gezielt an technologiebegeisterte Kundinnen und Kunden, die in der Nähe unterwegs sind“, erklärt **Hubert Kluske**, Managing Director Sales MediaMarktSaturn Deutschland.

Charakteristisch für das Store-Format „Smart“ ist eine Größe von maximal 400 Quadratmetern Verkaufsfläche. Persönlicher Kontakt wird auch hier großgeschrieben: Beraterinnen und Berater sind immer vor Ort verfügbar. Das Sortiment konzentriert sich auf eine Auswahl hochwertiger Produkte und Zubehörteile, die den unmittelbaren Bedarf bedienen. Vor Ort kann beispielsweise ein Displayschutz aufs Smartphone aufgebracht werden, an der Smartbar werden kaputte Displays oder schwache Akkus sofort getauscht. Ebenfalls verfügbar: nachhaltige Services wie die Produktmiete mit dem Partner Grover oder der Ankaufservice in Kooperation mit Foxway für nicht mehr genutzte Elektrogeräte.

Die neuen MMS-Stores: München: Tal 19, Köln: Ehrenstraße 2, Leipzig: Neumarkt 29-33, Heidelberg: Hauptstraße 57 und Hamburg: Grindelallee 25.

## Open Air im Sommergarten

**D**ie IFA 2025 setzt schon erste Signale. Max Herre und Joy Denalane spielen im Sommergarten auf der IFA 2025. Die beiden Stars verlängern ihre Alles Liebe Tour in Berlin als Sommer Open Air. Die gefeierten deutschen Künstler werden am 5. September 2025 im Sommergarten der IFA auftreten. In Zusammenarbeit mit dem Konzertveranstalter FKP Scorpio bringt die IFA 2025 das renommierte Duo nach Berlin, um das kulturelle Angebot der Messe zu erweitern. Weitere hochkarätige Künstler werden im Vorfeld der Messe bekannt gegeben. „Wir haben bereits im Rahmen der letzten IFA versprochen, dass wir Entertainment und Musik weiter etablieren werden und die Konzerte in diesem Jahr keine Eintagsfliege zum 100-jährigen Jubiläum waren“, so Leif Lindner, CEO der IFA Berlin, „wir machen weiter und werden auch mit musikalischen Top-Acts dafür sorgen, dass die IFA weiter wächst und niemand mehr an ihr vorbeikommt.“

## Ganz kurz

**Coolblue:** Der Online-Elektronikhändler hat seinen ersten Store in Dortmund eröffnet. Am zentral gelegenen Ostenhellweg 35 bietet er auf 1.400 Quadratmetern ein vielfältiges Angebot an Elektronik und Haushaltsgeräten inklusive einer umfassenden persönlichen Beratung und weiteren Services wie der Abholung von Online-Bestellungen am selben Tag.

**Markterwartung:** Der Umsatz Consumer-Electronics wird weltweit nach einem Minus von 4,3 % 2022 in 2024 nur noch 0,6 % sinken. Für 2025 erwarten die Analysten von Stocklytics einen Umsatz von 977 Milliarden Dollar, 100 Milliarden weniger als bisher prognostiziert.

**Telefunken:** Durch seine Partnerschaft mit ETON Soundsysteme GmbH, eine Tochter des deutschen Automobilzulieferers paragon, will Telefunken sein Programm an hochwertigen Audioprodukten weiter ausbauen.

**Hisense:** Zum 55-jährigen Jubiläum kann die Hisense Group einen bedeutenden Meilenstein verkünden: Im Geschäftsjahr 2023 überschritt der weltweite Gesamtumsatz die Schwelle von 28,7 Milliarden USD. Besonders beeindruckend war das Wachstum in den Märkten außerhalb Chinas, wo Hisense mit einem Umsatz von über 12,2 Milliarden USD einen neuen Rekord aufstellte.

**Euronics:** Künstliche Intelligenz von AX Semantics schreibt in Zukunft automatisch die Produkttexte für die Internet-Seite und Kataloge der Verbundgruppe. „axite hilft uns dabei, Informationen aus den Stammdaten in verständliche und nachvollziehbare Produktbeschreibungen zu übersetzen“, so **Thorsten Hennig**, Leitung Digital Customer Journey & Marketing bei Euronics.

**LG:** Der Elektronikkonzern und KI-Chip-Produzent Tenstorrent erweitern ihre Zusammenarbeit, um gemeinsam System-on-Chips (SoCs) und Systeme zu entwickeln. Mit der Partnerschaft verspricht sich LG, die eigenen Design- und Entwicklungskapazitäten für KI-Chips auszubauen und so seine Unternehmensvision „Affectionate Intelligence“ noch konsequenter umzusetzen.

# DREI ROTE QUARTALE Keine Kauflust zu erkennen

Drei Quartale des CE-Jahres 2024 mit einer Fußball-EM und einer erstmals wieder attraktiven IFA. Was ist davon geblieben? Das wohl schlechteste Ergebnis seit Jahren. Dem CE-Handel fehlten in den ersten drei Quartalen dieses Jahres 870 Millionen Euro in der Kasse. Ein Aufflackern am Horizont ist das sich leicht stabilisierende TV-Geschäft mit einem Minusplus von 1,8 Prozent beim Umsatz und einem wirklich ganz kleinen Anstieg bei den Stückzahlen. Der demgegenüber höhere Umsatz ist der Trend zum größeren Bildschirm. Hier sind die Kunden bereit, auch etwas mehr zu investieren.

Das aber gilt leider nur für einen geringen Teil des TV-Geschäfts. Das Statistische Bundesamt hat für den Oktober 24 einen Preisverfall bei TV-Geräten von minus 4,4 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat errechnet. Und dies, obwohl die Verbraucherpreise im gleichen Zeitraum um 2 Prozent gestiegen sind! Noch ein kleines Zahlenspiel: Die Verbraucherpreise sind 2023 im Vergleich zu 2020 16,7 Prozent gestiegen, die TV-Preise dagegen sind im gleichen Zeitraum um 10,2 Prozent gesunken.

Ähnlich der Preisverfall bei Audiogeräten über alle Segmente. Trotz einem Plus von 23,8 Prozent bei den Stückzahlen, sorgte der Preisverfall um 20,4 Prozent für ein Minus von 1,4 Prozent in den Kassen.

Unterm Strich verzeichnet das Segment Unterhaltungselektronik in den ersten neun Monaten dieses Jahres gegenüber 2023 einen Rückgang um 8 Prozent, gleich minus 437 Millionen Euro.

Das war es aber auch schon mit den wenigen besseren Nachrichten. Im Computersegment werden die Zahlen dunkelrot geschrieben. Hier hinterlässt der Home Office Boom seine negativen Spuren; der Bedarf ist gedeckt. Zudem wird die IT-Branche von einem deutlichen Preisverfall, teilweise zweistellig, heimgesucht. Selbst das Smartphone,

## Home Electronics Market Index 1. - 3. Quartal 2024

Konsumentenmarkt (private Nachfrage)	Absatz in 1000 Stück			Durchschnittspreis in EURO (Konsumentenpreise incl. MwSt.)			Umsatz in Mio. EURO		
	Q1-3/2023	Q1-3/2024	+/-%	Q1-3/2023	Q1-3/2024	+/-%	Q1-3/2023	Q1-3/2024	+/-%
TV-Display Total <sup>1)</sup>	2.854	2.873	0,7%	688	696	1,1%	1.964	1.999	1,8%
Satellite/Set-Top-Boxen Total							61	37	-39,4%
- Sat.-Systeme / -Antennen	169	161	-4,7%	102	103	0,9%	17	17	-3,8%
- Set Top Boxen	650	382	-41,2%	67	53	-20,9%	44	20	-53,5%
Video Total							111	120	8,2%
- DVD-Player/-Recorder	113	96	-15,1%	51	50	-2,5%	6	5	-17,3%
- Blu-ray-Player/-Recorder <sup>6)</sup>	179	155	-13,4%	155	153	-1,1%	28	24	-14,4%
- Media Boxes/Sticks	1.140	1.335	17,2%	68	68	0,8%	77	91	18,1%
Action Cams (inkl. Camcorder) <sup>10)</sup>	211	226	7,4%	323	376	16,5%	68	85	25,1%
Digital Cameras	468	455	-2,8%	867	867	0,0%	406	394	-2,8%
Wechselobjektive	350	318	-9,2%	829	879	6,0%	290	280	-3,7%
Home Audio Total							508	468	-7,9%
- Einzelkomponenten Total <sup>2)</sup>	231	286	23,8%	439	350	-20,4%	101	100	-1,4%
- Audio Home Systems <sup>3)</sup>	352	331	-6,1%	215	237	10,2%	76	78	3,5%
- Smart Audio <sup>5)</sup>	540	396	-26,6%	155	176	13,4%	84	70	-16,8%
- Lautsprecher-Boxen <sup>14)</sup>	730	643	-11,9%	338	342	1,0%	247	220	-11,0%
Personal Audio Total <sup>3)</sup>	1.604	1.325	-17,4%	72	76	4,7%	116	100	-13,5%
Audio/Video Zubehör							1.186	1.082	-8,7%
- Kopfhörer + Stereo Mobilfunkheadsets	10.594	9.705	-8,4%	86	86	-0,0%	913	836	-8,4%
- Bluetooth-Lautsprecher	2.182	1.965	-9,9%	125	125	0,3%	273	246	-9,7%
Auto-Multimedia (ohne Erstausrüstung) <sup>4)</sup>	516	437	-15,4%	143	139	-2,7%	74	61	-17,6%
Videogames Konsolen	1.471	930	-36,8%	444	402	-9,6%	653	374	-42,8%
Unterhaltungselektronik Total							5.437	5.000	-8,0%
Telekommunikation Total <sup>5)</sup>							10.017	9.918	-1,0%
- Mobiltelefone	675	596	-11,7%	55	55	-0,6%	37	33	-12,2%
- Smartphones	13.043	13.040	-0,0%	681	680	-0,1%	8.881	8.868	-0,1%
- Telefone <sup>13)</sup>	1.912	1.749	-8,5%	61	62	1,3%	117	108	-7,4%
- Core Wearables <sup>7)</sup>	4.087	3.958	-3,2%	240	230	-4,4%	981	909	-7,4%
PCs Total <sup>7)</sup>							3.446	3.059	-11,3%
- Desktop PCs	439	371	-15,5%	942	955	1,4%	413	354	-14,3%
- Notebooks	2.051	1.792	-12,6%	888	881	-0,7%	1.820	1.579	-13,2%
- Tablet PCs	2.609	2.553	-2,2%	465	441	-5,2%	1.213	1.126	-7,2%
IT-Peripherie Total <sup>15)</sup>							862	819	-5,0%
- Monitore	2.039	2.081	2,0%	253	232	-8,2%	516	483	-6,4%
- Projektoren	67	63	-5,2%	606	565	-6,6%	40	36	-11,5%
- MFD / Drucker / Scanner	1.987	1.961	-1,3%	154	153	-0,5%	306	300	-1,7%
Recording Media Total <sup>15)</sup>							363	332	-8,5%
- CD/DVD/Blu-ray Rohlinge	19.877	13.358	-32,8%	1	1	-15,7%	15	9	-43,4%
- Memory Cards	7.824	7.579	-3,1%	18	18	1,1%	140	137	-2,1%
- USB Sticks	7.757	7.513	-3,1%	10	10	2,0%	75	75	-1,2%
- Festplatten <sup>11)</sup>	1.173	917	-21,8%	113	123	8,1%	133	112	-15,5%
Informationstechnologie Total <sup>12)</sup>							4.672	4.210	-9,9%
Consumer Electronics Total							20.124	19.129	-4,9%
Elektrokleingeräte Total <sup>15)</sup>							4.750	4.985	5,0%
Elektrogroßgeräte Total <sup>16)</sup>							7.085	6.975	-1,5%
Home Electronics Total							31.959	31.089	-2,7%

- 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 SIMKarte 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

ehemals eine Umsatzstütze des CE-Markts, schwächelt deutlich. Statt weiter steigenden Stückzahlen liegen sie bisher auf dem gleichen Niveau wie im vergangenen Jahr. Der Durchschnittspreis ist mit 680 Euro weiter stabil und somit auch der Umsatz. Aber diese Zahlen zeigen auch, neue Smartphones im Preisbereich über 1.500 Euro finden weniger Käufer als erwartet und zeigen damit keinen Niederschlag beim

auf Vorjahresniveau verharrenden Smartphone-Umsatzes. Auch im Bereich Home Appliances sieht man keine freudigen Gesichter. Den Grund dafür sehen die Marktforscher der GfK in der pessimistischen Konsumstimmung der Deutschen für die kommenden 12 Monate. Eine positive Meldung der GfK, die Anschaffungsneigung kletterte im Oktober auf den höchsten Stand seit März 2022. Das neue Hobby der Deut-

schen scheint weiterhin Kochen zu sein. So verzeichnet die Weiße Ware im Bereich Kleingeräte erneut ein Umsatzplus von 5 Prozent. Ganz anders aber bei Großgeräten, hier schrumpfte der Umsatz gegenüber 2023 um 1,5 Prozent. Bei Minuszahlen von 4,9 Prozent bei Consumer Electronics und 2,7 Prozent beim Home Electronics wird 2024 das Vorjahresniveau trotz Weihnachtsgeschäft nicht halten können.

# BILANZ DER IFA 2024

## 100 Jahre erfolgreich

Das Treffen ist schon traditionell. So auch in diesem Jahr. Wir besuchten **Dr. Sara Warneke**, Geschäftsführerin der gfu, und **Leif Lindner**, seit gut einem Jahr Geschäftsführer der IFA Management GmbH, zum vorweihnachtlichen Kamingespräch. Topthema, naheliegend, das IFA-Jubiläum vor drei Monaten und die IFA 2025 in „nur“ noch gut neun Monaten.

Für die Aussteller auf der IFA zählen Umsatz, neue Kontakte und Auffrischen alter Kontakte. Ist das auf der IFA in diesem Jahr gelungen? Um dies zu ergründen, wurde das Marktforschungsunternehmen iSCM (Information & Supply Chain Management) mit einer Umfrage unter den IFA 2024-Ausstellern beauftragt. Verglichen wurden die IFA-Jahre 2023 und 2024, und mit dem Ergebnis können gfu und IFA Management durchaus zufrieden sein. Die Umfrage zeigt deutlich, wie wichtig die restaurierte IFA 2024 für die gesamte CE-Branche war, (Grafik). Die Aussteller konnten ihr Marken-Image im Einklang mit einer guten PR deutlich verbessern, die Einführungen neuer Produkte und Dienstleistungen war erfolgreich und, besonders wichtig, die IFA hat die Jahresplanung und besonders die Planung für das umsatzstarke 4. Quartal überaus positiv beeinflusst. Das zeigt auch das Plus von 51 Prozent bei den Handelspartnern, die die IFA 2024 besuchten.

Angesprochen auf die Stimmung der Aussteller und Besucher sagt Dr. Warneke: „Die Stimmung war sehr positiv, alle haben die Erleichterung gespürt, dass nach den Herausforderungen der letzten beiden Jahre wieder so viele Menschen das Messegelände besucht haben. Nicht nur das hat die Aussteller begeistert, sondern auch die Qualität der Gespräche auf allen Ebenen. Für nächstes Jahr sehe ich eine noch größere Dynamik, da viele unserer Aussteller bereits jetzt konkrete Pläne haben und neue Innovationen vorstellen möchten.“ Dazu ergänzte Leif Lindner: „Das Feedback der Aussteller war durchweg positiv. Wir haben so viele Zusagen für die IFA 2025 wie seit zehn Jahren nicht mehr zu diesem Zeitpunkt. Dieses Commitment für die IFA als die entscheidende Leitmesse für die Branche freut uns natürlich sehr. Viele Aussteller haben betont, dass die IFA trotz der zunehmenden Digitalisierung nach wie vor ein unverzichtbarer Branchen-Treffpunkt bleibt. Die Besucher-

zahlen und das Engagement zeigen, dass das Interesse an persönlichen Begegnungen und Erlebnissen ungebrochen ist. Auch die Sommergarten-Events, die erstmalig seit 2019 wieder stattfanden, haben großen Anklang gefunden. Darauf bauen wir für die kommende IFA auf.“

Trotz dieser positiven Einstellung muss man in einer global digitalisierten Welt nach dem Stellenwert einer Messe fragen. Dazu hat Leif Lindner eine klare Meinung: „Messen werden im digitalen Zeitalter nicht überflüssig, sie



**Zufriedene Macher** – Dr. Sara Warneke, gfu, und Leif Lindner, IFA, haben eine starke IFA 2024 präsentiert.

verändern sich lediglich. Menschen wollen nach wie vor Produkte anfassen, direkt mit Herstellern sprechen und persönliche Eindrücke sammeln können. Was sich ändern muss, ist die Art und Weise, wie Messen organisiert werden – hybrid, interaktiver und zugänglicher für eine breitere Zielgruppe. Die Besucher müssen aktiv mit eingebunden werden, statt sie passiv zu beschallen. Die IFA geht mit gutem Beispiel voran, indem sie digitale Elemente integriert, ohne den Fokus auf das physische Erlebnis zu verlieren.“

Das sind ja gute Voraussetzungen für eine IFA 2025, für die die Vorbereitungen bereits jetzt begonnen haben. Dazu gab Dr. Warneke bereits jetzt schon den ersten Ausblick: „In den kommenden Jahren wird die IFA weiter in Technologie investieren, um sowohl Ausstellern als auch Besuchern eine nahtlose, immersive und zugleich nachhaltige Messeerfahrung zu bieten.



**Zufriedene Aussteller** – die iSCM-Umfrage zeigt eine deutliche bessere Beurteilung der IFA 2024 gegenüber der verunglückten IFA 2023.



dien. 50 Prozent fanden im Internet statt, 25 Prozent in Printmedien, nur 10 Prozent in der TV-Berichterstattung und 15 Prozent im Radio.

Real und Live dagegen waren die Events im beliebten Sommergarten der IFA. Die IFA Sommergarten-Saison wurde in diesem Jahr mit dem Star-Auftritt von **Brian Adams** zur Eröffnung der Messe gefeiert, und auch für das nächste Jahr konnten schon die ersten Künstler verpflichtet werden. So werden am 5. September 2025 die gefeierten deutschen Künstler **Max Herre** und **Joy Denalene** im Sommergarten auftreten.

Da wir in unserem Kamingespräch gerade bei Musik waren, stellte sich naheliegend die Frage, wie will die IFA der Audio-Industrie eine Basis bieten? Nach dem Umzug der HighEnd von München nach Wien, könnte die IFA 2025 für manche Hersteller von Audio-Geräten wieder interessant werden. Doch die präsentieren sich überwiegend durch akustische Vorführung ihrer Geräte. Wird das auf einer IFA wieder möglich sein? „Wie haben hier Konzepte für schallgedämpfte Kabinen, doch diese sind teuer und aufwändig. Die lohnen sich nur bei entsprechendem Interesse der Audiobranche. Aber um es klar zu sagen, wir sind bereit für solche Lösungen“, betonte Leif Lindner.

Leif Lindner ist überzeugt, nach einer sehr guten IFA 2024 im kommenden Jahr dies toppen zu können. Erste Gespräche in Asien und Konferenzen mit einflussreichen Journalisten schufen schon eine gute Basis für die Akquise attraktiver Aussteller. Die nächste internationale Präsentation der IFA 2025 wird im Januar im Las Vegas auf der CES folgen.



## Western Digital microSD-Speicherkarten Kinderspaß mit Pokémon

Western Digital erweitert in Kooperation mit The Pokémon Company International das Produktportfolio an offiziell für Nintendo lizenzierten SanDisk microSD-Karten. In Zusammenarbeit mit Nintendo bringt das Unternehmen die SanDisk Pokémon Relaxo microSD Karte (1TB, UVP 125,99 Euro), die SanDisk Pokémon Gengar microSD Karte (512GB, 54,99 Euro) und die SanDisk Pokémon Pikachu microSD Karte (256GB, 28,99 Euro) auf den Markt.

SanDisk Pokémon microSD-Karten wurden speziell für Nintendo Switch-Systeme entwickelt. Nutzer müssen sich nicht länger Gedanken über die Deinstallation alter Spiele machen, sondern können ihrer Bibliothek immer mehr neue Titel hinzufügen. Das Design der SanDisk Pokémon-Kartenserie fängt dabei die ikonischen Pokémon

ein, die Spielern erstmals in der Kanto-Region entdeckten – ein echter Hingucker für jeden Fan.

Die neuen Karten bieten Handheld-Spielern die gewohnt zuverlässige Performance der Marke SanDisk, die durch spezielle Flash-Management-Techniken erbracht wird. Dies ermöglicht flüssiges Gameplay mit Lesegeschwindigkeiten von bis zu 100 MB/s und Schreibgeschwindigkeiten von bis zu 90 MB/s.

„Wir freuen uns, der Pokémon-Community durch unsere fortgesetzte Partnerschaft mit Nintendo neue und einzigartige Speicherkarten anbieten zu können. Seit mehr als 28 Jahren erobern Pokémon die Herzen von Spielern und Fans auf der ganzen Welt. Gemeinsam geben wir Nintendo-Nutzer:innen die Möglichkeit, das Beste aus ihrem Handheld-Spielerlebnis herauszuholen.“ – **Susan Park**, Vice President, Consumer Products & Strategic Partnerships bei Western Digital.

## DORO DOORBELL Video-Kontrolle



Ob zu Hause oder unterwegs, klingelt ein Besucher an der Tür, sehen Nutzer dank der Hinweiskontrolle und Videovorschau auf dem Smartphone oder Tablet sofort, wer vor der Wohnung steht. Die Hemma Doorbell ist ausgestattet mit einem hochwertigen Weitwinkelobjektiv, Zoom Funktion und besonders hellen LED-Leuchten. Die einzige Videotürklingel mit „Assist Me“-Funktion, die es ermöglicht, die Videovorschau bei Bedarf an Freunde oder Verwandte weiterzuleiten. UVP 169 Euro.



## BOSCH Heizkörper-Thermostat II Noch smarter heizen dank Matter

Mit der neuen I+M Produktlinie geht Bosch Smart Home den nächsten Schritt im Matter-Universum: Für noch mehr Flexibilität im individuellen Smart Home-Setup lassen sich die neuen Produkte sowohl im Bosch Smart Home System mit perfekt aufeinander abgestimmten Anwendungen als auch im präferierten Matter-System mit den entsprechenden Funktionen nutzen. Die Geräte der I+M Produktlinie sind in der Lage, in den zwei Funkstandards Zigbee und Thread (über Matter) zu kommunizieren. Somit lassen sie sich direkt – ohne Bosch Smart Home Controller – in ein Matter-System einbinden. Eine Integration in gewohnter Form in das Bosch Smart Home System ist weiterhin gewährleistet. Das Heizkörper-Thermostat II I+M schafft individuelle Wunschtemperaturen, zeigt die Temperatur in der App und sorgt durch Zeitprogramme und Dienste wie „Nachhaltiges Lüften“ und „Temperaturabfall“ für höchste Energie-Effizienz und bedarfsgerechtes Heizen. Durch die Kombination mit anderen Geräten und Automationen wird der Heizalgorithmus ideal gesteuert. Per App kann das Heizkörper-Thermostat II I+M auch aus der Ferne gesteuert und die eigenen vier Wände beispielsweise für die Rückkehr aus dem Urlaub vorbereitet werden.



## HOMEMATIC Schalt-Mess-Kabel

Das Homematic IP Schalt-Mess-Kabel – außen verbindet die Funktionalität einer Schalt-Mess-Steckdose mit einem praktischen Verlängerungskabel für den Outdoorbereich. Dank IP44 Zertifizierung ist das rund drei Meter lange Kabel bestens vor Wind und Wetter geschützt. Angeschlossene Geräte lassen sich mit der kostenlosen Homematic IP App jederzeit und von überall schalten – in Verbindung mit Amazon Alexa oder Google Assistant sogar per Sprachbefehl. Clevere Automatisierungsfunktionen sind kinderleicht eingerichtet, etwa damit sich die Garten- oder Weihnachtsbeleuchtung täglich nach Sonnenuntergang einschaltet oder um die Brunnenpumpe zu bestimmten Zeiten zu aktivieren.



## HAMA TASTATUR SORTIMENT Mit nur einem Tastenklick zur KI

Zubehörspezialist Hama stellt ein komplett überarbeitetes Tastaturen-Sortiment vor, zwanzig neue Modelle decken alle Kundenwünsche vom Preiseinstieg bis zum Premiumsegment ab. Assist-Taste für Microsoft Copilot: Als einer der ersten hat Hama eine spezielle Funktionstaste für Microsoft Copilot, einen KI-Assistenten des Softwaregiganten, integriert. Hama nennt das praktische Tool „Assist-Taste“ und stattet alle neuen Tastaturmodelle damit aus. Sofern die Systemvoraussetzungen des PCs (Windows 11 und installierte Microsoft Copilot App) passen, kann man mit nur einem Tastendruck auf die künstliche Intelligenz zurückgreifen. Ist das nicht der Fall, öffnet sich die Windows-Startseite, man ist aber bestens gerüstet für die Zukunft. Auch, dass Batterien und Kabel jederzeit gewechselt werden können, ist ein Schritt in Richtung Nachhaltigkeit. Mitte November startete Hama eine große Kampagne in den sozialen Medien, in der sich fünf Wochen alles um die Fokusprodukte des neuen Tastaturen-Sortiments dreht. Das generiert Aufmerksamkeit und stärkt auch im Handel die Nachfrage. Am PoS selbst überzeugen die plastikfreien, FSC-zertifizierten Verpackungen mit einer aufgeräumten und informativen Optik und nur fünf Verpackungsgrößen, was für ein aufgeräumtes Bild an der Verkaufswand sorgt.



## Philips Evnia-Monitor 49M2C8900L

Das SuperWide (32:9) 49 Zoll QD-OLED Curved Panel (1800R) bietet allen Gamern ein hochwertiges, immersives Erlebnis. Mit einer 10-Bit-Farbtiefe, einer erstaunlichen sRGB-Farbgenauigkeit (DeltaE < 2) und einer hohen Farbraumabdeckung (99 % DCI-P3) gibt das Display zudem Farben lebendig und naturgetreu wieder – und das alles

auf einem großen Screen, anstelle von zwei 16:9 QHD-Monitoren nebeneinander. Abgerundet wird das Leistungsangebot des Philips Evnia 49M2C8900L mit einem integrierten MultiClient-KVM-Switch für das Umschalten zwischen verschiedenen Quellen, dem LowBlue-Modus zur Schonung der Augen. Die DTS-Sound-Funktion verbessert den Klang. UVP 49M2C8900L 1.089 Euro.



## DYNAVOX DBT600 IM RETRO-DESIGN Weckradio mit DAB+ und analog

Manche lieben es konservativ und gemütlich. Das bietet der Dynavox DBT600, ohne dabei aber auf modernste Technologie zu verzichten. Neben digitalem DAB+ Empfang schafft der UKW-Tuner den Zugang zu den analogen Radioprogrammen. Praktisch auch der eingebaute Akku für Garten- oder Terrassen-Betrieb. Mit einer Spielzeit von bis zu sechs Stunden. Über Bluetooth, USB oder Micro-SD Kartenslot können weitere Musikquellen an das Weckradio angeschlossen werden. UVP 84,90 Euro.

## Varta Eco-Ladegerät

Die neuen Eco Charger Recycled von VARTA wurden von Grund auf neu entwickelt und sind nun noch nachhaltiger: Ihr Gehäuse besteht zu 75% aus aufwendig recyceltem Material. Dabei bieten sie zugleich hohe Ladeleistung und ein attraktives, modernes Design. Dank neuestem USB Type C-Anschluss können Akkus innerhalb einer Stunde schnell und effektiv geladen werden. Der Eco Charger Pro ist unbestückt für 26,99 Euro UVP oder mit 4x AAA 800 mAh bzw. 4x AA2100 mAh Akkus für 34,99 Euro UVP erhältlich. Für 39,99 Euro UVP ist der Eco Charger Multi unbestückt oder mit 8x AA 2100 mAh Akkus für 53,99 Euro UVP verfügbar.



## OPPO Smartphone Mit Glasgehäuse

OPPO führt weltweit die Find X8-Serie ein und stellt das Premium-Modell Find X8 Pro exklusiv in Europa vor. Das Flaggschiff-Smartphone beeindruckt mit seiner fortschrittlichen Kamera, guter Leistung und Akkulaufzeit. Zudem führt ColorOS 15 eine ganze Suite fortschrittlicher OPPO AI-Lösungen ein. „Mit der Find X8-Serie haben wir Barrieren durchbrochen, die Smartphones über Generationen hinweg zurückgehalten haben. Insbesondere mit dem Find X8 Pro haben wir einen neuen globalen Maßstab für Spitzenleistungen gesetzt“, so **Pete Lau**, Senior Vice President und Chief Product Officer von OPPO.



Das Find X8 Pro verfügt über ein 6,78-Zoll-Infinite-View-Display. Das großzügige Display wird durch den geschwungenen Rahmen und das vierfach gewölbte Glas auf der Vorder- und Rückseite harmonisch ausgeglichen. Das Design sorgt für einen weichen, angenehm handlichen Griff. Das Find X8 Pro ist in Space Black und Pearl White erhältlich. UVP 1.199 Euro.

## MIT PANASONIC FIRE TV FERNSEHEN NEU ERLEBEN Panasonic Premium-TV für den Fachhandel

Wir hatten das Glück und konnten mit **Philipp Maurer**, Panasonic Country Manager DACH, im Vorfeld der umsatzstärksten Wochen des Jahres über das für die Branche schwierige TV-Geschäft sprechen. Außerdem interessierte uns seine Einschätzung der Markttrends und die Stimmung der Panasonic-Händler.

### Wie hatte sich Panasonic für die Aktionstage rund um den Black Friday gerüstet?

„Als Premium-TV-Anbieter vertreiben wir unsere Produkte in erster Linie nicht über den Preis und sind davon überzeugt, dass wir qualitätsorientierten Kunden ein attraktives Angebot unterbreiten. Wir wissen jedoch, dass ab November die Erwartung von Zusatzrabatten besteht. Daher bietet Panasonic dieses Jahr eine Cashback-Aktion, um den Handel im Abverkauf zu unterstützen.“

### War die IFA ein Impuls für den TV-Markt und weitere Panasonic Produktbereiche?

„Die IFA war dieses Jahr für uns sehr erfolgreich, insbesondere da wir die Gelegenheit hatten, unsere Fernseher mit integriertem Fire TV einem größeren Publikum live zu präsentieren. Auch konnten wir auf unserem Stand, der in Publikumsbereich, Handlungsausstellung und Konferenzzentrum gegliedert war, viele Neuheiten vorstellen. Stellvertretend möchte ich hier auf unsere neuen Technics SC-CX 700 Ak-



Philipp Maurer: „Für den Fachhandel und natürlich besonders für unsere Händler ist es essenziell sich mit dem Thema Premium Großbild-TV zu beschäftigen.“

tivlautsprecher hinweisen, mit denen wir definitiv eine neue Ära des Musikhörens einläuten. Oder unseren neuen Rasierer ES-PV 6, der neben einem innovativen, minimalistischen Design über ein Gehäuse aus Nagori verfügt. Dabei handelt es sich um ein von Panasonic entwickeltes, nachhaltiges Material aus Meeresmineralien, dessen einzigartiges Muster jedes Exemplar zu einem Unikat macht.“

**Im Gegensatz zu früheren Jahren war der IFA-Auftritt von Panasonic deutlich weniger aufwändig, warum?** „Im Vergleich zum letzten Jahr war unser Stand wieder größer. Insbesondere sind wir mit einem Publikumsbereich auf die IFA zurückgekehrt. Wir sehen einen klaren Mehrwert in den Privatbesuchern auf der Messe. Auf der anderen Seite schätzen unsere Handelskunden die ruhige und gediegene Atmosphäre in der Händlerausstellung sehr. Deshalb haben wir uns für 2024 gesagt: „Dann lass uns beides tun.“ So konnten wir jeder Zielgruppe gerecht werden. Mit der Marke Technics hatten wir einen zweiten Auftritt in der Audio-Halle, um die Innovationskraft zu unterstreichen, die in der Marke steckt.“

### Welche Bildschirmgrößen haben bei Panasonic den größten Verkaufsanteil?

„Für uns ist weniger die Bildschirmgröße entscheidend, sondern welchen durchschnittlichen Wert ein Panasonic Gerät in

der jeweiligen Größe hat. Wir sind heute in kleineren Zollgrößen stärker vertreten, erzielen damit aber oft Durchschnittspreise, die über dem Durchschnitt des Marktes liegen.“

### Stellt auch Panasonic einen Trend zu Bildschirmen größer als 65 Zoll fest, und was bietet Panasonic den Großbild-Käufern?

„Ja, diesen Trend sehen wir natürlich auch, und deswegen weiten wir viele Serien auf größere Zollgrößen aus. Dabei geht es uns immer darum, dem Handel und seinen Kunden Produkte mit Mehrwerten anzubieten. Sei es, über ein exklusives Design, 144Hz Ansteuerung für Gaming oder unser neues, contentbasiertes Betriebssystem Fire TV, um nur einige Beispiele zu nennen. Auch ist genau aus diesem Grund unsere Referenzserie Z95A in 55, 65 und 77 Zoll erhältlich. Mit diesen Geräten setzen wir Maßstäbe hinsichtlich Bild- und Tonqualität. Für diese Werte sind wir auch seit Jahren bekannt.“

### Panasonic konzentriert sich auf den Fachhandel, doch hat dieser auch die Fläche für eine optimale Präsentation von Großbild-TV? Welche Unterstützung kann hier Panasonic bieten?

„Ja, in aller Regel verfügt der Fachhandel über die Fläche, Großbild-TVs optimal zu präsentieren! Wo dies nicht der Fall ist, arbeiten wir an Retail Marketing Maßnahmen, um dem Fachhändler eine zielgerichtete Endkundenkommunikation in Bezug auf Großbild zu ermöglichen. Aus unserer Sicht ist es für den Fachhandel essenziell,



**TV- und Smarthome-Steuerung** – Fire TV bietet grenzenlose Möglichkeiten, natürlich auch per Alexa Sprachbedienung.

sammengefasst in einem neuen, zukunftsweisenden Benutzererlebnis.“

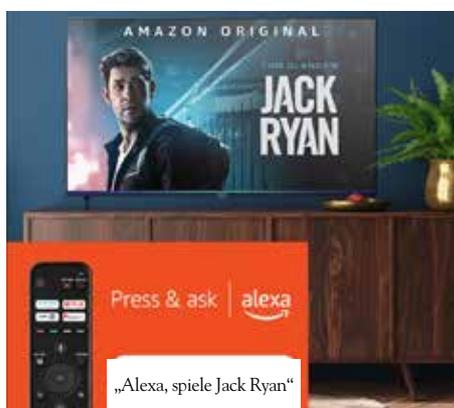
*Mittlerweile gibt es verschiedene TV-Betriebssysteme, wie präferieren Ihre Händler am PoS die Vorteile von Panasonic Fire TV?*

„Indem sie Kunden das Gerät erleben lassen! Wenn diese die Performance der neuen Geräte erleben, wissen sie, wofür sie ihr Geld ausgeben. Live-Demonstrationen am Point of Sale (PoS) sind unerlässlich, um Kunden die herausragende Bild- und Tonqualität sowie die benutzerfreundlichen Funktionen von Panasonic Fire TV zu vermitteln. Das unmittelbare Erleben der Technologie überzeugt die Kunden am besten von den Vorzügen eines Premiumprodukts.“

*Im Gegensatz zu anderen A-Marken hat Panasonic kein so großes Soundbar-Programm und ist in höheren Preisklassen nicht vertreten. Ist der Panasonic-TV-Sound so gut, dass eine Soundbar nicht erforderlich ist?*

„Gern laden wir Sie zu einem Soundcheck unserer TVs der Z95A-Serie ein! Unsere 95er Serie ist bekannt für ihre herausragende Audioqualität, die den Einsatz einer zusätzlichen Soundbar oft überflüssig macht. Sollte jemand dennoch nach einem intensiveren Klangerlebnis suchen, bieten wir die Möglichkeit, die Geräte mit einem externen Subwoofer zu ergänzen. Für diejenigen, die noch mehr verlangen, können unsere Top-Produkte mit den Technics SC-CX 700 Aktivlautsprechern kombiniert werden, um dem Klangerlebnis die Krone aufzusetzen. Für Geräte im unteren und mittleren Preissegment bieten wir passende Audio-Lösungen an.“

*2024 war bisher ein schwaches TV-Jahr, woran hat's gelegen? Wie sieht die Bilanz bisher für Panasonic und seine Händler aus?*



sich mit dem Thema Premium-Großbild zu beschäftigen, denn es ist eine wichtige Ertragsquelle. Mit Discount-Großbild verliert der Handel in einer Vollkostenrechnung fast immer Geld. Premium-Großbild hingegen bietet viele Chancen für den Handel, angefangen bei der Handelsspanne, über die Vermarktung von Dienstleistungen und nicht zuletzt der Tatsache, dass diese Käuferschicht sehr interessant für andere Produkte ist.“

*Panasonic hat sich für das Fire TV-Betriebssystem entschieden, worin sehen Sie die Pluspunkte?*

„Für uns war es relevant, dass wir uns für einen Partner entscheiden, mit dem wir gemeinsam etwas Neues erschaffen können und nicht einfach etwas Existierendes übernehmen. Schließlich wollen wir unsere Panasonic DNA beibehalten, um uns deutlich vom Wettbewerb abzugrenzen.“

Durch die Partnerschaft mit Fire TV sind wir in der Lage, zum einen das Benutzererlebnis neu zu definieren und zum anderen mit einem Partner zusammenzuarbeiten, von dem die allermeisten Haushalte bereits über einen entsprechenden Account verfügen und sich nicht neu registrieren müssen. Dank dieser Partnerschaft sind wir in der Lage, alle Bedürfnisse eines Kunden abzudecken, egal ob er über Satellit, Kabel, Streaming oder IP Inhalte konsumiert. Auch setzen wir hinsichtlich der Sprachsteuerung und Smarthome-Integration Maßstäbe. Dabei vergessen wir aber für den Handel wichtige Themen wie Senderlistenimport und -export nicht. Oder vereinfacht gesagt, wir bieten das Beste aus zwei Welten zu-

„Das ist eine nicht ganz einfache Frage. Ich denke, wir müssen uns bewusst sein, dass wir während der Pandemie sehr viele Geräte ersetzt haben und das Durchschnittsalter der Geräte im Markt aktuell recht jung ist. Bis sich dieser Effekt ausgewaschen hat, wird es noch dauern. Des Weiteren ist die Konsumstimmung im Land aktuell nicht die beste, was in Verbindung mit dem jungen Durchschnittsalter der Geräte dem Abverkauf nicht zuträglich ist.“

Ich denke aber, dass wir von der Kurzfristigkeit nicht auf die Langfristigkeit schließen sollten. Es gibt zwei Produkte in unserer Branche, die noch viele Jahre in allen Haushalten benötigt werden: Das sind Displays und Schallwandler. Dieser Tatsache muss sich jeder bewusst sein, wenn er sich überlegt, wie er sein Unternehmen strategisch ausrichtet. Einen Bereich aus einer kurzfristigen Opportunität zu vernachlässigen, kann sich mittelfristig sträflich auswirken.“

Grundsätzlich gilt, wenn schon weniger Kunden in das Geschäft kommen, sollten diese mit einem hochwertigen und spannenstarken Produkt das Geschäft verlassen. Insbesondere für den Fachhandel ist das aktuell der einzige Weg, die Marktschwäche zu überbrücken. Wer sein Heil jetzt im Preis sucht, der wird mittelfristig nur schwer wieder von dieser Strategie wegkommen.“

Das bedeutet, dass wir uns auf die Kernaspekte unserer Produkte konzentrieren müssen: Qualität, Innovation und das beste Benutzererlebnis. Dies sind die Eigenschaften, die unsere Kunden schätzen und die sie dazu bringen, sich für Panasonic zu entscheiden, selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Unsere Partnerschaft mit Fire TV ist ein exemplarisches Beispiel dafür, wie wir durch Zusammenarbeit und modernste Technologie ein konkurrenzfähiges Angebot schaffen, das den Konsumenten überzeugt und dem Handel Sicherheit gibt.“

## Panasonic Cashback Aktion bis 12. Januar 2025

Die Weihnachtszeit startete bei Panasonic dieses Jahr schon Ende Oktober – mit der großen Cashback-Aktion auf ausgewählte TV-Geräte. Im Zeitraum vom 31. Oktober 2024 bis zum 12. Januar 2025 bekommen Kundinnen und Kunden in Deutschland und Österreich beim Kauf eines Panasonic-Fernsehers bis zu 800 Euro Cashback.

Die Modelle, die an der diesjährigen Cashback-Aktion teilnehmen, sind die beiden neuen OLED-Flaggschiff-Serien Z95A und Z93A, die Modelle der OLED-Reihe Z90A sowie die neuen 4K Ultra HD-Fernseher W95A mit neuester Mini-LED-Panel-Technologie. Alle diese Panasonic Premium TVs verfügen über integriertes Fire TV, das aktuell wohl vielfältigste Betriebssystem. Hierdurch werden die bekannten Stärken von Panasonic wie modernste Gaming-Funktionen sowie überragende Bild- und Ton-Qualität mit den vielen Möglichkeiten von Fire TV bereichert: von Sprachsteuerung über personalisierte Empfehlungen bis hin zur Steuerung des Smart Homes.

Als einer der führenden Hersteller von Unterhaltungselektronik weltweit steht Panasonic gerade im TV-Bereich für innovative und qualitativ hochwertige Produkte. Die Cashback-Aktion bietet nicht nur Zugang zu modernster Technik, sondern macht das hervorragende Preis-Leistungsverhältnis noch attraktiver.

Und so einfach geht es: Einfach im Zeitraum vom 31.10.2024 bis 12.01.2025 einen Panasonic-Fernseher der Serien Z93A, Z95A, Z90A oder W95A kaufen, bis zum 31.01.2025 online registrieren und bis zu 800 Euro Cashback erhalten.

### Unterstützende Werbemaßnahmen:

Die Cashback-Aktion ist eine gute Gelegenheit, die hochwertigen Panasonic Produkte zu einem noch attraktiveren Preis zu erwerben. Wie schon in den Jahren zuvor wird Panasonic auch dieses Mal die teilnehmenden Fachhändler mit umfangreichen Werbemaßnahmen unterstützen, darunter diverse Aufsteller sowie Material für Online und Social Media. Darüber hinaus wird im Aktionszeitraum eine aufmerksamkeitsstarke Werbekampagne in Deutschland, Österreich und der Schweiz geschaltet.

Interessierte finden alle weiteren Informationen, die Teilnahmebedingungen, die vollständigen Listen der inkludierten TV-Modelle sowie der teilnehmenden Händler unter

[www.panasonic.de/cashback](http://www.panasonic.de/cashback).

# TREND: DAS GROSSE HEIMKINO

## Umsatz und Marge mit TV-Großbild

Vor gut zwei Jahren waren 50 Zoll Geräte das Maß der Dinge und 55 Zoll geradezu exklusiv. Heute kann der Händler fragen: „Wie viel Zoll hätten Sie denn gerne?“ Denn bei den Bildschirmgrößen scheint es fast keine Grenzen mehr zu geben. Der Trend begann so richtig mit dem Start der Fußball-EM und seither mit weiter steigenden Zahlen. Ganz oben auf der Wunschliste stehen bei vielen Kunden heute 75 Zoll. Das richtige Heimkino mit einem noch realisierbaren Preis. LG als Marktführer im begehrten OLED-Segment kann dem Handel und damit den Endkunden eine ganze Palette an Geräten bis zu Großformat von 98 Zoll bieten. Wir hatten Gelegenheit, mit **Daniel Schiffbauer**, Director Home Entertainment bei LG Electronics Deutschland, über den Trend zum Großbild-TV zu sprechen.

**Großbild-Fernseher statt Weihnachtsbaum: Wie ist der Umsatz größer 65 Zoll bisher gelaufen, und was erwarten Sie für die Weihnachts- und Neujahrs-Wochen?**

Der Trend zu Großbild-Fernsehern ist ungebrochen. Während 65-Zoll-Modelle ein moderates Wachstum von 2,4 % im Wert verzeichnen, erleben wir im Bereich über 65 Zoll ein eindrucksvolles Plus von über 20 %. Zur Weihnachts- und Neujahrszeit erwarten wir, dass die steigende Nachfrage nach Heimkino-Erlebnissen diesen Trend weiter befeuert – Qualität und Größe gewinnen bei den Verbrauchern zunehmend an Bedeutung.

**Welche logistischen Probleme ergeben sich für den Handel bei großen Bildschirmen?**

Fernseher ab einer Bildschirmdiagonale von 43 Zoll fallen in die Kategorie der sogenannten 2-Man-Handling-Geräte. Dieser Standard ist im Handel bereits seit einigen Jahren etabliert, insbesondere bei 55-Zoll-Modellen und größer. Eine größere Herausforderung stellen jedoch die Big Screen TVs jenseits der 75 Zoll dar. Hier werden Lagerkapazitäten und Lieferlogistik deutlich anspruchsvoller, da sowohl die Verpackungsmaße als auch das Handling mehr Planung und Ressourcen erfordern.



Daniel Schiffbauer: „Durch das effiziente Steuern von Lagerbeständen können wir dem Handel auch bei Großbild-TV attraktive Angebote machen, die die Nachfrage zusätzlich beleben.“

**97 Zoll Kinoformat** – der LG OLED evo M4 eröffnet mit seinen Bildschirmgrößen von 65, 77, 83 und 97 Zoll völlig neue Perspektiven der Raumgestaltung. Das TV-Gerät wird zum Teil des Interieurs. Ein entscheidender Vorteil dabei ist die kabellose Datenübertragung von der Zero Connect Box zum TV-Gerät. Das selbst benötigt nur noch einen Stromanschluss.

**Wie hoch schätzen Sie den Anteil der durch den Handel installierten Großgeräte?**

Das ist eine interessante Frage, die sich schwer empirisch belegen lässt. Betrachtet man den Offline-Anteil des TV-Marktes, der rund zwei Drittel der Umsätze ausmacht, dürfte der Anteil der durch den Handel installierten Großgeräte bei etwa einem Viertel liegen. Natürlich variiert diese Installationsquote je nach Händler deutlich – vor allem abhängig von den angebotenen Services und den Erwartungen der Kunden.

**LG hat für einige 77- und 83-Zöller die Preise erheblich reduziert. Was sind die Gründe, und profitieren die Händler ebenfalls von den Preissenkungen?**

Der Produktlebenszyklus wird auch von einem Preisverlauf gekennzeichnet. 77- und 83-Zoll-Modelle bilden hier keine Ausnahme. Ziel ist es, den Abverkauf der Geräte zu fördern und die Lagerbestände effizient zu steuern. Selbst-

verständlich profitieren die Händler bei jeder verkauften Einheit, da solche Aktionen die Nachfrage zusätzlich beleben und den Umsatz ankurbeln.

**Eine Preisdifferenz von gut 20.000 Euro zwischen dem 77 Zoll LG OLED B4 4K Smart TV und dem 97 Zoll OLED M4 4K Smart TV. Warum ist die Preisdifferenz für den 20 Zoll größeren Bildschirm so groß?**

Die Preisdifferenz erklärt sich neben der Größe auch durch den technologischen Anspruch der beiden Geräte. Auf der einen Seite steht mit dem OLED B4 der Einstieg in die OLED-Technologie, auf der anderen Seite unser State-of-the-Art-Modell: Der OLED97M49LA bietet unsere fortschrittlichste Panel-Technologie, den α11 4K AI Prozessor sowie die innovative kabellose Übertragung der Bild- und Sounddaten von der Zero Connect Box an den TV. Diese Premium-Features machen den Unterschied und bieten ein unvergleichliches TV-Erlebnis.

# LG OLED-Fernsehgeräte überzeugen am PoS in allen Bildschirm-Größen

Was sind für deutsche Kunden die entscheidenden Kriterien beim Kauf eines Fernsehgerätes? Eine Frage, die für das Verkaufsgespräch am PoS von eminenter Bedeutung ist. Die Marktforscher von Statista haben TV-Käufer dazu befragt und kamen zu für das Verkaufsgespräch wichtigen Ergebnissen. An erster Stelle für eine Kaufentscheidung steht mit 69 Prozent die Bildqualität, und hier dominieren OLED-Geräte eindeutig den Markt. Und schon an zweiter Stelle steht die Bildschirmgröße. Sie ist für 63 Prozent das wichtigste Kriterium beim Kauf eines neuen TV-Gerätes. Weitere 45 Prozent wollen einen smarten TV, und nur 30 Prozent legen Wert auf eine sehr gute Klangwiedergabe.

Die TV-Verkäufe rund um die Fußball-EM haben gezeigt, die Kunden wollten zu Hause Stadionatmosphäre, und das mit einem großen Bildschirm. So haben sich 65 Zoll in diesem Jahr zum Standard entwickelt, und auch 75 Zoll finden immer mehr Käufer. Für OLED-Erfinder LG Anlaß, sein OLED-TV- und QNED-TV-Sortiment um neue Modelle mit vergrößerten Bildschirmdiagonalen zu erweitern. 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.

Dazu **Daniel Schiffbauer**, Director Home Entertainment bei LG Electronics Deutschland: „Wir sind und bleiben bei OLED die Nummer 1. So konnten wir über alle Kanäle und Bildschirmgrößen den Durchschnittsböen steigern. Und es freut unsere Händler, da wir im margenstarken Segment größer 75 Zoll ein Wachstum von 20 Zoll erreicht haben. Aktuell hat LG im Bereich größer 75 Zoll bei Stück und Wert einen Marktanteil von 38 und 35 Prozent. Für unsere Händler sehe ich weiterhin Chancen bei 65 und ganz besonders bei 77 Zoll.“

Im Fall der OLED-Geräte sorgen selbstleuchtende, extrem schnell schaltende Pixel für das ultimative TV-Bilderlebnis, bei QNED sind Quantum Dot und NanoCell-Farbtechnologien für lebendige Bilder verantwortlich.

Die Vorteile des großen Bildschirms stellen deren Entwickler vor ganz besondere Probleme. Der große

## THE SMARTEST AI



**Intelligent fernsehen** – „LG AI TVs“ bezieht sich auf webOS-basierte Fernseher mit KI-Funktionen wie Inhaltsempfehlungen, KI-Bild oder KI-Klang. Weiteres AI-Plus der LG-TVs ist ThinQ AI, der persönliche TV-Assistent für Bedienung, auch mit Sprache, Programm-Empfehlungen oder Soundoptimierung.



**Perfect Black** – bei den OLED-Geräten von LG ist Schwarz nicht einfach nur dunkel. Die OLED-Displays können auch in dunklen Schatten Bilddetails klar und deutlich darstellen und bieten somit klarste Bilder von dunkelstem Schwarz bis zu absolutem Weiß.



**LG ThinQ Film-Empfehlung** – ein Smart-TV bietet heute neben den linearen Live-Programmen eine Vielzahl von Streaming-Plattformen mit unzähligen Video-Angeboten. LG ThinQ schafft einen intelligenten Überblick. Entsprechend dem Profil der Personen in einem Haushalt sucht ThinQ in den Mediatheken und den Streaming-Plattformen und zeigt relevante Empfehlungen entsprechend den gebuchten Abos an. Nur ein Klick führt dann zum Film oder der Lieblings-Serie.

Bildschirm entlarvt Fehler sofort. So zum Beispiel bei den sehr schnellen Bewegungen bei Sportübertragungen. Es kann zu Bildruckeln und Bewegungunschärfen kommen. Ganz besonders dann, wenn die Übertragung noch im alten SD-Format erfolgt, wie es noch immer vorkommt.

Doch LG hat diese Probleme voll im Griff. Technisches Herzstück der neuen LG OLED evo M4-Reihe ist der auch im LG OLED evo G4 eingesetzte  $\alpha 11$  4K AI-Prozessor, der über den selbstleuchtenden Bildschirm des TV für eine spektakuläre Bildqualität sorgt – auch bei Videospielen. Generell gilt: Dank vierfach höherer KI-Performance, gesteigerten Verarbeitungsgeschwindigkeiten und ausgeklügelten Software-Algorithmen holt der LG OLED evo M4 auch aus niedrig aufgelösten Inhalten das mögliche Optimum heraus und präsentiert sich als Spitzen-Fernseher für jede Anwendung.

Dank der ausgeklügelten  $\alpha$  (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 – auch bei weit entfernten Kameraperspektiven. 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, Dunksings im Basketball oder Schlägen im Boxen.

Die überragende Leistung der LG OLED-Geräte wird seit Jahren immer wieder von der Stiftung Warentest durch erste Plätze und Bestnoten bestätigt. Auch bei der Wahl der 10 Top-Geräte durch den Bundesverband Technik im Einzelhandel haben die Händler den LG OLED evo M4 mit dem Prädikat „Top 10 Technik 2024“ ausgezeichnet.



**Die 10 CE Top-Geräte 2024:** Wieder hat der Bundesverband Technik des Einzelhandels die 10 Top-Geräte für dieses Jahr durch seine Händler wählen lassen: Leider aber mit einem hohen Anteil an Weißer Ware.

**Samsung Galaxy Buds3 Pro** mit der Funktion der Sprachübersetzung in Echtzeit. UVP 179 Euro.

**Ninja Creami Deluxe** schafft bis zu 10 Eis-Kreationen und Eisgetränke. Unterstützt damit den aktuellen Trend von Eismaschinen. UVP 259,99 Euro.

**BS5** ist der erste kabellose Staubsauger mit Staubbeutel, und vereint beeindruckende Saugkraft mit hygienischer Entleerung. UVP 599,99 Euro.

**Jura J10** ist ein Kaffeevollautomat mit Vielfalt und Raffinesse vom Espresso bis zur Cold Extraction. UVP 1.849 Euro.

**Deebot X5 OMNI** ist ein sich selbst entleerender Saugroboter und Waschen des Mopps mit 70° Celsius heißem Wasser. UVP 1.099 Euro.

**Liebherr WPpsi 5052** Weintemperschrank mit zwei Temperaturzonen von +5° bis +20° Grad. UVP 2.499 Euro.

**LG OLED evo M4** mit kabelloser Signalübertragung und AI-Intelligenz. UVP ab 77 Zoll 5.999 Euro, 83 Zoll 9.199 Euro und 97 Zoll 30.699 Euro.

**Miele Induktionskochfeld** mit integriertem Dunstabzug und Matt-Finish Oberfläche in minimalistischen Design. UVP 3.699 Euro.

**Canon EOS R5 Mark II** mit einer Vielzahl von Funktionen für kreatives Storytelling und Hybrid-Aufnahmen. UVP 6.000 Euro.

**Sony Playstation PS5 Pro** ist perfekt für weltbeste Spiele. Unglaubliche Funktionen wie Playtracing auf gestochen scharfer 4k Qualität. UVP 799,99 Euro.



## XGIMI SETZT AUF PROJEKTOR Großbild und mobil

**Aura 2** – Kurzstanz-Projektor mit bis zu 100 Zoll. Sein 1,9:9 Format bietet eine um 26 Prozent größere Bildschirmfläche.

Gleich vier neue Projektoren hat Xgimi vorgestellt. An erster Stelle der Großbild-Projektor Aura 2 mit bis zu 100 Zoll. Durch die Kombination von 4K DLP-Optik mit einer „Dual Light 2.0“-Laserquelle mit 2.300 ISO-Lumen begeistert der AURA 2 mit einer atemberaubenden Bildleistung.

Der Elfin Flip ist leicht mobil. Mit seiner Intelligent-Screen-Adaptation (ISA)-Technologie von XGIMI wird das Bild automatisch anpasst und optimale Ausrichtung, Schärfe und Klarheit gewährleistet.

Bestseller ist der Halo+ mit Google-TV System. Mit Google Assistant ermöglicht er die Filmsuche per Sprachsteuerung. Mit integriertem Akku auch für den Außeneinsatz geeignet.

Neueste Innovationen sind der Horizon S Max und S Pro.



Beide Modelle der Horizon S-Serie verfügen erstmals über einen vollständig drehbaren integrierten Standfuß, der sich horizontal um 360° und vertikal um 135° verstellen lässt.

**Elfin Flip** – einfach mal das TV-Bild an die Decke projizieren. Das Bild wird automatisch ausgerichtet und die Schärfe optimiert.



**Horizon Pro** – Projektion mit Dual Light 2.0, einem dreifarbigem Laser.



**MoGo 3 Pro** – mobiler Projektor mit automatischer Bildausrichtung.



**Halo+** – ein optimaler Projektor mit seinem Akku für Kino im Freien.

# EDEL: LEICA M11

Die Leica Camera AG stellt ihr neuestes Modell der M-Serie vor: die Leica M11 schwarz glänzend und das besonders lichtstarke Noctilux-M 1:1,2/50 ASPH., ebenfalls schwarz glänzend. Fast genauso lange wie M-Kameras selbst, gibt es davon auch exklusive Designvarianten. Die glänzend schwarze Lackierung dieser Kamera-Ausführung soll den klassischen Leica Look in seiner reinsten und ausdrucksstärksten Form verkörpern. Denn der häufige Gebrauch der Kamera hinterlässt über die Jahre Spuren in der Lackierung und gibt partiell den Blick frei auf das darunter liegende Messing. So entsteht nach und nach eine willkommene Patina, die ihre ganz eigene Geschichte

erzählt. Erstmals erschien im Jahr 1962 die Leica M3 mit diesem eleganten Finish.

Die aus Messing gefertigte Deckkappe sowie die Einstellräder und der Ein-/Aus-Schalter der Kamera sind schwarz glänzend lackiert. Weitere Akzente setzen der Leica Fadenzug auf der Deckkappe sowie der glänzend silberne verchromte Auslöser, dessen Design an das historische M-Kameras erinnert. Die Liebe zum Detail spiegelt sich auch in der aufwendigen Kreuzrändelung an den Einstellrädern für Zeit und ISO wider. Nicht zuletzt unterstreicht der bewusste Verzicht auf den roten Leica Punkt das kultivierte M-Understatement, für das Leica M-Kameras weltweit von

Fotografinnen und Fotografen geschätzt werden.

Zeitgleich führt Leica das Objektiv Noctilux-M 1:1,2/50 ASPH. in schwarz glänzender Ausführung ein. Damit passt der separat erhältliche Objektiv-Klassiker optisch zu schwarz glänzend lackierten M-Kameras. Technisch basiert die Objektiv-Designvariante auf dem Serienmodell, das durch seine Lichtstärke sowie sein unverkennbares Bokeh Berühmtheit erlangte.

Die Sondervariante präsentiert sich mit runder Gegenlichtblende, ebenfalls in schwarz glänzend lackierten Objektiv Vorder- und Rückdeckeln sowie rot ausgelegter „Feet“-Skala.

Drei bereits erhältliche M-Accessoires aus

hochwertigem Rindsleder werden zudem um eine neue Farbvariante erweitert. Zu bekommen sind der Tragriemen, der Protaktor für die M11 sowie die Tasche für das M-System auch in der Ausführung taupe. Die unverbindliche



Preiseempfehlung für die Leica M11 schwarz glänzend beträgt 8.950 Euro. Die unverbindliche Preiseempfehlung für das Leica Noctilux-M 1:1,2/50 ASPH. schwarz glänzend beträgt 7.900 Euro.

[www.leica-camera.com](http://www.leica-camera.com)



## SOMIKON Scanhalterung Für 35-mm-Dias und -Negative

Mit der hochauflösenden Kamera eines Smartphones lassen sich Dias einfach und praktisch in hochwertige digitale Bilder verwandeln. Die neue faltbare Smartphone-Scan-Auflage für Dias und Negative von Somikon ist eine Alternative zu teuren Scannern und komplexer Software. Mit wenigen Handgriffen ist die Scanhalterung aufgebaut. Nach dem Einlegen der Dias oder Negative wird das Smartphone positioniert und die Aufnahme gemacht. So können analoge Erinnerungen einfach für die Zukunft gesichert werden. Eine zusätzliche App ermöglicht bei Bedarf die individuelle Anpassung der digitalisierten Fotos. Farben und Kontraste können nach Belieben angepasst werden, um den Bildern einen modernen und ansprechenden Look zu verleihen. UVP 23 Euro.

[www.pearl.de/a-ZX7658-1301.shtml](http://www.pearl.de/a-ZX7658-1301.shtml)

## Nikon Z50II mit neuem Prozessor Schnellere Bildverarbeitung

Mit dem Bildprozessor des Nikon Topmodells Z9 ist die jetzt vorgestellte Z50II ausgestattet. Wesentliche Vorteile: Schnellere Bildverarbeitung und erweiterte Motiverkennung. Im Vergleich zur Z50, die nur drei Motiverkennungstypen unterstützte, erkennt die Z50II nun insgesamt neun Motive, darunter Menschen, Vögel und Fahrzeuge. Diese verbesserte Erkennungsleistung ist auf Nikons Deep-Learning-Technologie zurückzuführen, die die Verfolgung von schnellen Bewegungen optimiert. Zudem bietet die Z50II einen neuen Videomodus für Produktpräsentationen, der bei der Z50 noch nicht vorhanden war. Diese Funktion erlaubt es, den Fokus automatisch zwischen dem Gesicht des Nutzers und Objekten im Vordergrund zu wechseln, was sie besonders für Unboxing-Videos und Tutorials attraktiv macht.

Neu hinzugekommen ist der Video-Selbstausröser, der in der Z50 nicht zu finden war, dieser ermöglicht eine Verzögerung vor Beginn der Aufnahme. Auch ein Tally-Light, also ein eingeblen-der, roter Rahmen im Display, ist verfügbar. Zusätzlich bietet die Z50II 4K-Videoaufnahmen mit Oversampling von 5,6K – eine Funktion, die in der Z50 vorhanden war, jedoch ohne die Crop-Option bei 4K/60p, die nun für flüssige Bewegungsaufnahmen zur Verfügung steht. Das Gehäuse der Z50II ist mit einem Gewicht von etwa 495 Gramm ähnlich leicht wie das der Z50, bietet jedoch eine verbesserte Handhabung für längere Aufnahmesessions. Beide Modelle besitzen einen neigbaren Touchscreen, jedoch hat die Z50II einen vollständig schwenkbaren 3,2-Zoll-Touchscreen, der eine flexiblere Steuerung ermöglicht – eine deutliche Verbesserung gegenüber dem klappbaren Display der Z50. Im Vergleich zur Z50, die ebenfalls ISO-Werte bis zu 51.200 bietet, verbessert die Z50II die Bildqualität durch den EXPEED 7-Prozessor, der für rauschärmere Aufnahmen sorgt. UVP für das Gehäuse: 1.000 Euro.



**Fotoprofis lieben Spiegellose** – wobei die Gründe dafür buchstäblich auf der Hand liegen: Die noch relativ neue Modellkategorie der Systemkameras ohne Spiegel macht dem Fotoprofessional das Leben signifikant leichter. Bei Spiegelreflexkameras traditioneller Bauart sorgt eine aufwendige Mechanik für das Hoch- und Runterklappen des Spiegels – das ist ebenso störanfällig wie schwergewichtig.



## SONY ALPHA 1 II Neues Flaggschiff unter den Spiegellosen

Sony präsentiert die Alpha 1 II, das neue Flaggschiff-Modell unter den spiegellosen Vollformat-Wechselobjektivkameras, das mit der neuesten KI-Verarbeitungseinheit ausgestattet ist. Die zweite Ge-

Zudem übernimmt die Alpha 1 II Innovationen von der Alpha 9 III, darunter die Pre-Capture von bis zu einer Sekunde. Bei all dem bleibt die Kamera leicht und ist mit ihrem geringen Gewicht von rund 743

zur Authentizität der Aufnahmen hinzufügt. Damit unterstützt Sony den Kampf gegen manipulierte Bilder und KI-generierte Fälschungen.

Die Alpha 1 II verfügt über einen Exmor RS stacked

durchführen, um komplexe Motivbewegungen zu verfolgen und so ein flüssiges AF/AE-Tracking sicherzustellen. Darüber hinaus bietet die Alpha 1 II die stark gefragte Pre-Capture-Funktion, mit der Momen-



**3,2-Zoll LC-Display** – mit dem stark nachgefragten 4-Achsen-System, das sich flexibel und bequem auf jeden Winkel einstellen lässt. Zudem wurde die Ergonomie des Kameragehäuses im Vergleich zur

generation der Alpha 1 bietet einen Sensor mit einer effektiven Auflösung von 50,1 Megapixeln, Blackout-freie Serienaufnahmen mit bis zu 30 Bildern pro Sekunde mit AF/AE-Tracking, einen Anti-Distortion-Verschluss und eine verbesserte Bildschärfe bei mittleren bis hohen Empfindlichkeiten. Die KI-Verarbeitungseinheit soll eine hochwirksame KI-basierte Motiv-erkennung und Funktionen wie den neuen „Auto“-Modus zur Erkennung einer Vielzahl von Motiven unterstützen.

Gramm in den verschiedensten professionellen Szenarien einsetzbar.

### Echtheit von Fotos nachweisen

In einer Welt rasant fortschreitender Technologien und zunehmender künstlicher Intelligenz ist es zudem wichtig, die Echtheit von Fotos nachweisen zu können. Die mit der Alpha 1 II aufgenommenen Bilder werden mit der Camera Authenticity Solution von Sony kompatibel sein, die in Echtzeit Informationen

ursprünglichen Alpha 1 verbessert. Zu den Optimierungen zählen durchdachte Design-Updates beim Griff, eine neue Position für den Auslöser und weiterentwickelte benutzerdefinierte Tasten.

CMOS Vollformatsensor mit etwa 50,1 effektiven Megapixeln und den neuesten BIONZ XR Bildprozessor. Diese Kombination soll Bilder in hoher Auflösung mit großem Dynamikumfang sichern. Auch im APS-C-Crop-Modus liefert die Kamera hochauflösende Bilder mit rund 21 effektiven Megapixeln.

Die neue Alpha ermöglicht schnelle, Blackout-freie Serienaufnahmen mit bis zu 30 Bildern pro Sekunde und kann bis zu 120 AF/AE-Berechnungen pro Sekunde

te aufgenommen werden können, die bei Betätigung des Auslösers bereits bis zu einer Sekunde zurückliegen. Eine Funktion für schnelle Serienaufnahmen erlaubt es, die Aufnahmegeschwindigkeit für Bildserien vorübergehend zu erhöhen.

Darüber hinaus verbessert die neue KI-Verarbeitungseinheit der Alpha 1 II den Autofokus mit Echtzeit-Tracking, um sicherzustellen, dass Motive stets zuverlässig fokussiert werden. Der neue AF umfasst eine Technologie zur

Einordnung menschlicher Posen, die den Kopf und Körper von Personen sofort erkennt, sowie eine präzise Nachverfolgung von Tieren, Vögeln, Insekten und Fahrzeugen. Zudem kommt die jüngste Weiterentwicklung des AF mit Echtzeit-Tracking zum Einsatz: eine neue „Auto“-Funktion, mit der die Kamera das Zielobjekt automatisch erkennt, ohne dass ein Motivmodus eingestellt werden muss.

### Professionelle Anforderungen wurden berücksichtigt

Die Alpha 1 II verfügt über einen Anti-Distortion-Verschluss zur Minimierung von Verzerrungen, um den schnellen Motiv-Bewegungen gerecht zu werden, mit denen Profis häufig mithalten müssen. Auch das Bildrauschen bei mittlerer bis hoher Empfindlichkeit wurde verringert und damit einer weiteren wichtigen Anforderung professioneller Ansprüche Rechnung getragen. Selbst bei Indoor-Sportarten, die eine hohe Verschlusszeit erfordern, liefert die Alpha 1 II Bilder mit weniger Rauschen und klarem Hintergrund.

Darüber hinaus will die Alpha 1 II mit einer stark verbesserten optischen Bildstabilisierung mit bis zu 8,5 Stufen (Bildmitte) beziehungsweise 7,0 Stufen (Bildrand) beim Fotografieren sowie einem neu unterstützten dynamischen Active-Modus für Videoaufnahmen beeindrucken.

Die Kamera besitzt ein 3,2-Zoll LC-Display mit dem stark nachgefragten 4-Achsen-System, das sich flexibel auf jeden Winkel

einstellen lässt. Zudem wurde die Ergonomie des Kameragehäuses im Vergleich zur ursprünglichen Alpha 1 verbessert. Zu den Optimierungen zählen durchdachte Design-Updates beim Griff, eine neue Position für den Auslöser und weiterentwickelte benutzerdefinierte Tasten.



Kleines, aber wichtiges Detail: Die Alpha 1 II verfügt über eine neue tiefe, weich gepolsterte Augenmuschel (Modell FDA-EP21), die bei der Nutzung des Suchers zusätzlichen Halt bietet. Bei der Lieferung ist eine Standardaugenmuschel an der Kamera angebracht, die jedoch nach Wunsch gegen die tiefe, gepolsterte Variante ausgetauscht werden kann. Für zusätzliche und meist hoch will-

kommene Akkuunterstützung wird die neue Alpha 1 II mit dem Akkuladegerät BC-ZD1 geliefert, das zwei Stromspeicher der Z-Serie (Modell NP-FZ100) gleichzeitig 155 Minuten schnell und stabil vollständig lädt. Bei ausgedehnten Shootings lässt sich die Aufnahmezeit mit dem



Datenübertragung bis hin zur Erstellung und Verteilung von Inhalten, und ermöglicht Profis dadurch ein wesentlich effizienteres Arbeiten.

Darüber hinaus können die aufgezeichneten Daten über die Creators' Cloud, das ist der Cloud-Speicherdienst des Unternehmens, automatisch an Adobe Lightroom oder Google Drive übertragen werden. So wird die Bearbeitung nach den Aufnahmen nochmals komfortabler.

Da Sony größten Wert auf Nachhaltigkeit legt und bei der Verpackung dieses Modells vollständig auf Plastik verzichtet, ist die neue Alpha die erste Kamera der Modellserie (mit Ausnahme der ZV Serie), bei der das Original Blended-Material von Sony zum Einsatz kommt – ein einzigartiges Material, das aus Bambus, Zuckerrohr und recyceltem Papier besteht. Das Kameragehäuse kostet im UVP 7.500 Euro.

[www.sony.de](http://www.sony.de)

### Vielbeachtete Premiere

für das Sony Objektiv FE 28-70 mm F2 GM, das mit einer lichtstarken F2-Blende über den gesamten Zoombereich aufwartet. Das Objektiv bietet ein harmonisches Bokeh, eine hohe Auflösung und einen schnellen Autofokus sowohl bei Fotos als auch Videos und soll es im Hinblick auf Schärfe und Kontrast mit Festbrennweiten aufnehmen können. Bei all dem will das FE 28-70 mm F2 GM mit einem kompakten, leichten und ausgewogenen Design punkten.

Drei XA (Extreme Aspherical)-Elemente sollen dank innovativer Fertigungstechnologien eine



hohe Auflösung im gesamten Zoombereich bei einer Blende von F2 erreichen. Die AR-Nanobeschichtung II von Sony minimiert Streulicht und Geistereffekte. Zusätzlichen Schutz vor Streulicht bietet die auf Unterdrückung interner Reflexionen ausgelegte Optik, sodass auch bei starken Lichtquellen im Bild brillante Aufnahmen versprochen werden. Die G Master-Optik mit XA-Elementen und einer neuen Blenden- und einer neuen Blenden-einheit mit elf Lamellen soll dank der sorgfältigen Steuerung der sphärischen Abweichung in der Entwicklungs- und Herstellungsphase ein exquisites, sanftes Bokeh für Bilder mit eindrucksvol-

ler Tiefenwirkung liefern. Es zeichnet sich zudem durch seine Kompaktheit aus; es misst lediglich 92,9 x 139,8 mm und bringt nur 918 Gramm auf die Waage.

Zu den wichtigen Steuerfunktionen zählen die lineare manuelle Fokuseinstellung für feinfühliges manuelles Scharfstellen, die Anpassung der Drehrichtung des Zoomrings und ein Blendenring mit zuschaltbarer Rastfunktion. Auch zwei anpassbare Fokushaltetasten, ein Schalter für die Blendenverriegelung und ein AF/MF-Schalter sind vorhanden. Das Sony FE 28-70 mm F2 GM kostet im UVP 3.600 Euro.