P.O.S. Media GmbH · Postfach 110932 · 40545 Düsseldorf · Pressesendung G 50360 · 21. Jahrg. · D € 3,25

homeTec
Consumer Electronics · Digital Imaging · Personal Computing + Telekommunikation

CE&TRADE digitalMarkt
Januar/Februar 2024
www.ce-trade.de

LG stellt Signature OLED 4K mit Zero Connect auf der CES vor

Transparentes Glas statt schwarzem Display

Die Sensation auf der CES 2024 in Las Vegas kam von LG. Der 4K Signature OLED hat ein transparentes Display, ausgeschaltet ist das Display eine leicht getönte Glasscheibe. Das Fernsehbild scheint in der Luft zu schweben. Eine weitere spannende Option ist die T-Bar-Funktion. Sie zeigt am unteren Bildschirmrand Nachrichten, Wetterinformationen oder den Titel des gerade gespielten Songs an, während der Rest des Displays einen klaren, ungehinderten Blick auf den Raum dahinter bietet.

Ausgeschaltet ist das durchsichtige Gerät trotz seiner stattlichen Größe von 77 Zoll praktisch unsichtbar und trägt zu einem harmonischen und offenen Raumgefühl bei. Dank der Zero Connect Box, die LGs innovative kabellose Übertragungstechnologie zur qualitativ hochwertigen Bild- und Tonübertragung mit bis zu 4K-Auflösung bei 120 Bildern pro Sekunde nutzt, kann der Fernseher nahezu frei platziert werden – zwischen Box und TV müssen keine HDMI- oder sonstige Anschlusskabel verlegt werden. Lediglich ein Stromkabel wird noch benötigt.

Mit der Always-On-Display-Funktion (AOD) kann der OLED TV zu einer transparenten digitalen Leinwand für Kunstwerke, Videos oder Fotos werden. Leider steht noch kein Liefertermin und auch kein Preis für den auf der CES mit fünf Innovationspreisen ausgezeichneten Transparent-TV fest.

Mehr zu den LG-Innovationen auf der CES ab Seite 14

Panasonic

See it all

Feel it all

Heimkino der neuesten Generation

Entertainment pur mit dem OLED Flaggschiff der LZW2004-Serie*. Erleben Sie Filme, Fernsehen, Sport und Gaming mit unserer Panel-Technologie der nächsten Generation. Detailreichtum und Präzision, erhöhte Helligkeit, Array-Lautsprecher für punktgenauen Sound und HDMI 2.1-Gaming setzen neue Maßstäbe. Perfekt in Kombi mit dem Ultra HD Blu-ray™ Player UB9004.

THE CHOICE OF FILMMAKERS

*65″ und 55″ mit MASTER OLED PRO.
Energieeffizienzklasse: G [Skala A bis G].

panasonic.de/heimkino

ULTRA HD Blu-ray

Unternehmen

Consumer Electronics

ANGA 6
BEKO 4
CES 10
Computercenter 4
DMEXCO 4
Epson 4
Galakto 8
gfu 6
Hama 9
Hisense 8
Jabra 9
Lenco 9
LG 4, 14
Loewe 9
Panasonic 13
Reflecta 8
Ring 4
Samsung 16
Wertgarantie 7
Weltfunk 7

Foto/Digital Imaging

Agfaphoto 18
AlixPartners 5
Amazon 5
Bitkom 5
BMW 19
Panasonic 18
Ringfoto 4, 18

Personen

Consumer Electronics

Bernd Charpentier 4
William Cho 15
Thilo Dröge 6
Robert Drosdek 6
Jung Ki-hyun 15
Kinsey Fabrizio 12
Jens Grubert 4
Verena Gründel 4
Ulf Haderthauer 6
Udo Knauf 6
Johannes Kuschel 6
Reiner Louis 4
Dominik Martyka 4
Henning Ohlsson 4
Michael Rabbe 4
Lars Ruge 4
Garry Shapiro 10
Steve Shin 4
Jamie Siminoff 17
Akira Toyoshima 13
Sebastian Wildenberg 4
SW Yong 16

Foto/Digital Imaging

Jeff Rezos 5
Margit Emmerich 19
Wolfgang Grupp 4
Susanne Keichel 19
Sonia Lapinsky 5
Chr. Laxander 4, 19
Tom McGee 5
Dr. B. Rohleder 5
Stephan Takkides 19
Frank Thelen 4
Dr. Ludwig Veltmann 4
Martin Wagner 4, 19
Karsten Wildberger 4

CES 2024 – man feierte in Las Vegas 100 Jahre CES unter dem Motto „All in One". Roland M. Stehle war für uns vor Ort. Seite 10

Panasonic – auf das Betriebssystem kommt es an, wenn man sich im linearen und Streaming TV zurechtfinden will. Deshalb setzt Panasonic auf Fire TV und OLED-Displays. Seite 13

Samsung – der ganz persönliche Bildschirm mit Now digital vereinfacht die Programmsuche, auch im Web und bei Streaming-Diensten, und zeigt aktuelle Informationen wie Wetter und News. Seite 16

AgfaPhoto – lange nichts von Agfa gehört? Das Unternehmen heißt jetzt AgfaPhoto und ist vor allem in der Benelux-Region aktiv. Neu im Kamerasortiment ist das Modell Realishot VLG4K-OPT mit 5-fach optischem Zoom für Vlogging-Fans. Ausgestattet mit einem Stativ mit integriertem Akku, microSD-Kartenslot und Mikrofon können Foto- und Videoaufnahmen besonders einfach zu gestalten sein. Seite 18

Consumer Electronics

Reflecta: Box für Outdoor-TV 8
Hisense: TV Soundtuning mit Soundbar 8
Galakto: Soundgerät für Kinder 8
Jabra: Elite Kopfhörer 9
Hama: Zubehör für Samsung Galaxy S24 9
Lenco: Plattenspieler im Retro-Design 9
Loewe: Smartes Multiroom-System 9
CES: „All in One" in Las Vegas 10
Panasonic: Fire TV OLED Flaggschiff 13
LG: TV-Programm 2024 14
LG: Reinvent Your Future 15
LG: webOS Upgrade 15
Samsung: Start für AI-Fernseher 16

Foto / Digital Imaging

Ring: Für ein sicheres Zuhause 17
Ring: Für eine sichere Nachbarschaft 17
AgfaPhoto: Jetzt mit Kameras 18
Voigtländer: Lichtstarke Festbrennweiten 18
Panasonic: Objektiv-Weltrekord 18
BMW: Photo Award Leipzig 19
Ringfoto: Akademie-Neuheiten 19

Wirtschaft

Personen 4
Zielscheibe 5
Impressum 5
gfu: Wie ist der Black Friday gelaufen? 6
ANGA: Erste Top-Sprecher bekannt 6
gfu: Beginnt der CE-Markt, sich zu stabilisieren? 6
Weltfunk: Neue Struktur 7
Wertgarantie: Geburtstags-Komplettschutz 7
Ganz kurz 7

Zippert

Noch nie haben Kommunen so viel Geld mit Hundesteuer verdient wie 2022. Städte und Gemeinden nahmen 414 Millionen Euro ein, damit ließen sich 400 Taurus Marschflugkörper kaufen oder Andi Scheuers Mautschulden begleichen, und man hätte sogar noch etwas übrig für den nächsten CSU-Schwachsinn, mit dem stündlich zu rechnen ist. Anscheinend sind Hunde eine Wachstumsbranche, auf der unser zukünftiger Wohlstand aufgebaut sein könnte. Hundezucht ist die neue Autoindustrie, und im Gegensatz zur Kraftfahrzeugbranche muss man beim Hund keine Angst vor einer unvorhergesehenen Elektrifizierung haben. Hunde werden immer Verbrenner bleiben, egal mit welchem Futter wir sie betreiben. Wer unbedingt einen E-Hund haben will, der sollte sich einen Saugroboter kaufen. Der ist zutraulich in unserer Nähe, macht aber im Gegensatz zum Hund auch gründlich sauber, jedenfalls wenn er eine Wischfunktion hat, und er bellt und sabbert nicht. Konkurrenz aus China ist ausnahmsweise nicht zu befürchten, dort gelten Hunde als Nahrungsmittel. Der deutsche Staat muss schon im eigenen Interesse den Erwerb echter Hunde fördern. Wer sich einen kauft oder zwei least und die Hundehütte mit einer Fotovoltaikanlage beheizt, kann bei der KfW eine Prämie beantragen. Und zu jeder verkauften Wärmepumpe gibt es drei Hunde kostenlos dazu, die natürlich alle sofort steuerpflichtig sind. Auf keinerlei Zuschuss darf allerdings hoffen, wer seine Hausfassade mit Hunden dämmen will.

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

Zitiert

„Ich würde mir in dieser Hinsicht mehr Freiheiten wünschen. Aber wir sollten das einfach mal ausprobieren und den Vorschlag nicht direkt wieder zerreden." MediaMarktSaturn-Boss **Karsten Wildberger** ist für offene Geschäfte am Sonntag.
morgenpost.de

„Papierbasierte behördliche Kommunikation und Prozesse müssen per Gesetz bis zum 31.12.2024 verboten werden. Deutschland braucht einen Chief Information Officer, der ein 100-köpfiges Team aus Spitzen-IT- und KI-Experten leitet." Unternehmer **Frank Thelen** fordert in einem Gastbeitrag für Focus Online eine vollständige Digitalisierung und „möglichst viele Daten", damit Künstliche Intelligenz für Deutschland nicht dauerhaft Neuland bleibt.
focus.de

„Die Bilanz der Bundesregierung in Sachen Digitalisierungsvorhaben fällt maximal mäßig aus, obwohl die Ampel-Koalition hier ambitionierte Ziele hatte. Und trotzdem liegt Deutschland bei der Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft weltweit nur im Mittelfeld. Von ursprünglich 334 digitalpolitischen Vorhaben sind gerade mal 43 komplett umgesetzt." Der Hauptgeschäftsführer des Mittelstandverbundes, **Dr. Ludwig Veltmann**, fordert mehr Tempo bei der digitalen Zeitenwende, damit der Mittelstand die Chancen der Digitalisierung vollumfänglich nutzen kann.

„Die Welt ist so verrückt geworden, dass das Normale, das Anständige, etwas Besonderes ist." **Wolfgang Grupp** wundert sich im Interview mit der „Wirtschaftswoche" darüber, dass seine Firma umso mehr Werbung bekomme, je mehr „einfache Dinge, die normal sind für mich", er mache.
Wirtschaftswoche

DMEXCO

Verena Gründel, bis Ende 2023 Chefredakteurin des Branchenmagazins „Werben & Verkaufen", verstärkt das Team der Koelnmesse auf Veranstalterseite als Brand & Communications Director. Sie übernimmt von **Dominik Matyka**, seit 2018 Chief Advisor der Dmexco. Ab Februar 2024 arbeitet Gründel für den Branchenevent Dmexco, um dieser Messe, so Insider „neuen Schwung" zu verleihen.

BEKO

Lars Ruge verantwortet seit Januar Marken-, Handels- und Live-Kommunikation bei Beko Germany. Er übernimmt die Position des Team Lead Brand/Trade/Live Communication und berichtet direkt an **Jens Grubert**, Director Brand Management. Mit seinem Team soll Ruge die Kommunikationsstrategie von Beko, Vollsortimenter mit Produkten aus den Bereichen Consumer Electronics, weiterentwickeln.

COMPUTACENTER

Tilmann Gramß ist seit Anfang Januar neuer Geschäftsführer von Computacenter Deutschland. Darüber hinaus übernimmt er die Rolle des Director Service Management für Deutschland. Beide Verantwortungsbereiche lagen bislang in der Hand von **Bernd Charpentier**, der zum Jahresbeginn **Reiner Louis** als Sprecher der Geschäftsführung und Country Head von Computacenter Deutschland ablöste.

LG

Steve Shin ist der neue Senior Vice President für LG Electronics Western Europe, er wird die Geschäfte der LG Electronics Deutschland GmbH von der Europazentrale in Eschborn aus leiten. Shin: „LG Deutschland ist eine unserer wichtigsten Tochtergesellschaften aus globaler Sicht, und ich freue mich darauf, gemeinsam mit unseren Partnern und Kunden das Geschäft von LG in Deutschland weiterzuentwickeln."

EPSON

Michael Rabbe ist seit Anfang 2024 der neue Geschäftsführer der Epson Deutschland GmbH. Der 49-Jährige leitete zuvor als Country Manager den Vertrieb aller Geschäftsbereiche des Unternehmens mit Sitz in Düsseldorf. Rabbe übernimmt die Nachfolge von **Henning Ohlsson**, der nach über 20-jähriger Geschäftsführertätigkeit in den Ruhestand geht. In Deutschland beschäftigt Epson rund 300 Mitarbeitende.

RINGFOTO

Europas größte Einkaufskooperation für Fotohändler freut sich auf eine Reihe spannender Neuerungen und Partnerschaften im Bereich Academy in 2024. Zum Start dieses interessanten Jahres

kann **Christian Laxander** als renommierter Trainer begrüßt werden. Mit seiner reichen Erfahrung und seinem Fachwissen wird Laxander eine entscheidende Rolle dabei spielen, die Schulungs- und Entwicklungsinitiativen von Ringfoto weiter zu stärken und zu bereichern. Darüber hinaus kündigt Ringfoto eine bedeutende Zusammenarbeit mit dem renommierten PHOTO+MEDIENFORUM KIEL an. Diese strategische Partnerschaft wird eine Plattform bieten, um im Ringfoto Campus in Fürth Fachwissen und Ressourcen zu teilen, um die Bildungsangebote für Fotografen und Händler auf ein neues Niveau zu heben. Ein weiterer Meilenstein ist die Einführung eines zusätzlichen Schulungsraums mit Bistro, der Teil des Engagements von Ringfoto sein wird, die bestmöglichen Schulungsbedingungen für Ringfoto-Mitglieder und -Mitarbeiter zu bieten. „Das Jahr 2024 markiert einen bedeutenden Wendepunkt für den Bereich Academy bei Ringfoto", berichtet **Martin Wagner**, Leiter Trends & Training. „Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit mit Christian Laxander, die Erweiterung unserer Partnerschaften und die Einführung des zusätzlichen Schulungsraums. Diese Entwicklungen werden es uns ermöglichen, unseren Kunden erstklassige Schulungs- und Entwicklungsmöglichkeiten anzubieten und unsere Position als führendes Unternehmen in der Fotobranche weiter zu stärken."

www.ringfoto.de

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

Klarer Fall: Die Deutschen kaufen bald nur noch online ein – oder?

Wer sich mit der Zukunft des Handels – genauer: unseres deutschen Einzelhandels – beschäftigt, muss ganz stark sein. Es braucht ein stabiles Nervenkostüm, um mit all den Horrornachrichten ohne bleibende Schäden fertig zu werden. Verwaiste Innenstädte, komplette Ladenpassagen mit nur noch blinden Schaufenstern, immer mehr insolvente, einst blühende Einzelhandelsjuwelen in allerbesten Lagen, die keinen Mensch mehr interessieren. Die Ursache für das Desaster ist buchstäblich jedem Kind vertraut: das Internet. Das ist die weitverbreitete und besonders einfache Antwort – doch deshalb muss sie noch lange nicht richtig sein.

Doch warum kaufen die Deutschen überhaupt per Klick ein? Was schätzen wir am Online-Handel? Warum gehen die Käufer nicht ins nächstgelegene Geschäft, um ihre Wahl zu treffen? Was hält sie davon ab? Diesen Fragen ging eine Studie nach, die der Digitalverband Bitkom e.V. vor kurzem in Auftrag gegeben hat. An oberster Stelle steht für die Käufer die Unabhängigkeit von den Geschäftsöffnungszeiten, also Einkaufen zu jeder Tages- und Nachtzeit; mehr als 77 Prozent nennen das als wichtigsten Vorteil. Eng gefolgt wird der erste Grund von der Tatsache, dass die Waren und Produkte direkt nach Hause geliefert werden. Dafür stimmen rund drei Viertel der Befragten. Für viele ist auch das Angebot der entscheidende Vorteil. So sagen 66 Prozent, dass sie der Auswahl im Internet der Auswahl im stationären Handel den Vorzug geben. Damit zusammen hängt die Aussage, die knapp die Hälfte der Befragten (53 %) teilen, dass sie im Internet Produkte kaufen können, die es im stationären Handel fast gar nicht gibt oder die nur sehr schwer zu bekommen sind. Die Studie macht deutlich: Insbesondere der Komfort, rund um die Uhr einkaufen zu können, die Lieferung nach Hause, das breitere Warensortiment und die wahrgenommen günstigeren Preise werden als klare Online-Vorteile hervorgehoben.

Da kann das Fazit ja nur lauten: Bald wird nix mehr offline gekauft, gibt es höchstens noch Showrooms für Produkte, die man online kaufen kann. Alles falsch. In Wahrheit gibt es für die stationären Händler null Anlass zu resignieren, immer noch ist der Laden um die Ecke oder auch der im modernen Center die beliebteste Einkaufsstätte. Die Gründe kennen wir alle. Etwa die Möglichkeit des Ausprobierens, die Bedeutung des In-die-Hand-nehmens, der Beratung und Information, das alles rechtfertigt sogar höhere Preise offline.

Eine repräsentative Befragung unter 503 Handelsunternehmen in Deutschland ab 10 Mitarbeitenden im Auftrag des Bitkom hat ergeben, dass lediglich 12 Prozent der Handelsunternehmen sagen, der stationäre Handel habe keine Zukunft. 7 von 10 sind aber auch der Meinung, der stationäre Handel muss sich neu erfinden. 68 Prozent sind der Ansicht, der stationäre Handel könne mit den günstigen Preisen im Internet nicht mithalten, und 54 Prozent meinen, virtuelle Einkaufserlebnisse mit AR und VR werden dem stationären Handel immer mehr Konkurrenz machen. Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder konstatiert: „Der stationäre Handel ist unter Zugzwang. Er ist nach wie vor ein wichtiges Standbein für die Unternehmen in Deutschland, braucht aber dringend innovative Ideen. Digitale Services können hier ein Baustein sein, um den stationären Handel für Verbraucherinnen und Verbraucher attraktiv zu halten und die Vorteile aus beiden Vertriebswegen zu verbinden."

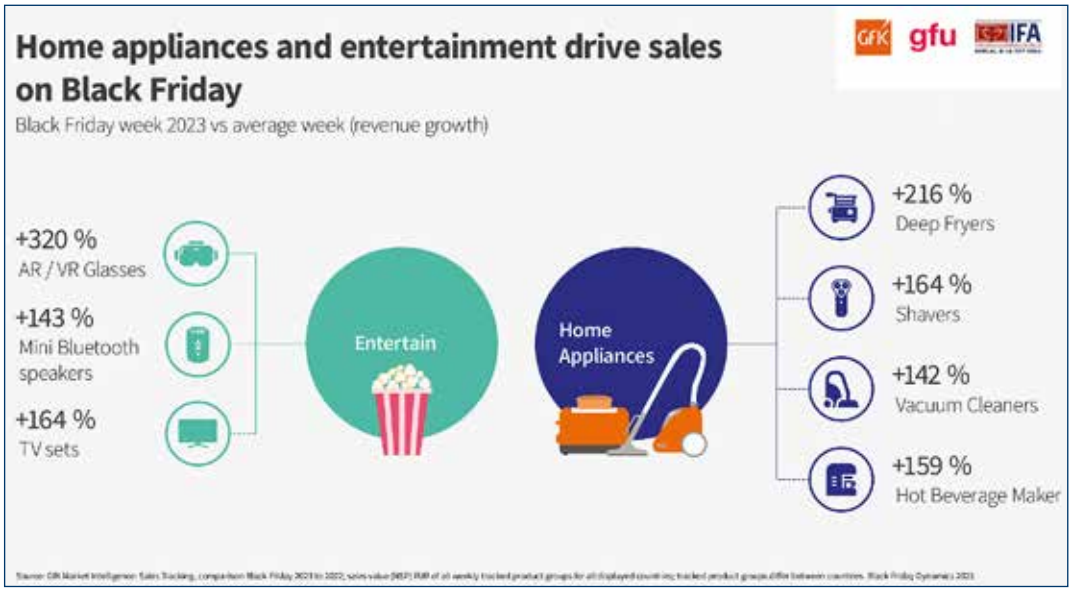
Nebenbei bemerkt: Schon seit gefühlt ewigen Zeiten steht fest, dass sich US-Trends in Europa und hier wiederum besonders in Deutschland fortsetzen, mal mehr, mal weniger schnell. Einer der Trends zu unserem Thema: Die Wiederauferstehung der typischen Malls, jener Einkaufscenter mit den immer gleich gestalteten Filial-Niederlassungen mehr oder weniger bekannten Marken. Nach Jahren des Abschwungs heißt es jetzt wieder „GO" in Großbuchstaben.

Vorbei die traurigen Zeiten, in denen mit Packpapier verklebte Schaufenster die wenigen Mall-Besucher verschreckten. Laut Tom McGee, Vorsitzender des ICSC (International Council of Shopping Centers), sprechen vor allem drei Faktoren für die Renaissance der Einkaufszentren: mehr lokale Angebote, also weniger Immer-Gleich-Artikel über alle Landesgrenzen hinweg, mehr Unterhaltung und auch Restauranterlebnisse für ältere, jüngere und ganz junge Kunden. Der Center-Manager hat außerdem herausgefunden, dass im letzten Jahr 235 Millionen US-Konsumenten shoppen wollten, 204 Millionen im stationären Handel! Hier treffen sie auf hochmotiviertes Verkaufspersonal, das sich über zunehmende Kundenfrequenz freut. Sonia Lapinsky von der Beratungsagentur AlixPartners weiß, dass es vor allem „die Uniformität der Riesencenter" war, die Besucher abgetörnt haben. In die neuen Malls kämen jetzt verstärkt sogar Digitalketten, mit bestem Beispiel ging hier, mal wieder, Jeff Bezos (Amazon) voran, als er für schlappe 13,7 Milliarden Dollar die Bio-Supermarktkette Whole Foods mit ihren rund 500 Filialen übernahm.

Volker Wachs

Verlag
P.O.S. Media GmbH
Postfach 110932, 40509 Düsseldorf
Telefon + 49 211 8284 700
ce.info@ce-trade.de
www.ce-trade.de
www.hometec.de
Chefredaktion
Peter Lanzendorf
Consumer Electronics, Home Appliances
peter.lanzendorf@ce-trade.de
Volker Wachs
Foto + Digital Imaging, Energie+Licht
volker.wachs@ce-trade.de
Redaktion Österreich
Dr. Ludwig Flich
Bäckerstraße 14, A-1010 Wien
Tel./Fax +43 1 94 606 42
ludwig.flich@chello.at
Redaktion Schweiz
Martin 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: +49 170 456 737 7
eggert.etc@gmail.com
Autoren in dieser Ausgabe
Hans Zippert, Orion Dahlmann
Druckaufbereitung
Grit Röscher, Grenzach
www.werbewerkstatt-röscher.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
7.930 4. Quartal 2023
Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Düsseldorf

BLACK FRIDAY 2023
Wie ist es gelaufen?



Der Black Friday hat sich einmal mehr als die Zeit des Jahres bewiesen, in der in vielen Ländern die höchsten Wochenumsätze erzielt werden – doppelt so hoch wie in einer durchschnittlichen Woche. Obwohl das Vertrauen der Verbraucher weiterhin auf niedrigerem Niveau liegt, waren die Umsätze in Woche 47 – der so genannten Black Week – in den folgenden Ländern am höchsten: Frankreich, Deutschland, Großbritannien, Italien, Spanien, Ungarn, Tschechien, Türkei, Russland und Brasilien. Alle diese Länder und Regionen verzeichneten einen Anstieg von 104 % gegenüber einer durchschnittlichen Woche im Jahr 2023. Kleiner Wermutstropfen: Der Gesamtumsatz im Vergleich zum Black Friday im letzten Jahr ging leicht um -2,9 % zurück.

Branchen und Kategorien

Bei genauerer Betrachtung zeigt der diesjährige Black Friday bemerkenswerte Unterschiede in den einzelnen Bereichen. Die Unterhaltungselektronik verzeichnete einen Umsatzrückgang von -18% im Vergleich zum Black Friday des letzten Jahres – was vor allem auf den TV-Bereich zurückzuführen ist. Der steht ohnehin unter Druck. Hinzu kommt aber, dass der letztjährige Black Friday zur gleichen Zeit wie die Fußballweltmeisterschaft in Katar stattfand, was den Absatz von Fernsehgeräten damals ankurbelte.

Interessanterweise sind viele der erfolgreichen Kategorien dieses Black Friday im Vergleich zu den Verkäufen in der durchschnittlichen Woche des Jahres Produkte zur Unterhaltung, wie VR/AR-Brillen, Bluetooth-Lautsprecher und sogar Fernseher, die trotz der Verluste im Jahresvergleich einen der höchsten Zuwächse im Vergleich zu den Verkäufen in der durchschnittlichen Woche aufweisen.

Gewinner waren Elektro-Kleingeräte, die zum Black Friday ein Wachstum verzeichneten, analog zu ihrem Jahrestrend. So übertrafen z. B. Frittiergeräte in vielen Kategorien mit einem großen Umsatzanstieg die Werte der durchschnittlichen Woche im Jahr 2023.

Premium, aber billig

Treibender Faktor hinter den Black-Friday-Umsätzen war in diesem Jahr der Wunsch von Verbraucher:innen nach Premiumprodukten, bei denen sie Geld sparen konnten. In vielen Kategorien stieg der durchschnittliche Verkaufspreis in Woche 47 im Vergleich zum durchschnittlichen wöchentlichen Verkaufspreis an. Das deutet darauf hin, dass sich immer mehr Verbraucher für Produkte aus dem Premiumsegment entschieden haben. Gleichzeitig stieg die Zahl der Verkäufe von Produkten mit einem Preisnachlass von 15 % oder mehr gegenüber dem Vorjahr um zwei Prozentpunkte auf 30 % des Gesamtumsatzes.

Preisnachlässe haben also unbestreitbar die Verkäufe an diesem Black Friday angekurbelt, vor allem bei höherwertigen Produkten – dank der Wahrnehmung der Verbraucher, dass sie absolut gesehen mehr Geld sparen können, wenn sie hochwertige Artikel mit Preisnachlass kaufen.

Insgesamt hat sich der Black Friday wieder einmal als guter Zeitpunkt erwiesen, um die Nachfrage zu steigern und den Umsatz zu erhöhen. Der Gesamtumsatz ist im Vergleich zum letzten Jahr leicht zurückgegangen. Dennoch ist dieser Zeitraum für die Verbraucher nach wie vor äußerst wichtig. Die Einkäufe werden geplant, um Geld zu sparen und trotzdem hochwertige Produkte kaufen zu können.

ANGA COM, erste Top-Sprecher

Die ANGA COM, Europas führende Kongressmesse für Breitband, Fernsehen & Online, hat 4 Monate vor dem Start bereits die Schwelle von 400 Ausstellern aus 35 Ländern überschritten. Termin ist der 14. bis 16. Mai 2024 in Köln. Dann treffen sich Netzbetreiber, Ausrüster und Inhalteanbieter in Europas größter Metropolregion für Breitband und Medien. Der Ticket-Shop für Kongress- und Messebesucher ist ab sofort auf der Webseite ***www.angacom.de*** geöffnet.

Zu den wichtigsten Themenfeldern zählen 2024: Glasfaser, Mediendistribution, Connectivity und das Potenzial von Künstlicher Intelligenz in diesen drei Bereichen. Dabei bietet die ANGA COM dieses Jahr besonders viele inhaltliche und organisatorische Innovationen.

Für das Kongressprogramm mit mehr als 50 Strategie- und Technik-Panels haben u.a. bereits folgende Sprecherinnen und Sprecher zugesagt. Eine vorläufige Sprecherliste ist hier auf der ANGA COM-Webseite verfügbar. Das komplette Kongressprogramm wird im März veröffentlicht.

Dr. Peter Charissé, Geschäftsführer der ANGA COM: „Besonders freuen wir uns über den starken Zulauf von neuen Ausstellern und der Betreiber von Glasfasernetzen selbst."

Der CE-Markt beginnt sich zu stabilisieren: Der Markt für technische und langlebige Güter hat, trotz geringer Kaufbereitschaft und hoher Marktsättigung, seit dem ersten Quartal 2023 deutlich an Dynamik gewonnen. Der Gesamtmarkt blieb zwar leicht negativ, aber mit dem Abklingen der starken Inflation setzte die Erholung ein. Gleichzeitig befinden sich die Märkte nach den beiden Rekordjahren 2020 und 2021 immer noch auf einem hohen Sättigungsniveau. Auch wenn das Marktwachstum im Jahr 2024 moderat ausfallen wird, erwarten gfu und GfK, dass sich diese Dynamik im Jahr 2024 in die richtige Richtung fortsetzen wird.

WELTFUNK VERÄNDERT SICH

Gesellschafter scheiden aus

Bei der WELTFUNK hat sich bekanntermaßen 2023 einiges getan. Mit dem Ausscheiden der Brömmelhaupt Großhandels-GmbH und der Sonepar Deutschland GmbH verlassen zwei prägende Gesellschafter aus unterschiedlichen Gründen die Weltfunk.

Zum 01.01.2024 hat sich die WELTFUNK neu aufgestellt: Die Adalbert Zajadacz GmbH & Co. KG, Alexander Bürkle GmbH & Co. KG, Emil Löffelhardt GmbH & Co. KG und der Würth Elektrogroßhandel (mit FEGA & Schmitt Elektro-großhandel GmbH, UNI ELEKTRO Fachgroßhandel GmbH & Co. KG und Walter Kluxen GmbH) sind zukünftig die leistungsstarken Gesellschafter.

WELTFUNK-Geschäftsführer **Udo Knauf** dankte den beiden ehemaligen Gesellschaftern für das Engagement und den verdienstvollen Einsatz für WELTFUNK und Telering. „Sowohl Brömmelhaupt als auch Sonepar haben in den vergangenen Jahren dazu beigetragen, dass WELTFUNK und Telering sich zu einem wichtigen und wertgeschätzten Partner der Industrie und unserer Fachhandelsmitglieder entwickeln konnten. Dafür bedanken wir uns ganz herzlich."

Robert Drosdek, Geschäftsführer der Brömmelhaupt Großhandels-GmbH, ergänzt: „Wie Sie wissen, haben wir im Juni 2023 den Entschluss zur zeitnahen Stilllegung getroffen und befinden uns seitdem in der geordneten Abwicklung. In diesem Zusammenhang sind wir vereinbarungsgemäß zum Jahresende aus der Weltfunk-Einkaufsgemeinschaft und der Telering-Marketingkooperation ausgeschieden. Als Gründungsmitglied der Weltfunk im Jahr 1966 sowie der Telering im Jahr 1985 haben wir uns über die Jahrzehnte gern und mit großer Überzeugung in dieser Gemeinschaft eingebracht. Somit konnten wir maßgeblich dazu beitragen, dass sich die Kooperation langfristig erfolgreich entwickelt hat. Dies war und ist nur möglich, weil die Telering und Weltfunk laufend verbesserte Mehrwerte für die angeschlossenen Fachhändler geboten haben, damit diese sich im härter werdenden Wettbewerbsumfeld durchsetzen konnten. Persönlich sind uns in den letzten Jahrzehnten insbesondere die Menschen und die vielen herzlichen Kontakte innerhalb der Gemeinschaft ans Herz gewachsen. Daher bedanken wir uns für die partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit und wünschen allen Geschäftspartnern und Geschäftsfreunden alles Gute für die Zukunft und langfristigen Erfolg!"

Johannes Kuschel, Geschäftsführer Finanzen der Sonepar Deutschland GmbH und ehemaliges Aufsichtsratsmitglied der Weltfunk GmbH & Co. KG, über die Zusammenarbeit: „Über viele Jahre waren wir Teil der Weltfunk-Einkaufsgemeinschaft sowie der Telering-Marketingkooperation und haben gemeinsam viele Erfolge und Fortschritte erzielt. Auf die gute Zusammenarbeit blicken wir gerne zurück. Wir bedanken uns herzlich bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Weltfunk-Zentrale und wünschen Udo Knauf und seinem Team weiterhin viel Erfolg und alles Gute für die kommenden Jahre."

Ulf Haderthauer, strategischer Sortimentsmanager Konsum bei Sonepar und ehemaliges Mitglied im Telering-Aufsichtsrat, ergänzt: „Wir gehen nun eigene Wege, von denen wir Vorteile für die Sonepar-Kunden erwarten. Diese Entscheidung ändert nichts an der Wertschätzung für die Zeit, die wir in der Einkaufsgemeinschaft verbracht haben, und für die Möglichkeiten, die wir unseren Telering-Kunden dadurch anbieten konnten. Ein herzliches Dankeschön nach Mainz für die letzten Jahre."

2023 war ein herausragendes Jahr für Wertgarantie, was nicht zuletzt an den Feierlichkeiten zum 60-jährigen Jubiläum lag. Denn der Spezialversicherer ist nun seit 1963 am Markt. Passend dazu wurde ab dem 1. April 2023 zeitlich begrenzt der Geburtstags-Komplettschutz vermarktet – mit Erfolg. Denn das Ziel, in erster Linie nachhaltigen Umgang mit Gebrauchtgeräten im Haushalt zu fördern und die Nutzer so noch stärker zum Thema Reparatur zu bringen, wurde schon sehr schnell erfüllt. Die Anzahl von versicherten Gebrauchtgeräten wurde deutlich gesteigert. Vor allem bei den Partnern im Fachhandel kommt das Produkt, welches Gebraucht- und Refurbishedgeräte preislich mit Neugeräten gleichsetzt, äußerst gut an. Und so hat das Unternehmen aus Hannover den Zeitraum um drei Monate verlängert. Erstmalig wurde dies im Rahmen des 52er Chancen-Treffs in Hannover verkündet. „Der Geburtstags-Komplettschutz läuft dann genau ein Jahr und ist zudem zum Top-10-Technik-Produkt vom Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) gewählt worden. Das können wir nicht einfach so abschalten", erklärt **Thilo Dröge**, Geschäftsführer Vertrieb bei Wertgarantie. Der BVT sucht jährlich die Top-10 Technik Produkte des Jahres. Mit dem Geburtstags-Komplettschutz wurde 2023 erstmals eine Dienstleistung ausgezeichnet. Wertgarantie zahlt zudem mit dem Geburtstags-Komplettschutz ganz auf die Wertgarantie-Mission „Reparieren statt Wegwerfen" ein. Geräte jeden Alters können ab 3 Euro versichert werden. „Am 1. April kommt dann der Komplettschutz 2024 auf den Markt", blickt Thilo Dröge voraus und verspricht: „Das neue Produkt ist mit noch mehr tollen Leistungen als bisher ausgestattet. Was genau, können wir aber noch nicht verraten. Man darf also gespannt sein."

Ganz kurz

HOME&TECH: Der Elektrogroßhändler Sonepar hat sein neues Konsum-Fachhandelsprogramm für Heimelektronik gelauncht: Seit dem 1. Januar steht „Home & Tech – Heimelektronik vom Besten" Händlerinnen und Händlern zur Verfügung.

aetka will das Schaltjahr 2024 zum Schaltjahr für den Fachhandel machen. Motto: „Hol Dir die Kunden ins Netz" wir der Fachhandel mit einen ganzjährigen Aktionsplan unterstützt.

Telekom ist auf den Top 10 der wertvollsten Marken weltweit gelandet. „Brand Finance Global 500" unterstreicht die positive Markenentwicklung durch erfolgreiche Dachmarkenstrategie sowie wirtschaftliche und technologische Erfolge.

MediaMarkt-Saturn: Die neue Kampagne stellt den Brand Purpose „Technik besser erleben – für ein Leben voller Möglichkeiten" selbstbewusst in den Mittelpunkt. Im Vordergrund steht die Kommunikation der vielfältigen Serviceleistungen wie beispielsweise gebrauchte Geräte in Einkaufsgutscheine zu tauschen.

Bitkom: Digitale Newsletter und Onlin-Prospekte sind zum wichtigsten Werbemedium im Onlinehandel geworden.

LG hat auf der CES 24 ein 57-Zoll LCD-Display für das Armaturenbrett aktueller E-Autos vorgestellt.

Bitkom: Haushalte geben im Schnitt 42 Euro im Monat für ihren Interznetugang aus. 9 von 10 Haushalten sind an das Internet angeschlossen. Bandbreiten zwischen 30 und 100 Mbit/s werden am häufigsten genutzt.

VARTA wurde von der EU-Kommission mit dem Product Safety Award Gold für seine Power Banks ausgezeichnet.

Videospiele: Mehr Mütter sind Videospiel-Champions als Väter. Mütter, oft unterschätzt, spielen nicht nur gelegentlich – sie gewinnen groß. Das hatte eine Umfrage von Zenshield ergeben.

Samsung hat die Lamm-Lichtspiele in Erlangen als erstes Arthouse-Kino mit einem Samsung Onyx Cinema LED Display ausgestattet. Das HDR-Bild des Cinema LED Displays setzt sich aus 6,6 Millionen Leuchtdioden zusammen, die 2,2 Millionen Bildpunkte ergeben .

REFLECTA PLEXO OUTDOOR 55-4040T

Wetterfestes Gehäuse für den Outdoor-TV

Fußballübertragungen und Sportevents, Film- und Serienstreaming oder gemütliches Zocken können auf der Terrasse oder im Garten ein ganz besonderes Erlebnis sein. Natürlich sind in unseren Breitengraden „normale" TV-Geräte für den „Außen-Einsatz" nicht uneingeschränkt geeignet. Die voll bewegliche Wandhalterung reflecta PLEXO Outdoor 55-4040T mit wetterfestem Gehäuse macht den Einsatz von Flachbildschirmen jetzt auch im Außenbereich problemlos möglich. Das Schutzgehäuse des PLEXO Outdoor 55-4040T bietet wirksamen Schutz vor Regen, Wind, UV-Strahlung, Schmutz und Vandalismus (Wetterschutz IPX4) und verhindert so Schäden am Fernseher. Öffnet man das vordere Gehäuse, findet man dort eine voll bewegliche und sehr stabile Halterung. Wenn der Fernseher im Einsatz ist, halten robuste Haken unterhalb der TV-Halterung die vordere Verkleidung zuverlässig. Dabei bietet die Verkleidung inklusive integrierter TV-Wandhalterung der PLEXO Outdoor 55-4040T eine ideale Balance zwischen Ästhetik und Funktionalität.

Die Outdoor TV-Halterung von reflecta ist passend für Flachbildfernseher mit einem Gewicht von bis zu 50 kg und einer Größe von 32" bis 55". Der Wandabstand kann je nach Positionierung zwischen 60 und 473 mm betragen. Das integrierte Kabelmanagement führt elegant alle Kabel und sorgt für ein sauberes, geordnetes Erscheinungsbild. UVP 442 Euro.

HISENSE 2.1 SOUNDBAR

HS2100, Tuning für den TV-Sound

Die HS2100 Soundbar bietet eine überzeugende Klangverstärkung durch ihren 2.1 Kanal Sound. Zwei kraftvolle Lautsprecher sorgen im Zusammenspiel mit dem externen kabellosen Subwoofer für eine beeindruckende Leistung von 240W. Mithilfe von DTS:VirtualX erzeugt die HS2100 einen umfassenden Raumklang mit perfekter Bassuntermalung für jede Umgebung. Sechs verschiedene Soundmodi für Filme, Musik, Nachrichten, Sport, Gaming oder die Nacht stehen bereit und erzeugen durch eine spezielle Anpassung des Klangvolumens genau die richtige Untermalung, um das Maximum aus jeder Szene herauszuholen. Dank EZ Play Unterstützung lässt sich die Soundbar einfach und schnell über die TV-Fernbedienung steuern – das funktioniert mit allen Hisense Fernsehern ab dem 2022er Line Up. Die einzelnen Settings der Soundbar können bequem auf dem großen TV-Screen angepasst werden. Auch die Kopplung mit externen Geräten wie Smartphones oder Tablets klappt über Bluetooth 5.3 mühelos, und so eignet sich die HS2100 ideal für das Streamen von Musik oder Podcasts. Das Design ist schlank und hochwertig und fügt sich so optimal ins Wohnzimmer ein. Selbst der Subwoofer mit seinen kompakten Maßen von lediglich 11 x 30 x 35 cm (L x H x T) nimmt nicht allzu viel Raum ein. UVP 149 Euro.

GALAKTO BRINGT SPASS FÜR KINDER

Alea Aquarius, DIKKA sowie Der Pumuckl

Das neue tragbare Audiosystem für Kinder setzt auf unendlichen Spaß und fantastische Abenteuer – und das ohne Kompromisse bei der Datensicherheit. Eine Anmeldung, Internetverbindung oder Eingabe von Daten sind nicht erforderlich. Das Starterset besteh aus Player, dem Hörspiel "Rund um die Welt" (3 Folgen) und USB-C Ladekabel, UVP 59,99 Euro. Mit GALAKTO können Kinder einfach loshören, ganz ohne komplizierte Einrichtung und vor allem offline. Das Hörspiel in Form eines Tokens rastet magnetisch ein, und der Inhalt wird sofort abgespielt. Zu Hause sorgt GALAKTO mit seinem modernen Lautsprechersystem für beste Klangqualität, auch beim Musikhören. Das innovative Twist'n'Go System erlaubt Kindern ihren GALAKTO mit auf Reisen zu nehmen: einfach Player abdrehen, Kopfhörer einstecken, und los geht's. GALAKTO verfügt über zwei Kopfhöreranschlüsse, so können Kinder den Hörspielspaß mit Geschwistern und Freunden teilen, denn gemeinsam macht es doppelt Spaß. Zwei Akkus sorgen für die nötige Power. Mit einer besonders langen Laufzeit bis zu 20 Stunden verwandelt sich auch die nächste Autofahrt in ein großes Abenteuer. Über das mitgelieferte USB-C Kabel oder noch einfacher über ein kabelloses Ladepad (separat erhältlich) kann GALAKTO schnell für die nächste Reise aufgeladen werden. Bei Dunkelheit erzeugt der eingebaute Lichtring eine großartige Atmosphäre zum Hören und Einschlafen.

JABRA UPDATE FÜR ELITE OHRHÖRER

Geräuschunterdrückung optimiert

Jabra kündigt eine Reihe von Verbesserungen für seine neuesten Elite-Kopfhörer, Elite 8 Active und Elite 10, an. Seit Januar sind die ersten Updates verfügbar. Darunter ein benutzerfreundlicher Ein/Aus-Schalter in der Sound+ App für die anpassbaren Funktionen Adaptive Active Noise Cancellation (ANC), HearThrough und Sidetone sowie neue Sprachanweisungen. Die Verbesserungen bietet eine optimierte Interaktion und ermöglichen es den Benutzern, ihre Kopfhörer nach individuellen Vorlieben anzupassen. Ab März können Nutzer eine Verbesserung der Anrufklarheit der Elite 10 in belebten Umgebungen wie Büros, Restaurants und stark frequentierten Straßen erwarten. Die neuesten Geräuschunterdrückungsalgorithmen von Jabra sind darauf ausgelegt, Hintergrundgeräusche zu identifizieren und zu reduzieren, um störfreie Gespräche zu gewährleisten. Die Verbesserungen von Jabra an der Adaptive ANC der Elite 8 Active in Verbindung mit der HearThrough-Funktion werden bei starkem Wind noch effektiver sein. Dies ist auf die optimierte Technologie zur Erkennung von Windgeräuschen zurückzuführen.

ZUBEHÖR FÜR DIE NEUEN GALAXY S24

Hama liefert das komplette Programm

Für die neuen Samsung Flaggschiffe Galaxy S24, S24 Plus und S24 Ultra zeigt Hama das passende Zubehörsortiment. Das Wichtigste dabei: Der überwiegende Teil ist bereits lieferbar. Hüllen, Taschen, Displayschutz, Abdeckgläser, mit denen die rückseitigen Kameralinsen perfekt geschützt werden, und Ladegeräte mit bis zu 45 Watt, die perfekt zu den Modellen S24 Plus und S24 Ultra passen. Alles in allem ein breites Sortiment, das der Handel den Käufern der neuen Smartphones bereits zum Verkaufsstart an die Hand geben kann. Online-Kampagne sorgt für Aufmerksamkeit: Am 22. Januar startete Hama auf Instagram, Facebook und TikTok eine große Kampagne mit Anzeigen, Animationen und Videos aus Verbrauchersicht. Dann dreht sich einen Monat alles um die Fokusprodukte des Galaxy S24-Sortiments, womit millionenfach Aufmerksamkeit generiert und die Nachfrage im Handel gestärkt wird.

Lenco Plattenspieler im Retro-Design:

Dieser Bluetooth-Plattenspieler mit eingebauten Lautsprechern ist ein handlicher Retro-Kofferplattenspieler, Mit dem spielen Nutzer nicht nur ihre Schallplatten ab, sie streamen auch ihre Musik einfach per Bluetooth 5.0-Konnektivität über das Handy oder Tablet auf die integrierten Lautsprecher. Zusätzlich dazu können sie die abgespielte Musik direkt auf einen USB-Stick aufnehmen. Man kann auch jede beliebige Musikquelle über den AUX-Eingang mit einem Audiokabel anschließen. Mit dem RCA-Ausgang kann man sogar eine Stereoanlage direkt anschließen, ein Phono-Vorverstärker ist nicht erforderlich. Der Classic Phono TT-116 lässt sich nicht nur leicht tragen, sondern auch ganz einfach benutzen. Einfach aufklappen und die Lieblingsmusik über die eingebauten Lautsprecher direkt von der Schallplatte abspielen. Da es sich um einen echten All-in-One-Plattenspieler handelt, benötigt man keine extra Lautsprecher. Der Classic Phono TT-116 ist in zwei Farben erhältlich: Grau (TT-116GY) und Schwarz (TT-116BK). UVP 89,99 Euro.

LOEWE MULTIROOM STEREO POWER

Amplifier für smarte Multiroom-Systeme

Der Loewe multi. room amp ist die perfekte Lösung, um passive Lautsprecher in ein Loewe Multiroom- oder ein Loewe Home-Cinema-System zu integrieren. Vorhandene Lautsprecher, egal ob aktiv oder passiv, werden durch den Loewe multi. room amp smart und können für Audio-Streaming aller Art, inklusive Hi-Res Audio, eingesetzt werden. Auch existierende HiFi-Anlagen inklusive passiver Lautsprecher bekommen mit dem Loewe multi.room amp ein Upgrade in die smarte Streaming- und Multiroom-Welt. Der Stereo-Verstärker bietet kraftvolle bis zu 1.200 Watt Musikgesamtleistung. Individuelle Klangeinstellungen sind über die mitgelieferte Fernbedienung Loewe remote mr möglich. Ein HDMI-ARC-Anschluss als Verbindung zum TV, Cinch-Eingänge für Quellen wie moderne Vinyl-Turntables, CD- und MP3-Player sowie die integrierte USB-Schnittstelle können für Audio-Quellen aller Art genutzt werden. Zwei Netzwerk-Buchsen stehen für die LAN-Einbindung auch in einer Daisy-Chain-Konfiguration zur Verfügung. Drahtlos unterstützt der Loewe multi.room amp alle wichtigen Bluetooth- und WiFi-Standards. Zum Anschluss analoger Lautsprecher verfügt der Verstärker über vergoldete Bananenstecker mit Kabelaufnahme. Aktive Lautsprecher werden über den Cinch-Vorverstärker-Ausgang bedient. Für den Anschluss eines aktiven Subwoofers kommt eine weitere Cinch-Buchse zum Einsatz. UVP 999 Euro.

CES 2024 „All On“ in Las Vegas

100 Jahre CES – die Messe ist in den USA oft umgezogen, Chicago war einer der Glanzpunkte im HiFi-Zeitalter, jetzt hat sie sich im Spielerparadies Las Vegas seit einigen Jahren niedergelassen.

Die Branche schaute gespannt nach Las Vegas, wie sich die CES nach dem geglückten Comeback weiter entwickeln würde. Wie viele Aussteller und Besucher machen sich Anfang 2024 auf den Weg in die Wüste von Nevada?

Der Veranstalter CTA Consumer Technology Association meldete zum Start mehr als 4.000 Aussteller (2020: 4.400, 2023: 3.200) aus 150 Ländern, darunter mehr als 1.000 Start-Ups (2020: 1.200, 2023: 1.000) und 130.000 Besucher bzw. Attendees (2020: 170.000, 2023: 115.000) wurden erwartet. Eine Anmerkung dazu: Attendees sind wörtlich übersetzt Teilnehmer. Kleiner Kniff dabei: Der Veranstalter zählt auch das Standpersonal der Aussteller als Attendee und kommt so zu diesen Zahlen.

Zum Abschluss der CES 2024 wurden dann mehr als 135.000 Attendees gemeldet (2020: 171.000, 2023: 115.000) und mehr als 4.300 Aussteller, darunter der bisherige Rekord von 1.400 Start-ups. Rund 40 % (ebenfalls Rekord) der Besucher reisten aus 150 Ländern von außerhalb der USA an.

Wie gewohnt euphorisch klang dann auch die Erklärung von **Gary Shapiro**, Präsident und CEO der CTA zur Eröffnung: „Wir freuen uns, auf der CES 2024 Aussteller, Besucher und Medien zusammenzubringen, um die Technologie von morgen zu zeigen und von den Innovationen zu träumen, die die größten Herausforderungen von heute lösen. Die CES ist der Ort, an dem Wirtschaft und Politik zusammenkommen, und es gibt keinen besseren Ort, um B2B- und B2C-Kontakte aufzubauen.“ Er unterstrich zudem die Bedeutung von Technologien, die die menschlichen Fähigkeiten verbessern können, um Pro-bleme wie den Zugang zu sauberer Luft und sauberem Wasser, zu Nahrungsmitteln, zur Gesundheitsversorgung und zu Technologien zu lösen.

2023 hatte die CES das Thema Künstliche Intelligenz (KI) ziemlich ignoriert. In diesem Jahr war es dafür das große Thema. Die gesamte Show stand unter dem Motto „All On“. Zudem feierte der Veranstalter CTA seinen 100. Geburtstag. Dazu gab es zwei Rückblicke mit Meilensteinen der technischen Entwicklung zu sehen.

Die CES versteht sich als Technologie-Schau. Entsprechend groß ist die Bandbreite der Ausstellung. Die Kfz-Branche erschien in diesem Jahr nicht so dominant wie in den Vorjahren. Dennoch gab es wieder jede Menge Elektro-Fahrzeuge zu bestaunen: vom elektrischen Minenfahrzeug für den Bergbau, über Traktoren, Pick-ups, SUVs bis hin zum fliegenden Auto mit vier Propellern. Auch die Kfz-Zulieferer waren wieder zahlreich vertreten. Besonders angekündigt wurde im Vorfeld bereits der „Digital Health Summit“. Dort wurden neueste Trends, von virtueller Patientenversorgung über Bioprinting bis hin zu Gamification of Health sowie die Personalisierung und Zugänglichkeit von Gesundheitstechnologien, behandelt. Ein Thema, das auch bei der IFA 2023 eine Rolle spielte.

Die CES ist seit Jahren bekannt für Kuriositäten. Hierzu zählt sicher auch der „Gesprächspartner“ mit AI-Intelligenz auf Basis von Alexa. Erste Ansprechversuche während der Messe zeigten aber eine recht eingeschänkte Intelligenz. Dafür aber konnte das dargestellte Gesicht freundlich lächeln.

Die KI bzw. Artificial Intelligence (AI) überspannte alle Bereiche. Deshalb bekamen 2024 auch die klassischen Bereiche Consumer Electronics und Home Appliances wieder etwas mehr vom Rampenlicht ab, denn auch da ist viel KI im Einsatz.

Trends und neue Produkte

Ähnlich wie bereits auf der IFA 2023 dominierten die Themen KI und Nachhaltigkeit bei den Pressekonferenzen der großen Firmen. Metaverse spielte hingegen keine große Rolle mehr.

Die Highlights aus dem TV-Bereich: Transparente Displays, OLED, Micro LED und Laser TV werden nochmals größer und besser. LG und Samsung präsentierten auf ihren Pressekonferenzen transparente OLED bzw. Micro LED Displays. Auch andere Hersteller, z.B. Skyworth, hatten transparente Displays am Stand.

Der Veranstalter startete zu Beginn der CES mit einem interessanten Überblick, genannt „Trends to watch“. Dabei wurde die Bedeutung von Technologie besonders für die „Gen Z“ hervorgehoben, und die CTA sieht drei maßgebliche Trends: AI, Nachhaltigkeit und Inklusion. Als kommenden Trend sieht man „Generative AI“. Für die „grüne Zukunft“ sieht die CTA drei Bereiche: Materialien zur Einsparung von CO^2, Infrastruktur der Energieerzeugung und Investitionen in die Forschung. Dem Fernseher schreibt die CTA eine neudefinierte Rolle als „Intelligent Hub“ zu: Smart Home Zentrale, integrierte Kameras, E-Commerce-Plattform und interaktives und nichtlineares TV. Gaming rüstet auf mit mehr IP-Anbindung, AI Gaming-Entwicklung und Retro-Remakes. Der Anteil der Software an den Ausgaben steigt weiter, aktuell in den USA 68 % Hardware, 32 % Software, der größte Teil davon für Entertainment. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit, hier einige News aus den Unternehmen.

Bosch: Bosch und Cariad testen automatisiertes Laden von Elektroautos in Parkhäusern. Das „Automated Valet Charging“ soll Platz und Zeit sparen.

C Seed: Von C Seed gibt es einen entfaltbaren 137 Zoll Micro LED TV. Er öffnet sich in 60 Sekunden automatisch und zeigt eine 100 % nahtlose Bildqualität.

Displace: Displace präsentierte wieder drahtlose, akkubetriebene OLED-Displays mit Signalübertragung per WiFi. Neben dem 55-Zoll-Display gibt es nun auch eine 32-Zoll-Variante.

Fraunhofer IIS: Auch die Forscher von Fraunhofer IIS hatten neue Entwicklungen nach Las Vegas gebracht. „upHear“ ist eine AI-basierte Geräuschunterdrückung und ein flexib-

les Rendering. So können z.B. bei Videocalls Geräusche oder auch andere Stimmen eliminiert werden. Das flexible Rendering ermöglicht 3D Klang auch bei beliebiger Positionierung der Lautsprecher im Raum. Dazu wird eine akustische Detektion beim Setup von Smartspeakern, Soundbar oder Rearspeakern durchgeführt.

Hisense: Von 80 bis 300 Zoll sind die Hisense Laser-TVs jetzt verfügbar, ein neues Modell mit rollbarer Leinwand. Die neue Laser-TV-Konsole wurde um 70 % deutlich verkleinert. Gezeigt wurde auch eine Studie zu Laser TV für Autos, der Laser-Projektor ist in der Front eingebaut und projiziert beim Parken ein Bild oder Laser-TV im Inneren des Fahrzeugs. Mini LED-TVs gibt es nun mit 110 Zoll, Micro LED mit 163 Zoll. Hisense stellte auf der Pressekonferenz seine Display-Kompetenz heraus: Anwendungen in Medizin, TV, Digital Signage und Autos.

LG: WebOs der TVs gibt es seit zehn Jahren, den AI-Prozessor Alpha 11 nun in der 7. Generation. Die TVs der 2024er Generation erhalten nun fünf Jahre Updates auf die jeweils neueste OS-Generation. Zudem haben die TVs Dolby Vision und Filmmaker Mode umgesetzt. Google Chromecast wird aufgrund einer Kooperation mit Google in den OLED-TVs zum Einsatz kommen. Der LG-TV fungiert als Hub für Google Home. Star der Präsentation aber war der transparente 77 Zoll 4k Wireless OLED-TV LG Signature OLED T. Er soll im 2. Halbjahr verfügbar sein. Für reine TV-Anwendung kann das Bild mit einem motorisch ausziehbaren Rollo von hinten abgedunkelt werden.

Auf der Messe hatte die Marketingplattform „LG Labs“ Platz für kreative Ideen und Lösungen, die auf verschiedene Lebensstile zugeschnitten sind. Die DukeBox by LG Labs lässt alte und neue Technologien aufeinandertreffen und soll so ein ganz neues Audio-Erlebnis schaffen.

Bon Voyage by LG Labs bietet die volle Lebensqualität in der Größe eines Campinganhängers. Gezeigt wurde auch eine futuristische Kapsel-Kaffeemaschine in Form eines Raumschiffs. Der „New Smart Home Hub“ ermöglicht maßgeschneiderte ThinkQ-Lösungen. Die AI dafür bleibt im Heim. Zudem wurde der Smart Home AI-Agent vorgestellt, ein kleiner Roboter, der im Haushalt unterstützen soll, z.B. erkennen, wenn die Katze einen Blumentopf umwirft.

Panasonic: Nachhaltigkeit ist bei Panasonic nach wie vor ein prominentes Thema. So war auch der Messestand wie auf der IFA mit wiederverwendbaren Materialien und ohne Teppichboden gestaltet. Im Rahmen des „Green Impact Plan“ sei eine Einsparung von 300 Mio. Tonnen CO^2 bis 2050 das Ziel. 31 Fabriken des Unternehmens seien bereits CO^2 neutral. Entgegen der Jahre zuvor gab es sowohl bei der PK als auch auf dem Stand auch wieder CE-Themen zu sehen.

Zwei neue Spitzen-OLED-TV Serien für 2024 mit 55, 65 und 77 Zoll Größe wurden angekündigt. Sie bieten dank eines brandneuen Prozessors und einer optimierten Paneltechnologie überragende Bild- und Soundqualität. Dolby Vision IQ Precision sorgt für Bildperformance und verbesserte Helligkeit, während das von Technics abgestimmte 360-Soundscape-Pro mit starkem 3D-Surround-Sound beeindruckt. Zudem wurde die Partnerschaft mit Amazon Fire TV angekündigt. TVs haben Amazon Fire TV integriert. Dadurch soll ein personalisierter Startbildschirm das Auffinden und Erleben von Inhalten verbessern, indem er Streaming-Dienste, Apps, Live-Kanäle und maßgeschneiderte Empfehlungen zusammenführt. Die Funktion könne aber auch ausgeschaltet werden.

Aus dem Home Appliance-Bereich wurde ein handtellergroßer „Palm Shaver“ für Herren, der 40 % weniger Plastik erfordere, vorgestellt. Dazu der „Connected Multi Oven“ mit AI cooking assistent und App-Kooperation mit Fresco.

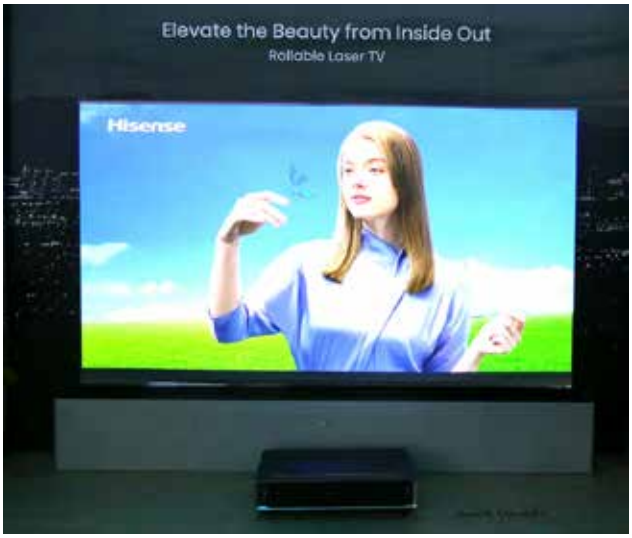
Samsung: Bei Samsung stand der CES-Auftritt unter dem Motto „AI for All“. Dies stand für Samsungs Strategie für den Einsatz von AI-Technologie für vernetzte Nutzungserlebnisse. Sie wird laut Samsung die Nutzung von digitalen Geräten und Screens verändern.

Ballie, der kleine, runde Roboter, der bereits zur CES 2020 vorgestellt wurde, war wieder mit von der Partie: Er sei erheblich verbessert und hätte sich mittlerweile zu einem AI-Begleiter entwickelt. Er könne mit anderen intelligenten Geräten interagieren, um individuell zu unterstützen und lästige Aufgaben übernehmen und Bilder und Videos auf Wände projizieren. Informationen, wie z.B. Wetter und Nachrichten, könnten so genau dort angeschaut werden, wo sich der Nutzer gerade befindet.

Für die TV-Geräte gibt es einen neuen AI-Prozessor, „NQ8 AI Gen 3“, der ein achtmal größeres neuronales Netzwerk und eine zweimal schnellere neuronale Verarbeitungseinheit als das Vorgängermodell hat. Damit lassen sich

Sennheiser – Momentum True Wireless 4, In-Ear Kopfhörer mit geringer Latenzzeit, ideal für Gamer.

TCL – beeindruckte die Besucher mit dem größten QD-Mini-LED-Fernseher. Das 115-Zoll-Gerät wurde mit dem „Innovative Display Technology Gold Award of the Year“ ausgezeichnet.



300 Zoll by Hisense – die neue Laser-TV-Konsole wurde 70 % kleiner und verfügt über eine rollbare Leinwand aus dem Sideboard.

TV-Inhalte mit niedriger Auflösung automatisch auf 8k hochskalieren. Auch zum Energiesparen trage der Prozessor bei, indem er die unterschiedlichen Helligkeitszonen der Bilder so ansteuert, dass der Betrachter trotz geringerem Energieeinsatz eher eine noch größere Gesamthelligkeit wahrnimmt (das Energielabel lässt grüßen).

Außerdem gibt es den „Active Voice Amplifier Pro“, der Sprache und Hintergrundgeräusche mit Hilfe von AI analysiert, um Dialoge beim Fernsehen sehr deutlich hörbar zu machen. Vorgestellt wurde zudem ein OLED-TV mit matter, stark entspiegelter Front. Im Segment Micro LED hat Samsung das Portfolio auf Größen von 76 bis 114 Zoll erweitert. Zudem wurde ein transparenter Micro LED TV gezeigt. Vorgestellt wurde zudem eine Reihe von Accessibility-Funktionen.

Darunter eine Gebärdensprachfunktion, die von Menschen mit Hörbeeinträchtigung mit Gesten gesteuert werden kann. Außerdem steht für Menschen mit Sehbeeinträchtigung eine Audio-Untertitel-Funktion zur Verfügung, die Untertitel in Echtzeit in gesprochene Sprache umwandelt.

Vom TV-Bereich bekannt ist „The Frame“. Das Konzept findet nun mit dem Music Frame auch im Audio-Bereich Anwendung. Music Frame ist ein Lautsprecher, der aussieht wie ein Bilderrahmen mit individualisierbarem Motiv. Er lässt sich mit Samsung TVs und Soundbars synchronisieren und bringt so laut Ankündigung mit minimalem Aufwand satte Bässe und Surround-Sound von zwei eingebauten Tieftönern in die Wohnung.

Der Kühlschrank Bespoke 4-Door French Door mit AI Family Hub+1 ist mit einem 32 Zoll Bildschirm ausgestattet und verfügt über das neue „AI Vision Inside2“. Diese Funktion erkennt über eine interne Kamera bis zu 33 verschiedene Lebensmittel, die in den Kühlschrank gelegt oder entnommen werden. Auf Basis dieser Zutaten kann man sich dann Rezepte vorschlagen lassen. Es ist außerdem möglich, auf dem Bildschirm des Viertürers ein Verfallsdatum für Lebensmittel festzulegen, sodass der Kühlschrank eine Benachrichtigung senden kann, wenn sich das festgelegte Datum nähert. Diese AI-Funktionen können dabei helfen, Lebensmittelverschwendung zu reduzieren und dadurch Geld zu sparen.

Sennheiser (Sonova): Unter der Marke Sennheiser stellte Sonova neue In-Ear Kopfhörer „Momentum True Wireless 4“ vor. Sie haben geringe Latenzzeit und sind so für Gamer interessant. Zudem sind 3 Mikrofone verbaut sowie eine AI-Funktion zur Sprachverbesserung, die die eigene Stimme analysiere und anhebe. Eine Neuentwicklung sind die „Momentum Sport“ In-Ear Hörer mit biometrischen Sensoren und laut Hersteller erstmals mit Körpertemperatur-Messung. Sie sind wasserfest und Peleton-kompatibel.

Music-Frame von Samsung ist ein Lautsprecher im Format eines Bilderrahmens, der zudem individuell ausgesuchte Bilder darstellen kann. Er lässt sich mit Samsung-TV und -Soundbars synchronisieren.

Das Motto der CES „All On“. Die CES stand in diesem Jahr voll im Bann der künstlichen Intelligenz, von Realtime Übersetzungsmodulen bis zur automatischen Vogelerkennung.

Samsung Ballie – der kleine Roboter ist jetzt mit AI ausgestattet und kann mit anderen intelligenten Geräten agieren und Bilder wie Nachrichten oder Wetterdaten überall projizieren.

LG kam futuristisch – der Smart Home AI-Agent (l.) soll im Haushalt bei Problemen unterstützen und melden, wenn sich etwas ereignet. Im Design eines Raumschiffs die Kapsel-Kaffeemaschine von LG (r.).

Kuriose Highlights der CES

Was wäre die CES ohne eine Vielzahl „außergewöhnlicher“ Produkte? Hier eine Auswahl: Der Hundesitter als Roboter, der mit dem Tier spielt und es füttert, das Fernglas, das erkennt und mitteilt, welche Vogelart man gerade sieht, die KI-gesteuerte Katzenklappe, die die Katze nur ohne Beute ins Haus lässt, die Carrera-Bahn mit KI, damit die Autos nicht aus der Kurve fliegen (schade), das smarte Pfefferspray für mehr Sicherheit oder die komisch anmutende „menschenfreundliche Möglichkeit“, mit KI-generierten Personen durch natürliche, persönliche Gespräche zu interagieren.

Insgesamt war eine gute Stimmung zu spüren und die Veranstalter gemäß der Abschlussmeldung wohl auch mit der CES 2024 zufrieden:

„Das Wiederaufleben der CES beweist, dass persönliche Gespräche und Begegnungen eine Notwendigkeit für die Technologiebranche sind“, sagte Gary Shapiro, Präsident und CEO der CTA. „Seit mehr als 20 Jahren sage ich, dass jedes Unternehmen ein Technologieunternehmen werden muss, und die Vielfalt der Aussteller auf der CES 2024 beweist dies. Die CES-Präsenz und das Konferenzprogramm decken das gesamte Technologie-Ökosystem ab.“

„Die CES 2024 bot Medienvertretern, Führungskräften und Vordenkern der Branche das Erlebnis ALL ON. Auf der gesamten Messe und auf den CES-Konferenzbühnen kündigten Tausende von globalen Marken neue Visionen, Produkte, Investitionen und Partnerschaften an“, sagte **Kinsey Fabrizio**, CTA Senior VP, CES und Mitgliedschaft. „Technologie löst globale Herausforderungen, und wir freuen uns, dass so viele Kooperationen und Partnerschaften hier in Las Vegas beginnen und eine Messe hervorbringen, zu der die Besucher kommen, um sich zu treffen, zu träumen und Lösungen zu finden.“

Von 7. bis 10. Januar 2025 ist in Las Vegas die nächste CES angesetzt.

Roland M. Stehle

PANASONIC FIRE TV OLED-FLAGGSCHIFF

Nur ein System für alle Video-Angebote

Gab es bisher für das Fernsehen zwei Welten, das lineare Fersehen mit den Programmen von ARD, ZDF, RTL Usw, und die Vielzahl von Streaming-Anbietern wie Prime, Apple+, Sky usw, so will Panasonic diese jetzt mit seinen fire tv's Z95A und Z93A zusammenführen. Wie der Name schon zeigt, Panasonic hat für diese neuen Geräte das Betriebssystem fire TV von Prime Video integriert und mit den besten Funktionen seines proprietären Betriebssystems in diesen neuen OLED-TVs kombiniert. Wie beispielsweise den Penta Tuner für erweiterten Signalempfang, Kabel und Antenne. Zudem unterstützt der Penta Tuner auch den Empfang über das Internet (IPTV) und das Heimnetzwerk (TV>IP).

In einer Welt, die von einer Flut von Inhalten überschwemmt wird und in der es schwer fällt sich zurecht zufinden, zeichnen sich der Z95A und der Z93A durch ihre Fähigkeit aus, Inhalte von TV-Sendern und Streaming-Diensten zusammenzufassen. Dieser inhaltsorientierte Ansatz, der durch das integrierte Fire TV ermöglicht wird, bietet den Zuschauern völlig neue und einfache Möglichkeiten beim Entdecken und Konsumieren von Inhalten.

„Bei einem so großen Angebot ist es eine echte Herausforderung, genau das zu finden, was man sehen möchte. Daher geht unser neuer Ansatz über die Bereitstellung von großartigem Bild und Ton hinaus. Es geht darum, die Suche nach Inhalten zu vereinfachen und sicherzustellen, dass sie nicht nur komfortabel ist, sondern auch Spaß macht", sagt **Akira Toyoshima**, Präsident und CEO von Panasonic Entertainment & Communication Co, Ltd.

Die neuen Panasonic OLED-Fernseher sind nicht nur perfekte Entertainment-Experten, sondern auch Hubs für das Smart Home Management. Sie sind vollständig kompatibel mit Alexa-fähigen Geräten und verfügen über ein Smart Home Dashboard, mit dem Nutzer ihr vernetztes Heim-Ökosystem nahtlos überwachen und steuern können. Darüber hinaus sind der Z95A und der Z93A mit Apple Home und AirPlay kompatibel, so dass Nutzer ihren TV mit Siri steuern und mühelos Filme, Musik, Spiele und Fotos direkt von ihrem iPhone, iPad oder Mac streamen können.

Die erstmals auf einem Panasonic Smart TV verfügbare Fernfeld-Sprachsteuerung kann via Alexa ganz einfach Apps starten, Musik abspielen, nach Titeln suchen und das Smart Home und vieles mehr steuern - und das alles vom anderen Ende des Wohnzimmers aus, nur mit der Stimme und ohne Fernbedienung.

Zuschauer, gleich welchen Alters, faforisiern Filme aus dem grüßem Hollywood-Repertoire. Deshalb legt Panasonic bei seinen TVs ganz beswonderen Wert darauf, dass die TV-Wiedergabe absolut der Filmqualität entspricht.

Die Fernbedienungen der neuen OLED-Modelle verfügen über die praktische „MyApp"-Taste, die so programmiert werden kann, dass sie direkt eine Lieblings-App, einen Sender oder sogar einen bevorzugten Sprachsteuerungsbefehl öffnet. Die HbbTV Operator App bietet darüber hinaus den Zugriff auf Live- und On-Demand-Inhalte, ohne dass Hardware oder Smartcards erforderlich sind. Die USB-Aufnahme und das Zurückspulen von Live-TV sorgen für bequemen Fernsehgenuss, während die automatische Tuner-Erkennung und die erweiterte Kanalsortierung eine einfache Einrichtung ermöglichen.

Der Z95A und der Z93A zeichnen sich durch eine überragende Bild- und Soundqualität aus – dank eines brandneuen Prozessors und einer optimierten Paneltechnologie. Dolby Vision IQTM Precision sorgt für eine überragende Bildperformance und verbesserte Helligkeit, während das von Technics sorgfältig abgestimmte 360-Soundscape-Pro mit starkem 3D-Surround-Sound beeindruckt. Wenn es um Gaming geht, sind Geschwindigkeit und Reaktionsschnelligkeit das A und O. Die neuen OLED-Fernseher von Panasonic gehören zu den ersten der Welt, die eine Bildwiederholfrequenz von 144 Hz für ein lebendiges Gameplay auf höchstem Niveau bieten.

LG TV-PROGRAMM 2024 MIT NEUEN QNED UND MINI-LED SERIEN

Noch bessere Bild- und Ton-Qualität und neues webOS

Auf der CES 2024 präsentierte LG die 2024 Produktreihen der QNED und QNED Mini LED-Fernseher. Die Serie umfasst Bildschirmgrößen von 43 bis zu beeindruckenden 98 Zoll. Die LG 2024 QNED-Fernseher sind mit dem α8 KI-Prozessor ausgestattet, der im Vergleich zu früheren Modellen die KI-Leistung nochmal um das 1,3-Fache, die Grafikleistung um das 2,3-Fache und die Verarbeitungsgeschwindigkeit um das 1,6-Fache steigert.

Deep-Learning-Algorithmus

Die absolut beeindruckende Bildqualität der LG 2024 QNED-Fernseher wird durch innovative Technologien wie AI Picture Pro erreicht. Dieser Deep-Learning-Algorithmus nutzt modernste Technologie für eine verfeinerte visuelle Darstellung und bietet eine ultimative Bildintensität. Sie unterscheidet Gesichter, Objekte und Hintergründe innerhalb einer Szene und optimiert die Textur sowie feine Details, die dargestellt werden sollen, um so noch realistischere Bilder zu erzeugen. Dynamic Tone Mapping Pro segmentiert das Bild in mehrere Bereiche und analysiert diese einzeln, um die dunkelsten und hellsten Bereiche zu erkennen und deren Details mit präziser HDR-Optimierung hervorzuheben. So entsteht ein Bild mit dreidimensionaler Tiefe. Zudem kann der Benutzer mit dem personalisierten Bildassistenten einfach die Bildqualität nach seinen Vorlieben anpassen.

Auf der CES beeindruckte LG seine Standbesucher erneut. Eine Tunnelstruktur aus über 140 55-Zoll-OLED-Displays sorgte mit einzigartigen Formfaktoren und der hochwertigen Bildqualität von LG OLED für ein lebendiges Unterhaltungserlebnis.

AI Sound Pro beeindruckt durch den hervorragenden Klang des virtuellen 9.1.2 Surround-Sounds aus den integrierten Lautsprechern des Fernsehers. Für ein einheitliches Audiosystem kombiniert WOW Orchestra nahtlos die LG Soundbar sowie die Lautsprecher des TVs und sorgt so für ein faszinierendes 3D-Klangerlebnis.

webOS Smart-TV-Plattform

LGs webOS Re: New-Programm ermöglicht ein Upgrade auf die neueste Version der webOS Smart-TV-Plattform, um Nutzern in den nächsten fünf Jahren immer das aktuellste Nutzungserlebnis bieten zu können. Das Angebot gilt für die LG QNED Mini LED 8K-Modelle, die bereits im Jahr 2022 auf den Markt gekommen sind (QNED99 und QNED95 Serie) und wird in Zukunft auf weitere Modelle der QNED TV-Reihe weltweit ausgeweitet.

Über die LG webOS Smart-TV-Plattform können Nutzer individuelle Profile erstellen und an ihre Vorlieben anpassen. Die TV-Geräte unterscheiden auf Grundlage der Nutzerprofile zwischen verschiedenen Stimmen und können personalisierte Empfehlungen anbieten, indem sie Muster aus der umfassenden Nutzungshistorie interpretieren.

Darüber hinaus verfügt der Hauptbildschirm der neuesten Version von webOS über die Dynamic Q Card, für einen schnellen und mühelosen Zugriff auf die Dienste, die in Kategorien wie Home Office, Home Hub, Sport und Spiele unterteilt sind. Zudem unterstützen die LG 2024 QNED-Fernseher auch Apple AirPlay und Chromecast. So werden Konnektivität und Kompatibilität mit mobilen Geräten verbessert.

Davon profitieren können auch Nutzer mit körperlichen oder geistigen Einschränkungen: Die LG 2024 QNED-Fernseher bieten eine Reihe von barrierefreien Funktionen, darunter spezielle Menüeinstellungen, Avatare in Gebärdensprache, Fernbedienungs-Tutorials und Anleitungen zur schnellen Problemlösung.

Das komplette deutsche QNED TV-Line-up für 2024 sowie die dazugehörigen UVPs wird LG Anfang März bekannt geben.

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

LG „REINVENT YOUR FUTURE“

KI-Technologie zum Kundennutzen

Auf seiner World Premiere-Pressekonferenz anlässlich der CES in Las Vegas hat LG seine Zukunftsvision „Reinvent your future“ vorgestellt. CEO **William Cho** bekräftigte das ehrgeizige Ziel des Unternehmens, sich in eine Smart Life Solution Company umwandeln zu wollen. Dazu gehöre es, Produkte und Services über das Zuhause der Kunden hinaus zu entwickeln und das Geschäft des Konzerns um Gebiete wie Mobilität, das B2B-Geschäft und virtuelle Lösungen zu erweitern. Um in allen Bereichen besser zu werden, will sich LG laut Cho künftig auf fünf Schlüsselelemente konzentrieren: Betreuung, Konnektivität, Anpassung, Dienstleistungen und Nachhaltigkeit.

KI sammelt weltweit Informationen

Künstliche Intelligenz (KI) stellt für LG einen der wichtigsten Faktoren dar, um auch künftig als globales Unternehmen erfolgreich zu sein. LG definiert KI als „Affectionate Intelligence“. Diese Bezeichnung soll zum Ausdruck bringen, dass der Einsatz von KI für eine noch angenehmere sinnliche Wahrnehmung und ein noch positiveres emotionales Erleben von LG-Produkten sorgen soll.

Cho´s Erklärung bezieht sich unter anderem darauf, dass viele Unternehmen auf internetbasierte Daten zurückgreifen müssen, um ihre KI weiterzuentwickeln. LG hat dagegen den Vorteil, auf Daten aus dem echten Leben zurückgreifen zu können. Diese werden aktuell von Milliarden vernetzter Geräte gesammelt, darunter intelligente Produkte von LG und eine breite Palette von IoT-Geräten. Dieser Datensatz kann wertvolle Einblicke in die Interaktionen zwischen Kunden und Geräten sowie in die Umgebungen, Verhaltensmuster und emotionalen Zustände der Kunden liefern.

Sicherheit für KI-Daten

Eine wesentliche Rolle bei der Analyse und Verarbeitung der Datenmengen spielt das LG AI Brain, das von William Cho auf der Pressekonferenz in Grundzügen erklärt wurde. Dabei handelt es sich um eine leistungsstarke Verarbeitungsmaschine, die von LGs Sprachmodell (LLM) angetrieben wird. Auf dieser Basis nutzt die KI die bestehenden Benutzerdaten, um auf die Bedürfnisse der LG-Kunden einzugehen, fortschrittliche Denkprozesse durchzuführen und entsprechend optimale Lösungen zu entwickeln. Dabei ist sich LG seiner ethischen Verantwortung für den Einsatz von KI stets bewusst. Das Unternehmen entwickelt ausschließlich KI-Systeme, die allen Nutzern zugutekommen, sicheres Verhalten fördern und die Sicherheit aller gesammelten persönlichen Daten gewährleisten. Sichergestellt wird dies unter anderem durch das Datensicherheitssystem LG Shield. Es schützt personenbezogene Daten und Informationen in jeder Phase des Prozesses – von der Erfassung über die Speicherung bis hin zur Nutzung.

Smart Home intuitiv steuern

LG Vizepräsident **Jung Kihyun** erläuterte wie die KI in das Leben der Kunden Einzug halten kann. Er präsentierte zu diesem Zweck einen Entwurf für das KI-basierte Smart Home von LG. Dazu gehöre unter anderem die nun in die ThinQ-Plattform integrierte „Affectionate Intelligence“-Technologie sowie der neue Dienst ChatThinQ. Bei letzterem handelt es sich um einen generativen KI-Chatbot, der natürliche Gespräche mit Kunden ermöglicht. Ebenfalls neu vorgestellt wurde mit „3D Home View“ eine 3D-Visualisierung des eigenen Zuhauses, die es möglich macht, technische Komponenten innerhalb der eigenen vier Wände über eine integrierte Steuerung intuitiv zu bedienen und zu kontrollieren.

LG webOS Upgrade: Mit der neuesten Version von webOS können Besitzer von LG Smart TVs ein noch individuelleres TV-Erlebnis genießen. Der Startbildschirm begrüßt den Nutzer mit individuellen Empfehlungen, die Benutzeroberfläche lässt sich einfach anpassen und mit minimalem Aufwand auf den jeweiligen Nutzer zuschneiden. Zusätzlich sortiert die Quick Card UI verschiedene Inhalte und Dienste intuitiv in Kategorien wie Musik, Spiele und Sport innerhalb einer benutzerzentrierten Oberfläche, die dem Design von mobilen Benutzeroberflächen ähnelt. Fortschrittliche Sicherheitstechnologien und ein optimiertes Betriebssystem sorgen während der gesamten Nutzung für sehr hohe Stabilität und Sicherheit sowie einen reibungslosen Ablauf.

LG hat jüngst seine Vision vorgestellt, sich zu einer Medien- und Unterhaltungsplattform zu entwickeln, die einzigartige Inhalte und Dienste bereitstellt, welche den unterschiedlichen Lebensstilen und Vorlieben seiner Kunden gerecht werden. LG wird daher langfristig signifikant in sein webOS-Business investieren. Das webOS-Betriebssystem, das weltweit auf mehr als 200 Millionen LG Smart TVs zum Einsatz kommt, soll durch regelmäßige Updates funktionell weiterentwickelt und das Nutzungserlebnis für Anwender revolutioniert werden, indem die Vielfalt angebotener kurierter Inhalte und nützlicher Dienste und Services kontinuierlich ausgebaut wird.

Ab Anfang 2024 wird LGs webOS Re:New-Programm für die TV-Modellreihen Z2, G2, C2, B2, A2 inklusive LG OLED Posé (LX1) und LG OLED Flex (LX3) sowie die LG 8K QNED TVs ein Upgrade auf eine neuere Version des webOS-Betriebssystems anbieten. Ziel des Programms ist es, Nutzern über einen Zeitraum von fünf Jahren die jeweils aktuellste webOS-Version für ihren LG Smart TV zur Verfügung zu stellen. Dieses Upgrade soll das Home-Entertainment-Erlebnis auf den neuesten Stand heben und neue Funktionen zur Verfügung stellen, die in aktuelleren bOS-Versionen eingeführt wurden.

SAMSUNG CES
Start für die AI-Bildschirme

Let the show begin: Auf der CES 2024 hat Samsung seine Neuheiten im QLED-, MICRO LED-, OLED- und Lifestyle-Portfolio vorgestellt. Heimlicher Star der Präsentation war der neue AI-Prozessor NQ8 AI Gen3, der für Samsung die Ära der AI-Bildschirme einläutet und die Rolle von Smart TVs neu definiert. Das aktuelle Lineup besticht nicht nur mit verbesserten Bild- und Tonqualitäten, sondern auch mit AI-gestützten Funktionen, die mit Samsung Knox gesichert werden.

„In dieser rundum vernetzten Welt ist es nicht mehr nur unser Anspruch, mit hochwertiger Bildqualität faszinierende Seherlebnisse zu schaffen. TVs können unser Leben bereichern – am Bildschirm und sogar abseits davon", sagt SW Yong, President und Head of Visual Display Business bei Samsung Electronics. „Unsere neuen AI-Bildschirme, bei denen Künstliche Intelligenz direkt in die Geräte integriert ist, können zum Herzstück im smarten Zuhause werden. Mit anderen kompatiblen Geräten im Haus verbunden, ermöglichen sie Nutzern einen flexibleren Lebensstil."

Der Samsung AI-Prozessor NQ8 AI Gen3 kann mit seinen 512 neuronalen Verarbeitungseinheiten das TV-Bild wesentlich exakter und schärfer darstellen und ist deutlich leistungsfähiger. So sorgt das 8K-Upscaling von Inhalten mit niedriger Auflösung auch bei 8K für eine ultrahohe Bildauflösung mit optimaler Schärfe, brillanten Farben und hohem Kontrast.

AI-Power für den Neo QLED 8K

Die neuen Neo QLED 8K- und 4K-Fernseher von Samsung bieten nahezu lebensechte Bildqualität, hochwertige Audiotechnologie und eine Vielzahl von Apps und Diensten. Das Highlight im 2024 Neo QLED 8K ist der neue und bisher leistungsstärkste TV-Prozessor von Samsung: der NQ8 AI Gen3. Er verfügt über eine doppelt so schnelle neuronale Verarbeitungseinheit (NPU) wie sein Vorgänger. Die Anzahl der neuronalen Netze hat sich von 64 auf 512 verachtfacht, sodass Inhalte auf dem Bildschirm wesentlich exakter und schärfer dargestellt werden können. Dank dieses starken Prozessors ist die 2024er-Reihe sichtbar leistungsfähiger.

Die Neo QLED-Reihe bietet außerdem eine Reihe von Funktionen zur Verbesserung der Bildqualität und des Designs:

- **8K AI Upscaling Pro1:** Nutzt NQ8 AI Gen3 für verbessertes 8K-Upscaling und skaliert Inhalte mit niedriger Auflösung hoch bis hin zu ultrahoher Auflösung.

- **AI Motion Enhancer Pro2:** Löst die immer wieder aufkommenden Probleme bei der Übertragung von Sportereignissen, zum Beispiel, wenn es bei Fußballspielen zu Ballverzerrungen kommt. Es erkennt automatisch die Sportart und nutzt Deep Learning, um das richtige Ballerkennungsmodell anzuwenden.

Sportarten werden automatisch erkannt – bei Sportübertragungen mit sehr schnellen Sequenzen konnten bisher Verzerrungen und Unschärfen auftreten. Dies wird bei den neuen Samsung-TVs durch KI und Deep Learning korrigiert.

- **Real Depth Enhancer Pro:** Fügt mit Hilfe von AI, die Mini LEDs präzise steuern kann, Details zu sich schnell bewegenden Szenen hinzu. Ausgewählt werden dafür solche Motive, auf die sich das menschliche Auge von Natur aus konzentrieren würde. Sie rücken in den Vordergrund und erscheinen damit lebensnah und dreidimensional.

- **Infinity Air Design:** Ergänzt die hohe Bildqualität des Neo QLED 8K mit einer Bildschirmtiefe von nur 12,9 mm. So wird ein immersives Seherlebnis möglich, bei dem die hohe Auflösung und hervorragende Klangqualität ohne Ablenkung zur Geltung kommen. Der integrierte „Mystic Floating Stand" erzeugt einen faszinierenden Spiegeleffekt, mit dem der Fernseher in seiner Umgebung zu schweben scheint.

Auch im Audio-Bereich hat der Neo QLED 8K von Samsung deutlich zugelegt:

- **2024 Q-Symphony:** Ermöglicht es, mehrere kabellose Lautsprecher und eine Soundbar an einen Fernseher oder Projektor anzuschließen, um eine perfekte Audio-Synchronisierung zwischen Fernsehsendungen, Filmen und Musik zu erzielen. Die Funktion synchronisiert den Fernseher mit den kabellosen Lautsprechern und der Soundbar.

- **Active Voice Amplifier Pro:** Ein Samsung-eigener AI-Booster für Dialoge, der Deep-Learning-Technologie nutzt, um die Qualität von Dialogen und Stimmen zu verbessern. Dazu trennt er Stimmen von der übrigen Geräuschkulisse und verstärkt die Dialoge, sodass man den Gesprächen besser folgen kann – unabhängig von der Lautstärke.

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

RING Bewegungserkennung für ein ganz sicheres Zuhause

Das kennt jeder: Es klingelt, aber man kann gerade nicht zur Tür. Drinnen bricht Hektik aus, draußen steht der Besuch im Regen und fragt sich, ob überhaupt jemand zuhause ist. Höchste Zeit für einen digitalen Portier. Zum Beispiel von Ring, zum Beispiel eine Ring Video Doorbell, darüber kann in Echtzeit mit dem Besuch gesprochen werden. Doch was, wenn das gerade nicht geht oder man einfach nicht möchte? Für diese Situationen gibt es jetzt die Quick-Replies-Funktion – ab sofort auch in deutscher Sprachausgabe. Diese ermöglicht es Ring Video Doorbells, stellvertretend für die Leute in der Wohnung zu reagieren, wenn es an der Tür klingelt.

Automatische Antworten, wenn es klingelt

Diese „Quick-Replies"-Funktion lässt sich einfach ohne zusätzliches Abonnement über die Ring-App ein- oder ausschalten. Anwender können individuell festlegen, wie lange es dauert, bis ihre Videotürklingel nach dem Drücken der Klingeltaste automatisch mit einer Antwort reagiert – von „sofort" bis „20 Sekunden". Ist die Funktion in der App aktiviert, können Nutzer:innen aus voreingestellten Antworten auswählen, wie die Ring Video Doorbell auf ein Türklingeln reagieren soll. Zum Beispiel mit der Aufforderung an einen Zusteller, das Paket draußen abzulegen. Darüber hinaus ist es möglich, den Besuch zu bitten, eine Nachricht zu hinterlassen, die sie sich später anhören können. Um die Aufzeichnung später im Ereignisverlauf der Ring-App anhören zu können, ist ein zusätzliches Ring-Protect-Abonnement erforderlich. Die Entscheidung darüber, ob und welche Aufnahmen gespeichert werden, liegt hierbei stets in der Hand der Nutzer:innen. Übrigens ist die deutsche Sprachausgabe der Quick-Replies-Funktion jetzt auch in der Ring-App verfügbar.

Vorhang auf für die Ring Indoor Cam

Die erste Ring Kamera wurde speziell für den Innenbereich entwickelt. Die dritte Generation der Ring Stick Up Cam bietet drei Arten der Stromversorgung: Plug-In, Battery oder Solar. Dank kompakter Abmessungen kann die Ring Indoor Cam flexibel nahezu überall installiert werden und bietet modernste Funktionen wie HD-Videoübertragung mit 1.080p, Bewegungszonen, Nachtsicht, Gegensprechfunktion und bewegungsaktivierte Aufnahmen. Zum Schutz der Privatsphäre können die Audio- sowie Bewegungsaufzeichnungen komfortabel per App aktiviert und deaktiviert werden – eine Kontrollleuchte direkt an der Kamera zeigt an, ob die Ring Indoor Cam gerade aufzeichnet oder ein Live-Video überträgt.

Außerdem kündigte Ring die dritte Generation der Ring Stick Up Cam an. Die neueste Version der vielseitigsten Sicherheitslösung von Ring ist für den Einsatz innen wie außen geeignet und ebenfalls in drei Varianten erhältlich. Mit 1.080p HD-Video, Bewegungserkennung, Nachtsicht, Gegensprechfunktion und weitem Sichtfeld kommen Sicherheit und Schutz mit der flexibel nutzbaren Stick Up Cam genau dorthin, wo sie benötigt werden.

Die Ring App ermöglicht die bequeme Verlinkung von Indoor Cam und Stick Up Cam mit kompatiblen Smart-Home-Geräten – für ein ebenso smartes wie sicheres Zuhause. Beide Kameras können mit ausgewählten Alexa Geräten kommunizieren. Simple Sprachbefehle wie „Alexa, zeige mir den Garten" oder „Alexa, rede mit dem Wohnzimmer" reichen aus, um Live-Video zu starten oder mit anderen zu sprechen.

Ring Indoor Cam-Highlights:

- Kleiner Formfaktor für eine flexible Installation
- HD-Video in 1.080p
- Gegensprechfunktion
- Live-Video
- Bewegungserkennung und bewegungsaktivierte Aufnahme

www.ring.com

RING-Erfinder „Wir sorgen für sichere Nachbarschaften"

Jamie Siminoff, der Erfinder von Ring, arbeitete in der Garage an seiner nächsten großen Erfindung, als er bemerkte, dass er den Paketboten immer wieder verpasste, weil er die Türklingel nicht hören konnte. Als er feststellte, dass es keine Türklingel gab, die mit dem Internet verbunden werden konnte, baute er die erste Version der Ring Video Doorbell, damit er während der Arbeit die Tür öffnen konnte. Auch Jamies Frau nutzte das Gerät und erklärte, dass sie sich so wesentlich sicherer fühlte, wenn sie allein zuhause war, da sie auf ihrem Handy sehen konnte, wer vor der Tür stand. Seitdem hat sich aus einem einzelnen Produkt eine vollständige Produktreihe mit Geräten und Dienstleistungen für die Heimsicherheit entwickelt. „Wir bei Ring entwickeln nicht nur ein Geschäftsmodell. Wir sorgen für sicherere Nachbarschaften", betont Jamie Siminoff.

AGFAPHOTO MIT KAMERAS

Im neuen Jahr erweitert AgfaPhoto – ja, die Marke gibt es noch – sein Angebot an Digitalkameras und bringt zwei komplette Vlogging-Pakete auf den Markt: eine Version mit optischem Zoom „VLG4KOPT“ und eine Version mit digitalem Zoom „VLG4K“. Das AgfaPhoto-Sortiment wurde außerdem um die DC9200 erweitert, eine neue kompakte Digitalkamera mit 10-fachem optischen Zoom.

Die Realishot VLG4K-OPT soll „hochwertige Fotos und Videos mit optimalen Voraussetzungen“ aufnehmen, so die Ankündigung. Ausgestattet ist sie mit 5-fachem optischen Zoom und einem 8-fachen digitalen Zoom für eine 13-fache Gesamtvergrößerung. Der 12-MP-Sensor, geliefert von Sony, soll für „lebensecht wirkende Fotos und 4K-Videos“ sorgen.

Die neue Realishot DC9200 bietet ein 10-faches optisches Zoom. Die in zwei Farben erhältliche Digitalkamera erzeugt Fotos mit bis zu 24 Megapixeln. Einstellbar sind – laut Pressetext – „verschiedene Bildqualitäten: soft, normal oder lebhaft“. Ausgestattet mit einem CMOS-Sensor, soll die Kamera für eine „perfekte Balance zwischen Aufnahmegeschwindigkeit und Stromverbrauch“ sorgen.

Realishot VLG4K-OPT – komplizierter Name für einfache Kamera. Mit 5X optischem Zoom, Stativ mit Akku, Micro-SD-Karte, Mikrofon plus Fernsteuerung. Und dank schwenkbarem Display stets volle Kontrolle. Die Realishot DC9200 ist besonders kompakt und liefert 24 Megapixel-Ergebnisse.

www.agfaphoto-gtc.com

PANASONIC MIT WELTREKORD

Mit einem neuen optischen Design und einem neu entwickelten Dual-Phase-Linearmotor ist das jetzt vorgestellte Lumix S 100 mm mit einem Gewicht von rund 298 g das weltweit kleinste und leichteste Makroobjektiv mit fester Brennweite im mittleren Telebereich. Das leichte, kompakte Design ermöglicht Mobilität und Flexibilität in einer Vielzahl von Aufnahmesituationen. Das Objektiv soll mit seiner 100-mm-Brennweite nicht nur Nahaufnahmen in Lebensgröße, sondern auch beeindruckende Porträts ermöglichen. Darüber hinaus arbeitet das Objektiv dank des neu entwickelten Linearmotors geräuschlos und unterdrückt Fokus-Breathing, was es ideal für Videoaufnahmen macht. Geboten wird außerdem eine Blendensteuerung in Mikroschritten für sanfte Belichtungsänderungen sowie die Möglichkeit, zwischen linearen und nichtlinearen Fokusringeinstellungen zu wählen.

- Fortschrittliches, kompaktes optisches Design mit neuem Doppelfokussystem und neu entwickeltem Zweiphasen-Linearmotor

- Erfasst jedes Detail des Motivs und erzeugt ein für Makroobjektive mit mittlerem Brennweitenbereich sehenswertes Bokeh
- Geräuscharmer Betrieb dank eines neu entwickelten Zweiphasen-Linearmotors

Lieferbar zum UVP von 1.100 Euro.

www.panasonic.de

VOIGTLÄNDER MIT OBJEKTIVEN

Voigtländer stellt sein neues Nokron 28 mm asphärisches Weitwinkelobjektiv mit Lichtstärke 1,5 für das Leica M-Bajonett vor. Das Objektiv ist in zwei Varianten erhältlich: der Typ I, gefertigt aus Aluminium, wiegt 250 g und ist in mattschwarzer Lackierung oder Silber (Abb.) erhältlich. Der Typ II, hergestellt aus Messing, bringt aufgrund seines höheren Gewichts von 330 g eine besondere haptische Qualität mit und ist sowohl in schwarzer als auch in silberner Lackierung erhältlich.

Besonders bemerkenswert ist der mitgelieferte Fokussierstab beim Typ II-Objektiv, der ein neues manuelles Fokussierungserlebnis bietet. Der aus Metall gefertigte Stab kann in der Fingermulde eingesetzt werden, indem die Schraube in der Fingermulde gelöst und der Stab eingeschraubt wird. Somit lässt sich die Zonenfokussierung durch den Winkel des Stabes nochmals intuitiver einstellen. Beispielsweise beträgt die eingestellte Entfernung etwa 1 Meter, wenn er in die 6-Uhr-Position gedreht wird.

12 Blendenlamellen sollen für einen sanften Schärfeverlauf sorgen, die Nahgrenze von 50 cm bietet zudem die Option einer interessanten perspektivischen Gestaltung des jeweiligen Motivs. Eine 28 mm-Brennweite hat neben der klassischen Landschaftsfotografie noch vielfältige andere Einsatzzwecke, wobei das Objektiv mit einer Länge von 45,5 mm und einem kompakten 43-mm-Filterdurchmesser mobil und flexibel bleibt. Der UVP für die Ausführung Typ I liegt bei 1.050 Euro, für Typ II bei 1.150 Euro.

Das ebenfalls neue Voigtländer Nokton 40 mm RF-Mount mit der beachtlichen Lichtstärke von 1,2 – nach dem im Herbst 2023 vorgestellten 50 mm F1.0 – wurde exklusiv auf die Bildsensoren des Canon R-Systems abgestimmt und optimiert. Die Objektivkonstruktion besteht aus acht Elementen in sechs Gruppen. Zwei Linsenelemente wurden doppelseitig asphärisch ausgeführt, was zu einer hohen Abbildungsleistung beitragen soll, selbst bei Offenblende wird eine überzeugende Schärfe in den Randbereichen geboten. Die hohe Lichtstärke ermöglicht beeindruckende Resultate in der Available-Light-Fotografie und bietet einen breiten Spielraum beim Wechsel der Schärfeebenen. Zudem konnte eine Nahgrenze von nur 30 cm realisiert werden, was bei der Bildkomposition interessante kreative Perspektiven aufzeigt. Bei der Blendenkonstruktion wurde auch an die Videospezialisten gedacht: Durch einen Umschaltmechanismus lässt sich die Blende von 1/3-Klickstufen auf eine stufenlose, und damit komplett lautlose Einstellung ändern.

Über elektronische Kontakte kommuniziert das Objektiv mit dem jeweiligen Canon-Body. Zusätzlich zu den Exif-Informationen und der kameraeigenen 3-Achsen-Bildstabilisierung unterstützt das Objektiv drei Arten der Fokusfunktionen (Vergrößerung, Fokus-Peaking und Fokusführung). Durch die Assist-Funktionen der Canon R-Kameras lässt sich die Schärfe äußerst präzise einstellen und bringt das manuelle Fokussieren auf ein neues Level. Nicht zuletzt passt auch das sachliche Außendesign des Objektivs perfekt zu den Canon-Kameras der R-Serie und bildet zusammen eine harmonische Einheit. Der UVP liegt bei 1.000 Euro.

www.ringfoto.de

CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

BMW PHOTO AWARD LEIPZIG WIRD ALLE ZWEI JAHRE VERLIEHEN

Mit dem neuen BMW Photo Award Leipzig werden künftig alle zwei Jahre Künstlerinnen und Künstler gefördert, die entweder einen biografischen Bezug zu Leipzig und der Region haben oder sich in ihrer künstlerischen Arbeit bewusst mit der Stadt und ihrer Umgebung auseinandersetzen. Voraussetzung ist die Arbeit im Medium Fotografie oder in verwandten Bildmedien.

Jeweils drei Preisträger ermittelt eine wechselnde, international besetzte Jury, bestehend aus Künstlern, Kuratoren, Kunsthochschulprofessoren und anderen Fachleuten. Jedes Jurymitglied schlägt drei Positionen vor. Der Preis ist mit 5.000 Euro je Künstler dotiert und mit einer gemeinsamen Ausstellung inklusive Katalog im MdbK verbunden.

BMW Photo Award Leipzig 2024 – erstmalige Vergabe durch BMW und Museum der bildenden Künste Leipzig: Susanne Keichel, Margit Emmrich und Stephan Takkides wurden jetzt ausgezeichnet.

Junge Positionen im Blick

Mit der Auslobung des Preises verbinden BMW und das MdbK mehrere Anliegen. Zunächst geht es um eine allgemeine Stärkung des Fotografiestandortes Leipzig und der hier arbeitenden Fotografinnen und Fotografen. Vor allem junge Positionen und solche, die aus Sicht der Jury bislang nicht angemessen öffentlich gewürdigt wurden, sollen in den Blick genommen werden. Darüber hinaus ist der Preis Ausdruck des hohen Stellenwerts der Fotografie am MdbK und der seit über 20 Jahren andauernden Zusammenarbeit des Hauses mit BMW in diesem Bereich. Schließlich soll die Ausstellung der prämierten Arbeiten einen künstlerischen Beitrag zur gesellschaftlichen Selbstvergewisserung über Geschichte und Gegenwart der Stadt und mögliche Perspektiven für ihre Zukunft leisten.

Die Preisverleihung findet am 6. Juni 2024 im Rahmen der Eröffnung der Ausstellung (7. Juni – 15. September 2024) statt.

Die Jury

Die Jury für den ersten BMW Photo Award Leipzig tagte Anfang Dezember 2023 im MdbK. Ihre Mitglieder waren Ines Schaber (Professorin für Fotografie und Medien, Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig), Inka Schube (Kuratorin für Fotografie, Sprengel Museum Hannover), Andrzej Steinbach (Künstler, Berlin), Christoph Wiesner (Direktor der Rencontres de la Photographie d'Arles) und Philipp Freytag (Kurator für Fotografie und Medienkunst am MdbK). Die drei Preisträger wurden von der Jury mit einem einstimmigen Votum bestimmt.

Die Preisträgerinnen und Preisträger

Margit Emmrich, geboren 1949 in Chemnitz, aufgewachsen in Leipzig.

„Margit Emmrichs Werk hat einen beträchtlichen Stellenwert für das Bildgedächtnis der Stadt Leipzig wie auch Ostdeutschlands und des vereinigten Deutschland insgesamt. Das gilt für die von ihr dokumentierten gesellschaftlichen Zustände und entwicklungspsychologischen Sachverhalte ebenso wie für ihren fotografischen Ansatz. Die von ihr betriebene humanistisch geprägte sozialdokumentarische Fotografie vereint einen hohen bildnerischen Anspruch mit konkreten soziologischen Fragestellungen. Damit ist sie beispielhaft für die Tradition der Leipziger Fotografie im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts." (Philipp Freytag, Kurator für Fotografie und Medienkunst am MdbK)

Susanne Keichel, geboren 1981 in Dresden. „Susanne Keichel beschäftigt sich in ihrer Arbeit mit Fragen von Rassismus, Klassismus und sozialer Gerechtigkeit. Dabei schafft sie Bildräume, die Stereotypen hinterfragen und Sichtbarmachung erproben." (Ines Schaber, Professorin für Fotografie und Medien, Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig)

Stephan Takkides, geboren 1981 in Canterbury. „Stephan Takkides ist ein in Deutschland eingebürgerter britisch-zyprischer Fotograf und Künstler. In seiner mehr-kanaligen Videoarbeit Naturalization (Einbürgerung/Naturalisierung) untersucht er die Beziehung von Natur und nationaler Identität, wobei er verschiedene Perspektiven und Erzählstränge miteinander verschränkt." (Ines Schaber, Professorin für Fotografie und Medien, Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig)

Die BMW Group und das MdbK

Seit 18 Jahren verbindet die BMW Group und das MdbK eine erfolgreiche Partnerschaft. Den Grundstein legte 2005 die Schenkung der umfassenden Fotosammlung Auto-Werke: Europäische und amerikanische Fotografie mit über 70 Arbeiten – etwa von Thomas Demand, Thomas Struth, Rineke Dijkstra und Candida Höfer – anlässlich der Eröffnung des Museumsneubaus und der Inbetriebnahme der Leipziger BMW-Produktionsstätte. Die BMW Niederlassung Leipzig und die BMW Group haben seitdem das Museum regelmäßig bei Ankäufen und Ausstellungen unterstützt. 2023 haben beide Partner langfristige Zusammenarbeit vereinbart mit dem Ziel, dass BMW die Initiativen des MdbK für zeitgenössische Fotografie fördernd begleitet und unterstützt. Neben dem Award gehört dazu die Förderung von Ausstellungen – wie aktuell Evelyn Richter.

Das Kulturengagement der BMW Group mit exklusiven Updates und tieferen Einblicken in die weltweiten kulturellen Initiativen kann auf Instagram unter @BMWCultureGroup verfolgt werden.

Ringfoto, Europas größte Einkaufskooperation für Fotohändler, freut sich zum Start dieses interessanten Jahres, **Christian Laxander** als renommierten Trainer in seinem Team begrüßen zu dürfen. Mit seiner reichen Erfahrung und seinem Fachwissen wird Christian Laxander eine entscheidende Rolle dabei spielen, die Schulungs- und Entwicklungsinitiativen von Ringfoto weiter zu stärken und zu bereichern. Darüber hinaus kündigt Ringfoto eine bedeutende Zusammenarbeit mit dem renommierten Photo+Medienforum Kiel an. Diese strategische Partnerschaft wird eine Plattform bieten, um im Ringfoto Campus in Fürth Fachwissen und Ressourcen zu teilen, um die Bildungsangebote für Fotografen und Händler auf ein neues Niveau zu heben. Ein weiterer Meilenstein ist die Einführung eines zusätzlichen Schulungsraums mit Bistro, der Teil des Engagements von Ringfoto sein wird, die bestmöglichen Schulungsbedingungen für Ringfoto Mitglieder und Mitarbeiter zu bieten. „Das Jahr 2024 markiert einen bedeutenden Wendepunkt für den Bereich Academy bei Ringfoto", so **Martin Wagner**, Leiter Trends & Training. „Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit mit Christian Laxander, die Erweiterung unserer Partnerschaften und die Einführung des zusätzlichen Schulungsraums. Diese Entwicklungen werden es uns ermöglichen, unseren Kunden erstklassige Schulungs- und Entwicklungsmöglichkeiten anzubieten und unsere Position als führendes Unternehmen in der Fotobranche weiter zu stärken."

RINGFOTO ACADEMY

www.ringfoto.de