P.O.S. Media GmbH · Postfach 110931 · 40545 Düsseldorf · Pressesendung G 50360 · 21. Jahrg. · D € 3,25; A € 3,35; CH sfr. 5,–

CE&TRADE
digitalMarkt
Juni 2023
www.ce-trade.de

Welche Produkte und Dienstleistungen werden von Leserinnen und Lesern der Süddeutschen Zeitung favorisiert? Die Antwort auf diese Frage liefert zweimal im Jahr das Gütesiegel „Deutschland Favorit", welches das international tätige Marktforschungsunternehmen Statista gemeinsam mit dem SZ-Institut der Süddeutschen Zeitung ins Leben gerufen hat.

Das Gütesiegel erhalten genau jene Produkte, die in einer Umfrage unter Leserinnen und Lesern so gut abgeschnitten haben, dass sie sich mit Fug und Recht als „Deutschland Favorit" bezeichnen können. Die beiden Partner vertrauen dabei nicht nur der Weisheit der Vielen, sie greifen auch auf die jahrelange Erfahrung eines Expertenrats zurück, der die Produkte ebenfalls benotet.

Jetzt liegen die aktuellen Ergebnisse des ersten Durchgangs für das Jahr 2023 vor; auf dieser Seite eine erste Auswahl. Alle ausgezeichneten Produkte finden sich in der Gewinnergalerie auf www.deutschland-favorit.de. Übrigens konnten schon 327 Gewinnerprodukte von 271 Marken von der Auszeichnung profitieren.

Zweimal im Jahr werden die Leserinnen und Leser der Süddeutschen Zeitung nach ihrem Urteil gefragt

DEUTSCHLAND FAVORIT 2023 entschieden

Canon EOS R6 Mark II Canon hat auf das Feedback der Benutzer der EOS R6 gehört und wichtige Kamerafunktionen auf die nächste Stufe gebracht. Die EOS R6

Mark II bietet mehr als 70 Verbesserungen, darunter einen kamerainternen Bildstabilisator (IBIS) und eine intelligente Motiverkennung. Die Möglichkeit, mit 40 B/s bei voller Schärfe-Nachführung zu fotografieren, eröffnet ganz neue kreative Möglichkeiten, insbesondere in der Sport- und Wildlife-Fotografie.

De'Longhi Magnifica S Dieser perfekt designte Kaffeevollautomat bereitet einfach auf Tastendruck vollmundigen Kaffee mit cremigem Milchschaum zu. Sein Twin-Shot-System brüht zwei Espresso-Tassen gleichzeitig, und der Milchschaum

ist cremig dank des manuellen, verstellbaren Milchaufschäumers. Die Bohnen werden dank der integrierten Mahltechnologie immer frisch gemahlen. Sowohl das Aroma als auch die Menge sind anpassbar, sodass Kaffeespezialitäten einfach auf Knopfdruck zubereitet werden.

Medion Erazer Beast X40 High-End-Notebook Das Gespann aus dem aktuellen Intel Core i9-13900HX Prozessor und der NVIDIA GeForce RTX 4080 Grafikkarte nimmt es mühelos mit Desktop-Systemen auf und bietet zu Hause oder unterwegs erstklassige Gaming-Erlebnisse. Rasante Framerates und

beeindruckende Raytracing-Lichteffekte sehen auf dem kontraststarken 17-Zoll-Display mit QHD+ Auflösung absolut brillant aus. 240 Hertz Bildrate garantieren zudem eine reaktionsschnelle Darstellung.

Panasonic LUMIX S5II Mit ihren herausragenden Leistungen im Foto- und Videobereich und einem erstaunlich kompakten, robusten Gehäuse erfüllt diese spiegellose Vollformatkamera die hohen Anforderungen von ebenso anspruchsvollen wie kreativen Foto- und Video-Enthusiasten – bei außergewöhnlichem Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Basis bildet der Vollformat-CMOS-Sensor mit 24 Megapixeln und ein ebenfalls neuer Bildprozessor.

E Ink Tab Ultra Durch die fortschrittlichere Hardware und Software ist es wie geschaffen für Fachkräfte in hochproduktiven Environments. Mit dem redesignten System und neuen Accessoires wie einem

magnetischen Keyboard ermöglicht es eine ähnliche Experience zu Tablets und Laptops. Einsetzbar ist das Tablet von Onyx Boox auch als Notebook-Alternative und Zeichengerät.

Consono 35 Impaq „5.1-Set" Die klangstarken Microboxen des Con-

sono 35 aus dem Teufel Portfolio lassen sich kombiniert unauffällig auch in kleineren Räumen unterbringen, ohne dass man auf den Bedienkomfort und die Vielseitigkeit einer Blu-ray-Komplettanlage verzichten muss. Die Systemleistung von 750 Watt und der kabellos ansteuerbare Subwoofer für druckvolle, tiefe Bässe sorgen für eine mitreißende Audio-Performance – so gelingt großer Klang auch in kleineren Räumen.

Der **Jackery Solargenerator 1500 Pro**, mit seinen 25 % industrieführenden und effizienten SolarSaga 200W Panels, seinem 1800 Watt-

Output und dem schnellen Aufladesystem, ist der perfekte Begleiter für umweltbewusste Camper und Outdoorenthusiasten, die nach einem flexiblen All-in-One-Set für ihre Energiebedürfnisse suchen.

Medion X50 SW – ein hochmoderner Saug- und Wischroboter. Er be-

wegt sich mit 360°-Lasernavigation absolut sicher durch die Wohnung. Die optimierte Lasertechnologie hilft ihm dabei, sauber an Wänden entlang zu fahren und Hindernissen präzise auszuweichen. Durch seine besonders geringe Bauhöhe von lediglich 8,5 Zentimetern ist er zudem extra kompakt und passt mit eingebettetem Laserturm spielend unter die meisten Möbel. Die smarte Ladestation lädt den Akku und leert gleichzeitig den Staubbehälter.

www.deutschland-favorit.de

IFA
CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
BERLIN, 1-5 SEP 2023

99 Jahre IFA

Die weltweit bedeutendste Messe für Consumer Electronics und Home Appliances

Die IFA ist der wichtigste Treffpunkt für Handel, Einkäufer, Industrie, Tech-Experten und Medien

Über 180.000 Besucher aus 150 Ländern

2.000 Aussteller inklusive 500 Startups

80 Stunden Vortragsprogramm mit mehr als 250 Rednern

1,5 Mio. Meetings, die 4 Mrd. Umsatz generieren

5.000 Medienvertreter und Influencer

Wir sehen uns ins Berlin!

1. - 5. September 2023. Messegelände Berlin

Unternehmen

Consumer Electronics

AERIX	8
Bowers & Wilkins	9
Euronics	4
gfu	6
Grundig	12
Hisense	14
IFA	7
Lenco	9
LG	8, 10
Loewe	13
Mediamarktsaturn	4
Moon	9
Samsung	4
Sony	14
Telering	4
Telefunken	9
ZVEI	18
Yamaha	8

Foto/Digital Imaging

Amazon	19
Aquapix	16
B.I.G.	16
Canon	18
Fujifilm	17
Leica	16
Nikon	18
Ringfoto	4
Sony	14

Personen

Consumer Electronics

Markus Becker	4
Jan-Peer Brenneke	4
Uwe Cremring	13
Sven Greier	4
Nedzad Gutic	4
Udo Knauf	4
Madeleine Mahr	13
Jochen Mauch	4
Olaf May	4
Ilver Merlin	7
Marco A. Müller	13
Uwe Paul	12
Thomas Putz	13
Daniel Schiffbauer	4, 10
Almuth Schult	4
Jamie Siminoff	19
Marius Stoica	12
Martin Sprenger	4
Georg Tischer	13

Foto/Digital Imaging

Bernd Aufderheide	5
Robert Habeck	4
Ralf Herbrich	4
Christian Müller-Rieker	5
Kim Alexandra Notz	4
A. Schultze-Krumbholz	4
Stephan Uhlenhuth	4

HighEnd-TV mit individuellem Design – das Fernsehgerät, besonders mit großer Bildschirmdiagonale, mutiert immer deutlicher zu einem Teil der Einrichtung. Damit er kein Fremdkörper im Wohnambiente wird, hat LG Fernsehgeräte in speziellen Design-Varianten vorgestellt. Seite 10

Grundig setzt auf Nachhaltigkeit – unter dem Claim „Eingebaute Nachhaltigkeit" hat Grundig ein exklusives Fachhandelskonzept für alle Produktbereiche für eine „grüne" Vermarktung konzipiert. Seite 12

Consumer Electronics

LG: Soundbar-Update	8
AERIX Audio: All-in-One Audio	8
Yamaha: Netzwerk-Receiver	8
LG: Cloud-Gaming-Dienste erweitert	8
Lenco: Bluetooth-Plattenspieler	9
Bowers & Wilkins: Nautilus wird 30	9
Telefunken: TV with me	9
Moon: Vollverstärker	9
LG: Design Premium TVs	10
LG: Interview Daniel Schiffbauer	11
Grundig: Geräte mit eingebauter Nachhaltigkeit	12
Grundig/Beko: 300 Millionen Umsatz	12
Loewe: Ausgezeichnet mit IF Design Award	13
Sony: Dolby Atmos Soundbar	14
Hisense: Drei neue RV-Serien	14

Foto / Digital Imaging

Aquapix: Einfach mal abtauchen	16
Artisan: Tilt-Shift 100-mm-Objektiv	16
Leica: Q3 – Bildauflösung ganz nach Wunsch	16
Fujifilm: Mit KI-Autofokus	17
Sony ZV-1 II: Selfie-Meister	17
Nikon: Kompakte Nikon Z 8	18
Canon: Die leichte EOS R100	18
Amazon: Scharfes, großes 11-Zoll-Display	19

Wirtschaft

Personen	4
Zielscheibe	5
Impressum	5
HEMIX: 1. Quartal 2023	6
IFA 2023: Wie geht es der IFA?	7

Kompakte Kameras für Foto und Video – und weiter geht es mit dem ungebrochenen Trend hin zu Vlogging-Kameras. Keiner der namhaften Hersteller verzichtet auf diese immer noch recht neue Kamera-Spielart – warum auch, die entsprechende DNA haben sie alle im Erbgut. Canon zeigt jetzt mit der PowerShot V10 ein besonders raffiniertes Modell. Seite 18

Hisense mit drei neuen TV-Serien – mit Geräten in den Größen 43 bis 75 Zoll in drei Serien hat Hisense seine Produktpalette deutlich erweitert. Dabei wurde auch an Gamer gedacht. Seite 14

Zippert

Seit 50 Jahren gibt es Mobiltelefone, allerdings wogen die ersten Handys noch 500 kg, man musste sie auf einem Wägelchen hinter sich herziehen und alle fünf Minuten mit Starkstrom aufladen. Mobiltelefonierer wurden damals oft in die Psychiatrie eingeliefert, weil man glaubte, sie würden mit sich selbst reden. Brabbelt heute jemand auf der Straße unzusammenhängendes Zeug vor sich hin, weiß man sofort, der telefoniert. Die Monsterhandys schrumpften zwar bald auf Ziegelsteingröße, kosteten aber immer noch ein Vermögen. Viele, die sich das nicht leisten konnten, liefen mit Ziegelsteinen durch die Einkaufszonen und simulierten Anrufe. Wissenschaftlich bis heute nicht eindeutig geklärt, warum Menschen draußen telefonieren müssen und nicht warten können, bis sie zu Hause sind. Ein Fernsehkrimi ohne Mobiltelefon wäre heute nicht denkbar, weil die meisten Leichen durch Handyortung gefunden werden und Mörder sich dadurch verraten, dass sie zur Tatzeit an einem Sendemast in der Nähe des Tatorts eingeloggt waren. 97 Prozent aller Beziehungen in Filmen gehen zu Bruch, weil jemand im falschen Moment auf das Handy des Partners geguckt hat. Angela Merkel hat mehr als zwei Drittel ihrer Regierungszeit mit dem Lesen oder Abschicken von SMS-Nachrichten verbracht, Christian Lindners Handy kann überall auf der Welt vom Porsche-Chef geortet werden, nur Olaf Scholz ist unerreichbar, er kann sich nicht mehr an die PIN seines Handys erinnern.

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

Zitiert

„Danke, dass Sie Deutschland zeigen, was Transformation bedeuten kann." Wirtschaftsminister **Robert Habeck** anlässlich seiner Teilnahme am ZVEI-Jahreskongress zum Thema grüne und digitale Transformation.
zvei.de

„Blind vertrauen dürfen wir der KI und ihren Ergebnissen nicht – aber wir sollten offen an die Technologie herangehen, mit ihr experimentieren und die vielen Chancen, die sie für die Gesellschaft und Jobs bietet, ergreifen." **Ralf Herbrich**, Geschäftsführer des Hasso-Plattner-Instituts in Potsdam.
turi2.de

„Wir sollten die KI-bedingten Veränderungen ernstnehmen und sie nicht weglächeln, arrogant unterschätzen oder nur als freudvolle, kreative Spielerei betrachten. Denn sie werden – ob wir wollen oder nicht – unser Geschäftsmodell mittelfristig disruptieren." KNSK-CEO **Kim Alexandra Notz** plädiert dafür, KI sinnvoll in die Werbebranche zu integrieren.
horizont.net

„Für Jugendliche sind die Online- und die Offlinewelt eins. Das ist für viele Erwachsene schwer zu verstehen. Da kommt dann als Lösungsvorschlag: ‚Schalt' doch einfach das Handy aus, dann siehst du das alles nicht.' Für Jugendliche wäre das der soziale Tod." Cybermobbing lasse sich auch mit einem Verbot bestimmter Apps wie TikTok nicht vermeiden, sagt die Berliner Forscherin **Anja Schultze-Krumbholz** dem „Spiegel". Vielmehr sollten junge Menschen „zum Eingreifen befähigt" werden, wenn sie problematische Videos sehen.
spiegel.de

TELERING

Udo Knauf, Telering-Geschäftsführer, erläutert die Neuausrichtung des Corporate Designs: „Nach der Neugestaltung der Fachhandelsmarke Technik-Profi, die sich an Endkunden richtet, bekommt auch unsere Verbundgruppe ein neues Design. So ergänzt die Gestaltung unseres Telering-Markenauftritts zeitgemäß den neuen Look der Technik-Profis. Ziel ist, unseren modernen Auftritt konsequent über alle Ebenen umzusetzen."

EURONICS

Martin Sprenger, der über umfassende Projekt- und Digitalisierungsexpertise verfügt, leitet seit Anfang dieses Jahres den Bereich Strategie, Expansion & Transformation der Euronics Deutschland eG.. Nach seinem MBA-Abschluss und vor seiner Tätigkeit bei der Verbundgruppe war Martin Sprenger als Unternehmensberater in mehreren IT- und Beratungshäusern national als auch international tätig.

RINGFOTO

Stephan Uhlenhuth startete zum 1. Juni auf der neugeschaffenen Position „Manager Foto Finishing" bei der Imaging-Verbundgruppe Ringfoto. Zu seinen Aufgaben gehören künftig Markt- und Potenzialbearbeitung, Schaffung von Mehrwerten des existierenden Foto Finishing Business für Ringfoto-Mitglieder sowie zentraler Ansprechpartner für die Themen: Passfoto, Labore, Kiosk und Mini Labs.

ZVEI

Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment von LG Electronics Deutschland, ist neuer Vorsitzender des ZVEI-Fachverbands Consumer Electronics. Schiffbauer über die Aufgaben: „Das Wettrennen um die Eindämmung irreversibler ökologischer Schäden ist im Vollgas-Modus und stellt gerade im Hinblick auf neue Regulierungen für die Consumer Electronics-Industrie ein Gebirge an neuen Aufgabenstellungen."

MEDIAMARKTSATURN

Jan-Peer Brenneke hat zum 1. Mai 2023 die Position als Managing Director Commercial bei der MediaMarktSaturn Deutschland übernommen. Er soll die strategische Weiterentwicklung in den Bereichen Commercial und Category Management stringent fortsetzen. Er tritt damit die Nachfolge von Sven Degezelle an, der unternehmensintern als Country Manager Commercial zu MediaWorld nach Italien wechselt.

SAMSUNG

Nachdem **Olaf May** die ganzheitliche Führung der Vertriebs- und Marketingaktivitäten für die drei Geschäftsbereiche Mobile Experience, TV/AV und Hausgeräte übernommen hat, werden bei der Samsung Electronics GmbH Schlüsselpositionen neu besetzt. **Sven Greier** übernimmt die Funktion als Vice President TV/AV und ist damit übergeordnet für Vertrieb und Produktmanagement des TV/AV Bereichs verantwortlich. Seine Nachfolge im Bereich Mobile eXperience tritt **Markus Becker** an, der zukünftig als Director Sales Mobile eXperience den Vertrieb leitet. **Nedzad Gutic** ist unverändert für die Vertriebsaktivitäten im Bereich Hausgeräte verantwortlich. Das neu ausgerichtete Führungsteam verfügt über langjährige Branchenerfahrung und ist in der Kundenlandschaft bestens vernetzt. „Mit Sven Greier setzen wir auf einen ausgewiesenen Experten mit langjähriger Erfahrung im Unternehmen, um unsere strategischen Ziele im Bereich TV/AV zu erreichen. Als zuverlässiger Partner wird er das Team unterstützen und die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit

dem Fachhandel stärken", sagt Olaf May (Foto), Corporate Vice President bei der Samsung Electronics GmbH. Sven Greier arbeitet bereits seit 2005 bei der Samsung Electronics GmbH und war bisher in unterschiedlichen Leitungspositionen tätig, zuletzt als Vice President Sales Mobile eXperience. Seine bisherigen Aufgaben werden von Markus Becker übernommen, der seit 2008 im Unternehmen ist und bisher die Funktion als Director Open Market im Bereich Mobile eXperience innehatte.

www.samsung.de

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

Berlin Photo Week vorüber – keine Fortsetzung geplant

Es begann im Jahr 2018 recht vielversprechend, setzte sich 2020 auch noch glücklich fort, endet im Mai 2023 abrupt und ziemlich deprimierend. Die Rede ist von der sogenannten Berlin Photo Week (BPW), sogenannt deshalb, weil die Veranstaltung nie eine Woche, sondern stets nur drei oder vier Tage dauerte. Aktuell: Die Week wird nochmals verkürzt, genauer gesagt auf null Tage. Die Messe Berlin, seit 2020 zusammen mit der IMH Imaging Media House GmbH & Co. KG sowie dem BPW-Gründerteam Veranstalter des Events, zog jetzt die Reißleine.

Offiziell heißt es schlicht, dass die Schau „aus wirtschaftlichen Gründen" nicht fortgeführt wird. Und, deutlicher, „die Entwicklung der Veranstaltung führte leider nicht zu dem notwendigen wirtschaftlichen Ergebnis, so dass wir uns gemeinsam mit den Anteilseignern der BERLIN PHOTO WEEK zu diesem Schritt entschlossen haben." Nun lassen Formulierungen wie „wirtschaftliche Gründe" natürlich jede Menge Raum für reichlich Spekulationen, die Kernfrage bleibt: Woran liegt es konkret?

Da gibt es in der Tat einiges zu mutmaßen. Der wahrscheinlich wichtigste Grund für das plötzliche Aus: die Insolvenz des BPW-Gründungsunternehmens EyeEm am 4. April. Diese Firma mit dem komischen Namen erfand die Week Anno 2018 und holte zwei Jahre später die Messe Berlin und die IMH als Mitveranstalter ins Boot. Das zunächst ziemlich plausibel klingende Ziel der Kooperation: Mit aktiver Hilfe, sprich spendierfreudigem Sponsoring der Fotoindustrie, sollte mit Ausstellungen und Veranstaltungen im Stadtgebiet die Week weiterentwickelt werden. Offizielle Ankündigung der IFA: „Berlin wird starke Impulse für Imaging in die ganze Welt senden – gesellschaftlich, wirtschaftlich und kulturell." Die wunderbare Welt der Fotografie sollte zu den Menschen kommen, nämlich ins Stadtzentrum, den Weg zum stets überlaufenen Messegelände (das waren noch Zeiten …) sollten sich die Lichtbildbegeisterten sparen können. Die Planungen für die Photoweek 2020 nahmen zügig Fahrt auf.

Dann kam Corona, dann kam der große Regen. Und dann kam kaum noch jemand. Kein Anlass für Häme: Mit der Pandemie hatte weltweit niemand gerechnet. Also keine reguläre IFA, keine Week in 2020. Jetzt aber volles Rohr für 2021. Als Week-Veranstaltungsort war die Arena Berlin fest gebucht, die Hallenfläche ebenso fest verplant, die Vorträge und Bilderschauen rundum organisiert. Doch die Hartnäckigkeit des Corona-Virus machte auch jetzt wieder einen dicken Strich durch die Week-Wirklichkeit: Keinerlei Fotoschau in der Arena, eingerichtet wurde hier vielmehr das größte Impfzentrum der Hauptstadt.

Nicht wirklich ein Problem für die Mega-City. In Berlin öffnen gefühlt täglich mindestens zehn neue und stets superoriginelle Event Locations ihre meist deutlich angeknabberten Tore. Vermarktet von cleveren Agenturen, die prächtig an der schnellen Müllbeseitigung und dem bunten Aufpeppen von Trümmergrundstücken verdienen. Auch die BPW konnte kurzfristig ausweichen auf das Open-Air-Gelände Haubentaucher. Im Grunde nett gemeint, doch dann kam der erwähnte lästige Regen. Das Areal besteht zum größten Teil aus einem Riesenschwimmbecken, bei Dauerberieselung von oben zeigt das Ganze wenig Charme, von fotogenem Stil und unverwechselbarem Charakter ganz zu schweigen – egal, ob ausgezeichnete Lichtbilder oder hippe Fototechnik gezeigt werden sollen. Kein Glück gehabt, und dann kam auch noch Pech dazu; auf jeden Fall schade für die vielen Mitmacher mit ihren oft frischen Ideen, die hier tatsächlich kollektiv ins Wasser fielen.

Im letzten Jahr konnte die Berlin Photo Week dann doch noch die 20.000 Quadratmeter große Arena Berlin für ihr Konzept nutzen. Fachvorträge, Bilderschauen, Fotoabenteuer, Motivlandschaften – Aktionen rund um die Profi- und Hobbyfotoszene, für jeden etwas, das keinem so richtig gefallen hat. Und zu wenig Impulse, um in 2023 eine prosperierende Fortsetzung zu finden.

Doch selbstverständlich gibt die Imagingbranche nicht so ohne Weiteres auf. Hamburg will zeigen, wie man es besser macht. Messedirektor Bernd Aufderheide hat mit tatkräftiger Unterstützung von Photoindustrie-Verbandsgeschäftsführer Christian Müller-Rieker – die beiden kennen sich bestens seit Aufderheides photokina-Jahre in Köln – den neuen Hamburg-Event PHOTOPIA ins Leben gerufen. Immerhin schon die dritte PHOTOPIA wird vom 21. bis 24. September 2023 in Hamburg stattfinden, dazu kann man nur reichlich Glück und jede Menge Erfolg wünschen. Das sei auch dem Hamburger Messechef gewünscht, der sich Ende des Jahres von der Event Location verabschieden wird.

Volker Wachs

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

Redaktion Österreich
Dr. Ludwig Flich
Bäckerstraße 14, A-1010 Wien
Tel./Fax +43 1 94 606 42
ludwig.flich@chello.at
Redaktion Schweiz
Martin Sigrist
Seefeldstrasse 219,
CH-8008 Zürich
Telefon + 41 1 383 06 33
Fax +41 1 383 89 79
martin.sigrist@ce-trade.ch
Autoren in dieser Ausgabe
Hans Zippert, Orion Dahlmann
Grafik und Layout
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 2023
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
12.245. 4. Quartal 2022
Verkaufte Auflage
8.250. 4. Quartal 2022
Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Düsseldorf

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

Tiefrote Zahlen im 1. Quartal

Umsatzeinbruch in allen Segmenten

Auch wenn gfu und GfK für das erste Quartal 2023 bei der Unterhaltungselektronik ein Umsatzplus von 2,4 Prozent, plus 47 Millionen Euro, ausgerechnet haben, ist das Gesamtergebnis eine besonders kalte Dusche. Im umsatztragenden TV-Geschäft ein Minus von 12 Prozent bereitet vielen Händlern echte existenzielle Probleme. Ein Umsatzrückgang von über 100 Millionen Euro allein im TV-Geschäft ist ein echtes Problem!

Sony Picture hat gerade verkündet, ab Ende Juni keine DVDs und Blu-rays mehr zu verkaufen. Filme und Videos kommen jetzt per Streaming. Entsprechend schlecht die Verkaufszahlen für DVD- und Blu-ray-Player/Recorder. Über 25 Prozent bei den Stückzahlen mit entsprechendem Umsatzminus von drei Millionen Euro. Einen Streaming-Stick scheinen jetzt fast alle zu haben, auch hier ein Umsatzminus von zehn Millionen Euro.

Wer auf Audio gehofft hatte, wird auch extrem enttäuscht. Trotz deutliche Plus bei den Durchschnittspreisen blieb in der Kasse davon nichts übrig. Personal Audio verabschiedete sich im ersten Quartal 2023 in allen Produktgruppen mit zweistelligem Umsatzminus. Ausnahme sind Einzelkomponenten HiFi mit einem Umsatzplus von 7,5 Prozent und drei Millionen Euro zusätzlich in der Kasse.

Das einzige Segment mit wirklichem Umsatzplus ist Audio/Video und Zubehör mit 9,4 Prozent, wobei hier Bluetooth-Lautsprecher mit über zwölf Prozent Plus für ein Plus von acht Millionen Euro sorgten.

Sehr gut dagegen hat sich der Fotomarkt entwickelt. Digitalkameras mit einem Plus von nahezu 19 Prozent beim Durchschnittspreis sorgten für ein Umsatzplus von fast neun Prozent. Ähnlich positiv die Entwicklung bei Wechselobjektiven.

Die Smartphone-Konkurrenz dagegen hatte bei den Stückzahlen ein Minus von fast 14 Prozent, das sich aber durch um 13,5 Prozent gestiegene Preise nur mit einem Umsatzminus von 2,9 Prozent oder in Cash mit minus 73 Millionen auswirkte. Interessant aber sind im Telekom-Geschäft die deutlich gestiegenen Preise bis zu einem Plus von über 20 Prozent bei den Wearables.

Das Home-Office ist ausgestattet, und jeder hat sich ein Tablet gekauft. Entsprechend mager hier die Umsätze mit einem Minus von 15,5 Prozent, 63 Millionen. Desktop-PCs verloren gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 fast 25 Prozent, dicht gefolgt von Notebooks mit minus 16,7 Prozent und Tablets mit minus 11,4 Prozent. Auch die Zahlen für PC-Peripherie zeigen deutlich, hier sind in absehbarer Zeit keine Geschäfte zu machen. Insgesamt verzeichnet die Informationstechnologie im 1. Quartal 2023 gegenüber 2022 ein Minus von 15 Prozent, 314 Millionen Euro. Damit bilanzierte Consumer Electronics im 1. Quartal 2023 minus 4,3 Prozent, also 329 Millionen Euro weniger Umsatz!

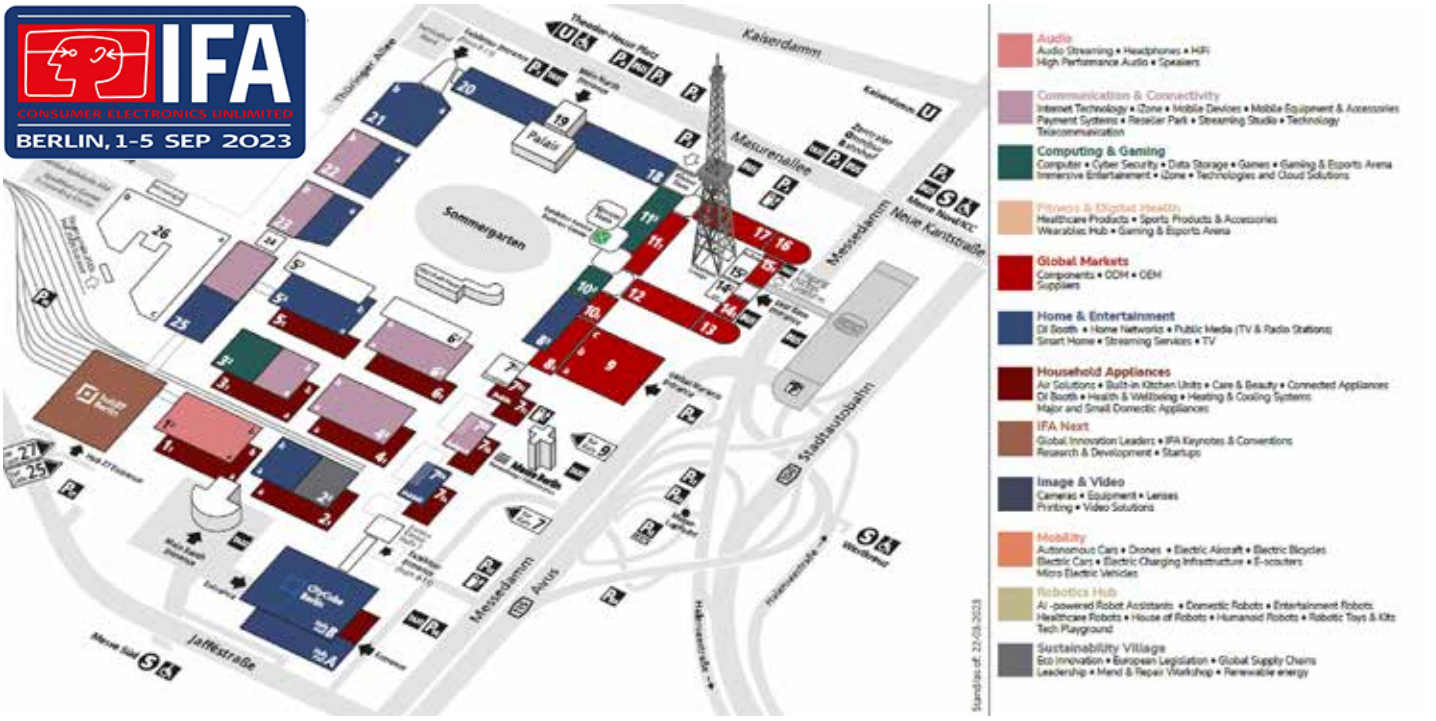
Auch die Weiße Ware musste Federn lassen. Bei Kleingeräten minus 3,4 Prozent und bei Großgeräten minus 7,3 Prozent. Ergibt unterm Strich ein Umsatzminus von 253 Millionen Euro. Bleibt zu hoffen, dass das 2. Quartal nicht ebenso verregnet wird.

Home Electronics Market Index 1 Quartal 2023

Konsumentenmarkt (private Nachfrage)	Absatz in 1000 Stück			Durchschnittspreis in EURO (Konsumentenpreise incl. MwSt.)			Umsatz in Mio. EURO		
	Q1 2022	Q1 2023	+/-%	Q1 2022	Q1 2023	+/-%	Q1 2022	Q1 2023	+/-%
TV-Display Total [1]	1.273	1.113	-12,6%	709	715	0,7%	903	795	-12,0%
Satellite/Set-Top-Boxen Total							93	82	-12,2%
- Sat.-Systeme / -Antennen	78	45	-41,8%	93	103	11,2%	7	5	-35,3%
- Set Top Boxen	293	258	-11,9%	65	69	7,3%	19	18	-5,5%
Video Total							182	179	-1,8%
- DVD-Player/-Recorder	67	47	-29,7%	44	50	11,6%	3	2	-21,5%
- Blu-ray-Player/-Recorder [6]	105	79	-25,0%	135	151	11,3%	14	12	-16,5%
- Media Boxes/Sticks	482	440	-8,6%	83	68	-17,8%	40	30	-24,9%
Action Cams (inkl. Camcorder) [10]	57	58	1,0%	345	343	-0,4%	20	20	0,6%
Digital Cameras	168	155	-8,0%	694	822	18,4%	117	127	8,9%
Wechselobjektive	113	116	2,4%	777	806	3,7%	88	93	6,2%
Home Audio Total							234	215	-8,0%
- Einzelkomponenten Total [2]	97	95	-1,9%	403	441	9,5%	39	42	7,5%
- Audio Home Systems [8]	183	151	-17,9%	207	222	7,0%	38	33	-12,1%
- Smart Audio [9]	313	230	-26,6%	123	146	19,2%	38	34	-12,5%
- Lautsprecher-Boxen [14]	378	319	-15,7%	314	334	6,3%	119	106	-10,4%
Personal Audio Total [3]	754	611	-19,0%	67	72	7,2%	51	44	-13,2%
Audio/Video Zubehör							374	408	9,1%
- Kopfhörer + Stereo Mobilfunkheadsets	3.937	3.745	-4,9%	78	89	13,9%	309	335	8,3%
- Bluetooth-Lautsprecher	587	606	3,2%	110	120	9,3%	65	73	12,8%
Auto-Multimedia (ohne Erstausrüstung) [4]	196	165	-15,8%	127	139	9,6%	25	23	-7,8%
Videogames Konsolen	344	566	64,2%	329	466	41,8%	113	264	133,0%
Unterhaltungselektronik Total							2.009	2.056	2,4%
Telekommunikation Total [5]							3.507	3.444	-1,8%
- Mobiltelefone	309	233	-24,5%	47	55	16,7%	15	13	-11,8%
- Smartphones	4.995	4.298	-13,9%	626	710	13,5%	3.125	3.052	-2,3%
- Telefone [13]	870	744	-14,5%	56	62	9,3%	49	46	-6,5%
- Core Wearables [7]	1.618	1.402	-13,4%	197	237	20,7%	318	333	4,6%
PCs Total [7]							1.552	1.310	-15,5%
- Desktop PCs	223	171	-23,4%	977	965	-1,2%	218	165	-24,3%
- Notebooks	995	819	-17,7%	845	866	2,4%	841	709	-15,7%
- Tablet PCs	1.097	956	-12,9%	449	457	1,7%	493	437	-11,4%
IT-Peripherie Total [15]							388	329	-15,0%
- Monitore	929	763	-17,9%	263	257	-2,1%	244	196	-19,7%
- Projektoren	26	25	-3,9%	619	604	-2,4%	16	15	-6,2%
- MFD / Drucker / Scanner	774	758	-2,1%	164	155	-5,2%	127	118	-7,2%
Recording Media Total [15]							148	134	-9,5%
- CD/DVD/Blu-ray Rohlinge	7.555	6.756	-10,6%	1	1	24,6%	4	5	11,4%
- Memory Cards	2.771	2.516	-9,2%	18	19	6,9%	49	47	-2,9%
- USB Sticks	2.859	2.745	-4,0%	11	11	1,6%	31	30	-2,4%
- Festplatten [11]	639	471	-26,2%	101	110	9,5%	64	52	-19,2%
Informationstechnologie Total [12]							2.088	1.774	-15,0%
Consumer Electronics Total							7.603	7.274	-4,3%
Elektrokleingeräte Total [15]							1.665	1.608	-3,4%
Elektrogroßgeräte Total [16]							2.680	2.484	-7,3%
Home Electronics Total							11.949	11.367	-4,9%

1) LCD-TV, OLED
2) Tuner, Amplifier, Receiver, Plattenspieler, CD-Player/Recorder
3) Kofferradios, Uhrenradios, CD-Portables, MD-Portables, eBooks, Portable Media Player
4) Car Audio, Car Vision & Car Navigation
5) Durchschnittspreise ohne Subventionen
6) inkl. Blu-ray-UHD-Player/-Recorder
7) inkl. Smart Watches (ohne SIM), Smart Glasses (ohne SIM), Health & Fitness Trackers, Wrist Sport Computers, Connected Watches und Locators; Earables (Smart Headsets) sind im Segment „Kopfhörer + Stereo Mobilfunkheadsets" und Smart Watches mit SIM-Karte im Segment „Smartphones" enthalten
8) Micro- / Mini- / All-In-One-Anlagen
9) Smart Speaker & Smart Audio Components (Multi-Room)
10) Camcorder, Multimedia Cameras, Action Cams
11) Externe Festplatten, Multimedia Festplatten, NAS-Systeme
12) Konsumentenmarkt
13) inkl. Single Handsets ab Januar 2016

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



WIE GEHT ES DER IFA 2023?

Neue Ideen für den Erfolg

In knapp drei Monaten werden sich in Berlin wieder die Tore zur größten Messe für Consumer Electronics öffnen. Anlass, eine Zwischenbilanz zum Stand der Vorbereitungen zu ziehen. Wird die IFA 2023 wirklich wieder eine große Messe, oder ist bei den möglichen Ausstellern aus dem Jahr 2019 (der letzten Messe vor Corona) noch immer eine gewisse Zurückhaltung zu vernehmen?

Nach dem Wechsel von der Messe Berlin als Veranstalter in Kooperation mit dem Markeninhaber gfu zum britischen Messeveranstalter Clarion sind wohl alle gespannt, wie die neue Ehe ihr Kind IFA präsentieren wird. Dazu sprachen wir mit Oliver Merlin, Geschäftsführer der neu gegründeten IFA Management GmbH mit Sitz in Berlin.

Seine erste Ansage: „Die IFA 2023 wird mehr Aussteller und eine größere Ausstellungsfläche als 2022 haben!“ Naheliegend, denn die IFA 2022 war noch Corona-bedingt wohl eher eine Sparausgabe. Doch sein zweites Statement lässt aufhorchen. „Wir sind sicher, die Zahlen von 2019 zu überschreiten“, doch sein weiterer Kommentar dazu ist etwas nebulös, „wir sind mit allen wichtigen Ausstellern aus 2022 in den finalen Gesprächen“. In Zahlen ausgedrückt erwartet Merlin, Anfang September 70 Prozent der traditionellen und 30 Prozent neue Aussteller begrüßen zu können. Anfang Mai waren dies 465 Unternehmen, die für Berlin zugesagt hatten. Darunter auch die wichtigen Hersteller wie LG, Samsung oder Sony. Wobei hier gemunkelt wird, deren Zusage würde nur für dieses Jahr gesichert sein. Zur Information: 2019 hatten sich knapp 2.000 Aussteller auf dem Messegelände und den zwei weiteren Ausstellungsbereichen versammelt.

Gerade hat der Ticket-Vorverkauf begonnen. Händler, die schon jetzt online buchen, zahlen für das 2-Tages-Ticket 64,05 Euro, später am Counter soll es 86,25 Euro kosten. Wer an den Keynotes und den interaktiven Podiums-Diskussionen mit Managern der Industrie teilnehmen möchte, zahlt online mit dem 2-Tages-Ticket 363,05 Euro und vor Ort 585,25 Euro. Alle Preise ohne Mehrwertsteuer. Warum? Denn auch Preise für das Publikum werden ohne Steuer ausgewiesen.

Was bekommen die Besucher geboten?

Als Highlight versprechen die Veranstalter das **IFA Leader Summit**. Vorträge und Diskussionen mit führenden Managern und Fachleuten aus unterschiedlichen CE-Bereichen zu aktuellen Fragen und zukünftigen Entwicklungen. Achtung: Für die Teilnahme gilt der höhere Eintrittspreis!

Oliver Merlin – der Eventmanager aus London soll der IFA 2023 neue Impulse geben.

Nachhaltigkeit soll ein wichtiges Thema in Berlin sein. Im **Sustainability Village** bekommt die von der EU geforderte Reparaturfähigkeit und das Vermeiden von Abfall und Wegwerf-Geräten eine besondere Bedeutung. Hier wird auch die **Smart Home Technology** auf einer besonderen Ausstellungsfläche angesiedelt sein.

Das **House of Robots** ist ein völlig neues Thema auf der IFA. Präsentiert werden die aktuellen Entwicklungen, beispielsweise mit Desi, einem Roboter-Projekt, das mit KI in der Lage ist, Musik und Lyrik selbstständig zu verfassen. Mirokai ist ein Service-Roboter, der beispielsweise im Gesundheitswesen in Zukunft Aufgaben übernehmen soll.

Ein schon bekanntes Messethema ist **IFA Next**. Hier sollen mehr als 500 Start-ups ihre Vorstellungen der elektronischen Zukunft präsentieren können. Hier wird das Amsterdamer Unternehmen The Next Web, eine der führenden Start-up-Organisationen, Start-up-Interessierte mit seinen 25 Start-up-Scouts beraten. Zu IFA next soll auch die **Berliner Start up Night** mit der B Sun Night gehören. Top-Talente der Start-up-Scene präsentieren ihre Ideen mit Auszeichnungen für die Besten.

Berlin Tech Week soll die ganze Stadt zu einem IFA-Event machen. Dazu gehören VIP Drinks Empfang im Soho House, ein AI Erfahrungstag auf IFA Next und ein Nachhaltigkeits Gala Dinner. Noch mehr sollen die Berliner mit einem Livestream Concert in der Stadt oder mit einem eSport Festival erreicht werden.

Noch gibt es Fragezeichen

Das alles ist nur eine Momentaufnahme der Vorbereitung für die IFA 2023. Mehr Informationen wird es wohl erst beim Innovation Media Briefing geben, einem seit Jahren erfolgreichen Presse-Event im Juli in Berlin. Hier wollen die Veranstalter Fakten und Zahlen zum wirklichen Status ihrer Vorbereitung für die IFA 2023 liefern. Zudem werden so manche Hersteller hier ihre ersten Trends für ihr IFA-Engagement zeigen.

Was kann man heute schon sagen? Für den Handel wird Berlin nach den Jahren der Enthaltsamkeit das wohl wichtigste Ereignis des Jahres sein. Es gilt, in dem bisher sehr zäh angelaufenen Jahr mit dramatisch rückläufigen Umsatzzahlen zusammen mit der Industrie neue Strategien zu entwickeln, und dafür ist die IFA sicher das richtige Event. Doch ob die IFA 2023 die erfolgreichen Messen vor Corona fortsetzen wird wagt, derzeit keiner zu sagen.

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

LG SOUNDBAR-UPDATE FÜR DIE 2022ER
Neue Funktionen, bessere Leistung

LG bringt ein Software-Update für seine 2022er Soundbars, das eine außergewöhnliche User Experience garantiert. Vom Update profitieren diverse Modelle, die entweder automatisch per WLAN (DS95QR, DS90QY und DS80QY) oder manuell über die LG Soundbar-App (DS-75QR, DS75Q, DSH7Q, DS60Q und DS40Q) aktualisiert werden können. Dank verschiedener Verbesserungen und zahlreichen neuen Funktionen sorgt das Upgrade bei ausgewählten Soundbar-Modellen für eine noch präzisere Klangwiedergabe und verbesserte Tonqualität.

MARKTSTART FÜR AERIX AUDIO
All-in-One Musik-System Duet mit Standfuß

Präsentation auf der HighEnd in München. Das Aerix Duet besticht neben einem schlichten und zeitlosen Design mit einem eindrucksvollen atmosphärischen Klang. Die einzigartige Formgebung des Musiksystems, bestehend aus zwei minimalistischen Würfeln auf einer hochwertigen Aluminiumplatte, sorgt für eine optimale Musikwiedergabe überall im Raum. Auf dem integrierten LED-Display können Texte und Uhrzeit bequem und einfach abgelesen werden, ohne dabei von der Musik abzulenken. Das langsam pulsierende Licht in Kombination mit der Aluminiumoberfläche verleiht dem Aerix Duet-System schlichte Eleganz. „Eine einfache Formgebung bringt nicht nur ein klares visuelles Ergebnis, an das man sich leicht erinnert, sondern ergibt auch die authentische Ausstrahlung, die wir uns wünschen", erklärt der französische Produktdesigner **Jules Parmentier**. „Die Welt der modernen Architektur und traditionelle HiFi-Geräte sind dabei unsere hauptsächlichen Einflüsse. Im Ergebnis entsteht eine überzeugende „hauseigene" minimalistische Gestaltung für hochwertige, langlebige High-End Produkte." Aerix Duet und der X-Stage sind ab Mai 2023 zu UVP von 1.199,00 EUR bzw. 299,00 EUR in den Farben Schwarz und Weiß über den autorisierten Fachhandel erhältlich.

www.tad-audiovertrieb.de/produkte/aerix

LG-TV CLOUD-GAMING-DIENSTE ERWEITERT
Multipoint und lange Laufzeit

Mit der Game Quick Card auf webOS 23 haben Gamer nun direkt vom Startbildschirm ihres LG Fernsehers aus Zugang zu Diensten wie GeForce NOW, Utomik, Blacknut, dem neu eingeführten Boosteroid sowie Twitch und YouTube1. Auf den preisgekrönten OLED-Fernsehern von LG genießen Gamer ein herausragendes Spielerlebnis und flüssiges Gameplay dank Unterstützung aller marktführenden VRR-Technologien, einer Pixelreaktionszeit von 0,1 Millisekunden (Grau-zu-Grau) sowie einem geringen Input Lag. Mit dem Game Optimizer, einer Vielzahl von Anpassungsfunktionen und genrespezifischen Bildeinstellungen bieten die Premium-Fernseher ein noch individuelleres Spielerlebnis.

YAMAHA PRÄSENTIERT R-N1000A UND R-N800A
Mit Einmessautomatik & OLED-Screen

Yamaha bleibt bei den beiden Netzwerk-Receivern der eigenen langjährigen HiFi-Philosophie treu und setzt auf ausgewählte Bauteile für audiophilen Klang. Vom Netzteil bis zum hochwertigen ESS Sabre 9080Q DAC mit 384 kHz / 32 Bit ist jede einzelne Komponente für ein optimales Hörerlebnis entworfen. Für die Schaltung folgt Yamaha auch einer langen Tradition, dem ToP-ART-Konzept (Total Purity Audio Reproduction Technology). Dahinter steckt ein links-rechts-symmetrischer Aufbau, bei dem auf möglichst kurze Signalwege geachtet wird. Dank eines speziellen Rahmens, der „Art Base", und Standfüßen zur Schwingungsdämpfung werden Vibrationen nicht an die feinfühlige Elektronik weitergegeben, und der reine Klang kann in voller Dynamik zur Geltung kommen. Der R-N1000A besitzt zudem noch ein Chassis mit doppeltem Boden samt Metallplatte und erhält ein umfangreiches Soundtuning mit hochwertigen, genauestens abgestimmten Kondensatoren und Widerständen. Auf Knopfdruck ermittelt das beiliegende Mikrofon die wichtigsten akustischen Eigenschaften des Raums – samt der Position der Lautsprecher. YPAO analysiert die Ergebnisse im Anschluss automatisch und passt den Frequenzgang der angeschlossenen Schallwandler genau an. UVP: R-N1000A 1.599 Euro, R-N800A 1.099 Euro

LENCO BLUETOOTH-PLATTENSPIELER
Mit Vor- und Endverstärker

Der LS-600WA verfügt über einen integrierten Vorverstärker und Verstärker, der eine Ausgangsleistung von 2 mal 30 Watt (RMS) liefert. Damit sorgen die beiden mitgelieferten 2-Wege-Lautsprecher mit einem Gehäuse aus Holz für überzeugenden Sound, dessen Lautstärke direkt am Plattenspieler geregelt werden kann. Alternativ kann via Bluetooth (V5.0) der Sound auch beispielsweise vom Smartphone auf die Lautsprecher gestreamt werden. Da die Geschwindigkeit auf 33 oder 45 U/min geändert werden kann, eignet sich der Plattenspieler für Singles und Langspielplatten. Damit die Platten ideal abgespielt werden, kann der Plattenteller aus Metall dank des mitgelieferten Anti-Skating-Gegengewichts individuell eingestellt werden. Der Lenco LS-600WA verfügt über einen Riemenantrieb, einen Arm aus Kohlefaser mit abnehmbarem Headshell sowie einen hochwertigen Audio-Technica-Tonabnehmer (AT-VM95E) sowie einen klassischen Phone-Ausgang und ein MDF-Gehäuse. UVP 499 Euro

TELEFUNKEN TV WITH ME BY VESTEL
24 Zoll Mobil-Fernseher

TV WITH ME kann man einfach mitnehmen: Dank der kompakten Maße und dem geringen Gewicht von 4,2 Kilogramm ist er leicht zu transportieren. Die Ausstattung: HD-Auflösung und HDR-Unterstützung, Triple-Tuner und W-Lan inklusive Smart-TV-Funktionen. Besonderes Highlight, HD+ ist bereits vorinstalliert und für die ersten sechs Monate kostenlos. Ebenso an Bord: Apps wie YouTube, Netflix und PrimeVideo, auf der den der IR- und der Bluetooth-Fernbedienung per Direktwahl. UVP 399 Euro.

Bowers & Wilkins
Die Legende Nautilus wird 30

Selbst 30 Jahre nach ihrer Einführung ist die Nautilus immer noch der optisch eindrucksvollste Lautsprecher auf dem Markt. Dies zeugt von der bemerkenswerten, bahnbrechenden Vision des Unternehmensgründers John Bowers, der das Nautilus Projekt kurz vor seinem Tod auf den Weg brachte, und des leitenden Ingenieurs Laurence Dickie, der es schließlich in die Tat umsetzte. Die grundlegende Idee für die Nautilus war einfach, aber unglaublich herausfordernd: einen Lautsprecher zu entwickeln, der sich nicht wie ein Lautsprecher anhört. Die Ingenieure erhielten einen außergewöhnlich weit gefassten Entwicklungsauftrag, keinerlei Zeitvorgaben und wenige Einschränkungen hinsichtlich Kosten und Praktikabilität. So wurde die Nautilus fast wie ein Konzeptfahrzeug entwickelt – ein radikales Fünf-Jahres-Projekt, um zu erforschen, welche negativen Effekte des Lautsprechergehäuses sich durch innovatives Design vermeiden lassen.

MOON VOLLVERSTÄRKER 250i V2
Tuning für mehr Klangperformance

Der 250i V2 besticht durch ein verbessertes Schaltungsdesign, eine überarbeitete Abschirmung der Stromversorgung und einen erstmalig verbauten MM-Phono-Anschluss. Er basiert auf dem mehrfach preisgekrönten Vorgängermodell und vereint eine noch bessere Klangperformance mit gesteigerten Anwendungsmöglichkeiten – erstmalig kann direkt und ohne Umwege ein Schallplattenspieler mit dem 250i V2 kombiniert werden. Alle Überarbeitungen und Upgrades finden Platz im klassischen und bekannten 250i-Gehäuse, welches von MOON nach höchsten Qualitätsstandards gefertigt wird. Niedrige Betriebstemperatur für eine gesteigerte Lebensdauer. Leistung 2 x 50 Watt an 8 Ohm, 2 x 100 Watt an 4 Ohm. 5 Watt im Class-A-Betrieb. Es besticht durch ein zeitloses und wertiges Design, ermöglicht eine einfache und übersichtliche Bedienung und ist in den Ausführungen Schwarz und 2-Tone (Schwarz-Silber) erhältlich. UVP 2.600 Euro. Vertrieb Dynaudio.

simaudio.com/de/

LG OLED DESIGN COLLECTION
Premium-Fernseher werden zum Design-Möbelstück

Die Lifestyle Fernseher von LG konnten auf der Mailänder Möbelmesse ganz besondere Akzente setzen. Die Geräte wurden zu Kunstwerken, welche die nahtlose und inspirierende Integration von Technologie und eindrucksvollem Design unterstreichen. Als führender Innovator im Bereich Lifestyle sucht LG ständig neue Wege, um das Kundenerlebnis zu verbessern.

Der „LG OLED Objet Collection Posé“ lässt die Grenze zwischen Premium-Bildschirm und maßgeschneidertem Möbelstück verschwimmen. Dank seiner flexiblen Installationsmöglichkeiten fügt sich der Bildschirm problemlos in praktisch jeden Wohnraum ein. Posé hat ein minimalistisches Design, das durch den durchdachten Einsatz von Stoffelementen und subtil abgerundeten Linien ergänzt wird. Das ästhetische Erscheinungsbild des Fernsehers vervollständigt das umgebende Dekor, und auch das allseits bekannte Kabel-Wirrwarr wird durch ein effektives Anschlussverwaltungssystem minimiert.

Daniel Schiffbauer: „Mit unserem Design erreichen wir Kunden, die individuelle TV-Geräte suchen.“

Posé besticht allerdings nicht nur durch seine Eleganz und Flexibilität, sondern bietet auch atemberaubende OLED evo-Bildqualität mit lebendigen, verzerrungsfreien Farben aus praktisch jedem Blickwinkel. Wenn der Posé nicht zum Fernsehschauen verwendet wird, können Nutzer mit dem Galeriemodus Kunstwerke oder Fotos auf die selbstleuchtende digitale Leinwand von LG projizieren und ihren Raum in eine raffinierte Kunstgalerie verwandeln.

Ein weiterer TV von LG, der den Lifestyle eines jeden Nutzers bereichert, ist der „LG OLED Objet Collection ART90“: Er bietet ebenfalls überragende OLED evo-Bildqualität sowie ein elegantes Design, das die Inneneinrichtung aufwertet. ART90 mit seinem einzigartigen von einer Staffelei inspirierten Design ist ideal für alle, die ihr Wohnzimmer in einen modernen Kunstsalon verwandeln möchten. Sein unverwechselbares Design ähnelt einer Staffelei und ermöglicht eine stilvolle Wandinstallation, die ein anspruchsvolles Ambiente schafft und sich nahtlos in jeden Einrichtungsstil und jede Farbpalette einfügt. Ist das Gerät nicht im TV-Betrieb, wird der untere Teil des Displays durch die bewegliche Abdeckung verdeckt. Sichtbar bleibt ein schmaler TV-Streifen

LG OLED evo ART90 – von einer Staffelei inspiriertes Design macht das Gerät zu einem individuellen Möbelstück. Clou ist der verkleidete Fuß, der bei ausgeschaltetem Gerät das Display bis auf einen Informationsbereich verdeckt.

LG Gallery Edition – mit seinem nur 28 mm dünnen Display wird er wie ein Bild an der Wand angebracht und zeigt ausgeschaltet ausgewählte Bilder.

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

Raffiniert im Detail – ART90 zeigt im ausgeschalteten Zustand nur einen Infobereich, der untere Teil des Bildschirms wird verdeckt (Bild ganz oben). Der Posé versteckt alle Kabel intelligent und bietet Ablagen für Router oder auch die Programmzeitschrift.

am oberen Rand. Er zeigt als Line View Alltagsinformationen wie Datum, Uhrzeit und Wetter. Im Gallery Mode kann der ART90 Bilder oder auch minimalistische Videos darstellen. Damit wird er zum Element der Einrichtung.

Ein speziell jugendliches Design zeigt der LG OLED Posé, der dafür auch mit dem International Design Excellence Award (IDEA) ausgezeichnet wurde. Der Posé kann ebenfalls mit dem Galeriemodus Kunstwerke oder Fotos auf die selbstleuchtende digitale Leinwand von LG projizieren und den Raum in eine raffinierte Kunstgalerie verwandeln. Und natürlich bietet auch er die atemberaubende OLED evo-Bildqualität mit lebendigen, verzerrungsfreien Farben aus praktisch jedem Blickwinkel.

Ein weiteres Design-Modell im LG-Portfolio ist die LG Gallery Edition. Die Geräte mit ihrem ultra-dünnen OLED evo Display können bündig wie ein Bild an die Wand montiert werden, um im Gallery-Modus die Werke berühmter Künstler darzustellen. So gestalten die LG-Geräte der Gallery Edition ein völlig neues Ambiente im Wohnraum, anstatt nur die schwarze Display-Fläche zu zeigen.

Für den Handel, der durch seinen Standort eine entsprechende Zielgruppe ansprechen kann, sind die LG Lifestyle Screens eine überaus interessante Variante im LG TV-Portfolio. Für Kunden, die für diese Premium-Geräte Interesse zeigen, dürfte das Preisschild wohl von geringerem Interesse sein. Sie suchen eher ein TV-Gerät, mit dem sie ihr persönliches Wohnambiente attraktiv gestalten können und dies kombiniert mit exzellenter TV-Technik.

Herr Schiffbauer kann der Trend zu exklusiven, großen und damit höherwertigen TV-Geräten die sinkenden Stückzahlen kompensieren?

„Es gibt einen deutlich erkennbaren Trend zu hochwertigen, exklusiven Produkten. Der Premium-Technologie bzw. der OLED-Markt wächst aktuell fast zweistellig in einem noch rückläufigen Gesamtmarkt, was belegt, dass es einen wachsenden Kundenkreis gibt, der beim Thema TV zum qualitativ besseren, bzw. hochwertigeren Produkt tendiert. Man spart ungerne jahrelang an Sehvergnügen, anstatt nur einmal eine Sekunde an der Kasse."

Die Zahlen für das erste Quartal 2023 sind nicht berauschend, interessant aber der weitere Anstieg des Durchschnittspreises. Wird sich der Trend zu großen Bildschirmen und exklusiven Geräten bei LG fortsetzen?

„Unser Ziel ist es, den Endkunden die beste Bildqualität und ein hervorragendes Seherlebnis zu bieten. Daher werden wir mit unseren LG OLED evo TVs weiterhin den Fokus auf das Premiumsegment legen. Der allgemeine Trend zu größeren Bildschirmen wird sich aus meiner Sicht weiter fortsetzen, denn ein größeres Bild erzeugt tendenziell ein höheres Maß an visueller Freude und Faszination."

Wie stark engagieren sich LG-Händler in diesem hochpreisigen TV-Segment?

„Die Intensität des Engagements beruht auf dem Niveau der Gegenseitigkeit, und da es immer mehr Händler werden, können Sie daraus folgern, dass es beiden Seiten immer mehr Freude bereitet, den hochwertigen Bereich überdurchschnittlich mit LG zu fokussieren. Gerade und nicht zuletzt, wenn der Wert die Entwicklung des Marktes stärker formt als die verkauften Stückzahlen."

Wer ist die Zielgruppe für LG Lifestyle Screens und wie wird sie erreicht?

„Design ist immer eines der wesentlichen Kaufkriterien. Aus diesem Grund richten sich unsere Lifestyle-TVs an all diejenigen, die ihre Umgebung gerne selbst individuell, positiv und geschmackvoll gestalten möchten.
Da Geschmäcker und Einrichtungsstile aber bekanntlich verschieden sind, bieten wir unterschiedliche Designvarianten an. Angefangen beim extrem flachen Gallery TV für die Wandmontage bis hin zum Posé, einem wunderschönen Standgerät, das völlig frei im Raum platziert werden kann."

Mit welchen Maßnahmen und Aktivitäten wird LG seine Händler für den Verkauf im Exklusivitäts-Segment unterstützen?

„Ich möchte an dieser Stelle noch nicht auf einzelne Maßnahmen eingehen, aber ich kann unseren Händlern versichern, dass wir viele spannende Aktionen für sie geplant haben. Im Vordergrund steht die Aktivierung - wir wollen Impulse setzen, die die Konsumenten motivieren, sich auf den Handel zuzubewegen. Das ist uns in der Vergangenheit sehr gut gelungen und wird auch unsere Triebfeder der kommenden Marketing-Maßnahmen sein."

Ist es bei der allgemeinen Sparwelle (GfK) für den Händler überhaupt interessant, hochpreisige TV-Geräte in seinem Geschäft zu präsentieren?

„Sparen ist doch prinzipiell etwas Positives und sollte, wie alles im Leben, nach Motivation und Zielrichtung beurteilt werden. Man möchte später und auch besser konsumieren, ist die Botschaft. Entscheidend ist der Trend, und dieser geht, wie bereits erwähnt, hin zum Kauf von größeren Geräten und Premium TVs. Daher ist es für die Händler aus meiner Sicht noch wichtiger geworden, die entsprechenden Geräte in ihrem Geschäft anzubieten."

Welche LG-Fernseher sind im Preisbereich höher 2.000 Euro die Top-Seller?

„Das sind bei uns die OLED evo TVs der G- und C-Serie in den Größen 65 und 77 Zoll."

Noch ein anderer Bereich: Großbild und Gaming gewinnt immer mehr an Bedeutung. Welche Marktchancen sehen Sie hier für den LG-Händler, und wie muss er sich aufstellen?

„Durch seine Komplexität ist der Fernseher ein ‚High Involvement'-Produkt, das der Kunde vor dem Kauf gesehen, ausprobiert und erlebt haben muss. Um potenziellen Käufern einen ersten Eindruck von der Größe, der Bildqualität und dem Seherlebnis zu ermöglichen, können eigens dafür gestaltete Bereiche im Geschäft auf Sonder-Themen individuell eingehen. Gerade beim Thema Gaming sind speziell eingerichtete „Gaming Zonen" wichtig, um den Kunden zu demonstrieren, wie das Zocken am TV zukünftig für sie aussehen könnte."

Wird es für „Gaming mit LG" Aktionen geben? Zum Beispiel mit Promotoren am PoS?

„LG-Promotoren wurden auf alle Einsatzmöglichkeiten eines modernen Smart TVs intensiv geschult und können somit auch das Thema Gaming am PoS fachgerecht abdecken."

Wird sich aus Ihrer Sicht der TV-Markt in den kommenden Monaten wieder erholen?

„Nach zwei starken Jahren zu Beginn der Corona-Pandemie, haben wir seit dem zweiten Quartal des vergangenen Jahres eine deutliche Zurückhaltung beim Kauf von neuen TV-Geräten wahrgenommen. Ich bin sicher, dass diese Phase sich umkehrt und sich beginnend mit dem 3. Tertial 2023 in einen positiven Amplitudenausschlag umwandelt, der tief in das Jahr 2024 hineinreichen wird."

Im September ist mal wieder eine „normale" IFA, wird sie sich positiv auf das CE-Geschäft im Rest des Jahres auswirken?

„Die IFA ist für uns ein enorm wichtiges Event und quasi der Startpunkt in die Hochsaison des Handels und der Nachfrage nach CE-Produkten generell. Wir freuen uns auf viele gute Gespräche mit unseren Partnern im Handel, auf die Presse und auf möglichst viele interessierte Besucher, die der Branche insgesamt gut tun werden."

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

GRUNDIG KOMMT MIT FACHHANDELS-KONZEPT

„Eingebaute" Nachhaltigkeit

Für ausgewählte Händler hat Beko Grundig Deutschland ein neues, exklusives Fachhandelskonzept entwickelt, das alle Produktbereiche (Elektrogroßgeräte, Haushaltskleingeräte, TV und Audio) umfasst. „Damit stärken wir die Marke Grundig als zuverlässigen Partner des Fachhandels und stellen unser tiefes Verständnis für die Bedürfnisse des Handels unter Beweis", sagt **Marius Stoica**, Geschäftsführer der Beko Grundig Deutschland GmbH. „Grundig ist über alle Produktbereiche so gut und breit aufgestellt wie kaum ein anderer Hersteller."

Uwe Paul, Director Sales bei Beko Grundig Deutschland: „Wir richten uns mit unserem exklusiven Grundig Fachhandelskonzept ganz gezielt an Fachhändlerinnen und Fachhändler, die unser Portfolio in seiner ganzen Breite anbieten und Nachhaltigkeit zusammen mit uns als Geschäftsmodell etablieren möchten. Ich bin überzeugt, dass unser neues Grundig Fachhandelskonzept nicht nur unseren Partnerinnen und Partnern viele Vorteile bietet, sondern einmal mehr auf ganz besondere Weise unser Engagement für Nachhaltigkeit und Umweltschutz unterstreicht."

PLASTIKNEUTRAL+ Nur für den Fachhandel

Die im exklusiven Grundig Fachhandelskonzept angebotenen Produkte sind plastikneutral. Jedes Gramm Kunststoff, das Grundig auf diese Weise auf den Markt bringt, wird 1:1 kompensiert und wirkt so der globalen Plastikmüllverschmutzung entgegen. Heißt zum Beispiel: Enthält eine Waschmaschine 12 Kilogramm Kunststoff, werden auch 12 Kilogramm Kunststoffabfälle aus der Umwelt zurückgeholt. Dafür arbeitet Grundig mit WasteReduction (WasteReduction Plus UG) zusammen. Das nicht gewinnorientierte Social-Impact-Start-up befreit weltweit die Umwelt von wildem Plastikmüll und sorgt zudem dafür, dass der Kunststoff gar nicht erst in die Natur gelangt. Darüber hinaus finanziert WasteReduction Bildungsprojekte für einen sensiblen Umgang mit Kunststoffen. Die mit dem „PLASTIKNEUTRAL+"-Siegel von WasteReduction gekennzeichneten Produkte von Grundig sind ausschließlich im Fachhandel erhältlich. „Damit positionieren wir Grundig ganz explizit im Fachhandel als umweltfreundliche, ressourcenschonende Alternative für Haushaltsgroß- und Elektrokleingeräte, TV und Audio und machen genau das am Point of Sale in den Geschäften für Konsumentinnen und Konsumenten deutlich sichtbar", erläutert **Jens Grubert**, Director Brand Management der Beko Grundig Deutschland.

Marius Stoica: „Grundig ist über alle Produktbereiche so gut und breit aufgestellt wie kaum ein anderer Hersteller".

Uwe Paul: „Wir richten uns mit unserem exklusiven Grundig Fachhandelskonzept ganz gezielt an den Fachhandel."

Die Vertriebsteams von Beko Grundig haben bereits erste Gespräche mit ihren Handelspartnern geführt – die Resonanz ist positiv. Das exklusive Grundig Fachhandelskonzept wird ab sofort mit der Ansprache weiterer Händler ausgerollt.

Grundig auf dem Weg zur nachhaltigsten Marke der Branche

Bereits seit den 1990er Jahren spielt Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle bei Grundig. Ausgehend vom ersten „Öko-Button" bei Fernsehern hat Grundig ein großes Nachhaltigkeitssortiment entwickelt und baut es kontinuierlich aus. Vor diesem Hintergrund hat sich Grundig das Ziel gesteckt, zur nachhaltigsten Marke der Branche zu werden. „Grundig steht seit langem für umweltfreundliche und nachhaltige Hausgeräte in allen Segmenten. Mit der Kunststoffkompensation, die ab sofort für ausgewählte, nur im Fachhandel erhältliche Produkte gilt, halten wir an diesem Commitment nicht nur fest, sondern weiten es für die Zukunft noch aus", so Marius Stoica, Geschäftsführer der Beko Grundig Deutschland.

Grundig Beko Deutschland mit 300 Millionen Umsatz im Geschäftsjahr 2022: Damit konnte das Unternehmen nicht an das Rekordergebnis von 2021 anknüpfen, was vor allem im äußerst herausfordernden Marktumfeld begründet ist. Beeindruckend vor diesem Hintergrund ist die Entwicklung in den Bereichen Elektrogroß- und Kleingeräte, in denen die Ergebnisse die allgemeine Marktentwicklung sogar übertroffen haben. So verzeichnete die Beko Grundig Deutschland 2022 für die Sparte Kühlen ein Umsatzplus von 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Ebenso erzielte das Unternehmen einen deutlichen Zugewinn in den Segmenten Bodenpflege (+22 %), Einbau (+26 %) sowie Spülen (+8 %). „Das Jahr 2022 war für die gesamte Branche nicht leicht. Vor dem Hintergrund der aktuellen Lage sind wir mit dem Geschäftsergebnis daher zufrieden", erläutert Marius Stoica, Beko Grundig Deutschland Geschäftsführer. „Vor allem im Audio- und TV-Segment hat sich die Marktdynamik abgeschwächt, wodurch Absätze und Umsätze in der gesamten Branche rückläufig waren. Das Jahr 2022 war für die gesamte Branche nicht leicht. Vor dem Hintergrund der aktuellen Lage sind wir mit dem Geschäftsergebnis daher zufrieden. Vor allem im Audio- und TV-Segment hat sich die Marktdynamik abgeschwächt, wodurch Absätze und Umsätze in der gesamten Branche rückläufig waren."

Glückliche Gewinner – Marco A. Müller, Georg Tischer, Madeleine Mahr & Thomas Putz (v.l.n.r.) nehmen den iF Gold Award für den Loewe iconic von Uwe Cremering, CEO iF Design (ganz links), entgegen.

LOEWE MIT iF AWARD AUSGEZEICHNET

iF Gold Award 2023 für den ionic

Beim diesjährigen iF Design Award sind drei Produkte der Marke Loewe ausgezeichnet worden: Der Design-TV Loewe iconic ist Preisträger des „iF Gold Award 2023“ – den „iF Design Award 2023“ haben die Soundbar Loewe klang bar3 mr und der Subwoofer Loewe klang sub1 erhalten. Die unabhängigen und global etablierten iF Design Awards werden seit 1953 jährlich vergeben und zeichnen mit dem weltweit anerkannten Gütesiegel exzellente Gestaltung aus.

Neben der zweifachen Auszeichnung mit dem if Design Award 2023 hat Loewe auch einen „iF Gold Award 2023“ erhalten, mit dem besonders herausragende Designleistungen durch eine eigene Auszeichnung geehrt werden. Dieses Jahr wurde der Gold-Award nur 75 mal verliehen, und der Design-TV Loewe iconic ist einer der Preisträger. Im Statement der Jury zur Prämierung heißt es: „Der Loewe iconic OLED-TV ist der aktuelle Vertreter einer seit einem Jahrhundert bestehenden Tradition von Designklassikern aus dem Hause Loewe. Skulpturales Design, recycelte Materialien in Verbindung mit modernster Display-Technologie, intuitive Bedienbarkeit und hervorragender Klang: eine meisterhafte Symbiose aus fortschrittlicher Technik und Design.“

Der if Gold Award für den Loewe iconic wurde am 15. Mai im Rahmen der iF Award Night im Berliner Friedrichstadt-Palast feierlich übergeben. Die Auszeichnung für Loewe entgegen nahmen **Marco A. Müller** (Director Design & Design Management), Georg Tischer (Head of UI/IX Design), Thomas Putz (CTO) und Madeleine Mahr (Head of Marketing).

„Es freut uns außerordentlich, dass das Loewe Produkt-Design in unserem 100-jährigen Jubiläumsjahr mit drei iF Design Awards erneut ausgezeichnet wurde. Die Prämierung der drei Geräte stellt die Ausrichtung von Loewe als renommierte und innovative Design-Marke eindrucksvoll unter Beweis. Sie ist zudem eine Bestätigung der Marken-DNA, German Engineering, Exzellenz und Qualität mit einem exklusiven Design zu verbinden. Diese charakteristische Verbindung aller Loewe Produkte zeigen sowohl der Loewe iconic als auch die Loewe klang bar3 mr und der Loewe klang sub1 beispielhaft“, erklärt **Thomas Putz**, CTO der Loewe Technology GmbH, zur Auszeichnung beim iF Design Award 2023.

Marco A. Müller, Director Design & Design Management Loewe Technology GmbH,ergänzt: „Loewe hat in seiner mittlerweile 100-jährigen Geschichte unzählige Designikonen geschaffen – in deren Reihe auch der Design-TV Loewe iconic gehört: ein einzigartiger, fast skulpturaler, aber dennoch unaufdringlicher Gestaltungsansatz ohne Kompromisse. Auch die dezent hochwertig gestalteten Markenelemente wie das Loewe Auge und der Loewe Signature Clip demonstrieren den hohen Design- und Qualitätsanspruch bis ins kleinste Detail. Die Auszeichnung mit dem iF Gold Award bestätigt, dass dies ein weiterer Meilenstein in der Loewe Designgeschichte ist.“

Loewe ionic – mit dem iconic präsentieren die Kronacher ein beeindruckendes Design-TV-Model, das nicht nur ein hochwertiger OLED-Fernseher mit Soundsystem ist, sondern eine allumfassende Designikone: Mit seiner skulpturalen Form und dem 360 Grad-Design veredelt der Loewe iconic den Wohnraum zu einem kunstvollen und galerieähnlichen Lebensraum.

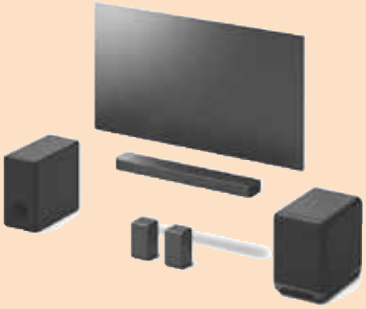
Loewe klang bar3 – die kompakte Soundbar Loewe klang bar3 mr bietet ein 3.1-Kanal Sound-System, das mit 360 Watt, sieben Front-Lautsprechern und dem integrierten Twin-Drive Subwoofer samt Subwoofer für ein exzellentes Heimkino-Erlebnis sowie Multiroom-Audio sorgt.

Loewe Subwoofer – der kompakte Subwoofer Loewe klang sub1 mit 160 Watt sorgt für ein dynamisches, kraftvolles Bassfundament und ergänzt damit sowohl die integrierten Audiolösungen von Loewe TV-Geräten als auch jene von Drittanbietern mit geregeltem Audioausgang – und macht so aus einem Stereo-TV ein 2.1-Sound-System.

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

Sony Dolby Atmos 3.1 Soundbar HT-S200

Sony hat das jüngste Mitglied seiner Soundbar-Familie vorgestellt, die Dolby Atmos/DTS:X 3.1-Kanal-Soundbar HT-S2000. Ausgestattet mit der Vertical Surround Engine und S-Force PRO Front-Surround, sorgt die neue Soundbar für Kino-Surround Sound. Mit dem neu entwickelten Upmixer ist sogar die Wiedergabe von Stereoinhalten mit dreidimensionalem Surround möglich. Der Center-Lautsprecher der HT-S2000 bietet eine klare Wiedergabe von Stimmen, und der integrierte zweifache Subwoofer liefert satte Bässe. Zugleich ist die Soundbar das erste Gerät, das mit



der neuen Sony Home Entertainment Connect App kompatibel ist.

Die Sony Home Entertainment Connect App macht die Einrichtung und Verwendung der Soundbar denkbar einfach. Sie führt durch die Ersteinrichtung, hilft bei der Fehlerbehebung und ermöglicht es, die Lautstärke, die Klangfelder und andere Einstellungen direkt vom Smartphone aus zu steuern. Darüber hinaus bietet die App nützliche Informationen, wie etwa Empfehlungen zu Funktionen, neuen Software-Updates und mehr. Für einen besonders vollen Bass-Sound kann die Soundbar mit einem optionalen kabellosen Subwoofer (SA-SW5 / SA-SW3) kombiniert werden. Wenn die HT-S2000 mit einem kompatiblen BRAVIA Fernseher verbunden wird, werden die Klangeinstellungen der Soundbar automatisch in den BRAVIA Schnelleinstellungen angezeigt, wo sie leicht angepasst werden können.

Für TV und Gaming – die neuen Hisense in Größen von 43 bis 75 Zoll bieten ausgezeichnete TV-Leistung und mit dem Game Mode auch alle Voraussetzungen für den Sieg.

HISENSE QLED
Drei neue TV-Serien

Mit drei neuen QLED-Serien erweitert Hisense in 2023 seine aktuelle TV-Produktpalette. Die Hisense QLED Serien A7KQ und E7KQ überzeugen dank Quantum Dot Technologie mit einem großen Farbraum und einer Bildwiederholfrequenz von 60 Hz. Das Flaggschiff-Modell des QLED-Line-Up, der E7KQ Pro, wartet unter anderem mit besonderen Features für Gamer sowie einer Bildwiederholfrequenz von bis zu 144 Hz (VRR) auf.

Hisense E7KQ PRO: Der E7KQ PRO bietet dank Quantum Dot Technologie die Darstellung von über einer Milliarde lebendiger Farben. Die 4K-Auflösung sorgt für faszinierend detailreiche Bilder. Inhalte ohne 4K-Auflösung werden mittels UHD AI Upscaler hochgerechnet und überzeugen ebenso mit einer hohen Detailgenauigkeit.

Dolby Vision IQ liefert beeindruckende Helligkeit und Kontrasttiefe. Abhängig von der jeweiligen Umgebungshelligkeit erzeugt der Fernseher mittels IQ ein helles, kontrastreiches Bild. Akustisch lässt Dolby Atmos die Zuschauer mit kraftvollem Sound mitten ins Geschehen eintauchen. Dank des integrierten 2.1 Subwoofers wird die Audioausgabe um tiefe Bässe ergänzt.

Für eine einfache, intuitive Bedienung steht das VIDAA-Betriebssystem U6. Über die personalisierbare Benutzeroberfläche lassen sich favorisierte Apps individuell anordnen und blitzschnell aufrufen. Per One Touch Access-Funktion kann via Knopfdruck direkt auf Disney+, Netflix, Prime Video oder YouTube oder andere Dienste des VIDAA Smart TVs zugegriffen werden. Per Alexa Built-In oder VIDAA Voice lassen sich die Fernseher auch per Sprache steuern. Über Share to TV können Inhalte von Tablet, Smartphone oder PC via AirPlay und Homekit direkt auf die Hisense Fernseher übertragen werden.

Gamer dürfen sich auf ein besonderes Feature freuen, das ihre Siegeschancen erhöht: der Game Mode. Mittels ALLM schaltet der Fernseher in Verbindung mit der Spielekonsole automatisch in den Game-Modus und reduziert die Eingabeverzögerung deutlich. Lästige Einstellungen über die Fernbedienung kann man sich sparen.

Für alle Sportfans hat Hisense den AI Sport-Modus integriert. Helligkeit, Kontrast, Farbe und Schärfe werden automatisch angepasst, um lebendige Sportszenen brillant darzustellen.

A7KQ-Serie mit Mittelstandfuß UVP 55 Zoll: 949,- Euro / 65 Zoll: 1.249,- Euro / 75 Zoll: 1.799,- Euro. E7KQ mit Seitenstandfuß UVP 43 Zoll: 549,- Euro bis 65 Zoll: 999,- Euro. A7KQ UVP 43 Zoll: 599,- Euro bis 65 Zoll: 999,- Euro.

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

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

LEICA Q3 Bildauflösung ganz nach Wunsch

Premiere für die 3. Generation der kompakten Vollformatkamera mit neuen Funktionen und einem lichtstarken Summilux-Objektiv: die Leica Q3.

Hochwertige Verarbeitung, ein zeitloses und schlankes Design sowie eine einfache Bedienung sollen auch das neue Familienmitglied der Q-Serie auszeichnen. Praktisch von Haus aus ist die Q3 mit einem der lichtstärksten Objektive auf dem Markt bestückt. Das Herzstück der Kamera ist der neue BSI-CMOS-Sensor mit Triple-Resolution-Technology.

Mit einer Auflösung von wahlweise 60, 36 oder 18 Megapixeln lassen sich Rohbilder im DNG-Format oder verarbeitete JPEG-Dateien mit perfektem Look direkt aus der Kamera erstellen. Bei Aufnahmen mit 60 MP werden selbst die feinsten Details und Strukturen erfasst. Aufnahmen mit 36 oder 18 MP ermöglichen eine schnellere Kameraführung, längere Bildsequenzen und kleinere Dateigrößen. Die Q3 nutzt die gesamte Sensorgröße für alle Auflösungen mit einem Empfindlichkeitsbereich von ISO 50 bis 100.000.

Mit seinem integrierten Makromodus ermöglicht das Summilux 28 mm f/1,7 ASPH. Nahaufnahmen ab einer minimalen Naheinstellgrenze von 17 cm. Dank ihrer hohen Auflösung bietet die Q3 auch einen erweiterten Digitalzoom. Dieser ermöglicht das Zoomen entsprechend der Brennweiten 28, 35, 50, 75 mm und jetzt auch 90 mm.

Eine wesentliche Weiterentwicklung erfuhr auch das Autofokussystem der Q3. Ein neues Hybrid-Autofokussystem mit Phasendetektion soll für eine extrem schnelle und präzise Fokussierung und Verfolgung von Objekten sorgen.

Auch mit dem beweglichen Display ist die Kamera gegen Staub und Spritzwasser dank IP52-Zertifizierung wirksam geschützt.

Mit dem neuen Leica Charging Pad und dem separaten Kamerahandgriff ist nun auch komplett kabelloses Laden möglich. Das stylische Ladepad lädt bequem den neuen leistungsstarken Akku der Q3 und viele andere Qi-kompatible Geräte.

Die Leica Q3 ist ab sofort weltweit in allen Leica Stores, im Leica Online Store und bei autorisierten Händlern erhältlich. Der UVP liegt bei 5.950 Euro.

www.leica-camera.com

Wetterfest – trotz Schwenkfunktion des Displays ist die Kamera wirksam gegen Staub und Spritzwasser geschützt, die IP52-Zertifizierung bleibt gültig.
Bequem laden – mit dem neuen Charging Pad und dem separaten Handgriff kann der Kameraakku ohne lästige Kabelfummelei schnell und bequem aufgeladen werden.

AQUAPIX Einfach abtauchen

Der Aquapix WDV5630 DV-Camcorder will ein vielseitiger Begleiter für jedes Unterwasser-Abenteuer sein. Mit seiner wasserfesten Konstruktion bis zu 5 Metern Tiefe sollen sich unvergessliche Momente im Schwimmbad, am Strand oder beim Schnorcheln einfangen lassen. Der 13 Megapixel-Sensor und eine maximale Auflösung von 56 Megapixeln sorgen dafür, so zumindest das Hersteller-Versprechen, „dass Fotos und Videos gestochen scharf und detailreich sind."

Der 18fache Zoom ermöglicht es, jedes Motiv in beeindruckender Detailtreue aufzunehmen, während das 3-Zoll-Display eine einfache und intuitive Bedienung bietet. So können unvergessliche Urlaubserlebnisse in beeindruckender 4K-Qualität festgehalten und einzigartige Erinnerungen geschaffen werden.

Der kompakte WDV5630 Camcorder ist in den Farben Grau-Blau und Gelb erhältlich und wird mit einer praktischen Tasche geliefert, in der das Gerät sicher aufbewahrt werden kann. Der wasserfeste Aquapix eignet sich perfekt für Taucher, Schwimmer, Schnorchler und alle, die die Schönheit der Unterwasserwelt einfangen möchten.

www.aquapix.eu

ARTISAN 100 mm Tilt-Shift

Das neue TTArtisan 100 mm f/2,8 Macro 2X Tilt-Shift-Objektiv verfügt über einen optischen Aufbau mit 14 Elementen in zehn Gruppen, darunter sechs hochbrechende Linsen. Zur Erinnerung: Es handelt sich um ein Tilt-Shift Objektiv, das sich sehr gut für Makroaufnahmen, Produktfotografie und Porträts eignet.

Mit der Tilt-Shift-Funktion des Objektivs lassen sich die Schärfentiefe und Perspektive beeinflussen. Die Tilt-Funktion ermöglicht es, die Schärfeebene kreativ zu verschieben, um bestimmte Bereiche des Bildes scharf abzubilden, während andere Bereiche unscharf bleiben. Die Shift-Funktion wiederum ermöglicht es, die Perspektive zu korrigieren, um beispielsweise stürzende Linien auszugleichen.

Tilt-Funktion: Der Neigungswinkel kann um ±8 Grad eingestellt werden; Shift-Funktion: Das Objektiv kann um ±6 mm verschoben werden. Auch wichtig: Beim Verwenden der Tilt-Shift-Funktion kann es zu einer Vignettierung auf einer Seite kommen. Der Grad der Vignettierung hängt vom Vergrößerungsfaktor ab. Keine Vignettierung gibt es bei Verwendung von Kameras mit APS-C-Sensor wie etwa Fuji X-Modelle. Die Scharfeinstellung und Blendeneinstellung erfolgen manuell. Das TTArtisan 100 mm f/2,8 Macro 2X Tilt-Shift ist zu haben für Sony E, Fuji X, Canon RF und Nikon Z, es kostet im UVP 500 Euro.

www.big-foto.de

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

SONY ZV-1 II Selfie-Meister

Vorhang auf für die neue Sony Vlog-Kamera ZV-1 II, die zweite, komplett neue Generation der ZV-1 aus der ZV Vlog-Kamera-Serie. Das neue Trendmodell bietet einen Exmor-Bildsensor mit etwa 20,1 Megapixeln, einen BIONZ X Bildprozessor sowie ein Zeiss Vario-Sonnar T* 18-50 mm F1,8-4. Unterm Strich soll ZV-1 II zahlreiche neue und bewährte Funktionen bieten, die den Nutzern und Nutzerinnen helfen können, ansprechende Inhalte zu erstellen.

Dank 18 mm Weitwinkel lassen sich bequem attraktive Bilder machen, die die gesamte Szene erfassen – insbesondere auch bei Selfies, die üblicherweise im Armlängenabstand aufgenommen werden. Der optische 18-50-mm-Zoom und die Clear Image Zoom-Technologie sollen nahtloses Vergrößern ermöglichen. Der 1,0-Zoll-Sensor mit Bokeh-Schalter, der auf einfache Betätigung den Hintergrund unscharf stellt, sorgt für ein harmonisches Bokeh.

Im Auto-Modus erkennt die Kamera menschliche Gesichter oder Objekte und stellt die Richtwirkung des integrierten Mikrofons jeweils automatisch auf ‚vorn' oder ‚alle Richtungen' ein. Im manuellen Modus lässt sich zwischen ‚vorn' für Selfies, ‚hinten' für kommentierte Aufnahmen oder ‚alle Richtungen' wählen. Der mitgelieferte Windschutz gewährleistet, dass die Sprecherstimme bei Aufnahmen im Freien klar aufgezeichnet wird.

Die einfache kabellose Befestigung am Multi Interface-Zubehörschuh und eine 3,5-mm-Mikrofonbuchse ermöglichen einen mühelosen Anschluss externer Mikrofone.

Die Einstellung für kinoreife Vlogs kommt dem Wunsch entgegen, auch mit einer Vlog-Kamera intuitiv beeindruckende, atmosphärische Szenen mit Spielfilmcharakter einzufangen. Sobald das Funktionssymbol auf dem Bildschirm betätigt wird, stellt die Kamera automatisch das CinemaScope-Format (2,35:1) und eine Bildwiederholrate von 24 Bp ein, wie bei Kinofilmen üblich. Anschließend kann über die Tasten auf dem Bildschirm zwischen fünf LOOK- und vier MOOD-Optionen gewählt werden, um dem Film den letzten Schliff zu verleihen. Ein Kreativer Look stellt zehn vorkonfigurierte Looks zur Auswahl, mit denen die Nutzer/-innen ihre gestalterischen Vorlieben leicht umsetzen und von professionellen Bildverarbeitungsfunktionen profitieren können.

Die automatische Belichtung mit Gesichtspriorität passt die Helligkeit beim Aufnehmen automatisch so an, dass Gesichter stets die optimale Helligkeit haben, auch bei wechselndem Licht. Der Soft Skin-Effekt lässt die Haut in Videos glatter und die Gesichtszüge klarer erscheinen.

Ausgerüstet mit dem gleichen schnellen Hybrid-AF-System wie die Kameras der Alpha Serie, soll die ZV-1 II stets für scharfe Bilder sorgen, auch bei hochauflösenden 4K-Aufnahmen, die eine präzise Fokussierung erfordern. Die Funktion AF-Übergangsgeschwindigkeit ermöglicht es, während Videoaufnahmen die Autofokusgeschwindigkeit einzustellen, und mit der Funktion AF-Motivwechselempfindlichkeit lässt sich die Fokussierung im Einklang mit den Bewegungen des Motivs und der Umgebung steuern. Überdies gewährleistet der Echtzeit-AF mit Augenerkennung, dass sowohl beim Fotografieren als auch Filmen stets präzise auf Menschen oder Tiere scharfgestellt wird.

Die elektronische Bildstabilisierung mit Active-Modus vereinfacht Aufnahmen beim Gehen/in Bewegung. Besonders nützlich ist diese Funktion bei handgeführten Filmaufnahmen sowie Zeitlupen- und Zeitrafferaufnahmen. UVP 1.000 Euro.

FUJIFILM Mit KI-Autofokus

Die neue jetzt vorgestellte Fujifilm X-S20 kommt als leichte und kompakte Systemkamera mit KI-basiertem Autofokus, 6,2K-Video und besonders leistungsfähigem Akku auf den Markt. Das neue X-Modell bietet einen hochauflösenden 26,1 Megapixel X-Trans CMOS 4-Sensor, den schnellen X-Prozessor und eine Fünf-Achsen-Bildstabilisierung über 7,0 EV-Stufen. Der innovative Motiverkennungs-Autofokus basierend, auf künstlicher Intelligenz, der bereits im Flaggschiffmodell Fujifilm X-T5 zum Einsatz kommt, erkennt automatisch unter anderem Tiere und Autos.

Im AUTO-Modus wählt die X-S20 nicht nur die zur jeweiligen Szene passende Einstellung automatisch, sondern sie erkennt und verfolgt auch das Hauptmotiv selbstständig. Bei dynamischen Szenen klebt die Schärfe regelrecht auf dem Motiv, sodass Foto- und Videoaufnahmen auch in diesen anspruchsvollen Situationen leicht gelingen.

Die Kamera bietet insgesamt 19 Filmsimulationen, die den Motiven einen besonders stilvollen Look verleihen, ganz so als würde man einen Analog-Film einlegen. Zur Auswahl steht unter anderem der Modus „Nostalgic Neg." mit hoher Sättigung und weicher Tonalität.

Die Kamera verfügt über einen Motiverkennungs-Autofokus, basierend auf künstlicher Intelligenz. Der mittels Deep-Learning-Technologie entwickelte Algorithmus erkennt und verfolgt ganz automatisch nicht nur Gesichter und Augen von Menschen, sondern hält auch Tiere, Vögel, Autos, Motorräder, Fahrräder, Flugzeuge, Züge, Insekten und Drohnen zuverlässig im Fokus. Der AF-Algorithmus berechnet die Motivbewegung im Voraus und sorgt so für eine präzise Scharfstellung mit kontinuierlichem Autofokus (AF-C).

Die X-S20 bietet ein besonders brillantes und scharfes Sucherbild mit 2,36 Millionen Bildpunkten und 0,62-facher Vergrößerung. Der rückwärtige Touchscreen lässt sich zur Seite schwenken und drehen, günstig bei Selbstporträts.

Die X-S20 zeichnet Videos in 6,2K/30p 4:2:2 10-Bit-Format auf. Sie unterstützt fortschrittliche Video-Formate wie die Aufnahme in 4K/60p oder 1080/240p.

Die Kamera verfügt trotz ihrer Kompaktheit über zwei 3,5-mm-Buchsen zum Anschluss eines externen Mikrofons und Kopfhörers. Außerdem gibt es einen neuen Vlog-Modus, der speziell für Selbstaufnahmen entwickelt wurde und sich über das obere Wahlrad schnell aktivieren lässt.

Die X-S20 lässt sich auch als Webcam nutzen. Dazu wird die Kamera einfach über ein USB-C-Kabel mit einem Computer verbunden, eine zusätzliche Software (beispielsweise Fujifilm X Webcam) ist nicht erforderlich. Während des Streamings oder der Online-Konferenz können die Filmsimulationen auf das übertragene Bild angewendet werden. Die Kameraeinstellungen können auch während einer bestehenden Verbindung zum Computer verändert werden. UVP Gehäuse 1.400 Euro.

www.fujifilm-x.com

NIKON Kompakte Nikon Z 8

Nikon erweitert sein Angebot an professionellen spiegellosen Kameras der Z-Serie um die Z 8 – laut Nikon „eine spannende Fortsetzung der Z 9 und ein echter kreativer Nachfolger für die D850.“ Mit rund 910 g Gewicht ist das Gehäuse der Z 8 dabei um 30 % kleiner als die Z 9 und um 15 % kleiner als die D850. Die 45,7 Megapixel Fotoauflösung und 8,3K native Filmauflösung der Z 8 sollen sowohl dem engagierten Steh- als auch dem Laufbild-Enthusiasten jede Menge Möglichkeiten eröffnen. Filme können mit einer großen Auswahl an Bildraten und Codecs aufgezeichnet werden, einschließlich kamerainternem 12-Bit-RAW für Filme mit bis zu 8,3K/60p oder 4,1K/120p. Fotografen stehen mehrere Dateiformate und Serienbildgeschwindigkeiten zur Verfügung, darunter ordentliche 120 Bilder pro Sekunde. Für HDR-Inhalte nimmt die Kamera neben Rohdaten auch 10-Bit HEIF-Fotos und 10-Bit HLG-Filme auf.

Die Z 8 verfügt über eine professionelle Wetterabdichtung und die gleiche Kältetoleranz wie bei den Nikon Spitzenmodellen D6 und Z 9; dies sorgt für zuverlässige Leistung auch bei niedrigen Temperaturen. Die Z 8 ist die erste spiegellose Kamera von Nikon, die über zwei USB-C-Anschlüsse verfügt, die eine schnelle und zuverlässige Übertragung von Dateien während des Ladevorgangs ermöglichen.

Mit den speziellen Porträtfunktionen lassen sich Farbton und Helligkeit feinabstimmen oder mit der fein dosierbaren Hautweichzeichnung Porträt- und Modeaufnahmen den letzten Schliff geben.

Hübsches Highlight: Deep-Learning-AF, das bedeutet Präzisionserkennung und -verfolgung für Menschen, Hunde, Katzen, Vögel, Autos, Motorräder, Fahrräder, Züge und Flugzeuge. Motiverkennung und Autofokus arbeiten bei Filmen und Fotos mit bis zu -9 LW. Die Augen bleiben scharf gestellt, auch wenn sich das Motiv schnell bewegt und sich auf dem Kopf befindet. Gesichter werden selbst bei starkem Gegenlicht scharf abgebildet. Nikon Z 8-Gehäuse 4.600 Euro; mit 24–120 mm-Zoomobjektiv 5.550 Euro, UVP.

www.nikon.de

Robuste Z 8 – der Hochleistungs-Wetterschutz verhindert das Eindringen von Staub, Schmutz und Feuchtigkeit. Die gleiche Kältetoleranz wie bei den Nikon Spitzenmodellen D6 und Z 9 bedeutet, dass auch bei Temperaturen von bis zu -10 °C noch alles zuverlässig funktioniert.

CANON Leichte EOS R100

Die neue spiegellose und kompakte EOS R 100 mit 24,1-Megapixel-APS-C-Sensor und Dual Pixel CMOS Autofokus-System wurde, so Canon, „speziell für diejenigen entwickelt, die mit einem EOS R-Modell in die Fotografie einsteigen möchten.“

Auch die Videoleistung wurde verbessert. Sie bietet 4K-25p-Aufnahmen und verbindet die Vorteile des EOS R-Systems mit leichter Bedienbarkeit. Außerdem können Full-HD-Videos mit 60 B/s und 120 B/s bei einer Auflösung von 720p aufgenommen werden.

Der Kamerasensor soll mit authentischem Bokeh überzeugen, dabei wird der Hintergrund weichgezeichnet, so dass das Motiv besonders gut zur Geltung kommt.

Das auf Mobilität ausgelegte Design der R100 ist mit einem Gewicht von rund 356 g wesentlich kleiner und leichter als eine herkömmliche DSLR. Der Griff, der elektronische Sucher, die intuitiven Bedienelemente und die Benutzeroberfläche sollen die Möglichkeit bieten, auch ohne Vorkenntnisse eigene kreative Vorstellungen auf Anhieb umzusetzen. Unterstützt wird dies durch den Kreativ-Assistenten, mit dem sich Hintergrundunschärfe, Helligkeit, Kontrast und Farbbalance leicht anpassen lassen. EOS R100 Kit mit RF-S 18-45 mm IS STM kostet 700 Euro UVP.

www.canon.de/cameras/eos-r100/

Die kompakte EOS bietet den intelligenten Dual Pixel CMOS AF des EOS R-Systems mit schneller und präziser Motiverkennung, der bei Verwendung des Suchers oder des LC-Displays die Augen von Personen verfolgt, mit der Action Schritt hält und das Wesentliche betont. Mit bis zu 6,5 B/s bei Reihenaufnahmen mit One Shot AF und 3,5 B/s bei Nachführ-AF soll die neue EOS den ganz besonderen Moment festhalten.

Jetzt kommt Canon mit der 4K-Vlogging-Kamera PowerShot V10. Besonderheit: Der 1-Zoll-Typ CMOS-Sensor für überzeugende Foto- und Videoqualität aus dem Handgelenk. Für die individuelle Note sind insgesamt 14 Farbfiltereffekte und ein „Glatte Haut“-Modus verfügbar. Die Kamera liefert Aufnahmen in der von Social-Media-Plattformen definierten Ausrichtung und kann bis zu eine Stunde lange Videos aufzeichnen. Sie ist mit einem 2,0-Zoll-LCD-Touchscreen ausgestattet, der für Selfie-Aufnahmen ausgeklappt werden kann. Das Standardpaket mit USB-C-Kabel, Tasche, Objektivdeckel, Windschutz und Handschlaufe kostet 450 Euro €UVP.

www.canon.de/cameras/powershot-v10/

AMAZON Scharfes, großes 11-Zoll-Display: Fire Max 11

Amazon kommt mit dem Fire Max 11, das bisher größte und leistungsstärkste Fire-Tablet im Sortiment. Das Tablet bietet 14 Stunden Akkulaufzeit, bis zu 128 GB integrierten Speicher sowie einen optimierten Prozessor für schnelles Streaming, reaktionsschnelles Gaming und reibungsloses Multitasking. Kund:innen können TV-Serien und Filme mit einer Auflösung von 2.000 x 1.200 Pixeln genießen und mit einer 8-MP-Front- und Rückkamera Videoanrufe tätigen. Mit Tastatur und Stift als optionalem Zubehör lassen sich E-Mails beantworten, kreative Ideen umsetzen oder handschriftliche Notizen erstellen, die mit der integrierten Handschrifterkennung auch in digitalen Text umgewandelt werden können. Der große Bildschirm kann auch im Split-Screen-Modus genutzt werden, um bequem zwei Anwendungen gleichzeitig zu verwenden.

Wesentliche Produkt-Highlights:

- Das große 11-Zoll-Display mit 2,4 Millionen Pixeln (2.000 x 1.200 Auflösung) ist zertifiziert für geringe Abstrahlung von blauem Licht. Kund:innen können damit Millionen Filme, Serienepisoden, Apps, Spiele oder Songs sowie Videoanrufe in scharfen und lebendigen Farben genießen.
- Fire Max 11 ist fast 50 % schneller als das nächstschnellere Tablet von Amazon. Der kraftvolle Octa-Core-Prozessor mit bis zu 2,2 GHz und 4 GB Arbeitsspeicher ermöglicht reibungsloses Videostreaming, ruckelfreies Spielen und blitzschnelles Wechseln zwischen Apps. Die Wi-Fi 6-Unterstützung sorgt für schnelle und reibungslose Konnektivität.
- Mit seinem schlanken und robusten Metalldesign wiegt Fire Max 11 weniger als 500 g. Das Tablet verfügt über schmale Ränder und verstärktes Glas und ist dreimal so robust wie das iPad 10,9" (10. Generation).
- Dank 14 Stunden Akkulaufzeit und beeindruckendem Dolby Atmos Surround Sound steht einem Serienmarathon mit Inhalten von Prime Video oder Netflix nichts im Wege. Mit 64 oder 128 GB Speicher bleibt auch im Offline-Modus genug Platz. Mit Luna, dem Cloud-Gaming-Service von Amazon, streamen Kund:innen ihre Spiele direkt auf dem Fire Max 11.
- Mit Fire Max 11 lassen sich mehr Aufgaben parallel erledigen. Dazu zählt etwa der Split-Screen-Modus, um Anrufe über Zoom oder Microsoft Teams zu tätigen und gleichzeitig Notizen in OneNote zu erstellen oder E-Mails zu verschicken.

- Fire Max 11 ist Amazons erstes Tablet mit Fingerabdrucksensor. Kund:innen können einfach die Ein/Aus-Taste mit dem integrierten Fingerabdrucksensor berühren, um das Tablet bequem zu entsperren.
- Das 8-MP-Frontkamerasystem im Querformat sowie eine 8-MP-Rückkamera mit Autofokus eignen sich bestens für Videogespräche mit Freund:innen oder der Familie.
- Kund:innen können Alexa bitten, einen Song abzuspielen, ein Audible-Hörbuch oder einen Film zu starten, ein Quiz zu spielen, den Kalender anzuzeigen, Videoanrufe zu tätigen und vieles mehr.
- Mit dem Geräte-Dashboard auf dem Startbildschirm können Kund:innen ihre Alexa-fähigen Smart-Home-Geräte direkt vom Fire Max 11 aus steuern. Im Show-Modus verwandelt sich Fire Max 11 in einen Echo Show-ähnlichen Bildschirm für die Nutzung im Smart Home.
- Fire Max 11 ist für die ganze Familie geeignet und unterstützt bis zu zwei Erwachsenen- und vier Kinderprofile. Mit Amazon Kids können Eltern die Bildschirmzeit ihrer Kinder einfach verwalten und tägliche Lernziele, Altersfilter oder Zeitlimits festlegen. Mit einer Mitgliedschaft bei der kindgerechten Medienbibliothek Amazon Kids+ erhalten sie Zugang zu Tausenden von Büchern, Apps, Spielen, Videos, Filmen, Audible-Hörbüchern und -Hörspielen und mehr. Eltern können die Amazon Kids-Einstellungen auf dem Gerät oder über das Amazon Eltern Dashboard verwalten.
- Fire Max 11 trägt das Climate Pledge Friendly-Siegel auf Amazon.de – eine Kennzeichnung, die hilft, nachhaltigere Produkte zu entdecken und zu kaufen. 98 % der Verpackung des Tablets bestehen aus Holzfaserwerkstoffen, die aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern oder aus recycelten Quellen bezogen wurden.

Was man so alles damit machen kann

Mit dem Fire Max 11 werden Anwender:innen nicht nur bestens unterhalten – das Tablet kann auch dabei helfen, produktiv und kreativ zu sein. Im Bundle mit der Tastaturhülle und dem „Made for Amazon"-Eingabestift wird das Fire Max 11 zum vielseitig einsetzbaren Allrounder – ganz gleich, ob das Tablet zum Schreiben, für handschriftliche Notizen oder kreative Tätigkeiten eingesetzt wird. Das Tablet lässt sich mit der Tastaturhülle in ein 2-in-1-Gerät verwandeln. Die Tastatur in Standardgröße verfügt über zwei individualisierbare und 15 vorprogrammierbare Tastatur-Kurzbefehle, mit denen sich wiederkehrende Aufgaben leichter erledigen lassen. Trackpad-Gesten ermöglichen eine schnelle Navigation. Die Tastaturhülle wird magnetisch befestigt, die rückseitige Schutzhülle lässt sich als Ständer verwenden, um freihändig zu lesen, zu streamen oder zu telefonieren.

Mit dem „Made for Amazon"-Eingabestift können Kund:innen in Apps wie Picsart zeichnen und designen, ihre Dokumente in Microsoft 365 von Hand markieren, handschriftliche Notizen in OneNote erstellen oder mit Drawing Desk kreativ werden und ihre Ergebnisse anschließend über all ihre Geräte teilen und darauf zugreifen. Der Eingabestift ermöglicht auch das Schreiben in Textfeldern, so dass sich beispielsweise eine Web-Suche so unkompliziert anfühlt wie das Notieren eines kurzen Gedankens. Der Eingabestift wird mit einer austauschbaren Batterie betrieben, die bis zu sechs Monate hält. Das Fire Max 11 ist wahlweise mit 64 GB oder 128 GB Speicherplatz erhältlich; UVP ab 270 Euro.

www.amazon.de