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

August 2023

www.ce-trade.de

homeTec

Consumer Electronics · Digital Imaging · Personal Computing + Telekommunikation

Mehr zu Loewe ab Seite 12

Die weltweit bedeutendste Messe für Consumer Electronics und Home Appliances

IFA
CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED
BERLIN, 1-5 SEP 2023

99 Jahre IFA

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

Scannen Sie den QR Code und holen Sie sich Ihr Ticket gleich heute

www.ifa-berlin.com

Unternehmen

Consumer Electronics

Aquapix 9
Bitkom 4
Ceconomy 4
Clarion 4
Expert 6
Euronics 6
gamescom 7
HD Plus 4
Hisense 4, 14
IFA 2023 10
JBL 8
Lenco 9
LG 8, 14
Loewe 12
Magenta-TV 7
Samsung 16
Sharp 4
Sony 9
Telering 7
ViewSonic 8
Yamaha 9

Foto/Digital Imaging

Easypix 17
HIKMICRO 18
Leica 17
Sony 19

Personen

Consumer Electronics

Christian Alber 12
Achim Berg 4
Daniel Bollers 4
Armin Butzen 7
Rocco Carbotti 4
Thomas Dannenfeldt 4
Felix Falk 7
Dr. Monika Griefahn 10
Lisa Hannant 4
Nobert Hölzle 4
Hans-Joachim Kamp 10
D.-Benjamin Kmetec 6
Udo Knauf 7
Claudia Kreft 10
Leif-Erik Lindner 4, 11
Jochen Mauch 8
Oliver Merlin 10
Christoph Müller 4
Dr. Stefan Müller 6
A. Müller-Vondey 4
Hendrik Nietsch 4
Andreas Pleth 4
Benjamin Pförtsch 4
Judith Rakers 6
Michael Rook 6
Daniel Schiffbauer 14
Dr. Martin Schulte 11
Dr. Tim Seewöster 11
Sühel Semerci 4
Joe Tomota 4
Dr. Sara Warneke 11
Dr. K. Wildberger 4
Dr. R. Wintergerst 4

Foto/Digital Imaging

Philippe Rogge 4
Johanna Rusin-Rohrig 4
Stephan Schulz 17
Steffen Vangerow 10
Meredith Whittaker 4
Dr. Christian Wulff 4

IFA 2023 Innovation Media Briefing – die Vorveranstaltung für die IFA Anfang Juli in Berlin sollte auf die Messe im September einstimmen. Die Industrie glänzte weitgehend durch Abwesenheit, und auch das Informations-Angebot blieb überschaubar. Seite 10

APS-C-Kamera Alpha 6700 – das neue Modell vereint die zeitgemäßen Bild- und Videofunktionen der neuesten Vollformatkameras aus der Alpha Serie und der Cinema Line mit dem kompakten, leichten Design der Alpha 6000 Serie. Dies macht die Alpha 6700 zu einer besonders gut ausgestatteten APS-C-Kamera. Seite 19

Consumer Electronics

LG: Smart Cam für Smart-TVs 8
ViewSonic: 4K-Beamer bis 300 Zoll 8
JBL: Gaming-Kopfhörer 8
Yamaha: Over-Ear Kopfhörer 9
Lenco: Bluetooth-Plattenspieler 9
Lenco: 150 Watt Party-Box 9
Aquapix: Selfie-Kamera 9
Sony: Mobiles Heimkino-System 9
IFA 2023: Innovation Media Briefing 10
Loewe: Premium-Design und HighEnd-TV 12
LG: Interview mit Daniel Schiffbauer 14
Hisense: Kurzdistanz-Projektoren 14
Samsung: Smart Summer Deals 16
Samsung: SuperSize Premium TV 16

Foto / Digital Imaging

L-Mount: Zwei neue Partner an Bord 17
Aquapix: Untertauchen 17
Hikmicro: Energiesparen mit Wärmebildkameras 18
Sony: Starke Foto- und Video-Performance 19

Wirtschaft

Personen 4
Zielscheibe 5
Impressum 5
Euronics: Summer Convention 6
Expert: Stabile Bilanz 2022/2023 6
Magenta TV: Nebenkostenprivileg 7
Telering: Neue Online-Plattform 7
gamescom: Mehr Aussteller, mehr Fläche 7

Samsung 98 Zoll – gigantischer Supersize Fernseher in bewährter QLED Direct Full Array Technik. Dank Quantum Dot brillante Bildwiedergabe auch bei Tageslicht. Integrierter Natural Quantum Prozessor 4K für Bildoptimierung in Echtzeit. Supersize Pictur Enhancer für AI-gesteuertes Upscaling. Auch ideal geeignet zum virtuellen Home Workout. Seite 16

Hisense Kurzdistanz-Projektor – der Pionier der Kurzdistanz-Projektoren hat zwei neue 4K Modelle mit 90 und 100 Zoll inklusive Screen vorgestellt. Seite 14

Zippert

Katastrophenschützer sind der Ansicht, der Brand im Gehirn von Friedrich Merz sei außer Kontrolle geraten, Biologen sagen, der große Vorsitzende kann sich einfach nicht entscheiden, ob er jetzt Wildschwein oder Löwe sein will. Aber seine Strategie ist eindeutig: Er zeigt unklare Kante. Darauf muss sich auch sein Generalsekretär, der Freibadscharfrichter Linnemann, erst einstellen. Merz will größtmögliche Unsicherheit stiften, sowohl in den gegnerischen, aber auch in den eigenen Reihen, um das entstandene Chaos zu nutzen, für was auch immer, das muss er sich noch überlegen. Die Diskussion entzündet, vor allem am Begriff der Brandmauer. Der Bau von Mauern ist ja eher eine ostdeutsche Kernkompetenz, für den Mann aus dem Sauerland, dessen dichte Wälder den besten Schutz vor Eindringlingen bieten, ist das ein ziemlich unbekanntes Terrain, das muss man ihm nachsehen. Merz ist aber auch der König der Lüfte, und dort kennt er allerdings die Schallmauer, vor der er natürlich Respekt hat, denn wenn er die durchbricht, dann hört man sehr deutlich seinen Knall.

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

Zitiert

„Wir machen oft große Versprechen, halten diese aber zu selten ein." **Philippe Rogge**, Deutschlandchef von Vodafone, äußert im dpa-Interview Selbstkritik an der Werbe-Praxis der Telekommunikationsbranche. Die Wahrheit werde oft „in Fußnoten versteckt".

augsburger-allgemeine.de

„Für Konsument:innen heißt es beim Einkauf nicht online oder offline. Die meisten haben Berührungspunkte mit den Produkten in verschiedenen Kanälen. Während das Smartphone für die Recherche im Vorfeld einer Kaufentscheidung eine immense Rolle spielt, bleibt der stationäre Handel der meistgenutzte Einkaufskanal." **Dr. Christian Wulff**, Leiter des Bereichs Handel und Konsumgüter bei PwC Deutschland und EMEA.

„Auch in den geschützten vier Wänden des Badezimmers sollten Menschen darauf achten, von Cyberkriminellen nicht mit heruntergelassenen Hosen erwischt zu werden. Sie sollten aufpassen und Maßnahmen ergreifen, um sich auch hier besser zu schützen. Das unbesorgte Scrollen gegen Langeweile kann beispielsweise schnell zu dem Klick auf eine Phishing-Mail führen", erklärt **Joanna Rusin-Rohrig**, Country Director DACH bei NordVPN.

„Wollt ihr am Ende von einer Handvoll amerikanischer oder chinesischer Firmen kontrolliert werden? Das sind die wirklich wichtigen Fragen. Nicht, ob KI uns alle glücklicher macht oder uns irgendwann in einer fernen Zukunft vernichtet." KI-Expertin **Meredith Whittaker** wirft den großen Tech-Konzernen vor, eine rosige Zukunft mit Künstlicher Intelligenz vorzugaukeln.

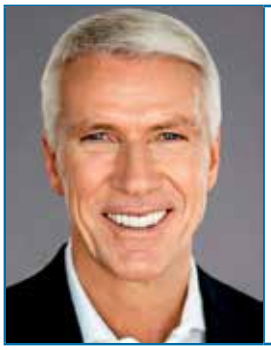
CLARION

Lisa Hannant, Chief Executive Officer bei Clarion Ltd., über den Einsatz von **Leif-Erik Lindner** für die IFA 2024. „Wir freuen uns sehr, dass Leif-Erik Lindner unser Management-Team verstärken wird. Seine Branchenkenntnisse, seine Vertriebserfahrung und seine Herangehensweise an Großprojekte werden einen wertvollen Beitrag dazu leisten, unsere Position als globale Leitmesse unserer Branche weiter zu stärken."

SHARP

Joe (Yoichi) Tomota wird als neuer Präsident künftig von London aus das breite Sharp Portfolio leiten. „Wir erleben bei Sharp Europe momentan eine spannende Phase der Transformation, mit dem Ziel, den sich stetig verändernden Anforderungen von Unternehmen und Gesellschaft noch besser gerecht zu werden. Ich freue mich darauf, neue Produkte und Dienstleistungen zur Marktreife zu führen", so Tomota.

BITKOM



Dr. Ralf Wintergerst ist neuer Präsident des Digitalverbands Bitkom; Wintergerst wurde im Rahmen der Bitkom-Jahrestagung in Berlin einstimmig gewählt. Er folgt auf **Achim Berg**, der die laut Satzung maximal möglichen drei Amtszeiten erreicht hat. Wintergerst wird in den kommenden beiden Jahren für die gut 2.200 Mitglieder des Bitkom mit ihren in Deutschland mehr als zwei Millionen Beschäftigten sprechen.

CECONOMY

Dr. Karsten Wildberger wurde vom Aufsichtsrat der Ceconomy AG für weitere fünf Jahre zum Vorstandsvorsitzenden bestellt. „Unter seiner Führung hat Ceconomy in den vergangenen zwei Jahren ihre Rolle als europäischer Marktführer im Handel mit Consumer Electronics gefestigt", so **Thomas Dannenfeldt**, Aufsichtsratsvorsitzender der Ceconomy AG, anlässlich der Wiederbestellung.

HD PLUS

Andreas Müller-Vondey hat die Position des Geschäftsführers der HD Plus GmbH übernommen. Er tritt die Nachfolge von **Norbert Hölzle** an, der nun Global Head des Geschäftsbereichs Media bei SES ist, der Muttergesellschaft von HD+. „Die HD+ TV-App ist bereits in sehr vielen TV-Geräten integriert. Damit ist der Zugang zu unserem Produkt kinderleicht", so der neue Geschäftsführer.

HISENSE

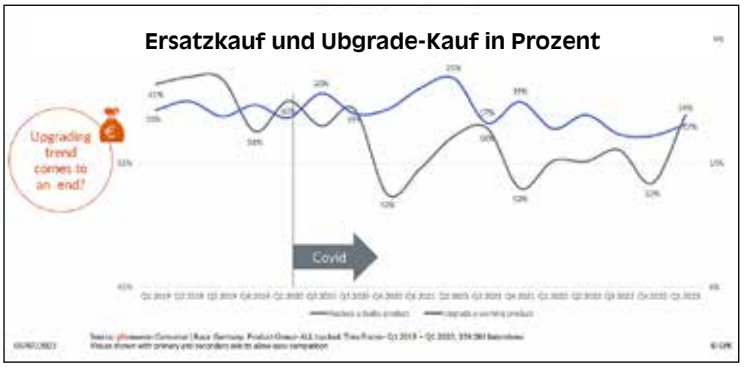
Um künftig noch gezielter auf die Anforderungen der Handelspartner eingehen zu können, hat Hisense die CE/TV-Vertriebsorganisation unter der Führung von Sales Director **Daniel Bollers** weiter spezialisiert und verstärkt. Ziel der Spezialisierung ist die Konzentration auf die drei wichtigen Kanäle: Technical Superstores & Buying Groups, Online & E-Commerce sowie Laser TV-Fachhandel. Für jeden Kanal wurde die Position des Group Sales Lead neu geschaffen und mit den erfahrenen Key Account Managern **Rocco Carbotti** (Technical Superstores & Buying Groups), **Andreas Pieth** (Online & E-Commerce) und **Hendrik Nietsch** (Laser-TV) besetzt. Um der führenden Position von Hisense im Bereich Laser TV und dem Potenzial, das in diesem zukunftsweisenden Produktsegment liegt, gerecht zu werden, verstärkt Hisense auch hier das Team. Seit April ist **Christoph Müller** als neuer Key Account Manager Laser TV an Bord und unterstützt Hendrik Nietsch beim strategischen Ausbau. Darüber hinaus wird auch die kanalspezifische Betreuung der Technical Superstores & Buying Groups verstärkt: **Benjamin Pförtsch** startet in der neuen Position als Regionalmanager für Nord- und Ostdeutschland.

Sühel Semerci, Executive Vice President der Hisense Gorenje Germany GmbH, ist überzeugt: „Mit dieser Neuaufstellung passen wir uns einerseits organisatorisch und personell an die bisherigen Umsatzerfolge der vergangenen drei Jahre an."

www.hisense.de

Ersatz-Kauf, Neu-Kauf, Kein Kauf: Kaufverhalten ändert sich deutlich

Ersatz-Käufe haben den größten Anteil am Markt mit Consumer Electronics. Die Marktforscher der Nürnberger GfK ermittelten hier bis zum ersten Quartal 2020 über die Jahre einen stabilen Anteil um die 60 Prozent für alle relevanten Produktbereiche. Mit dem dritten Quartal 2020 sank dieser Anteil bis auf 52 Prozent und hat sich erst in diesem Jahr wieder den üblichen 60 Prozent genähert.



Interessant ist eine weitere Zahl der Nürnberger: Neu-Käufer, die trotz eines noch funktionierenden Gerätes ein neueres, leistungsfähigeres und damit auch teureres Gerät kaufen. Bei der GfK wird dies als Upgrade-Kauf bezeichnet. Das gilt ganz besonders für TV-Geräte. Der Neue muss größer sein, brillante UHD-Bilder liefern und einen unkomplizierten Zugang zu Internet-Streaming-Diensten gewährleisten.

Und dann gibt es noch den nicht unerheblichen Anteil der Nicht-Käufer. Was aber keinesfalls bedeutet, diese Gruppe würde nichts kaufen. Das tut sie schon, aber über andere Kanäle und keine Neugeräte. Also ein Umsatzvolumen, das am Handel vorbeigeht. Ebay ist hier eine ganz wichtige Plattform, aber auch Refurbished-Anbieter im Online-Handel und Unternehmen, die sich auf den Ankauf gebrachter Geräte spezialisiert haben. Die werden dann so weit wie möglich aufgefrischt und gegebenenfalls auch repariert. Profi auf diesem Gebiet ist *asgoodasnew*. Geschäftsführer Dr. Tim Seewöster sagte auf der IMB in Berlin (Seite 10), bereits 20 Prozent der Kunden würden Refurbished-Produkte kaufen. Ausschlaggebend sei für 80 Prozent der günstigere Preis.

Seit etwa 13 Monaten sind die Umsatzzahlen im CE-Handel rückläufig, und das über alle Produktbereiche. Ausgenommen Foto, nach Jahren schrumpfender Umsatzzahlen konnte die Fotobranche gegenüber dem Vorjahr ein Plus von sechs Prozent verzeichnen. Klingt gut, ist es aber nicht, denn die Vorjahreszahlen waren keinesfalls zufriedenstellend. Die sinkenden Umsatzzahlen haben verschiedene Gründe. Vornweg die wirtschaftliche Unsicherheit durch drohende Gesetze, die die Bürger extrem belasten könnten. Dann natürlich die besonders hohe Inflationsrate der vergangenen Monate, außerdem natürlich die stark angestiegenen Preise für Energie und die materielle Angst vor den kommenden Heizkosten- und Strom-Abrechnungen. Es scheint sich in einigen Produktbereichen aber auch eine Marktsättigung abzuzeichnen. Wie die gesunkenen Zahlen für Ersatzkäufe zeigen.

Keine guten Aussichten, doch es gibt noch eine weitere Käuferklasse, die sich weder am Preis noch um Bedarf orientiert. Kunden, die immer das Neueste und Beste haben wollen. Diese spricht beispielsweise Samsung aktuell mit seiner TV-Werbung für das neue Galaxy Z Flip 5 mit einem Startpreis von 1.199 Euro für das 256 GB-Modell an. Mit dem neuen Galaxy Z Fold 5 in der Top-Version bewegt sich Samsung mit einem VK von 2.259 Euro sogar schon auf dem Preisniveau eines gut ausgestatteten 65-Zoll Fernsehers.

Überhaupt Fernsehen, trotz deutlich gesunkener Stückzahlen ist in den vergangenen Quartalen der Durchschnittspreis nicht unerheblich gestiegen. Ursache waren größere und teurere Geräte. Die relevanten Hersteller haben alle TV-Geräte im Angebot, die 5.000 Euro und noch einiges mehr kosten. Bildschirmgrößen von 75 bis 98 Zoll haben eben ihren Preis. Auch für exklusives Design ist in diesen Kundenkreisen reichlich Geld vorhanden. So ist man beispielsweise in Kronach bei der Edelmanufaktur Loewe vom anhaltenden Erfolg der Design-Ikone ionic überrascht (Seite 12).

Luxus geht immer. Das hat auch aktuell die Luxury Goods Worldwide Market Study des italienischen Luxusgüterverbands Fondazione Altagamma gezeigt. Weltweit wurde noch nie so viel für exklusive Markenprodukte mit besonderem Image ausgegeben.

Peter Lanzendorf

Verlag
P.O.S. Media GmbH
Postfach 110932, 40509 Düsseldorf
Telefon + 49 211 8284700
ce.info@ce-trade.de
www.ce-trade.de
www.hometec.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-roescher.de

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

Gültig ist die Anzeigenpreisliste vom
1. Januar 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

Euronics Summer Convention
Wachstum mit Kundenbindung

Für die elfte Ausgabe der Euronics Summer Convention kamen rund 800 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Mitgliederbetrieben, Vertreterinnen und Vertreter der Industrie- und Dienstleistungspartner sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus der Ditzinger Zentrale nach Palma. **Benedict Kober**, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG: „Auch in diesem Jahr konnten wir uns über rekordverdächtige Teilnehmerzahlen und eine hohe Relevanz freuen, die unsere Veranstaltung bei Händlern und Partnern genießt."

Im Zentrum der diesjährigen ESC standen die Themen Wachstum, Wertschöpfung und Digitalisierung – immer unter Berücksichtigung des absoluten Fokus auf die Endkunden. Die positive Resonanz der Gäste sowie die angeregten Diskussionen über die präsentierten Inhalte zeigten, dass Euronics sowohl den Nerv der Zeit als auch den der Branche getroffen hat.

Das erklärte Ziel von Euronics im Bereich Digitalisierung ist klar: Es braucht eine einheitliche Strategie mit und für die ganze Genossenschaft, um gemeinsam noch stärker zu werden. Dabei geht es darum, die Erwartungen der Konsumenten mit den Interessen der Mitglieder, den Aufgaben der Genossenschaft und den Chancen des Marktes bestmöglich zu verbinden. Dafür wird das Projektteam von einem Digitalbeirat, bestehend aus ausgewählten Mitgliedern, unterstützt. Der zentrale Online-Shop ist dabei nur ein Baustein der Gesamtlösung. Es braucht eine fundiert ausgearbeitete Multichannel-Wachstums- und Wertschöpfungsstrategie, bei der der stationäre Handel weiterhin die tragende Säule bleibt.

Für den absoluten Fokus auf die Consumer Journey wurden im eigenen Online-Shop diverse Analysen durchgeführt. Die Zusammenarbeit mit Industriepartnern, wobei es um Multichannel-Partnerschaften auf Augenhöhe geh, die es Euronics erlauben, Ideen und Produkte der Partner noch besser über alle Vertriebswege in Szene zu setzen. Die Optimierung dieser Vertriebswege, indem eine modulare Logistikstrategie im engen Zusammenspiel mit den Mitgliedern erarbeitet und implementiert wird. Und nicht zuletzt eine verbesserte Zuführung in den stationären Handel mit dem Ziel, die hybride Stammkundschaft zahlenmäßig auszubauen. Denn das Prinzip „Click & Collect" bietet nach wie vor enormes Frequenz- und Umsatzpotenzial.

Der Service-Gedanke ist und bleibt eine der großen Stärken der Verbundgruppe. Mit seinem Service-Ökosystem hat das Unternehmen ein zusätzliches Alleinstellungsmerkmal im Markt. Es umfasst neben einer umfangreichen digitalen Wissensdatenbank und einer virtuellen Service-Organisation auch zahlreiche Schulungsofferten.

Euronics Podiums-Diskussion – der Vorstand auf der ESC-Bühne mit Moderatorin Judith Rakers (v.l.n.r.): Jochen Mauch, Michael Rook, Denis-Benjamin Kmetec, Benedict Kober, Judith Rakers.

Expert Bilanz 2022/23
Marktposition wurde gehalten

Expert erzielte im Geschäftsjahr 2022/2023 (1. April 2022 bis 31. März 2023) einen Innenumsatz zu Industrieabgabepreisen ohne Mehrwertsteuer in Höhe von 2,24 Milliarden Euro und lag damit um 2,5 Prozent unter dem Vorjahreswert. Trotz des leichten Rückgangs, der auf die angespannte Weltwirtschaftslage zurückzuführen ist, konnte expert seine starke Position am Markt stabil halten.

„Für die expert-Gruppe haben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut unternehmerische Highlights und Herausforderungen die Waage gehalten", sagt **Dr. Stefan Müller**, Vorstandsvorsitzender der expert SE. „Neben den Nachwirkungen der Corona-Pandemie galt es nun auch den Auswirkungen des Ukraine-Kriegs und der Energiekrise zu begegnen, die einen starken Einfluss auf Inflation und Konsumklima hatten. Durch zielgerichtete Maßnahmen sowie die hervorragende Zusammenarbeit mit unseren Gesellschaftern, Industrie- und Dienstleistungspartnern sowie unseren Mitarbeitern haben wir das abgelaufene Geschäftsjahr jedoch erfolgreich gemeistert und so einmal mehr bewiesen, dass expert die leistungsfähigste Kooperation im Elektronikfachhandel ist. Unser Konzept überzeugt!"

Im Geschäftsjahr 2022/2023 zählte die expert-Gruppe 194 Gesellschafter mit 399 Standorten, 144 davon betreiben eine eigene Service-Werkstatt. Die Anzahl der Fachmärkte ist gewachsen und betrug zum Geschäftsjahresende 295. „Unser Ziel bei expert ist es, neue Gesellschafter für unsere Kooperation zu gewinnen sowie Unternehmer, die bereits Teil der expert-Familie sind, zu halten und ihnen bei einer gewünschten Expansion unterstützend zur Seite zu stehen", so Michael Grandin, Vorstand der expert SE.

Der Gradmesser für den Unternehmenserfolg ist die Gesamtbonusausschüttung an die expert-Gesellschafter. Die Gesamtbonusausschüttung fiel mit 237,0 Millionen Euro auf einem sehr hohen Niveau aus, diese Angabe entspricht 13,3 Prozent des jahresbonuspflichtigen Umsatzes. Zudem konnte die expert SE mit 29,4 Prozent zum Bilanzstichtag 31.03.2023 wieder eine sehr hohe Eigenkapitalquote ausweisen. „Sowohl die hohe Gesamtbonusausschüttung als auch die weiterhin hohe Eigenkapitalquote unterstreichen die Leistungsfähigkeit der gesamten expert-Gruppe", sagt Michael Grandin. „Die Zahlen verdeutlichen, dass expert auf einem wirtschaftlich gesunden und zukunftsfähigen Fundament steht. Unser Unternehmensmodell hat sich bewährt, wird von uns laufend mit Augenmaß an die Herausforderungen der modernen Wirtschaftswelt angepasst und ist dank des starken Engagements der gesamten Verbundgruppe fit für die Zukunft."

Expert kann lächeln – mit einem Umsatzrückgang von nur 2,5 **Prozent blicken** Dr. Stefan Müller, (l.) Vorstandsvorsitzender, und Michael Grandin, Vorstand der expert SE, zuversichtlich ins Jahr 2023.

Magenta-TV statt Kabelanschluss

Wegfall des Nebenkostenprivilegs

Der 1. Juli 2024 ist für Mieter mit Kabelanschluss ein besonderer Stichtag. Durch den Wegfall des Nebenkostenprivilegs können rund 12,5 Millionen Mieter-Haushalte dann erstmalig frei wählen, über welchen TV-Anbieter sie zukünftig fernsehen möchten. Das ist neu, denn bislang waren die anfallenden Gebühren für einen Kabelanschluss im Regelfall Teil der Nebenkostenabrechnung.

Telekom und auch der Handel bieten diesen Haushalten ein modernes und preislich attraktives Produkt als Alternative zum herkömmlichen Kabelanschluss: MagentaTV steht für vielfältige Entertainmenterlebnisse über alle Gerätetypen hinweg und bietet perfekte Unterhaltung für alle, die Fernsehen lieben.

Arnim Butzen, TV-Chef der Telekom: „MagentaTV ist state of the art Fernsehen und verbindet das Beste aus klassischem TV mit der modernen Welt des Streamings. Außerdem gehört schon in der Basis-Version etwa unsere kostenlose Megathek, die eine einzigartige Auswahl an Serien und Filmen auf Abruf bereithält, zum Paket. Zudem ist MagentaTV parallel auch für mehrere Haushaltsmitglieder nutzbar. Und das auf allen neueren Smart-TVs, Tablets, Streamingsticks und mobilen Endgeräten."

MagentaTV bündelt klassisches Fernsehen, Media- und Videotheken sowie Streamingdienste und exklusive Inhalte auf einer zentralen Plattform. Dabei stehen bis zu 300 TV-Sender und mehr als 100 HD-Kanäle zur Auswahl. Zudem bieten Funktionen wie Timeshift, Restart und 7-Tage-Replay einen einmaligen Komfort. MagentaTV ist deutschlandweit unabhängig vom Internetanschluss buchbar.

Die Basis-Version von MagentaTV ist mit einem Vertrag über 24 Monate bereits für fünf Euro erhältlich und bietet alle genannten Vorteile. In der monatlich kündbaren Variante liegt der Preis für MagentaTV bei zehn Euro. Mehrere zusätzliche Tarifoptionen halten für Kundinnen und Kunden zudem attraktive Pakete zum Vorteilspreis mit Streaming-Diensten wie RTL+, Netflix oder Disney+ bereit. Anbieter wie etwa Sky/WOW, DAZN, DYN oder Apple TV sind außerdem über MagentaTV zubuchbar.

Neue Telering Online-Plattform: Zur IFA wird sie freigeschaltet. Sie soll die Kunden auf der Suche nach einer Komplettlösung zum Technik-Profi-Fachhändler in ihrer Nähe führen. Umgesetzt wird dies mit einer intelligenten Suchfunktion, mit der sowohl nach Produkten als auch den dazugehörigen Dienstleistungen gesucht werden kann. „So können wir unseren Fachhändlern mehr denn je neue, sinnvolle Werkzeuge an die Hand geben, um das Produkt- und Serviceangebot optimal zu kombinieren und damit unseren Technik-Profis online wie offline neue, serviceorientierte Kundengruppen zuzuführen." erläutert **Udo Knauf**. Die Online-Plattform wird als Lead-Generator eingesetzt und bietet einen hohen Mehrwert für den Fachhandel wie den Verbraucher: Der Technik-Profi vor Ort kann sich anspruchsvollen Kunden gegenüber als Komplettlösungsanbieter profilieren und ist über alle Medien hinweg gut auffindbar. Der Kunde profitiert durch die passgenaue Online-Suche und findet schnell den Technik-Profi in seiner Nähe, der sein Produkt inklusive Full Service bietet. Und nicht zuletzt kann er den Vorteil einer persönlichen, bedarfsgerechten Beratung im stationären Handel nutzen.

gamescom 2023: Mehr Aussteller, mehr Fläche und internationaler

Die gamescom wächst. So ist schon jetzt absehbar, dass zur gamescom 2023 mehr Ausstellende vertreten sein werden als im Vorjahr. Die Bruttoausstellungsfläche wächst im Vergleich zu 2022 um 10.000 Quadratmeter auf insgesamt 230.000 Quadratmeter – ein neuer Rekord. Auch bei der Internationalität legt die gamescom weiter zu: Die Ausstellenden kommen 2023 aus 60 Ländern, 2022 waren es noch 53. Der Auslandsanteil bei den Ausstellenden hat sich zudem im Vergleich zum Vorjahr um drei Prozentpunkte auf 78 Prozent erhöht.

Tim Endres, Director gamescom bei der Koelnmesse: „Vergangenes Jahr konnte die gamescom dank ihrer einmaligen Community und starken Unterstützung vieler Games-Unternehmen ein großartiges Comeback feiern. Dieses Jahr setzen wir mehrfach einen obendrauf, denn die gamescom wächst an verschiedensten Stellen. Gerade, dass wir aus der Branche so viel Zuspruch bekommen und dieses Jahr große Unternehmen dabei sind, die die letzten Jahre pausiert haben, freut mich sehr. Aber auch der Fakt, dass unsere weitere Öffnung für branchenverwandte Unternehmen, beispielsweise aus dem Bereich Streaming, erste Früchte trägt, zeigt die große Strahlkraft der gamescom. Für unsere Bedeutung als weltweit wichtigstes Games-Event spricht letztlich, dass wir dieses Jahr nicht nur internationaler als 2022 sind, sondern sogar als vor der Pandemie! Wie unsere Community kann ich es kaum abwarten, dass die gamescom 2023 startet."

Felix Falk, Geschäftsführer des game – Verband der deutschen Games-Branche: „Games sind ein internationales Phänomen: Weltweit spielen rund 3 Milliarden Menschen über alle Grenzen hinweg. Für diese internationale Community ist die gamescom das Highlight-Event. Gerade auch bei einer so globalen Branche wie der unseren, braucht es zentrale Veranstaltungen, bei denen Community und Branche zusammenkommen. Hier werden Games gemeinsam gefeiert, und die herausragende Bedeutung der Games-Branche wird für alle deutlich. Wie wichtig die gamescom hierbei ist, zeigen die sehr positive Entwicklung bei den Ausstellenden und die weiter gesteigerte Internationalität. Schon jetzt freuen sich weltweit Millionen Menschen auf Ende August, wenn die gamescom wieder ihre Tore öffnet – vor Ort in Köln und digital weltweit."

Mehr Ausstellende: Zu den bereits zur gamescom 2023 angemeldeten Unternehmen zählen unter anderem: 9GAG, Aerosoft, Amazon Games, Amazon Prime, AMD, Assemble Entertainment, astragon Entertainment, BANDAI NAMCO Entertainment, Bethesda Softworks, Crunchyroll, Devolver Digital, ESL FACEIT Group, Focus Entertainment, Frontier Developments, GIANTS Software, Headup Games, Hoyoverse, Die LEGO Gruppe, Level Infinite, MINI, Netflix, Nexon, Nintendo, Pearl Abyss, PLAION, Raw Fury, Rocket Beans TV, Samsung, SEGA, Star Wars Ahsoka (Disney+), Team17, TikTok, Ubisoft und Xbox.

LG SMART CAM FÜR webOS SMART-TVs
Webcam für Interaktion mit dem TV

Die Smart Cam VC23GA ist eine FHD-Videokamera (Full HD, 1.920 x 1.080 Pixel) mit integriertem Doppelmikrofon und Multi-View-Funktion. Sie lässt sich nahtlos mit den webOS-basierten Smart TVs von LG kombinieren und schafft so eine verbesserte Benutzerinteraktion mit einer Vielzahl von Premium-Apps und -Diensten. Die Verbindung erlaubt beispielsweise bequeme Videogespräche und -konferenzen von der heimischen Couch, ermöglicht ein verbessertes Fitnesserlebnis daheim und vieles mehr, um die unterschiedlichen Bedürfnisse der Nutzer zu bedienen, die auf die verschiedenen von LG Smart TVs angebotenen Dienste zugreifen. Die LG Smart Cam ist mit vielen der auf der webOS-Plattform verfügbaren Dienste kompatibel und schafft interaktiven Spielraum. Zum Beispiel können sich Nutzer jetzt bequem mit Kollegen, Kunden, Familie oder Freunden über RemoteMeeting verbinden. Auch diejenigen, die Fitness- und Wellness-Apps mögen, werden die Vorteile der Kombination von Smart Cam und TV-Gerät zu schätzen wissen. Exercite, eine Fitness-App für zu Hause, die fortschrittliche KI-Algorithmen zur Bewegungs- und Trainingserkennung nutzt, verfolgt und analysiert jede Bewegung des Nutzers mittels der Smart Cam und bietet Echtzeit-Feedback zur Trainingstechnik – eine effiziente Unterstützung zur Leistungsoptimierung. Das gilt ebenso für FlexIt: Die Plattform bietet kameragestützte Live-Sitzungen mit Top-Fitness- und Wellness-Profis an und nutzt die Vorteile der TV-Integration. Die leistungsstarke Kombination von LG verbessert das individuelle Nutzererlebnis von FlexIt, das maßgeschneiderte Programme sowie motivierende Tipps und Tricks liefert.

VIEWSONIC 4K UHD-BEAMER
Bildgröße bis zu 300 Zoll

Der PX749-4K mit einen Kontrast von 12.000:1 bietet eine Lichtstärke von 4.000 ANSI-Lumen. Das Gerät liefert 4K UHD-Auflösung (3.840 x 2.160) mit HDR/HLG-Unterstützung. Der optische Zoom hat den Faktor 1,3, wobei der digitale Zoom zwischen 0,8 – 2,0 liegt. Das Projektionsverhältnis liegt bei 1,13 bis 1,47. Dank Warping, H/V-Keystone und Auto-V-Keystone kann der Beamer schnell optimal eingerichtet werden. Es wird eine Bildgröße von bis zu 300 Zoll erreicht. Attraktiv für Gamer sind die Bildwiederholungsrate von 240 Hz und die sehr geringe Eingangslatenz von 4,2 ms. Außerdem ist der Beamer exklusiv „Designed for Xbox" und ist somit nicht nur mit der Auflösung des Xbox-Contents kompatibel, sondern auch mit der Xbox CEC. Lautstärke und das Aus- und Anschalten können zusammen mit der Xbox gesteuert werden. Dank USB-C Konnektivität kann außerdem auch beispielsweise eine Nintendo Switch gestreamt werden. Als Eingänge stehen 2 x HDMI (2.0) und USB-C (5V/2A) sowie RS232 und RJ45 bereit.

GAMING KOPFHÖRER JBL QUANTUM TWS Air
Kabelloses Spielvergnügen bis zu 8 Stunden

Gamer profitieren mit dem neuen kabellosen Gaming-Kopfhörer JBL Quantum TWS Air von einem latenzarmen, punktgenauen Surround-Sound an der portablen Konsole. Angetrieben von 6,8-mm-Treibern versetzt der JBL QuantumSURROUND-Sound den Gamer mitten ins Spiel und sorgt für ein einzigartiges Spielerlebnis mit einem realistischen und präzisen Sound. Der JBL Quantum TWS Air bietet mit dem mitgelieferten USB-C-Dongle eine kabellose 2,4 GHz-Verbindung mit niedriger Latenz. Dank der Ambient Aware-Funktionen können Spieler Außengeräusche kontrollieren und sind somit immer sicher unterwegs. Dank der JBL Dual Source-Technologie können sich Spieler zeitgleich über den USB-C-Dongle mit der Lieblingskonsole oder dem PC und via Bluetooth mit dem Smartphone verbinden und damit nahtlos von der Spielmusik zu eingehenden Anrufen wechseln. Vier integrierte Mikrofone sorgen zusammen mit der TalkThru-Funktion überall für kristallklare Kommunikation, ohne die Ohrstöpsel abnehmen zu müssen. UVP 119,90 Euro.

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

YAMAHA OVER-EAR YH-E700B HÖRER
Advanced Active Noise Cancelling

Advanced Active Noise Cancelling, modernste Qualcomm Chip-Technologie mit Bluetooth 5.2 und ein völlig überarbeitetes Design machen den YH-700B zu mehr als einem würdigen Nachfolger des Vorgängermodells. Die besonders präzisen Treiber mit 40 Millimeter Durchmesser sorgen für einen originalgetreuen, verzerrungsarmen Klang, während das robuste Gehäuse die Luftbewegungen sowohl innen als auch außen genau steuert. Dabei sorgt die Advanced Active Noise Cancelling-Technologie stets für außergewöhnliche Klangqualitäten bei maximaler Geräuschunterdrückung. Dank des Listening Optimizers werden selbst die geringsten Unterschiede in Echtzeit korrigiert, die durch die Passform des Over-Ears und die vielfältigen Ohrformen entstehen können. Dadurch wird die Musik immer genau so wiedergegeben, wie sie vom Künstler beabsichtigt war. Die Listening Optimizer-Technologie nutzt mehrere interne Mikrofone, um kontinuierlich jede noch so kleine Veränderung der Hörbedingungen zu messen. Es wird permanent ermittelt, wie die Over-Ears je nach der individuellen Ohrform abdichten und welche Menge an Luft entweichen kann. Die Wiedergabe wird folglich in Echtzeit optimiert. UVP 349 Euro

DUAL-DISPLAY UNTERWASSERKAMERA
Die perfekte Selfie-Kamera

Mit der wasserdichten Outdoor-Digitalkamera Aquapix W3048 „Edge" kann man schwimmen, schnorcheln, tauchen und muss keine Sandverwehungen fürchten. Das Kameragehäuse – wahlweise erhältlich in der Farbe „Violet" sowie in „Yellow" und „Iceblue" - ist auch ohne zusätzliches Schutzgehäuse bis zu drei Meter Tiefe wasserdicht. Die W3048 verfügt über ein 3,0" (6,7 cm) großes Hauptdisplay und ein 2,0" (5,0 cm) Display auf der Vorderseite. Mit Hilfe dieser Dual-Display-Funktion können tolle Selfies aufgenommen werden. Dank eines 13 Megapixel CMOS-Sensors, eines 16-fachen Digitalzooms und einer Auflösung von bis zu 48 Megapixeln können unvergessliche Fotos und Videos bis 4K-Qualität (bis 3840 x 2160, 10fps) einfach nur gelingen. Beim Szenemodus kann man auswählen zwischen: Auto, Landschaft, Porträt, Nachtlandschaft, Nachtporträt, hohe Empfindlichkeit, Sport, Strand und Party. Auch eine Anti-Shake-Funktion, Gesichtserkennung und einen Selbstauslöser besitzt die W3048 „Edge". Zudem verfügt die Aquapix W3048 „Edge" über einen integrierten Blitz und unterstützt MicroSD/SDHC-Karten mit bis zu 128GB Speicherkapazität. Videoclips können in verschiedenen Auflösungen bis zu 4K dank des integrierten Mikrofons mit Ton aufgenommen werden. UVP 134,90 Euro.

LENCO PARTY-BOX
150 Watt Leistung

Der Lenco PA-260 ist ein Partylautsprecher für 299,00 Euro mit Diskokugel auf der Vorderseite. Der leistungsstarke Klasse D-Verstärker mit X-Treiber Modus hat eine Ausgangsleistung von 150 Watt RMS. Bestehend aus 1 Hochtöner, einem 8"-Tieftöner und einem 8"-Subwoofer ist dieser Partylautsprecher stolze 80 Zentimeter hoch. Nutzer können Smartphones oder Tablets ganz einfach über Bluetooth verbinden. Der PA-100BK kann aber auch Musik von einem USB-Stick abspielen. Dank des integrierten Akkus kann die Party bis zu 8 Stunden dauern. Das mitgelieferte drahtlose Mikrofon macht die Party komplett.

SONY MOBILES HEIMKINO-SYSTEM
360 Spatial Sound Mapping-Technologie

Das HT-AX7 ist ein portables Heimkinosystem, mit dem überall zu Hause Entertainment mit räumlichem, raumfüllendem Klang möglich ist. Die drei Lautsprecher liefern ein fesselndes Klangerlebnis. Zudem ist das HT-AX7 mit dem von Sony entwickelten Upmixer Algorithmus ausgestattet, der Stereo-Inhalte in dreidimensionalen Surround Sound verwandelt. Der Upmixer analysiert den Klang in Echtzeit, extrahiert einzelne Klangobjekte und ordnet sie neu zu. Sobald der Klangfeldeffekt aktiviert wird, entsteht eine Surround Sound-artige Wirkung, selbst bei 2-Kanal-Inhalten wie beispielsweise gestreamter Musik. UVP 549 Euro.

IFA 2023
Schwacher Auftakt beim Innovation Media Briefing in Berlin

Am 5. und 6. Juli starteten die Vorbereitungen für die IFA 2023 mit dem Innovation Media Briefing, den Vorab-Informationen über die Messe für Medien. Das Format IMB hatte sich in den vergangenen Jahren bewährt, Industrie wie Journalisten waren gerne nach Berlin gekommen. Entsprechend die Vorfreude auf die diesjährige Veranstaltung. Doch statt einer erwarteten Produktpräsentation, wie in früheren Jahren, empfing das Erdgeschoss des Berliner Congress Centers am Alexanderplatz mit überschaubarer Leere. Keine Produktpräsentationen der Industrie. Ein Blick ins Programm zeigte zudem, dass nur fünf Unternehmen aus dem Segment Home Appliances die Chance einer verbalen Präsentation wahrgenommen hatten. Braune Ware, also TV und Audio, glänzten durch totale Abwesenheit.

Ein schlechtes Omen für die IFA Anfang September? Nicht unbedingt, obwohl so mancher Journalist hellhörig wurde. Zumal von Panasonic zu vernehmen war, in diesem Jahr würde man ausschließlich für B2B präsentieren, also eine für das Publikum geschlossene Halle. Auch der Blick auf die Hallenbelegung der diesjährigen IFA stimmte nicht gerade hoffnungsvoll. Zwar verkündete der IFA Managing Director **Oliver Merlin**, das Messegelände sei ausgebucht und man habe mehr Aussteller als im letzten normalen IFA-Jahr 2019. Doch wer genau hinsieht, erkennt so manche Ungereimtheit. So sind die Hallen rund um den Funkturm in einem dunklen Rot gekennzeichnet, welches für Global Markets steht. Man erinnere sich, die Anbieter von Componenten und OEM Suppliers waren 2019 mangels Platz auf dem Messegelände ausgelagert. Jetzt haben sie Platz in gleich einigen Hallen gefunden. Und genau dies ist die Erklärung für die hohe Zahl der Aussteller. Wer Componenten anbietet, braucht nur wenig Fläche. Das erhöht die Quantität der Aussteller, doch wie steht es um die für den Handel so wichtige Vielfalt und Qualität? Zudem wird nach aktuellem Stand die Halle 26 in diesem Jahr nicht genutzt.

Oliver Merlin: „Wir werden in diesem Jahr besser sein, als die IFA 2019."

Dr. Monika Griefahn: „Wiederverwenden schon bei der Produktentwicklung einplanen."

Claudia Kreft: „Reparieren ist gewünscht, aber für viele einfach zu teuer."

Steffen Vangerow: „Hersteller behindern freie Reparatur-Unternehmen in vielen Bereichen".

Oliver Merlin – der Geschäftsführer der IFA Management GmbH eröffnete das Innovation Media Briefing, doch zum aktuellen Stand der Messevorbereitungen sagte er leider nur sehr wenig.

Nur wenig Informationen über den Stand der IFA 2023

Leider verkündete Oliver Merlin bei seiner Eröffnungsansprache keinerlei weitere Fakten, die früheren Analysen von **Hans-Joachim Kamp** wurden von den anwesenden, erfahrenen Medienvertretern schmerzlich vermisst. Aber auch hier kann die Hallenbelegung den Nebel etwas lichten. Audio findet man in Halle 1-2, und das war es auch schon. Einen großen Bereich werden Communication & Connectivity einnehmen. Wer genauer hinschaut, wird erkennen, Home Appliances wird sehr stark vertreten sein, die klassische Unterhaltungselektronik nimmt dagegen weniger Raum ein, als in früheren Jahren.

Die IFA verändert sich, eine Entwicklung, die von der CES in Las Vegas schon seit Jahren vollzogen wird. Doch wird diese neue IFA noch immer die weltweit größte Messe für Consumer Electronics sein?

Doch zurück ins bbc zum Innovations Media Briefing, denn neben den spärlichen Firmenpräsentationen gab es ja noch reichlich Fachvorträge auf der großen Bühne im 1. Stock.

Schon beim Produktdesign Recycling berücksichtigen

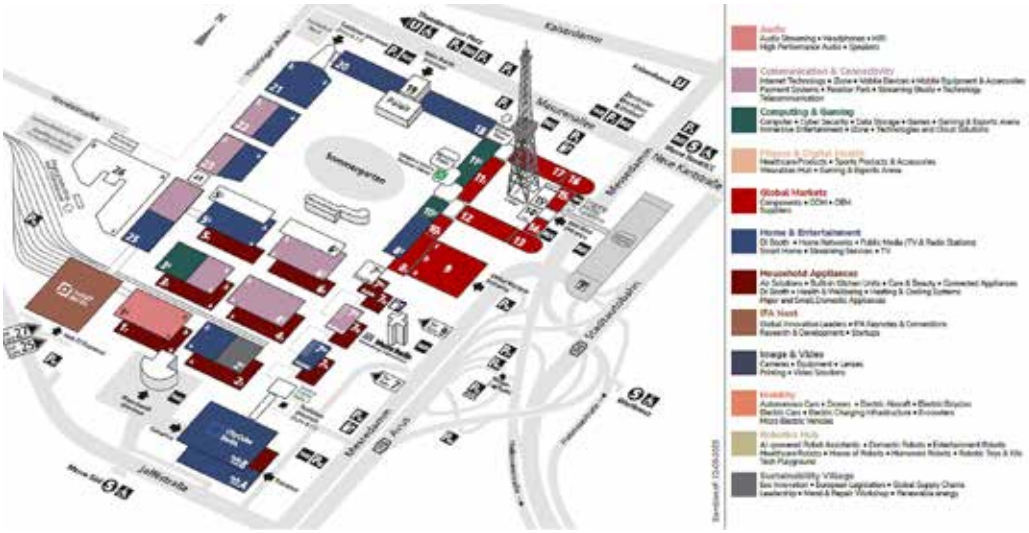
Die starteten mit der Eröffnungssprecherin **Dr. Monika Griefahn**. Die Klimaaktivistin, Mitbegründerin von Greenpeace und ehemalige Umweltministerin in Niedersachsen, stellte ihren Vortrag unter das Motto „Wiederverwenden und Recyceln".

Ein durchaus lobenswerter Ansatz, denn viel zu viele Produkte aus der Home Electronics landen lange vor Ablauf ihres Lebenszyklus auf dem Müll und sinnvolles Recyceln ist wegen des unüberlegten Produktdesigns nicht möglich. Hier fordert Griefahn ein Umdenken der Industrie bei der Produktentwicklung.

Eine wichtige Forderung an die zukünftige Produktentwicklung, doch die dann folgenden Vorträge waren für eine IFA, die neue Geräte vorstellt, die dann auch im Handel verkauft werden sollen, ein wenig kontraproduktiv, obwohl die Wichtigkeit dieses Themas Industrie wie auch Verbraucher durchaus nachdenklich machen sollte. Es ging um Langlebigkeit und Reparaturfähigkeit der Home Electronics Geräte.

Ist staatlicher Zuschuss bei Reparaturen möglich?

Ein Modellversuch aus Thüringen war hier interessant, aber leider wenig praktikabel. **Claudia Kreft** von der Verbraucherzentrale Thüringen stellte das System Reparaturbonus des Landes Thüringen vor. Seit 2021 werden Reparaturen von Elektrogeräten und Unterhaltungselektronik sowie Smartphones mit 50 Prozent der Kosten gefördert. Maximal können 100 Euro pro Haus-



Hallenplan IFA 2023 – bemerkenswert sind die Hallen rund um den Funkturm, die für Global Markets reserviert sind, und dass in diesem Jahr die Halle 26 nicht belegt ist.

halt und Jahr über den Reparaturbonus gezahlt werden. Exakt 17.773 Reparaturen wurden allein in den Jahren 2021 und 2022 über das Bonussystem abgerechnet – das entspricht 3 Millionen Euro an Reparaturkosten. In der Folge konnten Geräte, deren Reparatur aus Sicht der Besitzer und Besitzerinnen zu teuer gewesen wäre, weiter verwendet werden und nicht im Abfall oder bestenfalls im Recycling enden. Eine schöne Idee, doch bundesweit und langfristig sicher nicht finanzierbar.

Behindern Hersteller vorsätzlich Reparaturbetriebe?

Mit dem Vortrag von **Steffen Vangerow**, Geschäftsführer des Reparaturunternehmens Vangerow GmbH und Vorstand der Initiative „Runder Tisch Reparatur“, kam es dann aber zu einem Frontalangriff auf die Industrie. Er bemängelte die fehlende Bereitschaft der Hersteller bei der Unterstützung unabhängiger Reparaturbetriebe. Keine und zu teure Ersatzteile, nicht verfügbare Konstruktions- und Schaltpläne und oft auch die Verweigerung, Ersatzteile zu liefern. Dabei verwies Vangerow auf einen perfiden Trick mancher Smartphone-Hersteller. Obwohl Original-Komponenten der Hersteller bei der Reparatur verwendet würden, gebe es Fehlermeldungen und das Gerät wäre nicht funktionsfähig. Vangerow wollte nicht ausschließen, dass Reparaturen entweder nicht gewünscht oder ausschließlich zu den hohen Preisen der Hersteller möglich sein sollen.

Reparieren, auffrischen und wieder verkaufen

Etwas weniger negativ sah **Dr. Tim Seewöster** vom Refurbished-Unternehmen asgoodasnew die Situation. Er sieht die Refurbish-Branche als starkes Wachstumssegment – sogar schneller wachsend als der allgemeine E-Commerce Markt. Die Unternehmen kaufen Gebrauchtgeräte, frischen sie auf, reparieren sie gegebenenfalls, dann werden diese online wieder verkauft. Inzwischen hätten bereits 22 Prozent der Konsumenten Refurbished-Produkte gekauft, bei der Generation Z, also denjenigen, die zwischen 1997 und 2012 zur Welt gekommen sind, sind es sogar mehr als 30 Prozent. „Es gibt einen Refurbished-Zeitgeist, der nicht mehr verschwinden wird“, so Seewöster. Neben dem eingesparten Budget, das für die große Mehrheit der Kaufenden (80 %) ausschlaggebend sei, sind es Service, Qualität und bei rund der Hälfte auch Umweltaspekte, die die Kaufentscheidung zugunsten professionell aufgearbeiteter Produkte beeinflussen.

Dr. Tim Seewöster: „Schon 30 % der Generation Z kauft Refurbished Geräte, ganz besonders Smartphones wegen des Preisvorteils.“

Leif-Erik Lindner: Ab 1. Oktober wird er als Geschäftsführer der IFA Management GmbH die 100 Jahre IFA 2024 vorbereiten.

12 Tonnen Gold liegen in Schubladen

Dr. Sara Warneke, Geschäftsführerin der Branchenorganisation gfu, wies auf eine von der Strategieberatung **Oliver Wyman** gemeinsam mit der gfu durchgeführte europäische Verbraucherbefragung hin, die zeigte, dass rund ein Drittel der ausgedienten Geräte der Kategorien Consumer Electronics, Waschmaschinen und Küchengeräte in Deutschland nicht dem Recycling zugeführt werden, sondern häufig in den Haushalten „schlummern“. Und sogar 43 Prozent der Smartphones gelangen nicht zurück in den Wertstoffkreislauf. Aber in den gehorteten Smartphones sind wertvolle Rohstoffe enthalten. Allein 12 Tonnen Gold liegen somit unbeachtet und ungenutzt in Schubladen und Schränken.

Hoffnung für die 100. „Funkausstellung“ 2024

Was konnten die Medienvertreter vom Berliner IMB mitnehmen? Ehrlich gesagt, sehr wenig. Im Jahr des 50-jährigen Jubiläums der gfu und der 99. IFA (nicht immer in Berlin) und angesichts der Querelen zwischen gfu, messe berlin und dem neuen Veranstalter Clarion wären mehr messebezogene Informationen sinnvoller gewesen, als die mehreren abstrakten KI-Präsentationen, die von vielen der Anwesenden nicht verstanden wurden.

Und wie ist die Stimmung? Schon während der Berliner Veranstaltung wurde aus Optimismus kritisches Nachfragen. Bei den wenigen Industrie-Vertretern ebenso wie bei vielen Medienvertretern mit ihrer jahrelangen IFA-Erfahrung. In einem waren sich aber alle einig, sie wollen eine erfolgreiche IFA, denn 2024 wird es das große 100-Jährige der IFA, ehemals Internationale Funkausstellung, zu feiern geben. Eine große Aufgabe für **Leif-Erik Lindner**, der ab dem 1. Oktober die Geschäftsführung der IFA Management GmbH übernimmt.

Goldgrube Schublade – Dr. Sara Warneke und Dr. Martin Schulte von der Strategieberatung Oliver Wyman stellten eine Studie vor, die zeigt, dass ein Drittel aller ausgedienten Geräte nicht dem Recycling zugeführt wird.

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

100 JAHRE LOEWE
Made in Germany

Premium-Design und HighEnd-TV Fernsehgeräte der Luxus-Klasse

Loewe iconic – das Top-Modell in den Größen 55 und 65 Zoll bietet das Komplettpaket für die TV-Unterhaltung. Perfektes OLED-Bild und integrierte Soundbar für alle aktuellen Tonformate. Integriert ist eine 1T-Festplatte für TV-Aufnahmen, auch parallel zum aktuell laufenden Programm.

Loewe hat das Fernsehgerät erfunden und ist heute eine exklusive TV-Marke. Loewe gehört zu den internationalen Luxusmarken, denn Loewe liefert nicht einfach nur Fernsehgeräte, sondern Design-Iconen mit HighEnd-Technik und Komfort-Ausstattung, wie sie kein anderer Hersteller bietet. Damit hat die Traditions-Marke sich von der schwankenden Marktentwicklung abgekoppelt und eine Nische besetzt, in der für den Kunden der Preis eine untergeordnete Bedeutung hat.

Dies zeigt sich auch mit dem Erfolg des Iconic Fernsehers, „dessen hohe Nachfrage uns sehr stolz macht" so Loewe COO **Christian Alber** (Interview auf der rechten Seite). Das exklusive Design der Loewe-Geräte macht sie zu Stil-Objekten in der Wohnungs-Gestaltung und schafft damit ein ganz besonderes Ambiente. Die Einzigartigkeit des Loewe-Designs bestätigen auch Auszeichnungen wie der IF Gold Award 2023, der IF Design Award 2023 und die reddot Winner Auszeichnung 2023.

Zum 100-jährigen Jubiläum der Marke gibt es naheliegend einen Jubiläums-Fernseher, den Loewe tele. vision 55 mit dem in Metall geprägtem „Loewe 100"-Markenlogo. Ein Attribut, das ihn zu einem Sammler-Objekt machen kann.

Markant und auch bekannt, das runde Loewe Auge in der Mitte unter dem TV-Bildschirm. Es ist seit Jahren das Markenzeichen von Loewe und macht die Geräte unverwechselbar.

Was zeichnet ihn aus? Das individuell eingemessene Ultra HD-OLED-Panel sowie Dolby-Vision und HDR10 für exzellente Bildwiedergabe und maximalen Kontrastumfang. In Kronach werden die Geräte speziell für die europäischen Sehgewohnheiten sowie das Lichtambiente im Wohnzimmer abgestimmt. Der Kunde hat sofort nach dem Einschalten ein perfektes Bild. Der Zweifach-Tuner ermöglicht das parallele Ansehen eines Programms, während ein anderes auf einer externen USB-Festplatte aufgezeichnet wird.

Auch beim Sound bietet der Jubiläums-Fernseher Toptechnik. Die mit sechs Treibern und Bassreflex bestückte integrierte Soundbar sorgt dank 80 Watt Gesamtmusikleistung für ein natürliches Audio-Erlebnis mit angenehmem Klang und ausgezeichneter Sprachverständlichkeit. Die Mimi Sound Personalization unterstützt dabei die klare Sprachwiedergabe. Dieses System ermöglicht es, den Ton an das individuelle Hörvermögen der Zuschauer anzupassen und beispielsweise den Ton von Sprechern besser verständlich zu machen, ohne dabei die Lautstärke anzuheben.

Loewe hat derzeit sechs TV-Serien im Portfolio und bietet Geräte in Bildschirmgrößen von 32 bis 77 Zoll an. Dabei besteht auch die Möglichkeit, das Gerät mit integrierter 1TB-Festplatte zu wählen.

Auch beim Klang bietet Loewe dem Kunden sein einzigartiges Design. So kann die Soundwiedergabe des TV-Gerätes durch verschiedenen Soundbars, Multiroom-Lautsprecher und Subwoofer für optimalen Raumklang erweitert werden. Zudem gibt es eine spezielle Funktion für das Streamen von Musik der verschiedenen Anbieter, ohne dass dazu das TV-Gerät angeschaltet sein muss. Großer Vorteil, die Erweiterungs-Lautsprecher werden kabellos betrieben, brauchen also nur einen Stromanschluss. Zudem können die Soundbars sowie die Lautsprecher klang mr1 und mr3 durch die DTS Play-Fi Plattform auf bis zu 32 mr-Lautsprecher in verschiedenen Räumen der Wohnung oder eines Hauses erweitert werden.

Das aktuelle Produkt-Angebot von Loewe bestätigt, nach 100 Jahren Loewe-Innovationen bietet das Unternehmen auch heute exklusive TV- und Audio-Geräte auf höchstem Niveau und einzigartigem Design – und das „Made in Germany".

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

Loewe V.48 dr+ – das sonst schwarze Gerät gibt es jetzt auch in Bronze mit integriertem Festplatten-Recorder. Zudem die beiden schwarzen Modelle, eines davon auch mit der 1TB-Festplatte für Videoaufnahmen. Alle Geräte mit 2-fach Empfangsteil für paralleles TV-Sehen und Aufzeichnen.

Loewe bild s.77 – Komplettausstattung versteht sich von selbst. Beindruckend, neben dem perfekten OLED TV-Bild die Klangwiedergabe über eines der beiden Loewe home.cinema Sets mit bis zu imposanten 1.360 Watt Gesamtmusikleistung.

Loewe home.cinema Set 553 – das perfekte Sound-Tuning für Loewe Fernseher ohne integrierte Soundbar. Lautsprecher und Subwoofer sind kabellos, bis auf die Stromversorgung. Wiedergabe aller aktuellen Tonformate inklusive Dolby Atmos und DTS:X. Auch Musikstreaming mit Surround Sound.

Positive Stimmung bei Loewe in Kronach, wir sprachen mit dem COO Christian Alber:

Bisher war 2023 kein gutes TV-Jahr. Die GfK aber sagt, Luxus und HighEnd würde sich weiterhin gut verkaufen. Trifft das auch auf Loewe zu?

„Wir sind mit dem bisherigen Geschäftsverlauf nicht unzufrieden. Unsere hochwertigen, eleganten TV- und Audioprodukte haben sich bislang besser entwickelt als der Markt. Besonders erfreulich ist die Nachfrage nach unserem Design-TV Loewe iconic."

Loewe hat mit dem bild v.48 einen relativ kleinen Top-TV vorgestellt, wie waren die Reaktionen im Handel und bei den Kunden?

„Der Loewe bild v.48 rundet unser Produktprogramm mit seiner kompakten Größe perfekt ab. Damit kommen auch Interessenten, die nicht über den Raum für einen großformatigen Fernseher verfügen, in den Genuss eines exklusiven TV-Modells – Made in Germany. Entsprechend positiv war die Reaktion darauf."

Sie haben mit dem Fernseher Loewe iconic ein ganz besonderes TV-Modell im Programm. Wie hat sich die Nachfrage dafür entwickelt und gibt es Neuigkeiten dazu?

„Wir sind von der hohen Nachfrage überrascht worden, der Loewe iconic kommt im Markt national und auch international sehr gut an. Grund genug für uns, im Rahmen der IFA einige Neuerungen vorzustellen. Unsere TV-Designikone wird in Kürze auch in der Farbe pure white erhältlich sein. Dazu haben wir noch weitere Auswahlmöglichkeiten. Lassen Sie sich überraschen."

Mit welchen Loewe Fernsehern erreichen Sie die meisten Kunden?

„Unser Produktmix spricht viele Kundensegmente an. Entsprechend lässt sich kein einzelner Schwerpunkt ausmachen. Dennoch zeigt sich auch bei uns die Klasse der 55 Zoll-TVs als verkaufsstärkstes Segment. Wie bereits erwähnt, ist unser Loewe iconic sehr erfolgreich."

Im vergangenen Jahr war die Loewe-Bilanz besser als eine „Schwarze Null", wie ist die Prognose für dieses Jahr?

„Wir sind zuversichtlich, dass wir auch 2023 mit einem leicht positiven Ergebnis abschließen können. Wie viele Marktteilnehmer erwarten auch wir eine Belebung im zweiten Halbjahr und in der traditionell starken Weihnachtssaison."

Erwarten Sie von der IFA im September Impulse für den TV-Verkauf und auch für Loewe?

„Ja, denn die IFA ist zweifellos immer für die gesamte Branche ein starker Impulsgeber. Sie richtet die Aufmerksamkeit auf unsere Branche und hilft mit einer großen Präsenz in den Medien. Ihr Zeitpunkt direkt vor dem Saisongeschäft ist ideal. Nicht alleine deshalb haben wir uns auch für eine IFA-Teilnahme entschieden."

Nach der IFA beginnt das wichtigste Saison-Geschäft, welche Aktionen sind von Loewe zu erwarten?

„Wir haben das gesamte Jahr 2023 unter unser Jubiläumsmotto „100 Jahre Loewe – A century of excellence" gestellt. Zudem breiten wir unser PoS-Konzept weiter aus. Spezielle Aktionen zum Weihnachtsgeschäft sind gerade in unserer Marketingabteilung in Entwicklung."

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

NACHGEFRAGT:

Herr Schiffbauer, welche Erwartungen setzen Sie in die IFA 2023?

Die IFA 2023 wird die erste „normale" Messe nach den chaotischen Corona-Jahren sein. Wie sind Ihre Erwartungen?
Nach dem erfolgreichen Restart im vergangenen Jahr blicken wir der IFA 2023 mit freudiger Erwartung entgegen und werden alles daransetzen, dass die Messe für alle Beteiligten ein voller Erfolg wird. Die IFA steht und fällt mit den Menschen – deshalb bin ich mir sicher, dass wir großartige Tage mit vielen spannenden Impulsen und Gesprächen erleben werden.

Daniel Schiffbauer – der Direktor Vertrieb und Marketing Home Entertainment bei LG Deutschland erwartet für die kommenden Monate eine deutlich positive Entwickung.

Handel und Industrie müssen in diesem Jahr mit deutlichen Umsatzeinbußen fertig werden. Erwarten Sie deshalb weniger Händler in Berlin?
Ganz im Gegenteil. Ich bin überzeugt, dass alle Händler, die sich ernsthaft mit ihrem Geschäft identifizieren, an der IFA teilnehmen werden. Und was unser Team bei LG betrifft: Der Kalender ist bereits jetzt gut gefüllt, wir haben viele Terminzusagen und keineswegs den Eindruck, dass das Interesse an der IFA gesunken ist.

Was wird LG dem Handel in Berlin präsentieren, lohnt es sich für den Handel, nach Berlin zu fahren?
Als weltweite Leitmesse lohnt es sich für Endkunden und Händler immer, die IFA zu besuchen. Für unsere Handelspartner haben wir uns selbstverständlich auf jeden Termin individuell vorbereitet, liefern maßgeschneiderte Angebote und zeigen viele Highlights aus unserem Produkt-Sortiment. Uns ist es wichtig, dass unsere Gäste mit einem guten Gefühl aus den gemeinsamen Terminen gehen.

Kann aus Ihrer Sicht die IFA ein Impuls für die Kaufbereitschaft sein?
Selbstverständlich. Das ist schließlich einer der Hauptgründe, warum wir das Thema IFA leben und so viel Zeit, Mühe und Herzblut in die Vorbereitungen stecken. Die IFA ist für unsere Branche eine enorm wichtige Plattform, um zum einen über den Handel, aber natürlich auch über die Endverbraucher und die Presse, die Faszination unserer Produkte effektiv, effizient und (medien-)wirksam zu verbreiten.

Wie schätzen Sie den Geschäftsverlauf im Handel für den Rest des Jahres ein?
Die Absatz- und Ertragskurven werden in den kommenden Monaten stetig nach oben gehen, da bin ich mir absolut sicher. Die Frage ist lediglich, wie schnell der Turnaround gelingt und die 2023er Saison Fahrt aufnimmt. Dies ist unter anderem abhängig von der Art und Weise, wie wir die Zeit bis zum Aufschwung zeitlich verkürzen – beispielsweise indem wir die vorhandene Nachfrage schneller und erfolgreicher aktivieren. Auch das wird ein Thema auf der IFA sein. Wir können heute damit beginnen.

HISENSE KURZDISTANZ PROJEKTOR
90 oder 100 Zoll Diagonale

Die Faszination rund um Großbild-Fernseher ist ungebrochen. Die Nachfrage nach immer größeren Screens wächst kontinuierlich. Hisense präsentiert mit der Laser TV L5H-Serie die Weiterentwicklung der L5F Reihe. Die neuen Geräte gibt es wahlweise in 90 Zoll mit anthrazit farbigem Gehäuse oder als 100 Zoll Variante im edlen matt silbernen Look.

Das Beste aus zwei Welten: Die Ultrakurzdistanz Single Laser TV-Serie L5H liefert Bilder in 4k-Qualität und vereint dank Smart Portal und integriertem Triple Tuner mit DVB-T2-HD das Beste aus den Bereichen Projektion und TV. Bei der 100 Zoll-Version wird die Konsole nur 32,7 cm vor der Leinwand platziert, beim 90 Zoll-Gerät ist eine Entfernung von nur 16,7 cm ausreichend.

Stark bei Tageslicht & bildgewaltig dank Dolby Vision: Im Vergleich zur Vorgänger-Serie haben die L5H-Modelle jetzt zusätzlich zu HDR10 und HLG auch Dolby Vision an Bord. Für eine perfekte Wiedergabe unter allen Raumlichtbedingungen die L5H Laser-TVs mit perfekt abgestimmten Ambient Light Rejecting (ALR) Daylight Fresnel Screens ausgestattet. Selbst in hellen Räumen ist ungetrübter Fernsehgenuss garantiert.

Mittels blauer Laserdiode erzeugt der 90L5H 2.200 Lumen Spitzenhelligkeit auf dem 90 Zoll Screen. In der 100 Zoll Variante erreicht der 100L5H sogar bis zu 2.700 Lumen. Dank Pure Color werden 16,7 Millionen Farben inklusive Grün- und Hauttöne perfekt dargestellt – in Verbindung mit dem nativen Kontrast von 3000:1 und einem dynamischen Kontrast von 200.000:1 ergibt sich so ein naturgetreues Fernseherlebnis. Die X-Fusion Laserlichtquelle garantiert über 25.000 Stunden Filmvergnügen, ohne ausgewechselt werden zu müssen.

Ebenso ein Plus in Sachen Nachhaltigkeit: Trotz ihrer Leistungsfähigkeit beträgt der Stromverbrauch der L5H-Serie lediglich ein Drittel gleich großer LED-TVs. Und: Die Laser-TVs bestehen zu 90% aus recycelbaren Materialien.

Neues Design für Film- und Gaming-Action: Optisch fällt sofort das neue, edle Design der Laserkonsolen ins Auge. Matte Oberflächen in Anthrazit oder edlem Silber lassen die L5H Modelle zum besonderen Eyecatcher im Wohnzimmer werden. Doch das neue Design überzeugt nicht nur durch das moderne Äußere, es ist vielmehr so konzipiert, dass es eine effizientere Kühlung der Geräte ermöglicht. Ideal also für lange Film- und Gaming-Sessions.

Filmfans freuen sich über den Filmmaker-Modus, und Action-Liebhaber genießen dank MEMC schnelle und flüssige Sequenzen mit einer zehnmal schnelleren Bilddarstellung als bei OLED TVs. Darüber hinaus werden Gamer die zwei HDMI 2.1 Anschlüsse und ALLM begeistern. Last but not least: Auch für den passenden ist Sound gesorgt. 30 Watt Dolby Atmos-Sound garantieren ein raumfüllendes Klangerlebnis.

Entertainment und Sprachsteuerung: Ausgestattet mit der aktuellsten Smart TV-Nutzeroberfläche VIDAA U6 wird die Bedienung zum Vergnügen. Über 5.000 Apps und Spiele stehen zum Abruf bereit. Streaming-Dienste wie YouTube, Prime Video, Netflix und Disney+ sind vorprogrammiert. Noch bequemer wird es mit der VIDAA Voice Sprachsteuerung oder Alexa Built-In. Dann gehorchen die Hisense Laser TVs quasi aufs Wort. Darüber hinaus werden Apple AirPlay und Home Kit via OTA-Update unterstützt.

UVP L5H Laser TV Serie Inkl. 90 Zoll Daylight Screen / anthrazit: 2.499 Euro.
UVP 100L5HD Inkl. 100 Zoll Daylight Screen / silber: 3.999 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

Samsung startet sommerliche SmartDeal-Aktion

Bis zum 10. September 2023 bietet Samsung beim Kauf ausgewählter Smart TVs und Soundbars attraktive Cashback-Prämien. Wer sich für eines der Aktionsgeräte entscheidet, dem wird nach Registrierung unter ***samsung.de/tvdeals*** ein Teil des Kaufpreises erstattet. Unter dieser Adresse findet der Kunde auch die Teilnahmebedingungen. Wer gleich zweifach zuschlägt und einen Aktions-TV zusammen mit einer Aktions-Soundbar erwirbt, dem winkt auch die zweifache Freude mit einem verdoppelten TV-Cashback von bis zu 4.000 Euro.

Dabei erfüllt das große Aktionsportfolio nahezu jeden Wunsch, denn sogar die Meisterklasse der Samsung TVs, der 8K Neo QLED, ist mit dabei. Neben weiteren Neo QLED, QLED, OLED und Lifestyle TV-Modellen sind auch ausgewählte Soundbars der Q-Serie unter den Aktionsgeräten.

Die Aktions-TVs laden mit dem Quantum Dot-Effekt, der für lebensnahe Farben und realitätsnahe Bildqualität sorgt, zum Serien-Bingewatching an verregneten Sommertagen als auch zum langen Blockbuster-Kinoabend mit Freunden ein. Mit dem 4K und 8K Neo QLED erleben Nutzer einen dreidimensionalen Bildeindruck durch hohe Schwarz- und Kontrastwerte und können durch AI Upscaling auch ältere Filme in moderner 4K bis 8K Qualität erleben. Beim Kauf des Flaggschiff TVs QN90C in großen 98 Zoll winkt zudem ein sensationeller Cashback in Höhe von 2.000 Euro.

Auch auf Lifestyle TVs von Samsung dürfen sich Kunden freuen: The Frame passt mit seinem modernen Design in jedes Interieur, und dank seiner blendfreien Technologie können Nutzer ein realitätsnahes Kunst- und Entertainmenterlebnis genießen. Beim Kauf des The Frame in 85 Zoll können sich Kunden auf 450 Euro Cashback freuen.

Entscheiden Kunden sich stattdessen für das Soundbar Spitzenmodell Q995GC von Samsung, so erleben sie mit Q-Symphony ein raumfüllendes Surround-Erlebnis durch eine harmonierende Klangwiedergabe über Soundbar und TV-Lautsprecher und können ganz nebenbei 150 Euro Cashback abstauben.

Aber Samsung geht noch einen Schritt weiter: Wer sich sowohl für einen Aktions-TV als auch eine Aktions-Soundbar entscheidet, für den wird der jeweilige TV-Cashback verdoppelt. Beim Kauf des Neo QLED QN90C in 98 Zoll und der Soundbar Q995GC werden somit spektakuläre 4.000 Euro Cashback erreicht.

Bis zum 10. September 2023 sind die SmartDeal-Angebote bei allen teilnehmenden Händlern verfügbar. Um die attraktiven Cashbacks bei teilnehmenden Händlern zu erhalten, müssen Kunden den erworbenen Smart TV und/oder die Soundbar bis zum 24. September 2023 unter ***samsung.de/tvdeals*** registrieren.

SAMSUNG 4K QLED MIT 98 ZOLL

Premium Supersize Fernseher

Der neue Samsung 4K QLED Q80C in 98 Zoll schafft ein Fernseherlebnis in großen Dimensionen und fügt sich durch sein elegantes SuperSlim Design trotz seiner imposanten Maße nahtlos in das Wohnzimmer ein. Dank des Quantum Dot-Effekts mit realitätsnaher, intensiver Farbwiedergabe, auch bei Tageslicht. QLED Direct Full Array sorgt zudem für starke Kontraste und scharfe Details durch tiefe Schwarz- und reine Weißtöne.

Jetzt können Gamer noch tiefer ins Spielgeschehen eintauchen, Fans von Home Workouts können sich von ihrem Lieblingstrainer nahezu in Lebensgröße motivieren lassen, und die Dauerkarte wird überflüssig – denn auch Sport-Liebhaber kommen auf ihre Kosten und können sich das Stadionfeeling zum alles entscheidenden Finale bequem ins Wohnzimmer holen.

Der integrierte Neural Quantum Prozessor 4K sorgt mithilfe von 20 neuronalen Netzwerken für Bildoptimierung in Echtzeit. Dazu kommt der Supersize Picture Enhancer mit AI-gesteuertem Upscaling, der Schwarzwerte anpassen, Bildrauschen minimieren, Kanten schärfen und damit ein detailreiches Bild – auch auf 98 Zoll – entstehen lassen kann. Den Eindruck einer dreidimensionalen Bildtiefe schafft schließlich der Real Depth Enhancer, indem er die Positionen von Menschen und Objekten in Szenen analysiert und den Kon-trast im Bildvordergrund entsprechend erhöht. Das intelligente Feature Eye Comfort Mode kann zudem Helligkeit und Farbton des Bildschirms anpassen, um die Augen zu entlasten, wenn spannende Cliffhanger einen Folge um Folge vor den Screen fesseln. Besonders Gaming-Fans können sich über den Motion Xcelerator Turbo+ freuen, der beim Zocken eine flüssige Bewegtbilddarstellung in 4K-/120-Hz-Qualität liefert.

Großartig auch die Soundausstattung: Das meisterhafte Zusammenspiel aus OTS (Object Tracking Sound) Lite für bewegungsfolgende Klänge und Dolby Atmos bringt einen dreidimensionalen Surround-Sound hervor, der das Gefühl vermittelt, man sei mitten im Geschehen. Bei Verwendung einer Soundbar kommt zudem Q-Symphony ins Spiel und synchronisiert die Klangwiedergabe aus Fernseher und Soundbar. Wollen Nutzer*innen noch einen weiteren Schritt in Richtung pure Immersion gehen, so können sie ihren TV per App mit Philips Hue-Lampen vernetzen. Somit werden die Inhalte, die der Fernseher wiedergibt, synchronisiert von einem stimmungsvollen Lichterspiel ergänzt.

Der integrierte Smart Hub dient als praktische Steuerzentrale des TVs und der Cloud-basierte Samsung Gaming Hub bietet Nutzern Zugang zu Tausenden von angesagten Spielen, für die weder ein PC noch eine Konsole erforderlich sind. Aber noch ein weiteres spannendes Feature hält der Supersize TV parat. Die Multi View-Option erlaubt es Nutzern, den großen Screen zu teilen und zwei Inhalte gleichzeitig zu erleben. Somit können sie sich parallel zu einem Fitness-Tutorial von einer Sitcom berieseln lassen oder auch das Match der Lieblingsmannschaft beim Gamen verfolgen. Durch die kolossale 98 Zoll-Größe wirkt es dabei, als würde man zwei Fernseher parallel nutzen.

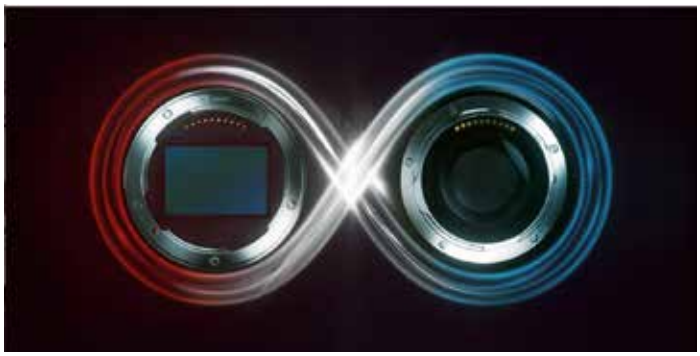
L-Mount ZWEI NEUE PARTNER AN BORD

Astrodesign und Samyang Optics heißen die neuen Mitglieder der L-Mount Allianz – wie mehrfach berichtet, wurde die Vereinigung namhafter Kamera- und Objektivhersteller auf der photokina 2018 vorgestellt.

Die Allianz besteht aus den Gründungsmitgliedern Leica Camera AG, Sigma und Panasonic sowie der Ernst Leitz Wetzlar GmbH und DJI, die im Jahr 2021 beigetreten sind. Ziel der Allianz ist es, den L-Mount-Standard für Kameras und Objektive in der zukünftigen Produktentwicklung zu nutzen.

Die Zusammenarbeit ermöglicht es nunmehr auch Astrodesign und Samyang Optics, Produkte mit dem L-Mount zu entwickeln, die große Vorteile für eine breite Palette von Foto- und Videoanwendungen bieten.

Entwickelt wurde der L-Mount-Standard von der Leica Camera AG unter der Maßgabe, Kunden ein zukunftssicheres, flexibles, robustes und präzises Bajonett zur Verfügung zu stellen, das allen noch so anspruchsvollen fotografischen Anforderungen gerecht wird. Nach seiner ursprünglichen Einführung im Jahr 2014 wurde der L-Mount kontinuierlich durch Leica Camera AG und seine Partner weiterentwickelt, was zu einer verbesserten und quasi neuen L-Mount-Technologie geführt hat.



Einfach Anschluss finden – ursprünglich von der Leica Camera AG im Jahr 2014 eingeführt, sind bei den Allianzpartnern derzeit zwölf Kameras und über 60 Objektive mit L-Mount verfügbar. Alle Optiken der verschiedenen Systeme lassen sich ohne Einschränkungen und ohne Adapter an allen Kameras betreiben.

Für eine möglichst umfangreiche Produktvielfalt wurde der Durchmesser des L-Mounts mit 51,6 Millimetern so dimensioniert, dass er sich sowohl für Kameras mit Vollformat als auch für Kameras mit APS-C-Sensor eignet und damit großen Durchmesser und maximale Kompaktheit bestmöglich miteinander kombiniert. Das geringe Auflagemaß von lediglich 20 Millimetern ermöglicht eine geringe Distanz zwischen Optik und Sensor, wodurch Objektive deutlich kompakter konstruiert werden können. Das Kamerabajonett mit vier Flanschsegmenten soll selbst stärksten Belastungen standhalten. Der L-Mount verhindert Verkantungen und sorgt für den besonders festen, planen Sitz des Objektivs, sodass ein optimales Schärfeergebnis auf dem Sensor garantiert werden soll.

Darüber hinaus ist das Bajonett mit Dichtungen ausgestattet, die das Eindringen von Staub oder Spritzwasser auch unter rauen Umweltbedingungen wirksam verhindern. Die standardisierte L-Mount-Kontaktleiste sorgt für reibungslose Kommunikation zwischen den elektronischen Komponenten in Objektiv und Kamera – inklusive der Möglichkeit von Firmware-Updates für Objektive, um auf technische Entwicklungen reagieren und so die volle Leistungsfähigkeit auch in Zukunft sicherstellen zu können.

www.l-mount.com

Stephan Schulz, Leiter des Produktmanagements Professionelle Kamerasysteme bei Leica Camera, kommentiert die neue Partnerschaft mit Astrodesign und Samyang Optics: „Der L-Mount ist eine zeitgemäße Objektivschnittstelle, die Foto- und Videoanwendungen optimal vereint und durch das niedrige Auflagemaß innovative optische Designs ermöglicht. Mit Astrodesign gewinnt die L-Mount Allianz ein Mitglied, das zweifelsohne ein Innovator im Bereich professioneller Videoanwendungen ist. Dies unterstreicht die Vielseitigkeit des L-Mount-Standards und den hohen Anspruch der L-Mount-Allianz. Mit Samyang begrüßen wir einen agilen Objektivhersteller, der in kurzer Zeit ein beeindruckendes Objektivportfolio für die Fotografie und Kinematographie entwickelt hat."

AQUAPIX UNTERTAUCHEN!

Herkömmliche Digitalkameras geben unter erschwerten Bedingungen schnell den Geist auf. Wasser oder feiner Sand sind nicht selten der Tod kostspieliger High-Tech-Geräte. Auch Smartphones, mit denen gern fotografiert wird, sind viel zu sensibel für Strand, Wasser und Wind. Mit der wasserdichten Outdoor-Digitalkamera Aquapix W3027 „Wave" lässt sich schwimmen, schnorcheln und tauchen. Das Gehäuse – erhältlich in den Farben „Marine Blue" oder „Sunset Orange" – ist bis zu drei Meter Tiefe wasserdicht. Außen wirksam geschützt, ist die Aquapix W3027 „Wave" innen technisch gut ausgestattet: Mit einem 4-fach Digitalzoom und einer Auflösung von bis zu 30 Megapixeln sollen Fotos und Videos in Full-HD-Qualität bis 1.920x1.080p gelingen. Beim Szenemodus lässt sich wählen zwischen Automatic, Landschaft, Porträt, Nachtlandschaft, Nachtporträt, hohe Empfindlichkeit, Sport, Strand und Party. Die Kamera verfügt über ein 2,7" TFT LCD Display (6,8 cm), einen integrierten Blitz und unterstützt MicroSD/SDHC-Karten mit bis zu 128GB Speicherkapazität. Videoclips können in Full-HD-Auflösung und dank des integrierten Mikrofons mit Ton aufgenommen werden. Zum Lieferumfang gehören ein USB-Kabel, ein austauschbarer 650mAh Li-Ionen Akku, eine Handschlaufe, eine Schutztasche und eine Bedienungsanleitung. UVP 95 Euro.

www.easypix.eu

HIKMICRO Energiesparen mit den neuen Wärmebildkameras

Dass es sinnvoll ist, den Energiebedarf von Gebäuden zu minimieren und deren Effizienz zu optimieren, ist mittlerweile unbestritten. Aber die Erkennung fehlender oder beschädigter Dämmung, undichter Gebäudehüllen, Luftleckagen oder eindringender Feuchtigkeit braucht einiges an Know-How und natürlich das richtige Werkzeug – und das sind in erster Linie Wärmebildkameras.

Die wichtigsten Anwendungen der Thermografie im Gebäudesektor sind:

- Effizienz der Dämmung prüfen, Energieverluste sichtbar machen
- Luftundichtigkeiten an Fenstern und Türen finden
- Wärmebrücken finden
- Überprüfung der Energieeffizienz von Gebäuden, Gebäudeenergieberatung
- Verborgene Feuchtigkeit in Wänden, Decken und Boden sichtbar machen (Leckageortung)
- Prüfung der Elektroinstallation, Suche nach „heißen" Verbindungen und alten, überhitzenden Sicherungen (wichtig als Brandschutzvorsorge)
- Den Verlauf von Fußbodenheizungen sichtbar machen
- Leckagen in Wasserleitungen und HLK-Kanälen finden
- Defekte Photovoltaikmodule identifizieren

Wenn ein Gebäude im Winter die Wärme nicht effizient erhalten kann, verursacht das oft gewaltige Heizungskosten. Im Sommer können umgekehrt Energieverluste entstehen, wenn undichte Gebäude mit einer Klimaanlage ineffizient heruntergekühlt werden. Für Untersuchungen an der Gebäudeaußenhülle sollte eine Wärmebildkamera über eine möglichst hohe Wärmebildauflösung verfügen. Die Modelle der G-Serie und der SP-Serie von HIKMICRO eignen sich hierfür sehr gut. Sie bieten auch unterschiedliche Wechselobjektive für besondere Aufgaben an, beispielsweise ein Teleobjektiv für weiter entfernte Objekte oder ein Weitwinkelobjektiv, wenn zu einem größeren Objekt (wie einem Haus) nur ein geringer Abstand eingehalten werden kann, etwa in eng bebauten Innenstadtbereichen.

Eine Wärmebrücke (oft umgangssprachlich als Kältebrücke bezeichnet) ist ein Bereich in Bauteilen eines Gebäudes, der Wärme besser leitet und sie damit schneller nach außen transportiert als es durch die angrenzenden Bauteile passiert. Dadurch kühlt das entsprechende Bauteil (etwa eine Raumecke) schneller aus, erfährt somit eine tiefere Temperatur als die Umgebung. Bei Unterschreiten des Taupunkts kondensiert die in der Raumluft enthaltene Feuchtigkeit am Bauteil. Durch die dadurch erhöhte Materialfeuchte bilden sich auf Wärmebrücken gerne die gesundheitsgefährdenden Schimmelpilze, daher ist es so wichtig, solche Stellen zuverlässig mit einer Wärmebildkamera zu identifizieren.

Die Spur der Wärme – undichte Fenster, Türen und fehlerhafte Dämmung können den Energiebedarf deutlich erhöhen. Eine Wärmebildkamera hilft, die Schwachstellen zu finden und die Kosten zu senken.

Wenn das Feuchtigkeitsniveau innerhalb von Gebäuden hoch ist, kann sich Schimmel entwickeln, der oft extrem gesundheitsgefährdent ist. Im Herbst 2022 ging der tragische Todesfall eines Kleinkinds in der Nähe von Manchester durch die Presse, das an schwarzem Schimmel gestorben ist. Die Wände der Wohnung seiner Familie waren verschimmelt – und statt zu renovieren, ließ der Wohnungseigentümer den Schimmel lediglich überstreichen.

Die Gründe für Schimmel können vielfältig sein; eine häufige Ursache ist die Kondensation der Luftfeuchtigkeit an Stellen, die deutlich kälter sind als ihre Umgebung. An solchen Stellen kann der sogenannte Taupunkt unterschritten werden. Unter „Taupunkt" versteht man die Temperatur, bei der die Feuchtigkeit, die in der Raumluft gebunden ist, kondensiert und sich auf der Oberfläche von Gegenständen absetzt (wie Tau auf einer Wiese am Morgen). Häufig sind es schlecht isolierte, kalte Ecken von Gebäuden, in denen es zu solchen Kondensationseffekten kommt – und dort entsteht dann Schimmel, der nicht nur unschön, sondern tatsächlich lebensgefährlich sein kann. Eine Wärmebildkamera zeigt diese kalten Stellen auf, insbesondere, wenn sie über eine Taupunktfunktion verfügt. Dabei berechnet die Kamera abhängig von verschiedenen Variablen (wie beispielsweise Lufttemperatur und Luftfeuchtigkeit) bei welcher Grenztemperatur es zur unerwünschten Kondensation kommt – und zeigt mit einem speziellen optischen Alarm auf dem Wärmebild genau die Stellen, an denen das der Fall ist. Für solche Untersuchungen eignen sich HIKMICRO-Wärmebildkameras für Innenrauminspektionen wie die B-Serie, die Pocket-Serie oder die M-Serie.

Auch die Elektroinstallation in Gebäuden sollte regelmäßig mit Wärmebildkameras geprüft werden, um Brandgefahren frühzeitig zu erkennen und zu beseitigen. Hotspots in der Elektroinstallation lassen auf Probleme schließen. Wenn Kabel korrodieren, entsteht am Verbindungspunkt unter Spannung Hitze. Eine geeignete Wärmebildkamera wie die HIKMICRO E- und B-Serie, die Pocket-Serie oder die M-Serie erkennt das – und hilft damit, Brandgefahren frühzeitig zu erkennen und zu beseitigen.

Die Einsatzmöglichkeiten der Gebäudethermografie sind groß und wachsen permanent mit dem Grad der Gebäudeautomation. Dienten Wärmebildkameras vor einigen Jahren noch hauptsächlich zur Erkennung von Schwächen in der Dämmung, von Wärmebrücken, von verdeckter Feuchtigkeit in der Bausubstanz, von Schimmelgefahren und Problemen in der Elektroinstallation, kommen heute zusätzliche Aufgaben hinzu, etwa die Identifizierung ineffizienter Photovoltaikmodule oder bei der Erkennung des Verlaufs von Fußbodenheizungen. Während die Beratung professioneller Thermografen natürlich immer eine gute Wahl ist, kann heute auch schon ein gut informierter Endverbraucher mit relativ einfachen Mitteln erste Indizien für Probleme finden und seinen Energieverbrauch mit intelligenten Gegenmaßnahmen spürbar optimieren.

www.hikmicrotech.com

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

SONY ALPHA 6700 Starke Foto- und Video-Performance

Blende auf für die neue spiegellose APS-C-Kamera Sony Alpha 6700. Sie soll die Bild- und Videofunktionen der neuesten Vollformatkameras aus der Alpha Serie und der Cinema Line mit dem kompakten, leichten Design der Alpha 6000 Serie kombinieren.

Der Standard-ISO-Bereich von 100 bis 32.000 bei Fotos wie auch Filmen soll Aufnahmen mit hoher Empfindlichkeit und geringem Bildrauschen ermöglichen. Dank einer verbesserten Farbwiedergabe werden, so Sony, „Motive wie Menschen oder Pflanzen in authentischen Farbtönen dargestellt, und die Funktion ‚Kreativer Look' eröffnet einzigartige visuelle Ausdrucksmöglichkeiten."

Die KI-Verarbeitungseinheit, die von der Sony 7R V übernommen wurde, bildet die Grundlage für einen hochpräzisen Autofokus mit Echtzeit-Erkennung. Neben Menschen und Tieren wie bei der 6000-Serie erkennt die 6700 weitere Motive wie Vögel, Insekten, Autos/Züge und Flugzeuge mit hoher Genauigkeit und will damit eine Vielzahl kreativer Ideen unterstützen.

Die Alpha 6700 erfasst mehr Daten als für 4K erforderlich sind – entsprechend 6K – und kann dadurch sehr gute 4K-Videos ausgeben, einschließlich Unterstützung für 4K-Aufnahmen mit einer hohen Bildrate von 120 BpS. Darüber hinaus verfügt die neue Alpha über S-Cinetone für die beeindruckende Darstellung von Hauttönen und Hervorhebungen von Motiven – Funktionen, die im Zuge der Entwicklung der Cinema Line laufend verfeinert wurden.

Mit der KI-basierten Auto-Framing-Funktion können Motive nahtlos verfolgt werden, manuelle Kamerabewegungen sind unnötig. Der integrierte Multi-Interface (MI)-Zubehörschuh ist mit digitalen Audioschnittstellen kompatibel. In Verbindung mit dem neuen Shotgun-Mikrofon ECM-M1 ermöglicht er die direkte Übertragung digitaler Audiosignale und damit hochwertige, unverfälschte Tonaufnahmen. Dank ihres kompakten Designs (etwa 12 × 7 × 8 Zentimeter, rund 493 Gramm) ist die Alpha 6700 noch einigermaßen handlich. Auch ein individuell anpassbares vorderes Einstellrad sowie ein Umschaltrad für Fotos, Filme und S&Q-Modi sind vorhanden. In puncto Konnektivität unterstützt die neue Kamera die Creators' App für nahtloses Hochladen von Videos und Fotos auf Cloud-Dienste.

In den letzten 10 Jahren hat Sony bei seinen Digitalkameras und digitalen Videokameras durch die Verwendung von Recycling-Kunststoff rund 379 Tonnen neu produzierten Kunststoff eingespart. Für das Kameragehäuse der Alpha 6700 verwendet Sony recycelte Materialien wie SORPLAS, um ohne Einbußen bei der Funktionalität die Umweltbelastung zu verringern. Die Kamera verfügt auch über eine Bildschirmlesefunktion[xi], die die Menüs und die Texte der Video-Wiedergabebildschirme laut vorliest, um die Bedienung zu erleichtern und eine Vielzahl von Kreativschaffenden optimal zu unterstützen. Das eingangs erwähnte ECM-M1 ist das weltweit erste Shotgun-Mikrofon mit acht über ein Einstellrad auswählbaren Audio-Aufnahmemodi. Es verfügt über vier Mikrofonkapseln, hochentwickelte Beamforming-Technologie und eine fortschrittliche digitale Signalverarbeitung. Zu den auswählbaren Aufnahme-Modi zählt auch ein Stereo-Modus. Im ultradirektionalen Modus erfasst das Mikrofon Schall, der direkt von vorne (innerhalb eines 30-Grad-Winkels) auftrifft, und unterdrückt gleichzeitig wirksam andere Geräusche, dynamisch angepasst an die jeweilige Umgebung. Dieser Modus eignet sich besonders für Interviews und Selfie-Aufnahmen, bei denen sich die Person, deren Stimme aufgezeichnet wird, immer vor dem Mikrofon befindet. Über den neu hinzugefügten Moduswahlschalter mit Verriegelungsmechanismus kann leicht und zuverlässig zwischen den verschiedenen Modi für die Tonerfassung gewechselt werden. Zu den Geräuschunterdrückungsfunktionen des ECM-M1 zählen ein Noise-Cut-Filter, der Hintergrundgeräusche reduziert, und ein Low-Cut-Filter zur Minimierung von Vibrationen und Geräuschen mit niedriger Frequenz. Mithilfe der digitalen Signalverarbeitung maximieren diese Filter die Audioqualität beim Aufnehmen, was den Aufwand bei der Nachbearbeitung erheblich verringert. Das Mikrofon unterstützt auch 4-Kanal-Tonaufnahmen (nur mit kompatiblen Kameras): Dabei wird auf den Kanälen 3 und 4 eine Sicherheitsaufnahme im omnidirektionalen Modus erstellt, während Kanal 1 und 2 mit der gewählten Richtcharakteristik aufzeichnen. Durch seine kompakte und leichte Bauweise erhöht das ECM-M1 die Mobilität, sodass Kreative in den verschiedensten Situationen hochwertige Tonaufnahmen realisieren können. Alpha 6700-Gehäuse 1.700 Euro UVP.

www.sony.de

FE 70-200 mm F4 Macro G OSS II – langer Name, kurze Linse: Das neue Tele-Zoomobjektiv bietet maximale 0,5-fache Vergrößerung im gesamten Zoombereich in kompakter und leichter Bauweise. Es ist mit seinem E-Mount mit allen Alpha Vollformat-Kameras (35-mm) kompatibel. UVP 2.000 Euro.

LCD-Monitor – der Schwenk-Monitor wird über ein Touch-Menü gesteuert, der Betrachtungswinkel ist einstellbar.

Bildstabilisator – geboten wird ein internes optisches 5-Achsen-Bildstabilisierungssystem, das beim Fotografieren um bis zu 5,0 Blendenstufen längere Belichtungszeiten erlaubt. Die Bildstabilisierung im Active Modus gewährleistet stabile Videoaufnahmen.