



www.ce-trade.de



Sportler, Content Creator und Filmregisseur Nico Rauchenwald

THOMSON GO PLUS, FERNSEHEN WIRD MOBIL

Nico Rauchenwald ist Sportler, Content Creator, Filmregisseur und Gründer von SOM STUDIOS. Mit PROJECT50 startete Nico zudem eine globale Produktivitätsbewegung, die Millionen junger Menschen dazu inspiriert hat, bessere Gewohnheiten zu entwickeln und ihr Potenzial zu entfalten – mit über 100.000 Social-Media-Posts und über 150 Millionen Aufrufen weltweit.

Thomson Go Plus ist „Ein Fernseher, der sich mit mir bewegt. Go Plus wurde ein Teil meines Alltags.“ Mit seinen Rollen im Fuß wird der Go Plus mobil und kann so einfach die Räume wechseln. Mit dem eingebauten Akku ist bis zu vier Stunden kabelloser TV-Betrieb möglich. Und hier hat der Go Plus echte Programmvielfalt zu bieten. Natürlich DVB-T, mit seinem Android Betriebssystem

und WiFi sowie Bluetooth hat er zudem natürlich Zugriff auf Streaming-Angebote wie Netflix oder Prime Video. Praktisch auch die Google Sprachsteuerung. Nico Rauchenwald kann also beim Training auf dem Rad ganz einfach das Programm oder den Streaming-Content wechseln.

[Mehr zu Thomson TV auf Seite 14](#)



IFA 5-9 SEPT
2025

Imagine the future.

Das weltweit größte Event für Home & Consumer Tech.

ifa-berlin.com

JETZT TICKET SICHERN!



Unternehmen	Ulrich Binneböbel	4
Consumer Electronics	Hans Carpels	6
Abus	9 John Couling	8
Bitkom	7 Dr. Ralf Deckers	7
Euronics	6 James McGough	12
Expert	6 Mareike Hoffmann	4
IFA 2025	12 D.-B. Kmetec	4
Microsoft	4 Benedict Kober	6
Lenco	9 Leif Lindner	12
Loewe	14 Konrad Lehmann	7
Panasonic	9 Christoph Lux	6
Samsung	4 Alex Ma	8
Sennheiser	8, 9 Dr. Stefan Müller	6
Sony	9 John Olsen	6
TCL	8 Dr. Bernhard Rohleder	7
Thomson	4, 14 Wojtek Rudko	4
Wertgarantie	6 Frank Schipper	7
	Helena Stone	12
Foto/Digital Imaging	Sebastian Wildenberg	4
Euronics	4 Marcus Willbold	6
Fujifilm	4, 17 Edith Wittmann	4
HDE	4	
Leica	15 Foto/Digital Imaging	
Shanling	8 Martin Broderick	4
Sigma	15 Alexander Sedlak	15
Sony	16 Donald Trump	4
Yomei	15 Armin Valet	4
Personen	Wolfgang Weber	4
Consumer Electronics	Karsten Wildberger	4
Björn Abels	6	



LG lädt ein – viel will Daniel Schiffbauer noch nicht verraten, aber er garantiert, ein Besuch bei LG wird sich für Handel und Messebesucher lohnen.

Seite 11



TCL Mini-LED – mit bis zu 3.840 Dimmzonen und einem Kontrast von 7.000:1 will das chinesische Unternehmen neue Maßstäbe für das TV-Bild setzen. Für den zugehörigen Sound soll das Beosonic-System von Bang & Olufsen sorgen.

Seite 10



IFA 2025 – die Macher der diesjährigen IFA um Leif Lindner haben sich viel einfallen lassen, um den Besuch des Handels in Berlin möglichst angenehm zu gestalten. Dazu gehören auch Sonderkonditionen für An- und Abreise sowie für die Hotelübernachtung. Auch im Sommergarten gibt es wieder reichlich Programm, und als neues Highlight wird erstmals der IFA Award verliehen.

Seite 12

Sony RX1R, die III. – die dritte Generation der Sony RX1R-Modellreihe mit einem 61-Megapixel-35-mm-Vollformat-Bildsensor, dem neuesten Bildprozessor und einem fest verbauten Zeiss Sonnar T* 35 mm F2-Objektiv. Übrigens soll das Sternchen in der Objektivbezeichnung auf die hohe Qualität des Zeiss Sonnars hinweisen, es wurde lange vor der Gender-Diskussion verwendet.

Seite 16



Zippert

Die Hälfte aller in Europa verkauften E-Bikes geht in Deutschland über den Ladentisch. Hierzulande hat die Bewaffnung mit elektrischen Zweirädern einen neuen Höchststand erreicht. Das Verteidigungsministerium sollte die Zahlen endlich zur Kenntnis nehmen und in die Strategiepläne integrieren. So wie in der Schweiz jeder für den Notfall seine Waffe im Schrank hat, so besitzt in Deutschland bald jeder, zumindest jeder pensionierte Studienrat, ein E-Bike, das leider nicht nur im Notfall, sondern auch zum Brötchenholen eingesetzt wird. Diese elektrische Armada ist auf den Straßen gefürchtet und könnte schon bald als wirksame Abschreckung gegen Aggressoren aus Osteuropa eingesetzt werden. Die Amerikaner haben bunkerbrechende Bomben, wir verfügen mit Sicherheit über die schnellste und robusteste Flotte von E-Bikes, die in jeden Bunker einfahren können, um dort eine Sprengladung aus der Packtasche zu ziehen und zu zünden. Dieses Potenzial sollte die Regierung erkennen und zumindest die Waffenscheinpflicht für E-Bikes einführen.

Consumer Electronics		
TCL	Flexconnect-Lautsprecher	8
Sennheiser	Farbiger Momentum 4	8
Shanling	CD-Player mit Röhren	8
Lenco	Riemen-Plattenspieler	9
Sennheiser	Bluetooth-Dongle	9
Panasonic	Mobiltelefon	9
Abus	Smartvest Alarmsystem	9
TCL	Mini-LED kommt nach Deutschland	10
TCL	57 Zoll Gaming-Monitor	10
LG	IFA-Einladung für den Handel	11
IFA 2025	Bühne für Zukunftsvisionen	12
IFA 2025	Innovations-Award	12
IFA 2025	Anreise und Aufenthalt	13
Thomson	TV to go	14
Loewe	Jetzt auch mit 97 Zoll	14

Foto / Digital Imaging		
Yomei	Sideboard für Leica Cine 1	15
Leica	Leica versteigert	15
Sigma	Lichtstarkes Standard-Zoom	15
Sony	Kostspielige Vollformat-Kompaktkamera	16
Fujifilm	Projektor für 4K-Wiedergabe	17

Wirtschaft	
Personen	4
Zielscheibe	5
Expert	6
Euronics	6
Wertgarantie	6
Bitkom	7
Ganz kurz	7

zitiert



„Wir dürfen nicht zu viel versprechen und können nicht alles am ersten Tag machen“, sagte **Dr. Karsen Wildberger**

im Rahmen der App-Präsentation seines Digitalministeriums. „Da ist alles drin, vom Personalausweis über den Führerschein bis zum Ticket für den öffentlichen Nahverkehr“, so Wildberger.



Nach Auffassung von US-Präsident **Donald Trump** müssen sich amerikanische AI-Modelle nicht an Urheberrechte halten. „Wenn

jemand ein Buch oder einen Artikel liest, hat er sich umfangreiches Wissen angeeignet. Das bedeutet jedoch nicht, dass er gegen das Urheberrecht verstößt oder mit jedem Anbieter von Inhalten Verträge abschließen muss“; Ziel werde es fortan sein, „alles zu tun, um weltweit führend im Bereich der künstlichen Intelligenz zu sein“, sagte der Republikaner.



Lidl warb kürzlich mit der „größten Preissenkung seiner Geschicke“. Verbraucherschützer kritisieren:

Die Werbung verspricht Kunden mehr als sie bietet. **Armin Valet**, Lebensmittel-Experte von der Verbraucherzentrale Hamburg, kritisiert: „Es ist völlig unklar, welche Produkte im Preis sofort dauerhaft reduziert wurden. Wer mit so konkreten Zahlen und Versprechen wirbt, muss sie auch belegen.“ Eine vollständige Liste liege aber nicht vor.



Die geplante Abgabe auf Elektroaltgeräte wird die Qualität des Recyclings weder stärken noch einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft leisten“, so **Wolfgang Weber**, Vorsitzender der ZVEI-Geschäftsleitung. „Der EU geht es offenkundig vor allem um neue Einnahmequellen.“

FUJIFILM



Martin Christian Markus Broderick

ist seit 1. Juli General Manager der Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH in Kleve. Er ist in dieser Position zuständig für den Vertrieb, das Marketing und den Service der Fujifilm Digitalkameras in Deutschland, Österreich und den Niederlanden. Darüber hinaus hat er die Funktion als General Manager der Fujifilm Imaging Solutions in Ratingen übernommen.

HDE

Die kürzlich beendeten EU-Ratsverhandlungen zur dritten Zahlungsdiensterichtlinie sowie zur zugehörigen Verordnung sind aus Sicht des Handelsverbandes Deutschland (HDE) hinter den Erwartungen zurückgeblieben. „Der Rat hat es versäumt, sich für eine Weitergabe anfallender Zahlungskosten einzusetzen“, so HDE-Zahlungsexperte **Ulrich Binneböbel**.



MICROSOFT



Mareike Hoffmann ist seit Mitte Juli neue Leiterin des Partnernetzwerks bei Microsoft Deutschland. Als Enterprise Partner Solutions Lead (ehemals Global Partner Solutions) folgt sie auf **Edith Wittmann**, die seit Januar die Leitung des Großkundengeschäfts bei Microsoft Deutschland übernommen hat. Hoffmann bringt mehr als eine 25-jährige berufliche Erfahrung im IT-Technologievertrieb mit.

THOMSON



Sebastian Wildenberg übernimmt bei Thomson Deutschland ab sofort die Position des Vertriebsleiters Deutschland. Mit über 15 Jahren Erfahrung bei Unternehmen wie Samsung, Medimax und Loewe bringt er umfassende Expertise im CE-Vertrieb und stationären Fachhandel mit. „Thomson bietet mir die Chance, etwas Neues mitzugestalten – mit Start-up-Mentalität, kurzen Entscheidungswegen und klarer Ausrichtung“, so Wildenberg.

SAMSUNG



Wojtek Rudko hat die Leitung des MX Brand Memory Bereichs von Samsung Electronics GmbH in Deutschland übernommen. In seiner neuen Position verantwortet er die Geschäftsentwicklung interner und externer SSDs, von Speicherkarten und Flash Drives in Deutschland. Rudko startete 2017 seine Karriere bei Samsung. Bereits ein Jahr später wurde er Head of Sales des Bereichs für Speichermedien.

EURONICS



Denis-Benjamin Kmetec, Vorstandsmitglied der Euronics Deutschland, wird das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 31. Juli 2025 verlassen. Der Aufsichtsrat bedauert diese Entscheidung und dankt Kmetec für die geleistete Arbeit in einer unternehmerisch wichtigen Phase. Kmetec war seit 2023 Teil des Vorstands und hat maßgeblich zur Stabilisierung und Weiterentwicklung des Unternehmens beigetragen.

rich Binneböbel. Nur mit der Möglichkeit des sogenannten Surcharging hätten Handelsunternehmen ein Instrument in der Hand, bei Verhandlungen mit den Kartensystemen für geringere Kosten zu kämpfen. „Stattdessen wird im Verordnungsentwurf eine weitere Verschärfung des Verbotes vorgeschlagen. Das ist ein herber Rückschlag für den Einzelhandel und die Verbraucherinnen und Verbraucher“, betont Binneböbel. Auch das Bundeskartellamt habe sich in einer Stellungnahme zur Überarbeitung der vorangegangenen Richtlinie für eine Abschaffung des Aufschlagverbotes ausgesprochen und festgestellt, dass ein Verbot dem Wettbewerb und letztlich den Verbrauchern schade. Im Sinne der Kundenfreundlichkeit vermeidet der Handel laut HDE ohnehin wo immer möglich einen für die Kundschaft verwirrenden Aufschlag für bestimmte Zahlungsarten. „Ein solcher Aufschlag könnte aber als letztes Mittel im Kampf um geringere Gebühren für Kartenzahlungen für bestimmte Zeit eingesetzt werden, um marktdominierenden Systemen etwas entgegenzusetzen“, so Binneböbel. „Mit der Ausdehnung des Verbotes würde ein falsches Signal gesetzt, Zahlungssysteme wären in ihrer Preispolitik frei und spüren weiterhin keinen Wettbewerbsdruck“, so Binneböbel weiter.

www.einzelhandel.de

631 Milliarden „Made for Germany“, aber die Deutschen sparen lieber

Man traf sich beim Kanzler, und 61 deutsche Unternehmen versprachen Investitionen von 631 Milliarden Euro, um die schlingernde deutsche Wirtschaft wieder auf Kurs zu bringen. „Mit der Initiative wollen wir dazu beitragen, eine Wachstumswende einzuleiten“, so Karsten Knobl, Chef des Düsseldorfer Chemiekonzerns Henkel. Woraufhin Friedrich Merz sofort jubilierte, „Deutschland ist zurück, es lohnt sich wieder, in Deutschland zu investieren“. Da aber stimmt ihm das IFO-Institut nur verhalten zu und spricht von einem Wachstum von nur 0,3 % in diesem Jahr, prognostiziert für 2026 aber wohlwollende 1,5 %.

Doch die deutschen Verbraucher sind offenbar ganz anderer Meinung, wie das Konjunkturbarometer der GfK für den Monat Juli deutlich zeigt. Es titelt seine Analyse pessimistisch mit der Überschrift Konsumklima: „Erholung lässt weiter auf sich warten“. Die Nürnberger Marktforscher kommen zu dem Schluss, die Einkommenserwartung legt zum wiederholten Male zu, doch die Konjunkturaussichten trüben sich spürbar ein. Auch die Anschaffungsneigung erleidet Verluste, während die Sparneigung ihren Aufwärtstrend fortsetzt. „Die Erholung der Konsumstimmung lässt weiter auf sich warten, auch deshalb, weil die Sparneigung wiederholt angestiegen ist“, erklärt Rolf Bürkl, Head of Consumer Climate beim NIM. „Die Verbraucher halten es mehrheitlich nach wie vor für ratsam, das Geld eher zurückzuhalten und nicht für größere Anschaffungen zu verwenden.“

Eine etwas widersprüchliche Entwicklung, denn die Einkommenserwartung für die kommenden 12 Monate ist durchaus positiv. Die Verbraucher gehen offenbar davon aus, dass sich die reale Einkommensposition ihres Haushalts, also ihre Kaufkraft, auch in den kommenden Monaten verbessern wird. Dazu tragen solide Tarifabschlüsse, Rentenerhöhung und eine moderate Inflationsrate von etwa 2,0 % bei.

Doch von diesem Optimismus kann die Anschaffungsneigung nicht profitieren. Die Konsumenten bleiben bei größeren Anschaffungen – trotz verbesserter Einkommensaussichten – also nach wie vor zurückhaltend. Fehlende Planungssicherheit aufgrund der anhaltend starken Verunsicherung lässt sie bislang bei Ausgaben noch vorsichtig bleiben. Damit haben die Hoffnungen auf eine konjunkturelle Erholung noch in diesem Jahr einen deutlichen Dämpfer erhalten. Die nach wie vor bestehende Verunsicherung der Konsumenten lässt den Konjunkturoptimismus schwinden. Außerdem schwert weiterhin das Damoklesschwert der Zollpolitik der USA über den Konsumenten.

Entsprechend gedrückt ist deshalb auch die Stimmung in der CE-Branche, Industrie wie Handel. Anfang des Jahres geplante Marketing-Aktivitäten wurden gestrichen. Es wird an allen Enden gespart. Durchaus verständlich, schrumpfte doch beispielsweise der TV-Verkauf von 7,2 Millionen Geräten in 2020 auf nur noch 4,5 Millionen Geräte im vergangenen Jahr. Ähnlich der Negativtrend beim TV-Umsatz, der sank von 4,2 Millionen Euro in 2020 auf magere 3 Millionen. Das erste Quartal 2025 war ein leichter Aufheller mit einem Plus von über 15 % bei den TV-Stückzahlen und plus 7,5 % beim Umsatz. Doch stellt man die Zahlen dem Jahr 2020 gegenüber, ist diese Bilanz noch immer deutlich negativ.

Zum Start der IFA Anfang September werden wir die Zahlen für das erste Halbjahr 2025 veröffentlichen und sehen, ob sich das Miniwachstum aus dem ersten Quartal fortgesetzt hat. Handel wie Industrie hoffen auf eine erfolgreiche IFA mit deutlichen Kaufimpulsen für das 4. Quartal. Das notwendige Geld haben die Kunden, wie es die Zahlen der GfK zeigen, doch ob sie es auch ausgeben wollen, steht leider noch in den Sternen.

Trotzdem, wir alle freuen uns auf Berlin.
Peter Lanzendorf

Verlag

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

Chefredaktion

Peter Lanzendorf
Consumer Electronics, Home Appliances
peter.lanzendorf@ce-trade.de
Volker Wachs
Foto + Digital Imaging
Energie+Licht
volker.wachs@ce-trade.de

Redaktion Österreich

Dr. Ludwig Flieh
Bäckerstraße 14, A-1010 Wien
Tel./Fax +43 1 94 606 42
ludwig.flieh@chello.at

Redaktion Schweiz

Martin Sigrist
Seefeldstrasse 219,
CH-8008 Zürich
Telefon + 41 1 383 06 33
Fax +41 1 383 89 79
martin.sigrist@ce-trade.ch

Marketing

Karsten Egert
Mobil: +49 170 456 7377
karsten.egert@ce-trade.de

Autoren in dieser Ausgabe

Hans Zippert, Orion Dahlmann

Grafik und Layout

Grit Röscher, Grenzach
www.werbewerkstatt-roscher.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 2025

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

10.450. 4. Quartal 2024

Verkaufte Auflage

6.980. 4. Quartal 2024

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Düsseldorf





ZUFRIEDENE EXPERT-KUNDEN Service und Beratung zählen

Große Anerkennung für das Engagement der expert-Fachhändler: In diesem Jahr wird das Unternehmen gleich dreimal für seine starke Kundenorientierung ausgezeichnet. Im Ranking „Bester Kundenservice“ der WirtschaftsWoche erreicht expert zum zweiten Mal in Folge den Spitzensatz. Zudem wird das Unternehmen als

„Diese Auszeichnungen von einem der wichtigsten Wirtschaftsmedien Deutschlands sind eine großartige Bestätigung unserer Ausrichtung – sie zeigen, wie sehr unsere expert-Fachhändler das Vertrauen der Kunden verdienen“, erklärt **Dr. Stefan Müller**, Vorstandsvorsitzender der expert SE. „Als Technik-Nachbar sind wir mehr



Dr. Stefan Müller



Marcus Willbold

bester Kundenfavorit unter den Elektronikfachmärkten ausgezeichnet und gehört laut Computer Bild und Statista zu den exzellenten Onlineshops der Branche.

Die Erhebung zur Beratungsqualität wurde vom Handelsblatt gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut ServiceValue durchgeführt. Grundlage ist eine unabhängige Online-Befragung von rund 14.000 Kunden, aus der fast 36.000 Urteile zu über 700 Unternehmen aus 36 Branchen ausgewertet wurden. In der Weiterempfehlungsstudie „Kundenfavoriten“ überzeugte expert im Vergleich mit sechs weiteren Elektronikfachhändlern. Die Bewertung des Onlineshops durch Computer Bild in Zusammenarbeit mit Statista basiert auf einer detaillierten Analyse zahlreicher Kriterien, die sowohl technische Leistungsmerkmale als auch die Kundenzufriedenheit berücksichtigen.

als nur Fachhändler: Wir bieten Nähe und persönliche Beratung – stationär wie online. Ein deutliches Zeichen für die Qualität und Verlässlichkeit, mit der unsere Gesellschafter tagtäglich vor Ort agieren – und dafür, wie aus zufriedenen Kunden echte Fans werden.“

Auch **Marcus Willbold**, Geschäftsbereichsleiter Marketing und E-Commerce bei expert, betont die Bedeutung der Kundenfokussierung: „Service- und Beratungsqualität machen in einem wettbewerbsintensiven Markt wie der Elektronikbranche den entscheidenden Unterschied – darum hat Kundenzufriedenheit für uns oberste Priorität. Die aktuellen Auszeichnungen bestätigen den hohen Anspruch, den unsere Fachmärkte und -geschäfte täglich mit ihren vielfältigen Service- und Dienstleistungen angeboten erfüllen.“



Euronics ausgezeichnet – die Verbundgruppe wurde mit dem internationalen Innovationspreis prämiert. Diese besondere Würdigung erhielt der Online-Marktplatz euronics.de, der im März sein zehnjähriges Bestehen feierte. Mit gefeiert haben Christoph Lux, Aufsichtsratsvorsitzender Euronics Deutschland eG; Björn Abels, Bereichsleiter Category Management Euronics Deutschland eG; John Olsen, CEO Euronics International Ltd.; Benedict Kober, Sprecher des Vorstands Euronics Deutschland eG; Brendan Lenane, Vorstand Euronics Deutschland EG. Hans Carpels, Präsident Euronics International (c) Euronics Deutschland eG. [v. l. n. r.]

DIE KRUX MIT DEM RECHT Reparaturen ja, aber wie richtig?



Bei spätestens 31. Juli 2026 muss die Europäische Richtlinie zum Recht auf Reparatur in deutsches Recht umgesetzt werden. Die EU-Richtlinie hat das Ziel, Elektroabfälle zu reduzieren und Ressourcen zu schonen. In Deutschland wird etwas weniger als die Hälfte der defekten Elektrogeräte der in der EU-Richtlinie erwähnten Produktgruppen (49 %) nicht repariert. Im Auftrag des Handelsverbands Technik (BVT) und des Spezialversicherer und Fachhandelspartners Wertgarantie hat das IFH KÖLN die EU-Richtlinie aus Sicht von Verbrauchern, Herstellern, Fachhandel und Ersatzteilwirtschaft in Deutschland erstmals empirisch untersucht und bietet damit einen 360°-Blick auf

die Richtlinie und ihre Auswirkungen auf das Reparaturgeschehen.

Die Studie „Das Recht auf Reparatur: Anspruch, Umsetzung und Wirkung aus Perspektive der wichtigsten Akteure“ macht deutlich, dass das Recht auf Reparatur bei den Verbrauchern bisher noch wenig bekannt ist. Von den Verbrauchern, die schon einmal vom Recht auf Reparatur gehört haben (44 %), weiß knapp ein Drittel (35 %), worum es im Einzelnen geht. Bei den befragten Fachhändlern kennen 98 Prozent und bei den Herstellern 95 Prozent die EU-Richtlinie, im Detail informiert darüber sind im Fachhandel 55 Prozent und bei den Herstellern 95 Prozent.

„Wenn das Richtlinien-Ziel

Kunden achten beim Kauf auf Umweltschutz

Plastik reduzieren, weniger fliegen, Öko-Strom beziehen – kleinere Umstellungen können auf Verbraucher- wie Unternehmensseite dazu beitragen, die Umwelt zu schützen. Aber wie sieht das im Handel aus? Welche Maßnahmen erwarten deutsche Online-Shopper von den Unternehmen, bei denen sie einkaufen, und welche ergreifen sie vielleicht schon selbst? Einig sind sich 9 von 10 Online-Shoppern in jedem Fall darüber, dass Händler möglichst viele Waren im selben Karton verpacken sollten (92 Prozent). Mehr als zwei Drittel (69 Prozent) versuchen auch, das eigene Einkaufsverhalten anzupassen: Sie bündeln Einzelbestellungen, um die Lieferemissionen zu reduzieren. Frauen sind darauf bedachter (75 Prozent) als Männer (63 Prozent). Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, die unter 1.180 Internetnutzern und -nutzern ab 16 Jahren in Deutschland durchgeführt wurde, darunter 1.127 Personen, die in den letzten 12 Monaten einen Online-Kauf getätigt haben.

Ein Drittel (33 Prozent) der Online-Shopper versucht, weniger im Internet und stattdessen mehr vor Ort im Geschäft zu kaufen, um die Umweltbelastung zu reduzieren. „Man kann nicht pauschal sagen, dass der Einkauf im stationären Handel emissionsärmer ist als eine Online-Bestellung – das kommt ganz auf den Einzelfall an. Wenn man mit dem Auto zum Shopping-Center fährt, dann kann die Auslieferung durch einen Paketdienstleister sehr viel besser für die Umwelt sein“, sagt **Dr. Bernhard Rohleder**, Hauptgeschäftsführer des Bitkom.

Neben einer Bündelung von Bestellungen auf Verbraucherseite gibt es auch für den Versandhändler Möglichkeiten, Lieferungen umweltverträglicher zu gestalten: „Häufig werden beispielsweise Produkte von der Größe eines USB-Sticks in Paketen in Schuhkartongröße verschickt. Schaffen es die Versender, übermäßigen Verpackungsmüll zu vermeiden, reduzieren sie gleichzeitig die Umweltbelastungen der Lieferungen“, so Rohleder.

Ganz kurz

Telekom: Die Telekom bietet ihr 5G+ Gaming Angebot nun bundesweit an. Das Gaming-Paket auf Basis der neusten 5G Standalone Technologie ist jetzt außerdem auf noch mehr Smartphones verfügbar: Unterstützt wird 5G+ Gaming von allen iPhones der 15er und 16er Reihe inklusive des iPhone 16e. Für Android-Nutzer wird das Portfolio um die neuste S25 Serie ergänzt.

ViewSonic: hat das EcoVadis-Silber-Rating erhalten und zählt damit zu den Top 8 % aller weltweit bewerteten Unternehmen im Bereich nachhaltiger Unternehmensverantwortung. Die Auszeichnung würdigt die kontinuierlichen Fortschritte des Unternehmens in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG).

Zattoo: Feiert 20-jähriges Jubiläum. Vom TV-Pionier zum führenden TV-Streaming-Anbieter in Europa.

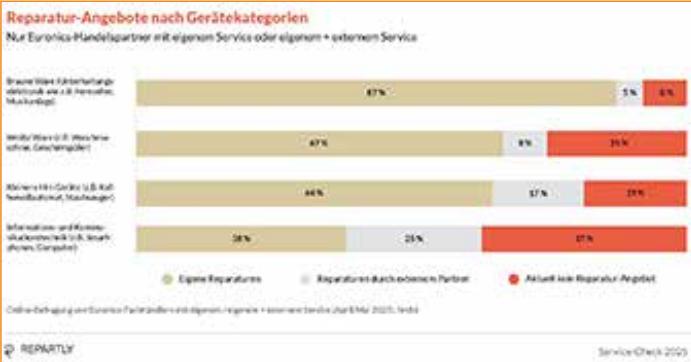
Coolblue: Die Niederländer haben in Hamburg am Gänsemarkt einen Store auf 1.500 m² mit 8 Produktwelten eröffnet.

Streaming: Laut der Simon-Kucher Streaming-Studie wächst das Gesamtbudget für Abos von 23 Euro auf 30 Euro an. Gleichzeitig findet mehr als jeder dritte Deutsche, dass er zu viel für Streaming-Abos ausgibt. Im Schnitt hat jeder Nutzer 2,8 Dienste abonniert.

ANGA COM: Startschuss für Aussteller-Anmeldungen. Buchungen für die Veranstaltung vom 19. bis 21. Mai 2026 ab sofort möglich.

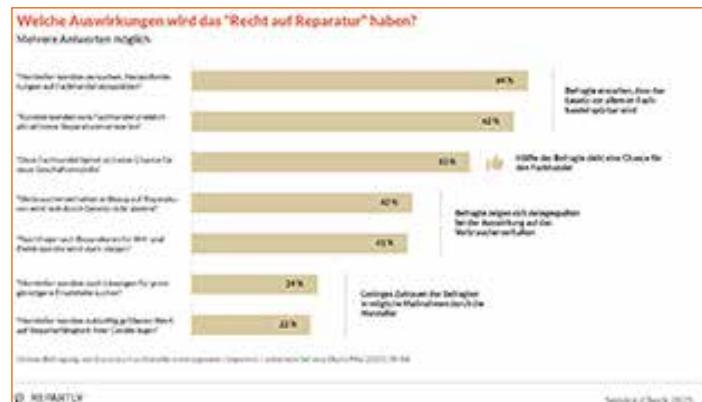
Bitcom: Ob Produktempfehlungen in der Story, Rabattcodes per Direktnachricht oder Kaufbuttons im Live-Stream: Social Commerce, also der Verkauf über die sozialen Medien, treibt den deutschen Handel. Inzwischen nutzen bereits 59 Prozent der Händler ein eigenes Profil in den sozialen Netzwerken, um ihr Angebot im Netz zu bewerben.

gamescom: Bundesforschungsministerin Dorothee Bär wird am 20. August an der offiziellen Eröffnung der gamescom teilnehmen. Bei der Eröffnung des weltgrößten Games-Events wird die für Computer- und Videospiele in der Bundesregierung zuständige Ministerin ein Grußwort sprechen.



erreicht werden soll, müssen die Konsumenten besser über die praktischen Möglichkeiten und gesetzlichen Rahmenbedingungen informiert werden. Eine bundesweite Informationskampagne halten wir für sinnvoll, um das Bewusstsein für Reparaturen in Deutschland zu stärken und vorhandene Wissenslücken bei den Verbrauchern zu schließen“, erklärt **Frank Schipper**, Vorsitzender Handelsverband Technik (BVT).

Prinzipiell empfinden Fachhändler und Hersteller die Regelung rund um das Recht auf Reparatur als Chance, um etwa Kontaktpunkte zu Kunden zu erhöhen oder auch ihr Serviceangebot zu erweitern. Allerdings überwiegen für einen Großteil der Befragten aus diesen Gruppen die Herausforderungen die Chancen, die die Richtlinie mit sich bringt: So



bewerten die in der Richtlinie geforderte Verlängerung der Gewährleistung nach erfolgter Reparatur 70 Prozent der Fachhändler und knapp zwei Drittel der Hersteller (63 %) als schwierig. Über die Hälfte der Fachhändler (56 %) und knapp ein Drittel der Hersteller (32 %) befürchten einen Mehraufwand durch die enge Zusammenarbeit mit Reparaturpartnern.

„Die Studie zeigt deutlich, dass die wachsenden Reparaturwünsche der Kunden nur mit ausreichend qualifiziertem Personal erfüllt werden können. Handel und Industrie sind sich einig, dass der Fachkräftemangel

eine der größten Herausforderungen bei der Umsetzung des Rechts auf Reparatur ist“, so Schipper.

Dieser Einschätzung stimmt auch **Konrad Lehmann**, Vorstand Wertgarantie, zu: „Bereits heute ist die Anzahl an Reparaturen für Fachhändler kaum zu bewältigen. Ohne qualifiziertes Personal wird dem steigenden Reparaturvolumen nicht nachzukommen sein“, erklärt Konrad Lehmann und sieht die politischen Handlungsträger in der Verantwortung: „Damit Unternehmen, insbesondere im Bereich des Fachhandels, die ohne Frage bestehenden Chancen des Rechts auf Reparatur nutzen können, ist jetzt die Politik gefordert. Es sind einerseits Ausbildungs- und Schulungsinitiativen notwendig und andererseits klare und einheitli-

che Rahmenbedingungen. Unterschiedliche Vorgaben auf Länderebene oder ein regulatorischer Flickenteppich würden unnötigen Aufwand erzeugen und für Verunsicherung sorgen.“

„Die Ergebnisse der Studie deuten darauf hin, dass die Richtlinie potenziell zu erhöhten Reparaturpreisen führen und damit die mit ihr verbundenen Nachhaltigkeitsbemühungen wie die Reduzierung von Elektromüll konterkariert würden,“ so **Dr. Ralf Deckers**, Bereichsleiter Strategic Insights & Analytics und Mitglied der Geschäftsleitung IFH KÖLN



TCL FLEXCONNECT-LAUTSPRECHER Erster kabelloser mit Dolby Atmos

Der Z100 ist das Ergebnis einer jahrelangen Zusammenarbeit mit Dolby und bietet eine Vielzahl von Dolby Atmos-Heimkino-Systemoptionen ohne Kabel oder HDMI-Box. Dolby Atmos FlexConnect ist eine neue Funktion, mit der man die Lautsprecher an einem beliebigen Ort aufstellen und das Klangerlebnis für jede Raumaufteilung und Lautsprecher-

konfiguration optimieren kann. „Mit diesem bahnbrechenden Produkt läuten wir eine neue Ära für Heim-Audioerlebnisse ein, die durch unsere enge Zusammenarbeit mit Dolby ermöglicht wurde“, sagte **Alex Ma**, General Manager TCL Deutschland. „Unsere Fernseher integrieren bereits Dolby Vision und Dolby Atmos, unsere Soundbars verfügen über Dol-

by Atmos, und jetzt machen wir mit Dolby Atmos FlexConnect einen weiteren großen Schritt nach vorne. Diese Technologie ermöglicht es jedem, ein wirklich immersives Heimkinoerlebnis zu schaffen, das perfekt auf seinen persönlichen Raum und Lebensstil zugeschnitten ist.“ „Die Einführung von Dolby Atmos FlexConnect in der Precise Dimming-Serie von TCL markiert ein neues Kapitel in der personalisierten Heim-Audioerfahrung“, sagte **John**

Couling, Senior Vice President of Entertainment bei Dolby Laboratories. „Mit Dolby Atmos FlexConnect können Verbraucher noch mehr Flexibilität und Anpassungsfähigkeit bei der Gestaltung ihrer Heimunterhaltungssysteme nutzen und müssen sich keine Gedanken mehr darüber machen, ob ihre Lautsprecher an der richtigen Stelle stehen, um ein unglaubliches Dolby Atmos-Erlebnis zu erzielen.“

SENNHEISER MOMENTUM 4 Limitierte Farbvarianten zum 80.

Pünktlich zum 80. Geburtstag der Marke kündigt Sennheiser jetzt eine Limited Edition an. Es handelt sich um eine limitierte Farbvariante ihres preisgekrönten MOMENTUM 4 Wireless Kopfhörers, die vom deutschen Graffiti-Künstler Bond Truluv neu interpretiert wurde. Die linke Hörmuschel ist mit **Bond Truluv** charakteristischem „throwie“-Tag versehen, der sich über einen rauen Hintergrund legt, um Bewegung und Tiefe zu erzeugen. Auf der rechten Seite fließen abstrakte, von Audiowellenformen inspirierte Linien über die Oberfläche – eine künstlerische Hommage an das Chaos und die Kontrolle im Klang. Gelbe Akzente im gesamten Design sind eine Anspielung



auf den kultigen Sennheiser HD 414 und seinen revolutionären Sprung nach vorn in Klang und Stil. „Ich wollte, dass sich die Kopfhörer wie Klang in Bewegung anfühlen – fließend, roh und aufregend“, so Truluv. „So gut wie alle meine charakteristischen Stile führen zu einer bestimmten Art von Musik oder sogar zu einem bestimmten Song.“ UVP 369 Euro.



SHANLING ECZero T CD-PLAYER Erstklassiger Sound mit Röhrenverstärker

Der Shanling ECZero T steht für die perfekte Kombination aus nostalgischer CD-Wiedergabe und modernster Technologie. Mit seinem R2R-DAC liefert er eine unverfälschte, natürliche Klangwiedergabe und unterstützt hochauflösende Formate bis zu PCM 768kHz / DSD512. Kabellose Freiheit bietet Bluetooth 5.3 mit aptX Adaptive, das hochauflösende Übertragung ohne Qualitätsverlust ermöglicht. Für audio-

phile Kopfhörer steht ein symmetrischer 4,4-mm-Kopfhöreranschluss bereit, der für ein besonders präzises Klangbild sorgt. Ein weiteres Highlight ist das aktive Magnet-CD-Klemm-System, das eine vibrationsfreie Wiedergabe garantiert – für ein optimales Hörerlebnis, das den vollen Detailreichtum der CD entfaltet. Ein ganz besonderes Audio-Schmankerl: Der ECZero T besitzt einen integrierten Röhrenverstärker!



LENCO PLATTENSPIELER L-455BK

Mit sichtbarem Riemenantrieb

Lenco präsentiert auf der High End neues Spitzmodell Lenco L-455BK Plattenspieler mit sichtbarem Riemenantrieb und Rahmen aus gebürstetem Aluminium. Während die meisten Plattenspieler einen verdeckten Riemenantrieb haben, hebt sich der L-455BK mit einem markanten Design ab, bei dem der Riemenantrieb sichtbar ist. Eine optimale Klangqualität wird außerdem durch die automatische Kontrolle und Korrektur der

Drehgeschwindigkeit gewährleistet. Diese Funktion überwacht kontinuierlich den Metallplattenteller und passt dessen Rotation automatisch an, um zu verhindern, dass die Platten zu schnell oder zu langsam abgespielt werden. Der Plattenspieler setzt auf einen 2M RED-Tonabnehmer, einem hochwertigen MM (Moving Magnet) Element von Ortofon. Der 2M RED liefert einen offenen, dynamischen Klang mit einer subtilen Wärme.



Sennheiser BTD 700 Bluetooth-Dongle

Mit nur 2,2 Gramm Gewicht und einer Länge von 24 mm ist der BTD 700 kleiner als die meisten USB-Sticks, bietet aber dennoch Hightech-Leistung für Streaming, Gaming und Sprachkommunikation. Über einen einzigen USB-C-Anschluss lässt sich so mühelos die native kabellose Audiolistung von Laptops, Mobiltelefonen und Tablets verbessern. Ein beiliegender USB-C-auf-A-Adapter sorgt für Kompatibilität mit jedem Gerät und erleichtert die Audioverbesserung an Desktop-PCs und Laptops. Der BTD 700 unterstützt aptX Lossless und aptX Adaptive Codecs für zuverlässiges, hochauflösendes kabelloses Audio mit bis zu 24 Bit Tiefe bei 96 kHz. UVP 49,90 Euro.



Sony Noise Cancelling WH-1000XM6

Der neu entwickelte HD-Prozessor QN3 bietet die Grundlage für Sonys bisweilen fortschrittlichstes Noise Cancelling. Der Prozessor ermöglicht eine siebenmal höhere Verarbeitungsgeschwindigkeit als der Vorgänger und ist dadurch in der Lage, Daten von insgesamt 12 Mikrofonen – das sind vier mehr als beim WH-1000XM5 – in Echtzeit zu verarbeiten. Praktisch der Faltmechanismus. UVP 449 Euro.



Panasonic 4G KX-TF400 Mobiltelefon

Diese Handys richten sich an Menschen, die einfach nur telefonieren und SMS empfangen wollen – ohne lästige Apps oder ständige Upgrades. Das Ergebnis sind kleine Telefone mit großer Akkukapazität. Das TF400 ist jedoch kein Retro-Telefon – es verfügt über moderne Funktionen wie Bluetooth, LED-Taschenlampe, Wecker, Freisprechfunktion und schnelles USB-C-Laden. Und weil es ein 4G-Telefon ist, profitieren die Besitzer von einer höheren Gesprächsqualität



dank VOLTE-Technologie bei der Nutzung von 4G-Netzen. Gesprächszeit von 5 Stunden oder 200 Stunden im Standby. UVP 49,90 Euro



ABUS SMARTVEST PRO ALARMSYSTEM Erweiterbare Funk-Alarmanlage

Kabellos erweiterbare Alarmzentrale mit integrierter Innen-Sirene. Sie wird über LAN oder WLAN mit dem Heimnetzwerk verbunden und kann über die kostenlose Smartvest Pro-App für iOS und Android gesteuert werden. Die Einrichtung erfolgt schnell und unkompliziert und kann durch den Kunden selbst durchgeführt werden. Smartvest Pro kann über Smartphone oder Tablet gesteuert werden. Auch von unterwegs aus. Alternativ stehen eine Fernbedienung, Code-Eingabe, ein Chipschlüssel oder Sprachsteuerung mit Alexa und Google Home zur Verfügung. Das System ist erweiterbar mit diesen Komponenten:

- Funk-Öffnungsmelder für Türen und Fenster
- Funk-Bewegungsmelder zur Erfassung von Bewegungen
- Funk-Rauch- und Hitzewarnmelder zur frühzeitigen Gefahrenerkennung
- Funk-Wassermelder zur Erkennung von Leckagen
- Funk-Sirene zur optischen und akustischen Alarmierung
- Funk-Steckdose zur Schaltung externer Aktoren über die App, wie z. B. Stehlampen
- Funk-Erschütterungsmelder für Fenster und Türen.



TCL Q8C QD-MINI-LED KINO-TV KOMMT ZUR IFA NACH EUROPA

Hochleistungs-QD-Mini-LED-Fernseher für perfektes Kino und Gaming

Angesichts eines erwarteten Wachstums des europäischen TV-Marktes um 1,3 % bis 2026 hat sich TCL entschlossen, den in Las Vegas auf der CES vorgestellten Premium-QD-Mini-LED-Fernseher Q8C jetzt auch in Europa einzuführen.

Das Herzstück des Q8C ist die neueste QD-Mini-LED-Technologie der 7. Generation von TCL. Mit bis zu 3.840 Dimmzonen und HDR PREMIUM 5.000 Helligkeitsstufen liefert er einen starken Kontrast und eine Spitzenhelligkeit von bis zu 5.000 Nits – wodurch dunkle Szenen noch eindringlicher und helle Szenen noch beeindruckender wirken.

Das Erlebnis wird durch das CrystaGlow WHVA-Panel von TCL noch weiter verbessert, das einen nativen Kontrast von 7.000:1 und Antireflexionsfunktionen bietet und so von morgens bis abends brillante Bilder garantiert. Von Sport bis hin zu Filmen wird jedes Bild mit tieferen Schwarztönen, schärferen Highlights und lebensechter Klarheit wiedergegeben.

Mit seinen Mini-LED Fernsehern konnte TCL schon auf der CES im Januar begeistern. Jetzt kommen diese Geräte zur IFA auch auf den deutschen Markt. Schade aber, dass die Einführung bei uns mit einer Sonderaktion beim Online-Händler Amazon startete.

Ideales Bild bei Sport und Spiel

Der Q8C verfügt über eine native Bildwiederholfrequenz von 144 Hz und unterstützt Game Accelerator 288 Hz – für flüssige Bewegungen und klare Bilder bei schnellen Inhalten. Egal, ob Sie dynamische Actionszenen ansehen oder Wettkämpfe spielen, das Display ist so konzipiert, dass es schnelle Übergänge mit reduzierter Unschärfe und minimaler Eingabeverzögerung verarbeitet. Diese Reaktionsgeschwindigkeit verbessert alles, vom alltäglichen Fernsehen bis hin zu Spielen mit hoher Bildfrequenz, und bietet einen Leistungsvorteil, wo es darauf ankommt.

Sound von Bang & Olufsen

Der Sound des Q8C wird von Audio by Bang & Olufsen bereitgestellt, das in Zusammenarbeit mit den Akustikingenieuren hinter den legendären Lautsprechern von B&O entwickelt wurde. Das Ergebnis ist

ein raffinierter, raumfüllender Klang, der auf kinoreife Tiefe und Detailtreue abgestimmt ist. Dank Dolby Atmos-Unterstützung erstreckt sich das Erlebnis in alle Richtungen und liefert einen immersiven Klang, ohne dass ein externes System erforderlich ist. Das Erlebnis wird durch die Beosonic®-Klangabstimmung weiter verfeinert, mit der Benutzer Audioprofile an ihre Stimmung, den Inhalt oder die Umgebung anpassen können.

Das Virtually ZeroBorder-Design minimiert die Einfassungen und maximiert den Bildschirmbereich, wodurch der Q8C zu einem visuellen Mittelpunkt in jedem Raum wird. Seine ultraschlanken Silhouetten und sein wandmontagefreundliches Profil fügen sich nahtlos in moderne Innenräume ein.

Die Preise liegen bei 1.299 Euro für das 65"-Modell, 1.899 Euro für das 75"-Modell, 2.399 Euro für das 85"-Modell und 3.299 Euro für das 98"-Modell.

TCL 57 Zoll 4K-Gaming Monitor

Der europäische Markt für Gaming-Monitore wird in den nächsten 7 Jahren voraussichtlich um 5,3 % wachsen. Daran will auch TCL teilhaben, und das mit seinem bislang größten und immersivsten Gaming-Monitor: dem TCL 57R94 Dual 4K QD-Mini-LED-Monitor. Das 32:9-Ultra-Wide-Display mit einer Krümmung von 1000R vermittelt das Gefühl einer Multi-Monitor-Konfiguration, jedoch ohne die Nahtstellen. Mit doppelter UHD-Auflösung (7.680 x 2.160) und 2.304 lokalen Dimmzonen liefert der 57R94 einen fein abgestimmten Kontrast und eine realistische Helligkeit. Die QD-Mini-LED-Technologie von TCL, die bei



Gaming-Monitoren selten zu finden ist, sorgt für lebendige Highlights und tiefe Schatten – ohne Halo-Effekte. Für die Synchronisation mit der Grafikkarte sorgen AMD FreeSync Premium und G-SYNC.

HERR SCHIFFBAUER WIE WICHTIG IST DIE IFA?

Warum muss der Handel LG besuchen?

Neun ist es mal wieder soweit, in rund vier Wochen öffnen sich wieder die Berliner Messehallen. Nach herausfordernden vergangenen Jahren stellt sich für alle Marktteilnehmer die Frage: Wird sich das Kaufverhalten verbessern? In früheren Jahren war die „Funktionsstellung“ immer ein Impulsgeber für das Herbst- und Weihnachtsgeschäft, doch ist die Messe im September heute noch wichtig für Industrie und Handel, wird sie den zuletzt stagnierenden Umsatz wieder ankurbeln können? Darüber sprachen wir mit Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment bei LG Electronics Deutschland.

Was kann der Handel in diesem Jahr auf der IFA von LG erwarten?

„In diesem Jahr präsentiert LG dem Handel auf der IFA das wohl stärkste OLED- und QNED-Line-up (2025) im TV-Segment. Darauf hinaus erwartet die Besucher wie gewohnt ein faszinierender Einblick in viele weitere Unternehmensbereiche. Unsere immense Kompetenz in Forschung, Entwicklung und Produktion wird dabei eindrucksvoll in Szene gesetzt. Jede thematische Inszenierung bietet neue Anregungen, die inspirieren und sich motivierend in den eigenen Alltag übertragen lassen.“

Warum muss der Handel LG auf seinem IFA-Stand besuchen?

„Ganz klar: Um die spektakuläre Halle 18 live zu erleben – und natürlich, um im LG-Händlerzentrum gemeinsam mit den persönlichen Ansprechpartnern ein tolles IFA-Meeting zu genießen. Wir bereiten uns mit größter Sorgfalt darauf vor, jedem einzelnen Besucher ein optimales Erlebnis zu bieten, das



Daniel Schiffbauer – der langjährige LG-Manager hat schon viele Höhen und auch Tiefen der CE-Branche erlebt. Trotzdem ist er optimistisch, freut sich auf die IFA und erwartet von der Messe positive Impulse für den Handel.

sowohl inhaltlich als auch partnerschaftlich überzeugt.“

Wird TV in diesem Jahr im Besucherbereich attraktiver präsentiert werden?

„Ich möchte vorab noch nicht zu viel versprechen, aber eines lässt sich bereits jetzt sagen: Die IFA-Premiere unseres transparenten OLED TVs 77T4 könnte ein absolutes Highlight werden. Ebenso dürfen sich Besucher

auf die Fortsetzung der erfolgreichen StandbyME-Reihe freuen sowie auf die Einführung der neuen vierten Generation unserer High-End-OLED-Panels.“

Wie schlecht ist das TV-Geschäft im bisherigen Jahr wirklich?

„Besonders im Segment über 65 Zoll – traditionell eine Stärke von LG – verzeichnet der Markt ein beeindruckendes Wachstum von +2 % (nach Stückzahlen). Auch der OLED-Bereich, und damit der wertstarke Premium-Sektor, entwickelt sich trotz des herausfordernden Umfelds ohne sportliche Großereignisse wie EM oder Olympia überaus stabil. Der Impuls durch den „Analog-Switch-Off“ hat darüber hinaus für überraschend positive Dynamik in vermeintlich ruhenden Marktbereichen gesorgt. Sogar im klassischen Sommerloch generiert der Markt aktuell Woche für Woche TV-Umsätze von über 40 Millionen Euro – ein bemerkenswerter Wert. Unser Fazit: Die Branche liegt im Plan, und alles spricht für ein starkes drittes Tertiell.“

Ist die IFA ein Anlass, neue Geschäftsimpulse zu generieren?

„Unbedingt. Wer das beeindruckende Informations- und Themenangebot des IFA-Managements rund um Herrn Leif Lindner verfolgt, spürt die Energie, die schon jetzt von der Messe ausgeht. Die IFA bringt die neuesten Trends aus allen Bereichen der multimedialen Unterhaltungselektronik zusammen – geballt, hochaktuell und mit internationalem Anspruch. Für den Handel ist das eine einzigartige Gelegenheit, einen Blick in die Zukunft zu werfen. Hier verdichten sich Nachfrage-Cluster und Branchenimpulse, wie man sie sonst nirgendwo so greifbar erlebt. Wer vorne mitspielen will, muss diese antizipieren und kommt an der IFA nicht vorbei.“

Bowers & Wilkins ist offizieller Audio-Partner des McLaren Formel-1-Teams

Bereits seit einem Jahrzehnt sorgt Bowers & Wilkins in den Sport- und Supersportwagen von McLaren für den unvergleichlichen True Sound, für den das britische High-Audio-Brand weltweit bekannt ist.

Die Zusammenarbeit der beiden Marken umfasst heute ein exklusives Portfolio legendärer Flagship-Produkte, die McLarens einzigartige Design-DNA mit der Sound-Präzision von Bowers & Wilkins vereinen. Zur McLaren-Kollektion zählen die Over-Ear-Kopfhörer Px8 McLaren Edition, der kabellose Lautsprecher Zeppelin McLaren Edition sowie

als jüngstes Mitglied die neu gebrachten In-Ears Pi8 McLaren Edition (Foto).

Alle drei Sondereditionen sind in geschmackvollem Galvanisch-Grau mit Akzenten im ikonischen Papaya-Orange gestaltet. Eine Hommage an die Farben der ersten Rennwagen von McLaren-Gründer Bruce McLaren.

Die Pi8 McLaren Edition vereint hochauflösenden, kabellosen Sound, für den die Flaggschiff-In-Ear-Kopfhörer von Bowers & Wilkins berühmt sind, mit einem von McLaren inspirierten Design. Sie überzeugen mit Hi-Res-Audioleistung dank 24-Bit-Verbindung, elegantem Look und herausragendem Tragekomfort. Präzise platzierte Akzente in Papaya-Orange verleihen dem Pi8 eine geschmeidige, hochwertige Ästhetik.



Die IFA ist der einzige Ort, an dem das vollständige Abbild des Elektronik- und Techmarkts erlebbar wird – kompakt, international und praxisnah. Hier können sich Industrie und Handel strategisch austauschen und vernetzen – und mit Endkonsumenten in direkten Kontakt treten. Genau das macht die IFA einzigartig“, das war die Grußbotschaft von **Leif Lindner**, CEO, IFA Management GmbH, an Journalisten und Industrie beim IFA Kick-OFF am 1. Juli im Futurium Berlin. Sinnigerweise ist der Claim dieses Eventgebäudes „Haus der Zukünfte“.

Die Messe ist bereits jetzt nahezu ausgebucht, alle bedeutenden Fachhandelskooperationen sind an Bord und der Innovationskurs der IFA wird im 101. Jahr konsequent weiterverfolgt. Die IFA festigt damit ihren Status als internationale Business-Plattform für Home und Consumer Tech und positioniert sich klar als „The Place to Be“ für Industrie, Handel und alle, die am technologischen Wandel teilhaben wollen.

Hotspot der Innovationen

Mit AI, Software & Computing Power sowie Sustainability rückt die IFA 2025 drei Schlüsselthemen in den Mittelpunkt, die den Markt transformieren. Gleichzeitig stärkt sie ihre Kernsegmente Home Entertainment und Home Appliances – und entwickelt zukunftsorientierte Bereiche wie Smart Home, Communication & Connectivity, Audio, Gaming, Content Creation, Fitness & Digital Health sowie Mobility gezielt weiter.

Mit neuen Erlebnisflächen und strategisch erweiterten Segmenten unterstreicht die IFA in diesem Jahr ihren Anspruch, Trends abzubilden und aktiv zu gestalten. So entstehen Formate mit echtem Mehrwert:

IFA Creator Hub: Der zentrale Treffpunkt für Influencer, Content Creator und ihre Communities – mit Creator Stage, VIP-Bereich, Livestreaming-Stations sowie Podcast- und Streaming-Studios. Im Palais am Funkturm setzt der Hub neue Maßstäbe für authentischen, reichweitenstarken



101 Jahre IFA und zwei Jahre Leif Lindner als IFA-CEO. Im vergangenen Jahr ein Erfolg, und den gilt es in diesem Jahr zu toppen: „Alle namhaften Einkaufskooperationen des Handels – darunter EK Retail, ElectronicPartner, Euronics, expert und telering – stehen auch 2025 hinter der IFA. Ihre Präsenz unterstreicht die Bedeutung der Messe als zentralen Treffpunkt der Branche – und als Plattform, auf der sich Industrie- und Handelsperspektiven auf Augenhöhe begegnen und gemeinsam die Zukunft gestalten.“

Content und bietet Besuchern Einblicke in moderne Content-Produktion.

Beauty Hub: Er feiert 2025 Premiere als Highlight der Fitness & Digital Health Area in Halle 17 und zeigt smarte Beauty-Innovationen rund um Skincare, Haircare und Selfcare. Interaktive Erlebnisse, immersive Markenwelten und hands-on Stationen machen den Bereich besonders attraktiv für Gen Z und Beauty-Tech-Fans.

IFA Outdoor Cooking & Gardening: Im Sommergarten entsteht mit „IFA Outdoor Cooking & Gardening“ eine neue Erlebniswelt für Outdoor-Enthusiasten – mit innovativen Lösungen für Kochen, Grillen und Gartenpflege. Live-Demos und interaktive Produkterlebnisse machen den Außenbereich zur Bühne für nachhaltigen Lifestyle und neue Geschäftspotenziale im wachsenden Outdoor-Segment.

The Track: Mit diesem Special-Feature bringt die IFA Mobilität auf die Messe – Besucher können E-Bikes und E-Scooter direkt zwischen Halle 6 und 7 testen. Die Aktivierung greift das wachsende Interesse an smarter Mikromobilität auf und bietet eine authentische Produkterfahrung im realen Anwendungskontext.

Games Ground x IFA: Gemeinsam mit Games Ground schafft die IFA eine Plattform für Indie-Gaming made in Berlin – mit Fokus auf Studios, Entwickler und die kreative Gaming-Szene der Hauptstadt. Die Kooperation bringt Festival-Flair und Gaming-Kultur in die Messehallen und stärkt Berlin als Hotspot für Games-Entwicklung.

Find your next Tech: Ein Livestream-Format in Kooperation mit Webedia, das neue Techniktrends und Gaming-Highlights auf und von der IFA erlebbar macht. Mit dabei: Aussteller, Produkte, Hardware-Anbieter und Publisher – live von der Bühne und auf den Webedia-Channels.

IFA Berlin vergibt Innovations Award

Die IFA Berlin ist die weltweit größte Messe für Home und Consumer Tech. Mit diesem international renommierten Markennamen startet die IFA in diesem Jahr erstmals ein neues internationales Award-Programm: die IFA Innovation Awards. Die Awards sollen herausragende Innovationen, exzellentes Design und Marktbedeutung würdigen und werden erstmals während der IFA 2025 in Berlin verliehen.

„Die IFA Innovation Awards zeigen das Beste der IFA und würdigen die beeindruckenden Fortschritte im Bereich Home & Consumer Technology. Mit der Präsentation der besten Produkte unserer über 1.800 Aussteller unterstützt die IFA Einzelhändler, Einkäufer, Verbraucher sowie Presse und Medien dabei, die Unternehmen zu entdecken, die unser Leben, Arbeit und Freizeit grundlegend verändern. Wir freuen uns darauf, Unternehmen ins Rampenlicht zu rücken, die Künstliche Intelligenz einsetzen und nachhaltige sowie barrierefreie Lösungen für alle entwickeln“, sagt **James McCough**, Managing Director bei Clarion Events.

Die IFA gehört zur IFA Management GmbH, einem gemeinsamen Unternehmen der Clarion Events Group (Clarion) und der GFU Consumer & Home Electronics GmbH.

Ein Jahrhundert Innovationen

„Die IFA Innovation Awards sind die natürliche Weiterentwicklung des bereits ein Jahrhundert anhaltenden Engagements der IFA, Technologien zu präsentieren, die unser Leben, unsere Arbeit und unsere Kommunikation verändern“, sagt **Helena Stone**, Chefredakteurin bei GEEKSPIN und Jurymitglied bei den IFA Innovation Awards. „Zu Beginn des zweiten Jahrhunderts der IFA werden diese Awards Innovationen ins Rampenlicht rücken, die die Zukunft der Verbrauchertechnologie prägen werden.“

IFA 2025 Anreise und Aufenthalt

Sonderkonditionen für Fachbesucher, Aussteller und Medienvertreter

IFA Berlin bietet Fachbesuchern, Ausstellern und Medienvertretern exklusive Angebote rund um Anreise, Unterkunft und Mobilität – für einen komfortablen und stressfreien Aufenthalt in Berlin.

„Die IFA Berlin steht für technologische Innovation und starke Netzwerke – aber auch für eine durchdachte Besuchererfahrung. Mit unseren Reise- und Unterkunftsangeboten machen wir den Zugang zur IFA und den Besuch in Berlin so unkompliziert und angenehm wie möglich“, so **Leif Lindner**, CEO, IFA Management GmbH.

Reisen mit Vorteilen – Exklusive Angebote zur IFA 2025

In Kooperation mit Deutsche Bahn AG und Lufthansa Group bietet die IFA Sondertarife für nationale und internationale Besucher an.

Seit dem 01. Juli 2025 kann auf günstigste Tarife für Reisen innerhalb Deutschlands zugegriffen werden. Kostenlose City-Tickets für nahtlose Anschlüsse am Start- und Zielort sowie 1. Klasse Sitzplatzreservierung inklusive. Gültig für Reisen zwischen dem 03. und 11. September 2025, die Buchung erfolgt über das IFA-Buchungsportal.

International Anreisende erhalten ermäßigte Flugpreise auf Classic- und Flex-Tarife (Green und Economy Light ausgenommen) aus über 310 Destinationen weltweit – durchgeführt von der Lufthansa Group, mit zusätzlichen Optionen über Air Canada und United Airlines. Gültig für Reisen zwischen dem 29. August 2025 und dem 16. September 2025. Die Ermäßigung wird automatisch innerhalb des IFA-Buchungsportals angewendet.

Zentral übernachten zu Sonderkonditionen in Top-Hotels

Zur IFA sind ausgewählte Top-Hotels in direkter Umgebung der Messe

Berlin mit Preisnachlässen von bis zu 30 % verfügbar – diese können einfach und sicher über die offizielle Website von EventBeds gebucht werden. Für Gruppenbuchungen ab 6 Zimmern steht ein besonderer Support zur Verfügung. Aufgrund von begrenzter Verfügbarkeit wird eine frühzeitige Buchung empfohlen.

Mobil in Berlin – Anbindung an das Messegelände

Das Berliner Nahverkehrsnetz bietet schnelle und zuverlässige Verbindungen zu allen Eingängen des Messegeländes – per S-Bahn (u. a. Linien S3, S9, S41, S42), U-Bahn (Linie U2) oder Bus (X34, X49, M49, 104, 139, 218, 349). Drehkreuz für die Fahrt mit der S-Bahn zum Eingang Messe Süd oder dem alten Eingang am Palais ist der Bahnhof Zoologischer Garten. Messe Süd im 1. Stock, Palais im Tiefgeschoss. Als S-Bahn Alternative stehen Bike- und E-Scooter-Sharing, Ride-Sharing-Services sowie begrenzte Parkmöglichkeiten inklusive E-Ladestationen zur Verfügung.

Alle Informationen zu Anreise, Hotelbuchung und Mobilität:
www.ifa-berlin.com/plan-your-visit

Fachbesucher-Tickets:

Mit dem 1-Tages- oder 2-Tages-Ticket können Fachbesucher die IFA an beliebigen Tagen besuchen. Die Besuchstage müssen nicht aufeinanderfolgen. Die Tickets werden zum Ausdrucken oder als mobiler QR-Code zum Ausdrucken vor Ort verfügbar sein. Tickets für Fachbesucher können unter ifa-berlin.com erworben werden.

1-Tages-Ticket:
 (gültig für einen beliebigen Tag):
 70,00 Euro.

2-Tages-Ticket:
 (gültig für zwei beliebige Tage):
 107,00 Euro.

5-Tages-Ticket:
 (gültig für alle Tage): 140,00 Euro.



Joy Denalane und Max Herre werden auf der IFA 2025 das große IFA Sommergarten Festival auf dem Berliner Messegelände am Freitag, den 5. September eröffnen. Der IFA Sommergarten ist eines der Highlights der weltweit bedeutendsten Messe für Home & Consumer Tech. Nun steht mit Ikkimel & Friends ein weiterer Show Act für Samstag, 6. September im Sommergarten Line-up fest.

(Foto Jackie Hardt)

IFA-PARTNERSCHAFT

WeAreDevelopers

Die IFA Berlin und WeAreDevelopers starten eine strategische Partnerschaft, um Führungskräfte aus der Consumer Tech Branche mit Vordenkern aus Künstlicher Intelligenz, moderner Software-Entwicklung und Cloud Computing zu vernetzen. Ziel ist es, gemeinsam Impulse für die technologische Zukunft der Branche zu setzen.

Exklusive Formate für Entscheider und Innovatoren: Der Auftakt der Kooperation fand im Rahmen des WeAreDevelopers World Congress vom 9.–11. Juli 2025 in Berlin statt. Die IFA lud ausgewählte Top-Executives aus dem Kreis ihrer ausstellenden Marken zum Tech Leaders Summit ein – inklusive Zugang zu Keynotes, Panel-Diskussionen, einer VIP Night und einer geführten Tour zu den relevantesten Innovationen des WeAreDevelopers World Congress.

Weiter geht es am 5. September 2025 mit dem Tech Leaders Briefing @ IFA – veranstaltet von der IFA Berlin, mit kuratierten Inhalten und hochkarätigen Speakern und VIP-Gästen aus dem Netzwerk von WeAreDevelopers. Auf dem Programm stehen Panel-Diskussionen, Roundtables mit Technologieführern sowie ein Sundowner-Networking beim Sundowner in der VIP-Lounge des Marshall House.

Branchen verbinden, Innovation gestalten: „Unsere Partnerschaft mit WeAreDevelopers verbindet Branchen, Köpfe und Ideen und schafft Raum für echte technologische Zusammenarbeit. So entsteht ein neues Netzwerk an der Schnittstelle von Consumer Tech und Software-Innovation“, so **Leif Lindner**, CEO IFA Management GmbH. „Diese Partnerschaft bringt Technologieführer, Entwickler und Consumer Brands an einen Tisch und schafft den Rahmen für den Austausch über die technologischen Herausforderungen und Chancen von morgen“, so **Sead Ahmetovic**, CEO von WeAreDevelopers. Die Partnerschaft zwischen IFA Berlin und WeAreDevelopers verbindet zwei führende Plattformen und schafft neue Möglichkeiten für Kooperationen an den Schnittstellen von Technologie, Marken, Industrie und Innovation. Im Fokus stehen Themen wie Künstliche Intelligenz, Software-Integration, neue Geschäftsmodelle und die Zukunft der User Experience.“



THOMSON GO PLUS MOBIL-TV

Mit dem Fernseher auf Wanderschaft

Die Idee ist so genial, wie einfach. Da fragt man sich, warum ist bisher noch niemand darauf gekommen. Das 32 Zoll 4K-Display ist auf einem Standfuß montiert, und der bietet mit seinen Rollen im Fuß volle Beweglichkeit.

Der Go Plus ist höhenverstellbar und neigbar. Gegenüber dem Vorgänger bietet der Plus jetzt zusätzlich den Portrait-Modus und kann auch über die Touch-Funktion bedient werden. Damit eignet er sich ideal für Besprechungen und Vorträge. Wenn notwendig, kann das Display in die Portrait-Wiedergabe gedreht werden. Der Touchscreen verwandelt ihn, so Thomson, in ein interaktives Whiteboard, auf dem Word-,

PowerPoint- oder Google-Docs-Dateien bearbeitet werden können, praktisch also ein übergroßer Tablet-PC. Dazu ist der Smart-Bildschirm mit 64 GB Speicher und 8,6 GB RAM ausgestattet.

Edel kommt der Go Plus daher. Displayrahmen und Standfuß bestehen zum größten Teil aus hochwertigem, champagnerfarbenen Aluminium und verleihen dem Gerät einen Premium-Look.

Das Bedienfeld auf der Rückseite verlangt wegen der einheitlichen Tasten etwas Übung, die aber signalisieren mit einem deutlichen Druckpunkt die Funktion. Zudem gibt es natürlich eine Fernbedienung, und Google Chrome bietet zusätzlich Sprachsteuerung.



Praktisch bei Präsentationen ist die Touchscreen-Funktion wie bei einem Tablet-PC, dessen Funktionen das Android-System bietet.

Das Display hat eine matte Oberfläche und damit deutlich reduzierte Reflexionen. Damit liefert es auch in heller Umgebung bei Präsentationen gute Lesbarkeit. Für den Einsatz im Freien dagegen ist die Helligkeit mit maximal etwa 359 cd/m² etwas zu dürf- tig ausgefallen.

Ein Highlight ist der Sound der Go mit einer Leistung von 20 Watt. Das Stereosystem liefert einen sehr guten Klang, sogar mit einer wahrnehmbaren Basswiedergabe!

Thomson Go Plus soll 999,90 Euro kosten, also etwa 300 bis 400 Euro (je nach Anbieter) mehr als der Go ohne Plus. Dafür aber gibt es Sprachbedienung und Touchscreen. Aktuell ist der Go Plus ausverkauft, soll aber bis zur IFA wieder lieferfähig sein.

www.thomsonelectronic.com

LOEWE KOMMT GROSS RAUS

Neues 97-Zoll-OLED-Flaggschiff

Mit der 97-Zoll-Version ergänzt Loewe die Produktfamilie um ein großformatiges OLED-Modell, das in puncto Bildqualität, Verarbeitung und technischer Ausstattung neue Maßstäbe setzt. Loewe setzt mit seinen in Kronach gefertigten Ultra HD OLED-Modulen auf höchste Präzision, exklusive Materialien und regionale Partnerschaften. Jedes Panel entsteht in einem aufwändigen Fertigungsprozess und vereint modernste Technik mit handwerklicher Qualität.

Die komplette Rückwand besteht aus massivem Aluminium

– und wird von einem regionalen Lieferpartner bezogen. Für zusätzliche Stabilität und Kühlung des Panels sorgt eine 4 mm starke, dreilagige Trägerplatte aus Aluminium-Mineral-Verbundwerkstoff (Alu-Mineralcompound-Alu), ebenfalls aus regionaler Fertigung.

Im Zentrum steht die neueste Ultra HD OLED-Technologie: Die W-OLED Open Cell Panels der neuen Generation von LG Display ermöglichen in Verbindung mit fortgeschrittenen Features eine unvergleichliche Bildperformance – mit höchster Helligkeit, atemberaubendem Kontrast und feinsten Details.



Gefertigt aus sorgfältig ausgewählten Materialien, beeindruckt der Loewe stellar durch seinen hochwertigen Aufbau: Ein elegant gebürsteter Aluminiumrahmen im präzisen Diamond-

Cut, ein stilvolles Lautsprechergitter aus lackiertem Metall oder Akustikstoff sowie eine edle Rückwand aus echtem Aluminium setzen neue Maßstäbe im TV-Design.

Stilvolles Sideboard

Die Leica Camera AG will ihren Geschäftsbereich Leica Smart Projection rund um die Produkte Leica Cine 1 und Leica Cine Play 1 kontinuierlich ausbauen und in Zusammenarbeit mit namhaften Möbelmanufakturen Home-Cinema-Lösungen anbieten. Jetzt gab Leica die Zusammenarbeit mit der Möbelmanufaktur Yomei bekannt. Mit dem Sideboard Lumina von Yomei ist ein stilvolles Möbelstück für den Leica Cine 1 entstanden, das den Leica Laser-TV Cine in Szene setzen soll. Das Sideboard – erhältlich als Low- und Highboard – bricht mit dem klassischen Fernsehbild. Anstelle der dunklen Fläche, die den Raum dominiert, sobald der Fernsehbildschirm nicht genutzt wird, zeichnet sich das Sideboard durch sein edles Design aus. Darin integriert: der Ultrakurzdistanz-Laser TV Leica Cine 1, der zusammen mit der verdeckt verbauten Leinwand den Raum auf Knopfdruck in ein immersives Erlebnis verwandelt. Der Leica

Cine 1 will neben seinem Design mit seiner innovativen Triple-RGB-Laser-Technologie für außergewöhnlich helle und lebendige Bilder überzeugen. Seine Smart-TV-Funktionen ermöglichen eine nahtlose Verbindung mit Streaming-Plattformen, Sprachsteuerung und Apple AirPlay, um ein vollständig integriertes Unterhaltungserlebnis zu gewährleisten. Das Sideboard wird in zwei Höhen und mit zwei Leinwandgrößen angeboten. Der Preis für die 100-Zoll-Variante (ohne Leinwand) liegt je nach Höhe bei 9.840 beziehungsweise 9.960 Euro, die 120-Zoll-Variante (ohne



Leinwand) ist für 10.840 beziehungsweise 10.960 Euro erhältlich. Das Lumina Sideboard ist zusammen mit der Celexon Leinwand erhältlich, der Leica Cine 1 wird separat über den Leica Fachhandel verkauft.

www.leica-camera.de

Leica aus der 0-Serie versteigert Kamera erzielte 7,2 Mio. Euro

Leica zelebriert die 100-jährige Geschichte der ikonischen Leica I mit zahlreichen hochkarätigen Events rund um den Globus. Für einen besonderen Höhepunkt sorgte die 46. Leitz Photographica Auction, die im Rahmen des Leica Century Events in Wetzlar stattfand. Unter den dabei versteigerten Kamera-Raritäten stach ein Los besonders hervor, sowohl in historischer als auch finanzieller Hinsicht. Die 0-Serie Nr. 112, 1923 hergestellt und einer der wenigen erhaltenen Prototypen der Leica I, wurde für 7,2 Millionen Euro versteigert. Die Leica I war die erste seriell hergestellte 35-mm-Kamera der Welt, die 1925 der Weltöffentlichkeit präsentiert wurde. Vor dem Start der Fertigung hatte die Leica Camera AG (damals noch unter dem Namen Ernst Leitz Werke) einige wenige Prototypen produziert – die Exemplare der sogenannten 0-Serie mit den Seriennummern 101 bis 125. Der Verbleib von knapp einem Dutzend dieser Leica 0-Serien ist heute noch bekannt. Als Meilenstein der Fotografiegeschichte und Wegbereiter der Fotoreportage gelten diese heute als die begehrtesten Sammlerobjekte in der Kamera-Welt. „Für unser Auktionshaus ist es ein ganz besonderes Erlebnis, eine 0-Serie, welche zudem nach der Herstellung an **Oskar Barnack** übergeben wurde, anlässlich des 100-jährigen Jubiläums der Leica I versteigern zu dürfen“, erläutert **Alexander Sedlak**, Geschäftsführer von Leitz Photographica Auction. Die Bedeutung der 0-Serien als Fundament der modernen Fotografie könnte gar nicht oft genug hervorgehoben werden. „Anhand dieser Prototypen wurde die wegweisende Leica I entwickelt, die den Fotojournalismus in neue Sphären führte und das Fotografieren vom extravaganten Hobby zum massentauglichen Phänomen machte.“ Geschätzt wurde die Kamera übrigens auf 1,5 bis 2 Mio. Euro und ist jetzt



die zweitteuerste Kamera aller Zeiten. Der Weltrekord liegt bei 14,4 Millionen Euro – für eine Leica mit der Seriennummer 105.

Next-Generation-Zoomobjektiv Standard-Zoom mit hoher Lichtstärke

Das neue Sigma-Zoom für spiegellose APS-C-Kameras will die Grenzen der Ausdrucksmöglichkeiten im Foto- und Videobereich verschieben. Dazu baut es auf dem innovativen Sigma 18-35 mm F1.8 DC HSM | Art auf, das als erstes F1.8-Zoomobjektiv der Welt in der Foto- und Videobranche große Anerkennung fand. Dreizehn Jahre nach dessen Debüt bietet dieses Next-Generation-Objektiv nicht nur eine beachtliche optische Leistung, sondern mit 17-40 mm auch mehr Brennweite bei gleichzeitiger Gewichtsreduzierung von über 30 %. Neben dem schnellen



und leisen, HLA (High-Response Linear Actuator) angetriebenen Autofokus, verfügt das Objektiv über einen Innenzoom-Mechanismus und zeigt lediglich minimales Focus-Breathing. Geboten wird der Komfort eines Zoomobjektivs mit einer konstanten F1.8-Blende über den gesamten Brennweitenbereich und Dank der großen Blendenöffnung, die meist nur Festbrennweiten bieten, eignet sich das Objektiv für lichtschwache Umgebungen. Verfügbare Anschlüsse: L-Mount, Sony E-mount, Fujifilm X Mount, Canon RF Mount; UVP 1.000 Euro.

Die mit Spannung erwartete dritte Generation der RX1R-Serie mit einem 61-Megapixel-35-mm-Vollformat-Bildsensor, dem neuesten Bildprozessor und einem Zeiss Sonnar T* 35 mm-F2-Objektiv feiert jetzt bei Sony Premiere.

Die RX1R III soll mit einem kompakten und zugleich kompromisslosen Auftritt überzeugen – und an den Look der Zeiss-RX1-Serie erinnern.

Die Kombination aus dem 61-Megapixel-Vollformat CMOS-Bildsensor mit rückwärtiger Belichtung und neuem Bildprozessor sorgt für hohe Auflösung und Empfindlichkeit bei geringem Rauschen und einem großen Dynamikumfang. Die Sensoroberfläche verfügt über eine AR-Beschichtung (Anti-Reflexion) und verzichtet auf einen optischen Tiefpassfilter, um eine überragende Bildqualität zu erzielen.



dem über zugewiesene Tasten oder Einstellräder zwischen Brennweiten umgeschaltet wird, die 35 mm, 50

tung neu ausgewählt werden. Der Makroring des Objektivs ermöglicht den sofortigen Wechsel in den Ma-

Für Kreative, die einzigartige und personalisierte Bilder schätzen, bietet die RX1R III zwölf integrierte

SONY RX1R III Vollformat-Kompaktkamera in der Top-Klasse

In Ehrung der langjährigen Partnerschaft mit Zeiss verwendet die RX1R III das originale 35-mm-F2-Objektiv, um eine nahtlose Fortsetzung der Modellreihe zu gewährleisten und Bilder mit dem charakteristischen nostalgischen Flair und der Bildsprache zu liefern, die sie mit einem 35-mm-Objektiv verbinden.

Damit die Aufnahmen möglichst mühelos gelingen, ist die RX1R III mit der neuesten KI-Verarbeitungseinheit ausgestattet, einem geschätzten Merkmal der hochklassigen und professionellen Sony AlphaTM-Kameras. Die KI-Verarbeitungseinheit soll präzise die Form und Bewegung von Motiven, die Position von Augen, Körpern und Köpfen erkennen und Motive auch dann verfolgen, wenn deren Gesichter nicht sichtbar sind. Sie ist sowohl für Fotos als auch für Videos verfügbar. Der Aufnahmebereich des Bildsensors deckt rund 78 Prozent (bei Standbildaufnahmen) mit bis zu 693 dicht angeordneten Phasenerkennungs-AF-Messfeldern ab.

Die Kamera verfügt zwar über ein festes Objektiv, doch dank der Step Crop Shooting-Funktion lässt sich die Vielseitigkeit von drei Festbrennweiten nutzen, in-

mm und 70 mm entsprechen. Bei Aufnahmen im RAW-Format kann die Brennweite in der Nachbearbei-

kromodus, sodass Benutzer*innen bis auf 20 cm herangehen können (maximale Vergrößerung: 0,26x).

Creative Looks. Anpassungen von Farbton, Sättigung, Helligkeit, Kontrast und Schärfe können nicht nur auf Fotos, sondern auch auf Videos angewendet werden. Mit zwei neuen Creative Looks ermöglicht FL2 die Aufnahme von Bildern mit nostalgischem Ausdruck und gedämpften Farben, während FL3 für lebendigere Bilder sorgt.

Die neue Top-Kompakte besteht aus einer leichten, äußerst stabilen Magnesiumlegierung. Die Einstellräder und der Multi-Interface-Schuh sind in das Gehäuse integriert, ohne dabei die Bedienbarkeit und Erweiterbarkeit zu beeinträchtigen. Der neu gestaltete Griff mit gummierter Oberfläche liegt bequem in der Hand, auch bei längerem Gebrauch.

Sehr edle Kompakte

– die RX1R III ist mit einem elektronischen Sucher mit einem hochauflösenden und kontrastreichen XGA-OLED-Display mit etwa 2,36 Millionen Bildpunkten und einer Vergrößerung von rund 0,70x ausgestattet. Der UVP für die Kamera lautet 4.900 Euro; das ergänzende Kamerazubehör umfasst den Daumengriff TG-2 für etwa 280 Euro und die Kameratasche LCS-RXL für rund 180 Euro.



Heutzutage werden Projektoren mehr und mehr für die Raumgestaltung in kommerziellen Einrichtungen, Kunstmuseen, Museen und anderen Veranstaltungsorten eingesetzt. Insbesondere besteht ein schnell wachsender Bedarf an der Schaffung immersiver Räume durch die Anordnung mehrerer Projektoren in einem einzigen Raum und deren Kombination zur Projektion von 360-Grad-Bildern. Bei der Raumgestaltung mit mehreren Projektoren besteht ein Bedarf an höherer Bildqualität der projizierten Bilder sowie an größerer Effizienz bei der Bildeinstellung.

Im Jahr 2019 brachte Fujifilm die Projektoren der Z-Serie auf den Markt, die weltweit die ersten mit einem „gefalteten, zweiachsig drehbaren Objektiv“ waren. Seitdem hat das Unternehmen seine Produktpalette mit der Einführung des Fujifilm Projektor Z8000, der ei-



weist, im Jahr 2022 erweitert. Die Z-Serie wurde von den Kunden für ihre außergewöhnliche Flexibilität

und aus sehr geringer Entfernung projizieren und ermöglicht so die Schaffung großer, beeindruckender

immersiver Räume, unabhängig von der Installationsumgebung. Der FP-ZUH6000 ist der erste Projektor der

FUJIFILM PROJEKTOR Brillante 4K-High-Definition-Projektion

ne hohe Leuchtdichte von 8000lm aufweist, im Jahr 2021 und des Fujifilm Projektor Z6000, der eine hohe Leuchtdichte von 6000lm auf-

bei der Installation und ihre beeindruckende Bandbreite an räumlichen Effekten hoch gelobt. Sie kann Bilder in mehrere Richtungen

Bilder an verschiedenen Orten. Jetzt heißt es „Blende auf für den FP-ZUH6000“, ein Ultra-Short-Throw-Projektor, der dank des

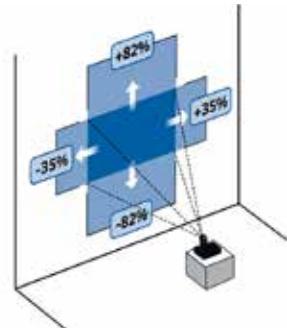
neuesten DLP-Chips in der Bildverarbeitungseinheit in der Lage ist, hochauflösende 4K-Bilder zu projizieren. Durch die Verbesserung der optischen Engine von Fujifilm erreicht der FP-ZUH6000 außerdem eine etwa 1,5-mal bessere Farbwiedergabe als das aktuelle Modell sowie eine sanftere Abstufung. Darüber hinaus ist der FP-ZUH6000 der erste Projektor mit „Filmsimulation“, die die von den

Benutzern der Digitalkameras der Fujifilm-X- und -GFX-Serie geschätzten satten Farbtöne liefert. Der FP-ZUH6000 bietet drei „Film Simulation“-Modi, die die Projektion von Bildern mit dynamischer Tonalität und subtiler, an Film erinnernder Farbwiedergabe ermöglichen und damit die Möglichkeiten der Raumgestaltung erweitern. Darüber hinaus ermöglicht das einzigartige „gefaltete, zweiachsig drehbare Objektiv“ eine multidirektionale Bildprojektion durch einfaches Drehen des Objektivs, was die Projektion von Großbildern aus sehr kurzer Entfernung ermöglicht. Diese Flexibilität macht ihn ideal für die Schaffung

Z-Serie, der die 4K-High-Definition-Projektion unterstützt und mit seiner exzellenten Farbwiedergabe und den sanften Farbabstufungen



Fujifilm Projektor ZUH6000 – das neue Modell kann auch hochauflösende 4K-Bilder projizieren. Weitere Besonderheit: Der ZUH6000 ist mit einem „gefalteten, zweiachsig drehbaren Objektiv“ ausgestattet, laut Fujifilm ist es der einzige Projektor auf dem Markt, der diese Spezifikation bietet.



eindrucksvolle Räume schafft. Er liefert nicht nur lebendige Bilder mit einer Helligkeit von 6000 lm unter Verwendung der neuesten Laserlichtquellentechnologie, sondern wurde auch so konzipiert, dass er leicht (rund 17,5 kg) und kompakt (486 mm breit, 496 mm tief, 175 mm hoch) ist. Außerdem verfügt er über eine Lens-Shift-Funktion, die mit 82 % vertikaler und 35 % horizontaler Verschiebung das höchste Leistungsniveau in seiner Klasse bietet (siehe Skizze). Damit lässt sich die Position des projizierten Bildes über einen weiten Bereich verschieben, ohne die Position des Projektors selbst zu verändern, was zu einer effizienteren Bildanpassung beiträgt. Das Objektiv kann um 90 Grad von der Objektivbefestigungsachse geneigt und um 360 Grad um die Objektivachse gedreht werden.

www.fujifilm.com