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
September 2023
www.ce-trade.de

homeTec
Consumer Electronics · Digital Imaging · Personal Computing + Telekommunikation

Hisense stellt auf der IFA seine neuen Mini-LED Fernseher vor

Spitzenklasse in der Technologie von der Einstiegsserie bis zum Highend-Flaggschiff

Mit gleich vier neuen TV-Serien eröffnet Hisense die Welt der Mini-LED Technologie und beweist eindrucksvoll: Neueste Technik muss nicht zwangsläufig teuer sein. Von der Einstiegsserie bis zum Highend-Flaggschiff bietet das 2023er Mini-LED Line-up faszinierende Fernseherlebnisse für jeden Anspruch.

Mini-LED ist viel mehr als nur eine andere Hintergrundbeleuchtung eines LCD-Bildschirms. Tausende winzige LEDs sind über die Bildschirmfläche verteilt. Sie sind meist in Zonen gruppiert, um die Hintergrundbeleuchtung perfekt mit dem TV-Bild zu synchronisieren, und da es so viele von ihnen gibt, lässt dies eine optimale, realbildorientierte Steuerung der Helligkeit zu. Erreicht wird ein Kontrastverhältnis von 1 Million zu 1. Ein weiterer Vorteil eines Mini-LED-TVs neben dem hohen Kontrast ist die Durchzeichnung auch in sehr dunklen und sehr hellen Bereichen und die Darstellung von absolutem Schwarz und Weiß. Eliminiert werden zudem sogenannte Geisterbilder (Ghosting), die bei Standard-LED-Displays zeitweise auftreten können.

Mit vier Mini-LED TV-Serien startet Hisense in das bekanntermaßen umsatzstärkste Quartal des Jahres. Dabei setzt Hisense auf die umsatzstarke Kombination von neuester LCD-Technologie und einem attraktiven Preisrahmen. Es gilt: Neueste Technik muss nicht zwangsläufig teuer sein.

Mehr zu den neuen Hisense TV-Serien ab Seite 10

Panasonic

See it all

Feel it all

Heimkino der neuesten Generation

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

THE CHOICE OF FILMMAKERS

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

panasonic.de/heimkino

ULTRA HD Blu-ray

Unternehmen

Consumer Electronics

Amazon 4
Beyerdynamic 4
Denon 9
Drupa 18
Epson 9
gfu 6
goodasnew 7
Harman Kardon 8
Hisense 10
LG 7, 12
MediaMarkt/Saturn 7
Motorola 4
Panasonic 16
Pearl 19
Samsung 8, 14
Sony 9
TP Vision 4
Viewsonic 17
ZVEI 4

Foto/Digital Imaging

B.I.G. 19
E-Passfoto 19
Ringfoto 4

Personen

Consumer Electronics

Jörg Bauer 7
Marc Bollers 11
Marc Bory 18
Erwin Busselot 18
Alice Greenfield 17
Levent Güngör 4
Judith Haberlehner 4
Jack Harding 17
Annette Harenberg 9
Mike Henkelmann 14
Andy Jassy 4
Alexander Kaiser 7
Just Kay 17
Dave Limp 4
Oscar Lin 17
Olaf Lorenz 18
Dr. Andreas Pießke 18
Robert Pölzer 4
Chris.Reichenauer 4
Dr. Dominik Rinkens 4
Dr. Frank Schlein 7
Michael Schuld 4
Dr. Tim Seewöster 7
Baik Seon-pill 12
Luke Stackpoole 17
Wolfgang Stock 5
Dr. Sara Warneke 4
Chris. Wilhelm 4

Foto/Digital Imaging

Martin Kröger 19
Miriam Meckel 4
Robert Pölzer 4
Dominik Rinkens 4
Michael Schuld 4
Dr. Sara Warneke 4
Christopher Wilhelm 4

LG kabelloser OLED-Fernseher – good bye Kabelsalat von Zuspielgeräten und Internet, beim LG SIGNATURE OLED M werden die Signale per Funk verzögerungsfrei übertragen. Der TV braucht nur noch einen Stromanschluss.

Seite 10

Aufladen mit Kurbel – das kommt in den besten Familien vor: Keine Energie fürs Smartphone, fürs PC-Tablet, für die Powerbank, und genau die war als sicherer Stromlieferant für den Einsatz unterwegs gedacht – leer das Ding. Im Programm des Zubehörspezialisten Pearl haben wir den Energielieferanten mit der Kurbel entdeckt, praktisch.

Seite 19

Consumer Electronics

Samsung: Flip und Fold 8
Harman Kardon: 3 neue Lautsprecher 8
Sony: True Wireless In Ear 9
Denon: 3 neue 8K AV-Receiver 9
Epson: EcoTank Drucker bevorzugt 9
Hisense: Vier neue Mini-LED TVs 10
Hisense: Interview mit Marc Bollers 11
LG: Erster kabelloser Fernseher 12
LG: CineBeam Miniprojektor 13
LG: 19 Jahre die Nummer 1 bei OLED 13
LG: Interview mit Daniel Schiffbauer 14
Samsung: Der beste OLED-TV 14
Samsung: Bestnoten für Samsung 15
Samsung: Interview mit Mike Henkelmann 15
Panasonic: Neue MZW984 TV-Serie 16

Foto / Digital Imaging

Viewsonic: Spannender Fotowettbewerb „Rise" 17
Drupa 2024: Volles Programm in Düsseldorf 18
E-Passfoto: Viele Fotohändler schon dabei 19
Revolt: Powerbank mit Kurbel aufladen 19
B.I.G.: Weitwinkel nach Maß 19

Wirtschaft

Personen 4
Zielscheibe 5
Impressum 5
Hemix: Sechs Monate im Minus 6
Zahlungsmoral: Verspätete Zahlung 7
Smartphone: Boom bei Gebrauchten 7
LG: Channels mit mehr Sport 7

Samsung Testsiege – Fachzeitschriften und Tester bestätigen den TV-Geräten von Samsung beste Qualität, Leistung und Ausstattung.

Seite 15

Daniel Marc Bollers – der Hisense-Manager Head of Sales spricht im Interview natürlich über die IFA, aber auch über die Positionierung einer Marke wie Hisense-TV in einem von wenigen Big Playern dominierten Markt.

Seite 11

Zippert

Das deutsche Silicon Valley liegt in Sachsen. Es nennt sich Silicon Saxony, was auch der Name einer Pornodarstellerin sein könnte. In Sachsen wird zwar kein Orgasmus vorgetäuscht aber ein veritables Wirtschaftswunder. Dafür lockt man ausländische Firmen mit gigantischen Subventionen nach Ostdeutschland, damit sie dort eine Zeit lang produzieren, bis sie woanders mehr Beihilfen bekommen. Elon Musk arbeitet schon seit über einem Jahr, zwar ohne Subventionen, dafür aber auch ohne offizielle Genehmigung daran, den Grundwasserspiegel in Brandenburg zu senken. Intel bekommt von Robert Habecks Portokasse zehn Milliarden Euro, damit das US-Unternehmen sein Firmenlogo in Magdeburg aufstellt und dem Grundwasser von Sachsen/Anhalt den Rest gibt. In Silicon Saxony lässt sich jetzt das taiwanesische Unternehmen TSMG den Bau einer Chipfabrik mit Steuergeldern finanzieren. In Dresden werden dann Halbleiter in einem Unternehmen gefertigt, dem Taiwan zu teuer geworden ist und das deshalb in einem Schwellenland produziert. Ministerpräsident Kretschmer erklärte: „Der Bau einer neuen Halbleiterfabrik wird Europas größtes Mikroelektronikcluster, Silicon Saxony, weiter stärken." Übersetzt ins Deutsche heißt das, Kretschmer freut sich, dass die Kolonialverwaltung Arbeitsplätze für die indigene Bevölkerung organisieren konnte. Sachsen wird bald vollständig elektrifiziert werden, und man überlegt sogar, im ganzen Land Lungenatmung einzuführen.

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

Zitiert

„Ich glaube, wir reden bei KI von einer Lebensassistentin, die irgendwann in allen Bereichen zur Anwendung kommen wird. Das überschauen wir jetzt alles noch gar nicht." Kommunikationswissenschaftlerin **Miriam Meckel** prognostiziert im turi2-Interview zur Themenwoche Digitalisierung & KI, dass in Zukunft Bots für uns Verträge aushandeln und Termine vereinbaren.
turi2.de

„MediaMarkt und Saturn – Marken, die nahezu jeder kennt. Doch über die Jahre hatten beide Marken an Stärke verloren, aus vielfältigen Gründen: der Wandel des Einkaufsverhaltens, der Einfluss des Onlineshoppings, neue Player am Markt." **Michael Schuld**, seit 2022 Chief Commercial & Marketing Officer bei MediaMarktSaturn, schreibt im Gastbeitrag für die turi2 edition #21 über die Herausforderung, die beiden Elektronik-Ketten „zu alter Stärke" zurückzuführen.

„Das Digitale ist ein hetzendes Rennpferd und Print ist eine gemütliche Kutsche." „Bunte"-Chefredakteur **Robert Pölzer** glaubt nicht an den baldigen Tod des gedruckten Wortes. Im großen Marken-Interview in der turi2 edition #21 sagt der Journalist, dass es online um News gehe, bei einem Printprodukt dagegen um „Zeitvertreib und Wohlbefinden".
turi2.de

„Nachdem der Fokus der Konsument:innen während der Pandemie auf der Ausstattung der eigenen vier Wände lag, sind die Menschen nun wieder verstärkt unterwegs. Neben den Umsatzzuwächsen sind, außer bei den Digitalkameras mit festem Objektiv, auch die verkauften Stückzahlen angestiegen", freut sich **Dr. Sara Warneke**, Geschäftsführerin der gfu Consumer & Home Electronics GmbH.
gfu.de

MOTOROLA

Judith Haberlehner wurde von Motorola zum B2B-Marketing Manager ernannt. In dieser Funktion wird sie Motorola for Business betreuen und für die Leitung der B2B-Marketinginitiativen von Motorola auf EMEA-Ebene verantwortlich zeichnen. Für diese Position bringt Haberlehner eine Fülle von Erfahrungen im B2B-Technologiebereich mit, die sie zuvor in Positionen bei Nokia und Microsoft gesammelt hat.

AMAZON

Dave Limp, unter anderem für die Sprachassistentin Alexa, ein Programm für Internet-Satelliten und ein Robotaxi-Unternehmen verantwortlich, verlässt den Konzern zum Jahresende. Er führt Amazons Gerätesparte seit 2010. Der Bereich wurde zunächst mit den Kindle-Lesegeräten für E-Books groß. Ein Nachfolger solle in den kommenden Wochen bekanntgegeben werden, teilte Amazon-Chef **Andy Jassy** mit.

ZVEI

Carine Chardon bleibt Geschäftsführerin des Fachverbands Consumer Electronics und Bereichsleiterin Consumer im ZVEI. Chardon sieht die Consumer- und Home Electronics-Branche aktuell vor Herausforderungen durch eine zunehmende Regulierungsintensität. „Der durch den Binnenmarkt erreichte freie Warenverkehr innerhalb der Europäischen Union hat für unsere Industrie eine herausragende Bedeutung."

TP VISION

Levent Güngör führt seit August die Vertriebsmannschaft für Philips TV & Sound in Deutschland, Österreich und der Schweiz; Güngör soll die weitere Entwicklung und Umsetzung der Mehrwertstrategie maßgeblich vorantreiben. Levent Güngör verfügt über umfangreiche Erfahrung, die er in 19 Jahren in verschiedenen Funktionen bei Unternehmen der Unterhaltungselektronik auf internationaler Ebene sammeln konnte.

BEYERDYNAMIC

Wolfgang Stock ist neuer Sales Director EMEA bei beyerdynamic. Die Position umfasst unter anderem die Verantwortung für die Bereiche Vertrieb und Customer Support. Mit einer beeindruckenden Erfolgsbilanz und einem umfangreichen Wissen über den Consumer Electronics Markt wird Stock eine wichtige Rolle bei der Weiterentwicklung von beyerdynamic als führendes Unternehmen in der Audiobranche spielen.

RINGFOTO

Zum 1. August 2023 konnten bei der Ringfoto GmbH & Co. KG zwei Schlüsselpositionen nach- beziehungsweise neu besetzt werden. Mit **Chris-**

topher Wilhelm startete bei Ringfoto ein neuer Bereichsleiter Logistik & Kun-

denservice, und **Dr. Dominik Rinkens** konnte als neuer Abteilungsleiter Vertrieb/Account Management gewonnen werden. Bei Ringfoto ist Wilhelm verantwortlich für die fachliche und disziplinarische Führung des Logistikzentrums mit rund 50 Angestellten, den Kundenservice, das Auslandsgeschäft sowie die strategische Planung und Weiterentwicklung des gesamten Bereichs. Rinkens übernimmt die neu geschaffene Stelle Abteilungsleiter Vertrieb/Account Management. Die Kunden sollen durch feste Betreuungsstrukturen und eine proaktive Ansprache noch bessere und zielgerichtetere Leistungen erhalten. Mittelfristiges Ziel ist es, allen Kundensegmenten die passenden Angebote zu offerieren und gleichzeitig die Bedürfnisse der Industrie bestmöglich zu berücksichtigen. Dr. Rinkens berichtet in seiner Funktion an **Christian Reichenauer**, Bereichsleiter Marketing & Vertrieb.
www.ringfoto.de

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

IFA 2023: ausgebucht und größte Innovationsplattform

So titelt die Pressemitteilung der IFA Management GmbH. Doch ein Satz in der Pressemeldung lädt zum Nachdenken ein: „Die IFA…hat in diesem Jahr nahezu alle großen Marken nach Berlin gelockt." Immerhin verweist das IFA-Management auf 2.059 Aussteller aus 48 Ländern. Erwartet werden zur Messe Fachbesucher, Medienvertreter und Konsumenten aus mehr als 140 Ländern.

Stolz verweisen die Ausrichter der Messe auf den Innovations Hub IFA NEXT mit rund 300 Start-ups. Sicherlich höchst interessant, aber für das Tagesgeschäft des Handels eher zweitrangig. Mit dem zweitägigen IFA Leader Summit poliert die Messe an ihrem Image und will gegenüber der CES deutlich punkten. Ob dies bei den Besuchern angesichts der hohen Teilnehmergebühren für die Vorträge auch funktioniert, muss man abwarten. Gespannt darf man auch auf die Zusammenarbeit der IFA mit #berlintechweek sein. Hier soll die IFA an Schwerpunkten in der Stadt visualisiert werden. So beispielsweise am 2. September mit einem Freiwilligenteam des Repair Café Zehlendorf im Sustainability Village, nach Anmeldung werden hier kleine Elektrogeräte repariert. Auch interessant das House of Smart Living mit seinen Technologien, die schon heute zeigen, wie der Haushalt viel nachhaltiger sein kann.

Doch wenn es um das eigentliche Geschäft des Handels geht, dürfte ein Panel-Talk am 1. September um 16:25 Uhr in der Halle 21b für den Handel von ganz besonderem Interesse sein. Bart van der Vis, Head of Cooblue Germany, spricht über das New Normal im Handel und die Chancen einer kanalübergreifenden Digital-Strategie. Damit beleuchtet das Panel die aktuellen Herausforderungen der Einzelhändler in Zeiten von Innovation und Wandel sowie Trendthemen wie KI und Nachhaltigkeit. Trends, die sich bereits etabliert hatten – darunter E-Commerce, Social Media Marketing, direkte Beziehungen zum Verbrauchenden und bewusster Konsum –, wurden durch die Covid19-Pandemie beschleunigt. Auf der Branche lastet der Druck, sich neu zu erfinden, um die Erwartungen der Kundschaft in Bezug auf Service, Geschwindigkeit und Verfügbarkeit weiterhin zu erfüllen.

Gemeinsam mit den weiteren Panel-Gästen Lisa Lopuck, CEO ShareGallery.com, und Tom Hickman, CEO Nationwide Marketing Group, wird Bart van der Vis diese Veränderungen und Lösungsansätze im IFA-Talk diskutieren. Dazu zeigt er unter anderem auf, wie es Coolblue mit seinem Fokus auf NPS (Net Promoter Score) und EBITDA gelingt, die Customer Journeys von Anfang bis Ende auf die Bedürfnisse der Kundschaft und ein personalisiertes, überzeugendes Einkaufserlebnis auszurichten. Und auch, welche Anpassungen für die verschiedenen Verbrauchergruppen – wie die Generationen Z und Alpha – notwendig sind. Auch wie Einzelhandelserlebnisse in Richtung Omnichannel zu optimieren sind, um das Beste aus stationären sowie Online-Einkäufen zu kombinieren, wird eine bedeutende Frage sein, zu der Coolblue Antworten liefert.

Mit seiner Channel-übergreifenden Digitalstrategie, bei der alle Kanäle als Teil des Services ineinandergreifen, ist der niederländische Online-Händler seit der Expansion nach Deutschland Mitte 2020 auch hierzulande sehr erfolgreich. Auf der IFA in Berlin teilt Bart van der Vis spannende Insights des in die Onlinewelt integrierten Store-Konzepts: Vor Ort können die Kundinnen und Kunden ausgestellte Artikel testen, sie vom Laden aus im Onlineshop sowie der App mit ähnlichen Produkten vergleichen und direkt bestellen. „Der Fokus liegt dabei immer auf der Kundschaft und einer auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Beratung mit dem Ziel, das für sie beste Produkt zu finden. Dazu binden wir digitale Touchpoints, wie unsere App und Webseite, auch in unser Store-Konzept mit ein", sagt Bart van der Vis. So können beispielsweise QR-Codes mit dem Smartphone gescannt werden, um weitere Informationen einzusehen oder Bewertungen anderer Kundinnen und Kunden zu lesen.

Unter dem Motto „Retailer is King" bietet die Messe besondere Serviceleistungen für den Handel. Das IFA-Team verspricht den nationalen wie internationalen Handel auch in diesem Jahr mit vielen Extra-Angeboten, Informationen und Dienstleistungen zu unterstützen.

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

Redaktion Österreich
Dr. Ludwig Flich
Bäckerstraße 14, A-1010 Wien
Tel./Fax +43 1 94 606 42
ludwig.flich@chello.at
Redaktion Schweiz
Martin Sigrist
Seefeldstrasse 219,
CH-8008 Zürich
Telefon + 41 1 383 06 33
Fax +41 1 383 89 79
martin.sigrist@ce-trade.ch
Autoren in dieser Ausgabe
Hans Zippert, Orion Dahlmann
Grafik und Layout
Grit Röscher, Grenzach
www.werbewerkstatt-röscher.de

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

Gültig ist die Anzeigenpreisliste vom
1. Januar 2023
Erscheinungsweise
9 Ausgaben p. a.
Abonnement
Jahresabonnement 27,- Euro
Druck
druckriegel GmbH, Frankfurt
Haftung
Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos oder Datenträger wird keine Haftung übernommen. Für den Fall, dass Beiträge oder Informationen unzutreffend sind, haftet der Verlag nur beim Nachweis grober Fahrlässigkeit.
Urheberrecht
Die veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck, Vervielfältigung sowie Speicherung (auch auszugsweise) sind ohne schriftliche Genehmigung des Verlages nicht gestattet.
Verbreitete Auflage
12.245. 4. Quartal 2022
Verkaufte Auflage
8.250. 4. Quartal 2022
Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Düsseldorf

HEMIX seit 6 Monaten im Minus

8% Rückgang bei TV

In den Kassen der CE-Händler in Deutschland fehlen im 1. Halbjahr 2023 13,4 Milliarden Euro. Das bedeutet einen Rückgang um 6,5 Prozent! Besonders hart hat es den Bereich TV mit einem Verlust von minus 13,1 Prozent getroffen, minus 1,3 Milliarden Euro. Erstaunlich in so harten Zeiten, die Preise gaben nur um 0,2 Prozent nach. Den Bereich Video mit Playern und Boxen traf es mit rund minus 20 Prozent besonders hart. Ursache dürfte das immer größer werdende Angebot an Streaming-Plattformen sein, die ein privates Aufzeichnen überflüssig machen.

Erstaunlich, wenn auch auf überschaubarem Niveau, die Entwicklung im Bereich Foto, und hier besonders bei Digitalkameras mit einem Umsatzplus von 9 Prozent. Scheinbar reicht immer mehr Kunden die Leistung eines Smartphones für ihre Fotos nicht mehr aus.

Nach Jahren der Verluste gibt es einen Lichtblick bei Einzelkomponenten Audio. Immerhin ein Umsatzplus von 4,6 Prozent. Ursache aber sind nicht gestiegene Stückzahlen, vielmehr haben die Kunden mehr für die Geräte ausgegeben.

Weiterhin im Plus Kopfhörer und Bluetooth-Lautsprecher. Geradezu explodiert ist der Markt für Spielekonsolen mit einem Plus von 52 Prozent bei den Stückzahlen und 90,4 Prozent beim Umsatz. Gamer sind bereit, viel zu investieren, und das gilt auch für das Zubehör wie Monitore, Kopfhörer und Lautsprecher. Die gamescom im August im Köln hat diesen Markt noch weiter angefeuert.

Der große Boom bei Smartphones scheint vorüber zu sein. Minus 17,1 Prozent bei den Stückzahlen und minus 6,4 Prozent beim Umsatz. Den hat es weniger getroffen, da die Kunden mehr für ihre Phones wegen gestiegener Preise ausgeben mussten.

Besonders harte Einschränkungen musste der Markt für Computer und Zubehör hinnehmen. Der Trend zum Home-Office hatte der Branche 2021 und noch ein wenig 2022 ein deutliches Umsatzplus beschert. Doch damit scheint eine Marktsättigung erreicht zu sein, wie das deutliche Minus bei den Stückzahlen signalisiert. Das zeigt sich auch im Bereich Recording, auch hier deutlich rückläufige Stückzahlen, die bei Festplatten der Anstieg des Durchschnittspreises nur marginal mildern kann. Entsprechend hoch das Minus nach sechs Monaten in diesem Jahr mit über 15 Prozent und 562 Millionen Euro weniger in der Kasse.

Und wie sah es im 1. Halbjahr 2023 bei Weißer Ware aus? Nicht ganz so dramatisch, aber hier wurde leider auch mit Rot in der Bilanz abgeschlossen. Kleingeräte brachten einen Umsatzrückgang von fast moderaten 1,4 Prozent, härter traf es dagegen den Bereich Großgeräte. Hier fehlten nahezu zehn Prozent oder 477 Millionen Euro in der Kasse.

Bleibt also nur die Hoffnung, dass die IFA die Kunden animiert, ihre Zurückhaltung etwas aufzugeben, denn die kommenden Monate sind bekanntermaßen die umsatzstärksten im Handel. Bleibt nur abzuwarten, ob im „schwarzen" November aus Panik eine große Preisschlacht stattfinden wird.

Home Electronics Market Index 1. Halbjahr 2023

Konsumentenmarkt (private Nachfrage)	Absatz in 1000 Stück			Durchschnittspreis in EURO (Konsumentenpreise incl. MwSt.)			Umsatz in Mio. EURO		
	Q1-2 2022	Q1-2 2023	+/-%	Q1-2 2022	Q1-2 2023	+/-%	Q1-2 2022	Q1-2 2023	+/-%
TV-Display Total [1]	2.225	1.938	-12,9%	695	693	-0,2%	1.546	1.344	-13,1%
Satellite/Set-Top-Boxen Total							44	41	-8,0%
- Sat.-Systeme / -Antennen	161	108	-33,3%	92	100	8,4%	15	11	-27,7%
- Set Top Boxen	479	440	-8,2%	61	68	11,1%	29	30	2,0%
Video Total							88	70	-20,9%
- DVD-Player/-Recorder	107	77	-28,2%	47	51	8,3%	5	4	-22,2%
- Blu-ray-Player/-Recorder [6]	170	125	-26,3%	136	155	14,5%	23	19	-15,6%
- Media Boxes/Sticks	861	685	-20,5%	70	68	-2,9%	60	46	-22,8%
Action Cams (inkl. Camcorder) [10]	120	122	1,1%	339	339	0,0%	41	41	1,1%
Digital Cameras	337	311	-7,6%	736	869	18,0%	248	270	9,0%
Wechselobjektive	236	240	1,8%	808	823	1,9%	190	197	3,7%
Home Audio Total							393	368	-6,3%
- Einzelkomponenten Total [2]	163	163	0,0%	419	438	4,6%	68	71	4,6%
- Audio Home Systems [8]	306	249	-18,5%	203	218	7,4%	62	54	-12,5%
- Smart Audio [9]	544	411	-24,4%	120	155	28,8%	66	64	-2,6%
- Lautsprecher-Boxen [14]	615	526	-14,5%	321	340	6,0%	197	179	-9,4%
Personal Audio Total [3]	1.372	1.103	-19,6%	69	74	6,8%	95	82	-14,2%
Audio/Video Zubehör							736	787	7,0%
- Kopfhörer + Stereo Mobilfunkheadsets	7.535	7.005	-7,0%	78	89	14,0%	585	620	6,0%
- Bluetooth-Lautsprecher	1.252	1.288	2,9%	120	130	8,1%	150	167	11,2%
Auto-Multimedia (ohne Erstausrüstung) [4]	420	344	-17,9%	133	141	5,8%	56	49	-13,2%
Videogames Konsolen	651	990	52,0%	360	451	25,3%	234	446	90,4%
Unterhaltungselektronik Total							3.672	3.695	0,6%
Telekommunikation Total [5]							6.940	6.550	-5,6%
- Mobiltelefone	567	446	-21,4%	49	55	10,6%	28	24	-13,0%
- Smartphones	10.158	8.419	-17,1%	610	689	12,9%	6.198	5.802	-6,4%
- Telefone [13]	1.500	1.262	-15,9%	58	61	5,2%	87	77	-11,5%
- Core Wearables [7]	3.261	2.713	-16,8%	192	238	24,0%	627	646	3,2%
PCs Total [7]							2.734	2.281	-16,6%
- Desktop PCs	376	299	-20,4%	981	945	-3,7%	368	282	-23,4%
- Notebooks	1.788	1.375	-23,1%	828	887	7,2%	1.480	1.219	-17,6%
- Tablet PCs	1.996	1.701	-14,8%	443	458	3,4%	885	779	-11,9%
IT-Peripherie Total [15]							653	573	-12,3%
- Monitore	1.534	1.349	-12,1%	262	256	-2,6%	403	345	-14,4%
- Projektoren	47	46	-2,3%	644	607	-5,7%	30	28	-7,9%
- MFD / Drucker / Scanner	1.345	1.320	-1,9%	164	152	-7,3%	220	200	-9,1%
Recording Media Total [15]							282	252	-10,6%
- CD/DVD/Blu-ray Rohlinge	14.687	14.161	-3,6%	1	1	0,0%	15	14	-3,6%
- Memory Cards	5.473	5.061	-7,5%	18	18	0,0%	99	91	-7,5%
- USB Sticks	5.349	5.122	-4,2%	11	11	0,0%	59	56	-4,2%
- Festplatten [11]	1.092	812	-25,7%	101	112	11,0%	110	91	-17,6%
Informationstechnologie Total [12]							3.669	3.107	-15,3%
Consumer Electronics Total							14.281	13.351	-6,5%
Elektrokleingeräte Total [15]							3.193	3.149	-1,4%
Elektrogroßgeräte Total [16]							5.232	4.755	-9,1%
Home Electronics Total							22.706	21.256	-6,4%

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

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

Schlechte Zahlungsmoral
Rechnung später bezahlt

Das Zahlungsverhalten deutscher Firmen hat sich im 1. Halbjahr 2023 verschlechtert. Überfällige Rechnungen wurden von den Unternehmen in Deutschland in den ersten sechs Monaten mit einem Verzug von rund 19,2 Tagen bezahlt (Stand 10. Juli 2023). Im 1. Halbjahr 2022 lag der durchschnittliche Zahlungsverzug noch bei 16,6 Tagen. 8,9 Prozent der Unternehmen zahlten die Rechnungen im 1. Halbjahr 2023 nicht oder verspätet – im Vergleichszeitraum 2022 waren es 7,3 Prozent. So lauten die zentralen Ergebnisse einer aktuellen Auswertung des Informationsdienstleisters CRIF, der für die Analyse das Zahlungsverhalten von knapp 540.000 Unternehmen ausgewertet hat.

„Das Zahlungsverhalten der Unternehmen hat sich im laufenden Jahr verschlechtert. Wir beobachten derzeit vermehrt ein liquiditätsschonendes Verhalten seitens der Firmen", kommentiert CRIF Deutschland Geschäftsführer **Dr. Frank Schlein** die aktuellen Zahlen. Die Firmen leiden weiter unter den erheblich gestiegenen Energiekosten, den Herausforderungen in den Lieferketten und der starken Inflation. Hinzu kam die Konsumzurückhaltung bei den Verbrauchern, die aufgrund der hohen Energiepreise und der Inflation weniger Geld zur Verfügung hatten. Die resultierenden Kaufkraftverluste belasteten die Unternehmen ebenfalls. „Die finanzielle Lage vieler Unternehmen wird auch negativ durch gestiegene Produktionskosten, höhere Personalausgaben und einen Anstieg der Zinsen beeinflusst", so Dr. Schlein.

Deutschlands Unternehmen gewähren ihren Gläubigern im Durchschnitt ein Zahlungsziel von 26 Tagen. Bei Nicht- oder Spätzahlern werden Rechnungen derzeit erst nach durchschnittlich 45 Tagen bezahlt. „Unternehmen warten dadurch weitaus länger auf das Geld, als ursprünglich einkalkuliert. Damit werden sie unfreiwillig zum Kreditgeber ihrer Kunden", erklärt Dr. Schlein.

Nachhaltige Smartphones
Gebrauchte im Vormarsch

In München wird am häufigsten nachhaltige Elektronik gekauft. 16.508 wiederaufbereitete Smartphones, Tablets und Co. wurden seit 2019 in der 1,4 Mio. einwohnerstarken Landeshauptstadt verkauft – damit ist München auf die Einwohnerzahl gerechnet die wiederaufbereitungsfreundlichste Stadt in Deutschland. Dahinter folgen Berlin und Hannover. Das Ruhrgebiet bildet mit Essen, Dortmund und Duisburg das Schlusslicht.

Der Prozess der Generalüberholung von gebrauchter Technik nennt sich „Refurbishment". Anbieter wie asgoodasnew kaufen gebrauchte Smartphones, Tablets, Laptops oder andere Elektronik von Verbraucher:innen an. Diese werden dann professionell gereinigt, und beschädigte Teile werden ausgetauscht. Danach ist das Gerät – Zustand wie neu – über den eigenen Onlineshop asgoodasnew.de erhältlich. Dabei lässt sich, je nach Modell und gewünschter Qualität, bis zu 30 Prozent auf den Neupreis sparen.

Beim Blick auf die Zahlen zeigt sich, dass im Laufe der vergangenen Jahre der Trend zur Wiederaufbereitung deutlich zugenommen hat. „Immer mehr Deutsche entdecken, dass ein neues Smartphone nicht immer fabrikneu sein muss", sagt Dr. Tim Seewöster, Geschäftsführer von asgoodasnew. „Komplett überarbeitete Geräte sind eine echte – und vor allem sehr nachhaltige und ressourcenschonende Alternative."

Das geht aus einer aktuellen Erhebung von asgoodasnew hervor. Der Pionier für wiederaufbereitete und qualitätsgesicherte Unterhaltungselektronik hat dafür die 15 einwohnerstärksten Städte Deutschlands im aktuellen Refurbishment Atlas darauf untersucht, wie viele Verkäufe dort in den letzten vier Jahren getätigt wurden.

E-Autos bei MediaMarkt/Saturn
Das Auto gibt es im Abo

MediaMarktSaturn treibt den Ausbau von Angeboten im Bereich E-Auto weiter voran: Seit dem 7. August können Kundinnen und Kunden erneut ausgewählte Elektrofahrzeuge per Abo-Modell zum Vorteilspreis abonnieren. Der Fokus liegt dabei auf urbaner, nachhaltiger Mobilität. In Kooperation mit like2drive stehen verschiedene attraktive E-Autos zur Auswahl, darunter zum Beispiel der Polestar 2. Bis einschließlich 7. September sind die E-Auto-Abos mit einer Laufzeit zwischen zehn und 36 Monaten über die Onlineshops von MediaMarkt und Saturn erhältlich.

„MediaMarktSaturn bietet seinen Kundinnen und Kunden innovative Technikerlebnisse und Services. Das Thema E-Mobilität findet sehr großen Anklang. Bei der E-Auto-Aktion im Frühjahr war das erste Modell bereits nach nicht einmal zwei Tagen ausverkauft", erklärt **Jörg Bauer**, Managing Director Service & Solutions von MediaMarktSaturn Deutschland. „Vom Einsteiger-Modell bis hin zur Extraklasse finden moderne Autofans in der neuen Kampagne wieder eine attraktive Auswahl an E-Autos."

like2drive ist eine Marke der Fleetpool GmbH, einer der führenden Auto-Abo-Anbieter in Deutschland. „Das Konzept E-Mobility im Abo ist in Deutschland angekommen. Wir freuen uns sehr, dass der Pilot bei den MediaMarkt-Saturn Kundinnen und Kunden so großartig angenommen wurde und wir nun gezielt unsere Partnerschaft ausbauen", so Fleetpool Deputy-CEO/CCO **Alexander Kaiser**.

LG Channels mit mehr Sport

Der exklusive, kostenlose Streaming-Dienst LG Channels bietet Besitzern von LG Smart TVs in Europa, Lateinamerika und Australien ab sofort einen nahezu unbegrenzten Stream von actiongeladenen Sportinhalten, darunter unter anderem Fußball, Formel 1, Kampfsport sowie hochkarätige Pferderennen und Segelwettbewerbe.

Mit FIFA+ gibt LG Channels Fußballfans rund um den Globus ein neues Streaming- Zuhause. Mit einer großen Auswahl an Originalfilmen, Live-Übertragungen und einem umfangreichen Archiv hat sich FIFA+ zu einer globalen Drehscheibe für den beliebtesten Sport der Welt entwickelt.

Der 24-Stunden-Service bietet wöchentliche deutschsprachige Sendungen mit Highlights aus Fußball, Formel 1, E-Sport, Kampfsport und vielen anderen Disziplinen. Abgerundet wird das Angebot durch Dokumentationen über Sportlegenden wie Tiger Woods, David Beckham, Michael Schumacher sowie über Weltclubs wie Manchester United und andere bekannte Vereine. Ein besonderes Highlight für Fußballfans ist ein spezielles werbebasiertes Video on Demand (AVOD)-Angebot von LG. In Kooperation mit dem beliebten YouTube-Kanal Shoot for Love werden darin bekannte Fußballer auf die Probe gestellt.

Samsung Smartphone Flip und Fold

Großes Interesse trotz hohem Preis

Die ersten Versuche mit faltbarem Bildschirm beim Smartphone waren nur gering erfolgreich. LG hat aufgegeben aber Samsung hat jetzt zwei Neue vorgestellt. Mario Winter, Vice President Marketing bei Samsung Electronics, ist überzeugt, „im Massenmarkt ist die Kategorie der Smartphones mit faldbarem Display mittlerweile eine gefragte Alternative zu den klassischen Smartphones". Dabei verweist er auf 50 Prozent mehr Vorbestellungen für die neuen Geräte der Galaxy Z Serien im Vergleich zur Vorgängergeneration. Das neue Frontdisplay des Galaxy Z Flip5 ist 3,78-mal größer als das seiner Vorgängergeneration und bietet damit zahlreiche neue Funktionen und Möglichkeiten zur Personalisierung. Widgets und Hintergründe lassen sich individuell anpassen und machen das Galaxy Z Flip5 auch zugeklappt nutzerfreundlich. Und zugeklappt ist es dank einer neuen Scharnier-Konstruktion nun noch schmaler.
Auch das neue Galaxy Z Fold5 bietet starke Performance. Trotz des beeindruckenden großen Displays und seinem ausdauernden Akku ist das Galaxy Z Fold5 das bisher schmalste und leichteste Fold der Galaxy Z-Serie. Mit seinem großen Display, einer Vielzahl an Funktionen und Tools und dem S Pen Fold Edition, welcher für diese Serie weiter angepasst und verschlankt wurde, ermöglicht das Galaxy Z Fold5 flexibles Arbeiten mit hoher Produktivität.
UVP Galaxy Z Flip5 ab 1.199 Euro, Galaxy Z Fold5 ab 1.899 Euro.

Harman Kardon 70 Jahre perfekter Klang

Drei neue Premium-Lautsprecher

Harman Kardon Go + Play 3
Der Harman Kardon Go + Play 3 Bluetooth-Lautsprecher kombiniert hochwertige Handwerkskunst mit herausragender Audioqualität. Der leistungsstarke 3-Wege-Stereotreiber mit dem neuen, nach unten abstrahlenden Subwoofer, sorgt für einen klaren und dynamischen Klang. Ob im Wohnzimmer, im Büro oder auf der Terrasse, mit einer Akkulaufzeit von bis zu 8 Stunden sorgt der Go + Play 3 für beste Audioqualität im ganzen Haus. Dabei kalibriert sich der Bluetooth-Lautsprecher automatisch auf seine Umgebung und gewährleistet somit überall optimalen Klang bei Musik, Podcasts und Telefonkonferenzen. UVP 349,99 Euro (Bild links).

Harman Kardon Luna
Mit dem fortschrittlichen 2-Wege-Lautsprechersystem Harman Kardon Luna sorgt Harman Kardon für ausgewogenen, erstklassigen Klang in der bisher kompaktesten Form. Hochentwickelte Treiber liefern den ikonischen, kristallklaren und detailreichen Harman Kardon-Klang. Drahtlos miteinander gekoppelt sorgen zwei Lautsprecher für ein echtes Stereoerlebnis und eine breitere Klangbühne. Der Harman Kardon Luna ist nach IP67 wasser- und staubdicht und sorgt mit einer Akkulaufzeit von bis zu 12 Stunden den ganzen Tag für gute Laune. UVP 179,99 Euro. (Bild Mitte).

Harman Kardon Aura Studio 3. Mit dem Harman Kardon Aura Studio 4 stellt Harman einen neuen Bluetooth-Lautsprecher für den Heimgebrauch vor. Als Mitglied der ikonischen Harman Kardon Aura Studio-Serie vereint das neue Schmuckstück außergewöhnliche und exquisite Klangqualität mit einem einzigartigen Design und wird mit seinem fesselnden Lichtspiel zum Blickfang in jedem zuhause. Für ausgezeichnrten Klang sorgt ein Array aus sechs Lautsprechern, kombiniert mit einem 5,2-Zoll Subwoofer. UVP 329,99 Euro. (Bild rechts).

Sony True Wireless In-Ear-Kopfhörer
Bestes noch besser machen

Sony launcht die True Wireless In-Ear-Kopfhörer WF-1000XM5, das jüngste Modell der preisgekrönten 1000X-Serie, das neue Maßstäbe für Noise Cancelling und immersiven Klang setzt. Zudem bietet das neue Modell die beste Gesprächsqualität, die Sony je ermöglicht hat. Ausgestattet mit modernster Technologie bieten die Kopfhörer WF-1000XM5 einen erstklassigen Klang und die beste Geräuschunterdrückung. In Echtzeit arbeitende Audioprozessoren und Hochleistungsmikrofone unterstützen die speziell entwickelten Dynamic Driver X, die für eine breite Frequenzwiedergabe, tiefe Bässe und klare Stimmen sorgen. Musikfans haben damit das Gefühl, direkt im Tonstudio dabei zu sein und komplett in den Sound einzutauchen.
Anders als bei den Vorgängermodellen sind bei den Kopfhörern WF-1000XM5 jetzt drei Mikrofone in jedem Ohrhörer integriert, einschließlich Dual-Feedback-Mikrofonen, was das Noise Cancelling im niedrigen Frequenzbereich erheblich verbessert. Dies ist der bislang größte Fortschritt, den Sony bei der Geräuschminimierung erzielt hat und der eine noch präzisere Reduktion von Umgebungsgeräuschen ermöglicht. UVP 319 Euro, in Schwarz und Silber.

Denon stellt 3 neue 8K-AV-Receiver vor
S-Serie mit 7.2 Surround-Sound

Der Denon AVR-S770H 7.2-Kanal-8K-AV-Verstärker kombiniert 3D-Surround-Sound mit Dolby Atmos und DTS:X mit der Bildqualität der 8K-Videoverarbeitung. Der Denon AVR-S670H und der AVC-S670H sind das Herzstück eines leistungsstarken 5.2-Heimkinos und bieten eine 8K-Auflösung und High-Definition-Surround-Sound mit Dolby TrueHD- und DTS HD Master Audio-Decodern. Der AVR-S670H bietet zusätzlich einen analogen UKW-Tuner. Mit 8K-Auflösung und neuester HDMI-Technologie mit HDR10+, Dolby Vision sowie 8K/60 und 4K/120 Pass-Through genießen Zuschauer ein authentisches Heimkinoerlebnis. Die HEOS-Integration bietet eine nahtlose Musikwiedergabe bevorzugter Online-Diensten wie Spotify, Pandora, Tidal und anderen Anbietern zu streamen. Der smarte Set-up-Assistent von Denon ermöglicht eine bequeme Einrichtung und Nutzung mit verständlichen Schritt-für-Schritt-Anweisungen. Die Audyssey MultEQ-Raumkorrekturtechnologie optimiert das Hörerlebnis im Raum und sorgt für ein atemberaubendes Audioerlebnis. UVP Denon AVR-S770H 799 Euro, AVR-S670H 679 Euro, AVC-S670H 629 Euro.

Epson Tintentank-Drucker bevorzugt
EcoTank-Drucker auf Erfolgskurs

Kunden nehmen für ihre Druckaufgaben zu Hause und in kleineren Büros die Vorteile, die ein EcoTank bietet, sehr gerne an. So machen Tankdrucker bei Epson heute etwa 80 Prozent aller verkauften Tintenstrahldrucker aus. Obwohl viele der Marktbegleiter Epsons im Druckermarkt mittlerweile mit ihren eigenen Tanklösungen nachgezogen sind, entscheiden sich Anwender trotzdem vorzugsweise für das Original. So ist Epson gemäß des Marktforschungsinstitutes IDC auch weltweit die Nummer 1 der Hersteller von Tintentankdruckern. Zwischen 2010, als die Geräte erstmals vorgestellt wurden, und April 2023 wurden weltweit mehr als 80 Millionen Käufer von den finanziellen und ökonomischen Vorteilen der Epson EcoTanks überzeugt. Der Grund ist einfach: **Annette Harenberg**, Vertriebsdirektorin Consumer & Channel Sales der Epson Deutschland GmbH, erklärt: „Epson hört immer auf das Feedback des Marktes, und das zahlt sich jetzt aus. Denn unsere EcoTanks sind durch das Tintentanksystem mit der im Lieferumfang enthaltenen Tinte für bis zu drei Jahre besonders kostengünstig. Damit sparen unsere Kunden bis zu 90 Prozent der Druckkosten. Zudem lässt sich die Tinte dank innovativer Flaschen ganz einfach, sauber und günstig nachfüllen. Eine Flasche gibt es bereits ab 9,99 Euro. EcoTank ist aber auch sehr umweltfreundlich. Ein Flaschensatz enthält eine Füllmenge von bis zu 72 Patronen und spart somit eine ganze Menge Müll."

PERFEKTES BILD, PERFEKTER PREIS

Vier neue Hisense Mini-LED TV-Serien

U6KQ Mini LED Einstieg – der kostengünstige Einstieg in die Hisense Mini-LED-Welt. Größen 55 und 65 Zoll.

U7KQ Bildoptimierer – mit Filmmaker-Modus der Mini-LED-TV mit Mittelklasse-Preis.

U8KQ mit Filmsound – UHD Premium-Ausstattung und 2.1.2 Sound-System mit integriertem Subwoofer.

Mini-LED zählt aktuell zu den besten TV-Display-Technologien und steht für noch höhere Kontraste und hellere, brillante Bilder. Möglich macht dies der Einsatz vieler kleiner LEDs, die für eine besonders helle Hintergrundbeleuchtung sorgen. Hisense ordnet die Mini-LEDs in den aktuellen TV-Serien U6KQ, U7KQ, U8KQ und UXKQ eng gruppiert an, um noch mehr Details auf dem Bildschirm darzustellen. So strahlen diese das Licht in einer Linie gerichtet statt in einem diffusen Kegel ab. Das Ergebnis ist ein optimierter Kontrast und ein gestochen scharfes, lebendiges Bild. Die kleineren LEDs ermöglichen zudem eine noch flachere Bauweise, was den neuen Display-Serien ein besonders elegantes Erscheinungsbild verleiht.

U6KQ Serie – Der perfekte Mini-LED Einstieg: Mini LED-Serie in 55 und 65 Zoll mit modernster Technologie, ansprechendem Design und attraktivem Preis. Die Hi-View Engine mit Quad Core Prozessor optimiert die Bilddarstellung. Die Quantum Dot Color-Technologie sorgt dafür, dass Filme in Milliarden Farbtönen in beeindruckender Helligkeit erstrahlen. Die U6KQ-Serie unterstützt alle wichtigen Bild-Formate einschließlich Dolby Vision, HDR10, HDR10+ Adaptive und HLG. Mittels der Hisense Total Ambient Adaptive-Technologie werden Helligkeit und Farbtemperatur der Umgebung erfasst und die Bildeinstellungen optimiert. Dolby Atmos liefert zudem die passende Soundkulisse. Die Bedienung ist dank VIDAA intuitiv, bequem und bietet schnellen Zugriff auf Lieblingsapps wie Disney+, Netflix, Prime Video oder YouTube. Mit der One Touch Access-Funktion kann via Knopfdruck auf der Fernbedienung direkt auf Netflix und andere Dienste des VIDAA Smart TVs zugegriffen werden. Noch bequemer ist die Sprachsteuerung via integriertem Sprachdienst Alexa oder VIDAA Voice.
UVP: U6KQ Mini LED Serie in 55 Zoll 899 Euro, 65 Zoll 1.199 Euro.

U7KQ Serie – Farbfeuerwerk für Filmfans: Die U7KQ-Serie verfügt über vielfältige Bildoptimierungs-Optionen. Neben einer Bildwiederholfrequenz von 120 Hz (144 Hz VRR) ist die Display-Reihe mit Dolby Vision IQ, HDR10+ Adaptive, HDR10 und HLG ausgestattet. IMAX Enhanced Unterstützung sowie der Filmmaker-Modus machen die U7KQ-Serie zum Liebling der Kinofans. So werden alle IMAX-Filme in ihrer charakteristischen Bildqualität dargestellt. Der Filmmaker-Modus passt Seitenverhältnis, Farbe oder Bildrate so an, dass die Wiedergabe genauso erfolgt, wie der Regisseur es gewollt hat. Die druckvolle Soundkulisse liefert das integrierte 2.1-Lautsprechersystem mit 50W Ausgangsleistung, welches mithilfe von Dolby Atmos und DTS für ein immersives audiovisuelles Erlebnis sorgt.

Game Mode Pro liefert nicht nur pures Spielvergnügen mit HDMI 2.1 Unterstützung. Mittels ALLM schaltet der Fernseher in Verbindung mit der Spielekonsole automatisch in den Game-Modus und reduziert die Eingabeverzögerung auf nur 9,5 ms. Freesync sorgt darüber hinaus für eine dynamismhe Anpassung der Bildwiederholfrequenz von bis zu 144 Hz an das laufende Videospiel. Ganz nach vorne im Gameplay bringt jeden Spieler die brandneue Gamebar. Anpassbar an die individuellen Bedürfnisse, stehen spielentscheidende Tools immer im direkten Zugriff. Bildwiederholfrequenz, die Anzeige der FPS oder die Einstellung von Bildgröße und -position mit einem Mausklick bringen die entscheidenden Vorteile.
UVP: U7KQ Mini LED Serie 66 Zoll 1.099 Euro, 65 Zoll 1.499 Euro, 75 Zoll 1.899 Euro. Ab Zollgröße 75 besitzt das Modell einen Seitenstandfuß. Weitere Zollgrößen in 85 und 100 Zoll werden folgen.

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

U8KQ Mini LED Serie – Außergewöhnliche Bildqualität: Mit UHD Premium Zertifizierung, Dolby Vision IQ, HDR10+, HDR10 und HLG-Kompatibilität setzt die U8KQ-Reihe in puncto Bildqualität Maßstäbe. Mit der Spitzenhelligkeit von bis zu 1.500 Nits ist das Fernsehbild selbst in hellen Räumen brillant und kontrastreich. Die Anti-Reflection Screen verhindert Lichtspiegelungen auf dem Bildschirm.

Das 2.1.2 Lautsprechersystem mit integriertem Subwoofer liefert dank Dolby Atmos-Unterstützung und 50W Audioleistung eine Klangkulisse mit satten Bässen. Gamer dürfen sich über den 144 Hz VRR Game Mode PRO, AMD Freesync Premium sowie die Gamebar freuen. Kinoliebhaber kommen mit IMAX Enhanced und dem Filmmaker Modus auf ihre Kosten. Optisch besticht die U8KQ Serie mit ihrem raffinierten und eleganten Mittelstandfußdesign. Die Bedienung ist dank VIDAA U7 Smart OS intuitiv, bequem und bietet schnellen Zugriff auf Lieblingsapps wie Disney+, Netflix, Prime Video oder YouTube. Mit der One Touch Access-Funktion kann via Knopfdruck auf der Fernbedienung direkt auf Netflix und andere Dienste des VIDAA Smart TVs zugegriffen werden. Noch bequemer ist die Sprachsteuerung via integriertem Sprachdienst Alexa oder VIDAA Voice.
UVP: U8KQ Mini LED Serie 55 Zoll 1.399 Euro, 65 Zoll 1.899 Euro, 75 Zoll 2.499 Euro.

UXKQ-Serie - Mini LED-Flaggschiff mit Kino-Sound: Das Mini LED-Flaggschiff UXKQ (großes Bild links oben) schafft mit bis zu 65.536 Helligkeitsstufen und dem Dynamic X-Display von Hisense ein atemberaubendes, faszinierendes Fernseherlebnis. Mittels Hisense Total Ambient Adaptive-Technologie werden Helligkeit und Farbtemperatur der Umgebung erfasst und die Bildeinstellungen optimiert.

Das beste Bild verlangt nach dem besten Sound: Der UXKQ verfügt über ein beeindruckendes Lautsprecher-Setup mit einem speziellen Seitenlautsprecher-Design und einem Subwoofer, der an der Rückseite des Gehäuses montiert ist. Der in das TV-Display integrierte, leistungsstarke Decoder mit seinen 80W Ausgangsleistung sorgt für ein 4.1.2-Surround-Sound-Erlebnis. Externe Lautsprecher sind da überflüssig, denn CineStage X liefert eine raumfüllende Klangkulisse. Noch besser: Die Lautsprecher sind WiSA Ready zertifiziert, was eine drahtlose, perfekt synchronisierte Audio-Übertragung an den UXKQ ermöglicht.

Auch an Gamer wurde gedacht: Sie dürfen sich dank 144-Hz-Game-Modus PRO auf ein optimales Spielerlebnis freuen. Mittels ALLM schaltet der Fernseher in Verbindung mit der Spielekonsole automatisch in den Game-Modus und reduziert die Eingabeverzögerung deutlich. Und mit 144 Hz variable Bildwiederholfrequenz (VRR) ist ein flüssiges Spielerlebnis garantiert. Die AMD FreeSync Premium-Technologie sorgt zudem für eine dynamische Anpassung der Bildwiederholfrequenz an die Aktualisierungsrate von Videoinhalten für eine stromsparende und ruckelfreie Videowiedergabe.
UVP: UXKQ Mini LED Serie in 65 Zoll 2.999 Euro, 85 Zoll 5.999 Euro.

Auf ein Wort Herr Bollers:

Wir fragten Daniel Marc Bollers, Head of Sales Consumer Electronics für die Marke Hisense, wie fühlt man sich in einem Markt, der von wenigen Großherstellern dominiert wird?

Das aktuelle Marktgeschehen zeigt eine deutliche Verschiebung zu unseren Gunsten. Bereits in der ersten Hälfte des Jahres konnten wir uns gegenüber den etablierten Großherstellern mit stetig wachsenden Marktanteilen behaupten. Wir sind schon längst kein Underdog mehr, und ich würde uns bereits jetzt zu den Marken zählen, die den Markt gestalten. Insofern fühlen wir uns aktuell sehr gut und haben noch viel vor in den nächsten Jahren!

Daniel Marc Bollers – Head of Sales Consumer Electronics Hisense.

Der TV-Markt steht stark unter Druck, wie hat sich Hisense unter diesen schweren Bedingungen entwickelt?

Wir haben bewiesen, dass wir auch unter schwierigen Bedingungen deutlich punkten können, was die starken Wachstumsraten im Vergleich zum Vorjahr eindrucksvoll belegen. Wir sind die Nr. 3 in Stück im Gesamtmarkt, und in den letzten Monaten gelingt es uns zunehmend, die Konsumenten für mehr Mid-Range und Großzoll TVs zu begeistern. Dies hat auch positive Auswirkungen auf unseren Durchschnittspreis, der sich stetig nach oben entwickelt.

Bei welchen Kooperationen ist Hisense gelistet und auf welche Akzeptanz stößt die Marke beim Fachhandel?

Bereits seit einigen Jahren sind wir im kooperierenden Fachhandel gelistet, sehen da aber weiterhin Potenzial nach oben. Deshalb streben wir eine Ausweitung der Distributionsbreite an und sind bemüht, den besonderen Anforderungen dieses anspruchsvollen Kanals zukünftig noch besser gerecht zu werden. Ziel ist es, die Akzeptanz der Marke Hisense noch weiter auszubauen.

Nach zwei Jahren endlich wieder eine normale IFA, was erwarten Sie, und wird die IFA dem Markt neue Impulse geben?

Zunächst erwarte ich einen intensiven Austausch mit unseren Handelspartnern und Endkunden so wie es vor Corona üblich war. Oder sogar noch mehr: Die Leute haben wieder Lust auf persönliche Kontakte und das Live-Erlebnis der Produkt-Highlights. Neue Impulse sind aber nicht zu erwarten, da die bahnbrechenden technologischen Neuheiten fehlen. Aber zumindest rechne ich mir einem wiederbelebten Interesse für die Unterhaltungselektronik.

Welche Attraktionen und Neuheiten kann der Handel bei Hisense auf der IFA erwarten?

Neben unserem 2023 TV-Line-up mit den neuesten QLED, OLED und Mini LED Modellen, setzen wir auf der IFA einen besonderen Fokus auf das Thema Laser TV. Mit der neuen Generation der Serien L5H und L9H sind wir in diesem Bereich bestens aufgestellt und bieten auf der Messe die Möglichkeit, sich einmal selbst von diesem besonderen Großzoll TV-Erlebnis zu überzeugen.

Mit welchen Marketing-Aktivitäten wird Hisense den Handel im für den Umsatz so wichtigen 4. Quartal unterstützen?

Wir werden erneut mit einer schlagkräftigen Cashback Aktion aufwarten, die sich schon im letzten Jahr bewährt hat. Um die Markenbekanntheit weiter zu stärken, wird die Cashback-Aktion zudem durch eine Kampagne, die unsere Partnerschaft mit der UEFA und unser Engagement im Sportsponsoring feiert, begleitet.

Erwarten Sie in den kommenden Monaten im schwachen TV-Markt eine Preisschlacht, und wie wird sich Hisense verhalten?

Da aufgrund des zweistellig rückläufigen Marktes die Panelhersteller ihre Produktionskapazitäten an den schwächelnden Markt nach unten angepasst haben, sind gleichzeitig die Panelkosten deutlich angestiegen. Demnach erwarten wir keine aggressiveren Promopreise, als wir sie beispielsweise bereits im letzten Jahr zu Black Friday schon gesehen haben. Wir sehen Hisense als „affordable Premium“ Marke und bieten somit dem Handel und den Endkunden zu jeder Zeit ein attraktives Angebot in puncto Preis-Leistung.

Wird die IFA dem Markt Impulse geben, und wie wird sich der TV-Markt im Rest des Jahres aus Ihrer Sicht entwickeln?

Wie bereits gesagt, erwarten wir keinen allzu großen IFA Effekt. Aber wir glauben, dass sich der Markt speziell in Q4 auf Vorjahresniveau stabilisiert bzw. anders als noch im ersten HJ zumindest nicht mehr zweistellig schrumpft.

In welchen Bildschirmgrößen und Preisklassen sehen Sie für Hisense die größten Chancen?

In den letzten Jahren haben wir stärker auf kleinere Zollgrößen unter 55 Zoll fokussiert und waren damit sehr erfolgreich. Aktuell und zukünftig sehen wir in Größen über 65 Zoll für uns sehr gute Wachstumschancen. Speziell im Mittelpreissegment QLED und Mini-LED bieten wir ein sehr wettbewerbsfähiges Line-up zu einem wirklich interessanten Preis-/Leistungsverhältnis.

Hisense ist Pionier der Kurzdistanz-Projektion und verfügt hier über jahrelange Erfahrung. Sie haben zwei neue Geräte vorgestellt. Gibt es einen Markt für dieses TV-System, und wie hat er sich für Hisense entwickelt?

Der Markt für Kurzdistanz-Projektoren ist im Vergleich zum herkömmlichen TV-Markt eher klein und überschaubar, entwickelt sich aber sehr rasant. Aufgrund der für den Händler, aber auch uns, deutlich attraktiveren Margensituation ist dieser Markt für uns hochinteressant. Insbesondere weil wir als einer der beiden Technologieführer den Markt aktiv gestalten und uns als Innovator im Premiumsegment als A-Marke profilieren können. Dies hat dann auch positive Abstrahleffekte auf das reguläre TV-Geschäft und die Marke Hisense im Allgemeinen.

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

LG STELLT TV-INNOVATION VOR

Der weltweit erste kabellose OLED-Fernseher

Fernsehgeräte sind immer eleganter, geradezu Design-Elemente, die attraktiver Teil der Einrichtung werden. Gäbe es da nicht einen oft lästigen Schwachpunkt: die Vielzahl von Kabeln für Antenne, Internet und Zuspielgeräte. Diese weitgehend unsichtbar zu installieren, ist meist nicht einfach.

Dieses Problem hat LG jetzt mit dem SIGNATURE OLED M (Modell 97M3) mit der Zero Connect-Box gelöst. Er ist weltweit der erste kabellose OLED-Fernseher auf dem Markt. Die Zero Connect-Box ermöglicht in Echtzeit eine kabellose Übertragung in 4K-Auflösung bei einer Bildwiederholfrequenz von 120Hz. Damit ist das LG Modell 97M3 nicht nur das größte, sondern auch das innovativste TV-Gerät von LG, das in diesem Jahr auf der IFA in Berlin vorgestellt wird.

Das Modell ist derzeit der einzige OLED-Fernseher, der abgesehen von der Stromversorgung komplett ohne Kabel auskommt. Zuspielgeräte und Anschlusskabel für Antenne/Kabel und Internet werden an der Zero Connect-Box angeschlossen, ebenso auch weitere Geräte wie Spielekonsolen und Set-Top-Boxen. Die Zero Connect-Technologie macht damit Kabel und Geräte in unmittelbarer Nähe des Bildschirms überflüssig, sodass die Nutzer die Wirkung und die Vorteile des ultragroßen Bildschirms voll auskosten können. Die Zero Connect-Box gewährleistet eine AV-Übertragung mit 4K-Auflösung sowie eine 120 Hz Bildwiederholfrequenz über eine Entfernung von bis zu zehn Metern zum Bildschirm.

LG schickt den Kabelsalat rund um das Fernsehgerät in die Rente. Mit dem SIGNATURE OLED M3 definiert LG ein neues Zeitalter für die Installation eines TV-Geräts. Alle Anschlüsse erfolgen an der Zero Connect-Box, und Audio wie Video werden kabellos zum TV-Gerät übertragen. Das benötigt nur noch den Stromanschluss.

„Der 97M3 ist das Ergebnis jahrzehntelanger Innovationsarbeit im OLED-Bereich. Wir sind stolz, dass wir mit unserer neuesten Entwicklung noch mehr für das Ambiente in den Räumen unserer Kunden tun können“, so **Baik Seon-pill**, Leiter der Produktentwicklungsabteilung der LG Home Entertainment Company. „Unser erster kabelloser LG SIGNATURE OLED M bietet nicht nur das ultimative Fernseherlebnis auf einem extrem großen Bildschirm, sondern eröffnet ein neues Maß an Freiheit bei der Gestaltung von Wohnräumen.“

Perfektes Bild und optimaler Sound, ganz ohne lästige Kabel

Die Zero Connect-Box unterstützt Optionen wie HDMI 2.1, USB, RF, LAN und Bluetooth und macht so den Anschluss verschiedener externer Geräte einfacher. Die Box ermittelt den optimalen Übertragungsweg von Bild und Ton. Dafür sorgt nicht zuletzt eine einstellbare Antenne, die je nach Standort des Bildschirms positioniert wird.

Der SIGNATURE OLED 97M3 mit kabelloser Lösung ist eine echte Innovation und ein wichtiger Schritt in der Entwicklung innovativer TV-Geräte. Die von LG entwickelte drahtlose AV-Übertragungslösung kann große Datenmengen mit bis zu dreifacher Geschwindigkeit im Vergleich zum bestehenden Wi-Fi 6E-Standard übertragen. Die Zero Connect-Technologie des Unternehmens unterstützt zudem Dolby Vision und Dolby Atmos.

Mit dem Gallery Design kann der LG SIGNATURE OLED 97M3 nahtlos an die Wand gehängt werden und wird so individuell in die Raumgestaltung integriert.

Derzeit ist der LG SIGNATURE OLED 97M3 nur in Südkorea erhältlich. Im Laufe des Jahres wird es aber auch Kunden in Nordamerika und Europa möglich sein, das TV-Gerät zu erwerben. In Deutschland ist die Markteinführung für Q4 geplant. Künftig werden neben dem 97-Zoll LG SIGNATURE OLED M3 auch 83- und 77-Zoll OLED M3 Modelle mit Zero Connect-Technologie erhältlich sein.

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

LG-OLED SEIT 10 JAHREN DIE NUMMER 1

LG ist seit zehn Jahren die Nummer 1 bei OLED TVs. Die aktuellen Verkaufszahlen des Marktforschungsunternehmens Omdia bestätigen die Führungsrolle, die LG auf dem OLED-TV-Markt weiterhin einnimmt. Mit unübertroffenem Kontrast, perfekten Schwarztönen, lebensechten Farben sowie der besonders flexiblen und flachen Wandmontage bleiben OLED TVs von LG die erste Wahl im Premium-Segment.

Nach Angaben von Omdia hat LG im ersten Quartal 2023 den OLED-TV-Markt mit rund 60 Prozent der Gesamtlieferungen angeführt. LG OLED-Fernseher sind mit Abstand die meistverbreiteten OLED-Fernseher der Welt. Bereits 2022 hat LG als erster TV-Hersteller überhaupt die Marke von 15 Millionen verkauften LG OLED-Modellen pro Jahr geknackt.

10 Jahre Erfolg – LG ist die Marke mit dem höchsten Marktanteil bei OLED TV-Geräten. Leistung und Qualität wurden international mit einer Vielzahl von Awards ausgezeichnet.

Auch im Markt für ultragroße OLED-Fernseher (70 Zoll und größer) entfielen im ersten Quartal 2023 mehr als 70 Prozent der Anteile auf LG. Das untermauert LGs starke Position in diesem Segment, zu dessen Highlights unter anderem der 97 Zoll große LG SIGNATURE OLED M3 gehört.

Der OLED-Siegeszug von LG begann 2013 mit dem ersten 55 Zoll Gerät. Schon ein Jahr später kam der erste 4K OLED von LG auf den Markt. Fünf Jahre darauf konnte LG seinen ersten 8K OLED-Fernseher präsentieren. 2019 dann auf der CES in Las Vegas die Sensation, das erste aufrollbare OLED-Display. 2022 folgte die nächste LG-Innovation: Der speziell für Gamer konzipierte OLED evo Flex mit einem Bildschirm, der in 20 Stufen gekrümmt werden kann.

LG bietet eine immer vielfältigere Palette an OLED-Fernsehern mit verschiedenen Bildschirmdiagonalen von 42 bis 97 Zoll, 8K- und 4K-Optionen und unverwechselbaren Designs an. Das Premium-OLED-TV-Sortiment von LG umfasst auch die LG OLED evo-Serien, die hellere und naturgetreuere Bilder bieten. Dazu kommen die LG Lifestyle Screens, die eine atemberaubende Bildqualität mit einem unverwechselbaren Design verbinden, das jedem Wohnraum das besondere Etwas verleiht. In diesem Jahr wird LG die Verfügbarkeit des LG OLED Objet Collection Posé – ein Mitglied der Lifestyle Screen Familie – auf insgesamt 40 Länder weltweit ausweiten.

Bei den jährlich stattfindenden CES Innovation Awards wurde LG OLED zum elften Mal in Folge ausgezeichnet und hat viel Lob von großen Publikationen erhalten. Zu den Auszeichnungen zählen mehrere Titel als „Bester Fernseher des Jahres“.

LG CineBeam PU700R:

Das kompakte und mobile Gerät verfügt über ein Objektiv, das um 90 Grad (vertikal) gedreht werden kann. Damit lässt sich fast jede Wand oder Decke in eine Kinoleinwand verwandeln. Und wenn der Projektor nicht zum Film- und Serienschauen verwendet wird, sorgt er dank integrierter LED-Stimmungsbeleuchtung für eine gemütliche Atmosphäre im Raum. Über die mitgelieferte Magic-Remote-Fernbedienung wird die Stimmungsbeleuchtung ein- und ausgeschaltet, und der Nutzer kann zwischen sieben edlen Farben sowie einer Reihe an verschiedenen Beleuchtungsmustern wählen und wechseln.

„Der neue CineBeam-Projektor ist eine aufregende und elegante Ergänzung in der Kategorie tragbarer Projektoren und bietet eine außergewöhnliche 4K-Bildqualität“, so **Nils Becker-Birck**, Director IT Solutions. „Mit seinem einzigartigen Design liefert der PU700R unvergessliche visuelle Erlebnisse überall dort, wo es eine Wand oder eine Decke gibt, auf die projiziert werden kann. Der CineBeam ist ein Lifestyle-Produkt, das durch seine Portabilität und die 4K-Bildauflösung perfekt für alle Filmliebhaber ist, die viel unterwegs sind.“

Der für sein Design mit dem Red Dot Award ausgezeichnete LG CineBeam 4K UHD-Projektor bietet eine Spitzenhelligkeit von 1.000 ANSI-Lumen. Außerdem verfügt das Modell über Auto Screen Adjustment, eine Funktion, die die Bildeinstellungen über den Winkel und Abstand zwischen dem Projektor und der Projektionsfläche intelligent optimiert und die Größe des Bildes von 60 bis 120 Zoll flexibel anpasst. Darüber hinaus arbeitet der Projektor mit HDR Dynamic Tone Mapping, das den Helligkeitsbereich in Echtzeit automatisch anpasst, um die Details in jeder Szene hervorzuheben.

Dank der webOS 22 Smart Plattform von LG bietet das jüngste Mitglied der LG CineBeam-Familie eine intuitive Steuerung und einfachen Zugang zu Streaming-Diensten wie Disney+, Prime Video und YouTube. Benutzer können auch Inhalte von externen Geräten drahtlos auf den PU700R streamen, da der PU700R sowohl Screen Share als auch Apple AirPlay 2 unterstützt. Obwohl er über einen eingebauten 5-W-Lautsprecher verfügt, kann der LG CineBeam für einen volleren Sound und ein intensiveres Fernseherlebnis mit kompatiblen Bluetooth-Lautsprechern gekoppelt werden. Dank der Dual-Sound-Output-Funktion können auch zwei Personen die Audioinhalte über Bluetooth-Kopfhörer hören – in der jeweils bevorzugten Lautstärke und ohne die anderen im Raum zu stören.

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

FACHPRESSE BEURTEILT SAMSUNG FERNSEHER ÜBERRAGEND

Samsung Quantum Dot – ein Booster für die TV-Technologie

Manchmal sind es die kleinen Dinge, die Großes bewirken können – ein Paradebeispiel dafür sind Quantum Dots. Die Nano-Kristalle sind 10.000-mal schmaler als ein menschliches Haar. So winzig sie auch sind, der Beginn ihres Einsatzes in Samsung Smart TVs markiert einen großen Sprung im Home Entertainment bei Samsung. Denn dank des Quantum Dot-Effekts lassen sich Blau, Grün und Rot – die Grundlage aller weiteren Farben – klar abgegrenzt voneinander darstellen. Es kommt zu nahezu keiner Farbvermischung. Darüber hinaus sind die Partikel gut für kontrastreiche Darstellungen geeignet.

OLED dank Quantum Dot an der Spitze

Seit ihrer Einführung im Jahr 2015 hebt Samsung die Quantum Dot-Technologie immer wieder auf eine neue Stufe. Das gilt auch für das aktuelle 2023er TV-Line-up. Seit dem vergangenen Jahr ist der Quantum Dot-Effekt auch im Samsung OLED verfügbar. Der Clou: Jedes Pixel – insgesamt sind es bis zu 8,3 Millionen – kann einzeln angesteuert werden. So entsteht ein enorm farbtreues Bild – und bei Bildwiederholraten von 144 Hz bei 4K schlägt besonders Gamern das Herz hoch. Auch die Fachmedien sind von der beeindruckenden Bildqualität überzeugt. So belegt der Samsung OLED S95C gleich auf vier Bestenlisten den 1. Platz.

Mike Henkelmann: „Wir sind stolz auf die sehr guten Ergebnisse unserer Quantum Dot TVs in den Fachmedien".

Neo QLED mit Quantum Dot erhält ebenfalls Bestnoten

Bei den Neo QLED TVs kommen als Hintergrundbeleuchtung Quantum Mini LEDs zum Einsatz – für sauber gestaffelte HDR-Bilder nahezu ohne Überstrahlungseffekte und mit satten Schwarzwerten. Ein Grund, weshalb auch der Samsung Neo QLED QN900C die Fachmedien überzeugen konnte. Auch der Neural Quantum Prozessor ist ein weiterer Faktor. Bei den Samsung Spitzengeräten besteht dieser aus 64 neuronalen Netzwerken, sodass Filme auf bis zu 8K hochskaliert werden können – das führt zu scharfen Texturen, Detailreichtum, feineren Kanten und reduziertem Rauschen. Zudem können mittels der Deep Learning KI des Real Depth Enhancers Inhalte in einem 3D-Effekt erscheinen.

„Wir sind stolz auf die sehr guten Ergebnisse unserer Quantum Dot TVs in den Fachmedien. Zum einen bestätigen sie uns, ganz gleich ob bei unseren OLED oder QLED TVs, dass Quantum Dot nach wie vor ein Qualitätsbooster in Sachen Bildqualität ist. Zum anderen bieten sie Kunden eine wichtige Orientierungshilfe beim Kauf eines neuen TVs. Darüber hinaus ist ihre Bedeutung für die Beratung im Fachhandel nicht zu unterschätzen", sagt **Mike Henkelmann**, Director Marketing Consumer Electronics bei Samsung Electronics.

Bestenlisten: Stand 10.08.2023, zum GQ65S95C in Chip.de: https://www.chip.de/bestenlisten/Bestenliste-Fernseher--index/index/id/1113/
Bestenlisten: Stand 10.08.2023, zum GQ55S95C in Computerbild.de: https://www.computerbild.de/bestenlisten/OLED-TV-Test-17187005.html, Bestenlisten: Stand 10.08.2023, zum GQ65S99C in Connect.de: https://www.connect.de/bestenliste/fernseher, hifi.de, sehr gut (9,3), Ausgabe 04/2023, zum Samsung GQ-55S95C, Einzeltest.
QN900C: Satvision, sehr gut (93,6%), QN90C: ComputerBild, Testsieger (1,3), Hifi.de, sehr gut (9.2)

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

Neo QLED QN900C – Superauflösung 8K in den Formaten, 65, 75 und 85 Zoll. Satte und präzise Farben und extremer Kontrast, auch beim Upscalen von HD- und UHD-Inhalten.

OLED 4K S95C – Quantum Dot HDR OLED plus für hohe Helligkeit und starken Kontrast in den Größen 55, 65 und 77 Zoll. Samsung Smart Hub & Gaming Hub vereinen TV und Gaming.

Bestnoten für Samsung TVs

„Der Samsung S95C erfüllt die hohen Erwartungen auf ganzer Linie – und übertrifft sie sogar noch etwas. Der QD-OLED-Bildschirm fällt in der zweiten Generation nochmal brillanter aus, Kontrast und Farben sind phänomenal“, beschreibt es die ***Computer-Bild*** und führt den S95C an die Spitze der Bestenliste. Auf der Chip-Bestenliste steht der S95C mit der Bildschirmdiagonale von 65 Zoll ebenfalls auf Platz 1. Außerdem erhielt das Modell in 65 und 77 Zoll von der ***Connect*** gleich zwei Awards – der TV wurde als „Highlight“, „Referenz“ und als „Überragend“ ausgezeichnet.

Auch bei der ***Stiftung Warentest*** konnte sich der Samsung OLED S90C in 65 Zoll beim aktuellen Test in der Spitzengruppe der besten Fernseher mit der Bestnote 1,7 etablieren. Die 55-Zoll-Variante überzeugte auch die Tester der ***audiovision***. Sie schnitt nicht nur mit dem Testergebnis „sehr gut“ ab, sondern gilt in der 55-Zoll-Größe zusätzlich als „Referenz“.

Samsung Neo QLED konnte ebenfalls viele Fachmagazine und Tester überzeugen. Von der ***ComputerBild*** erhält der QN90C dafür die Bestnote „sehr gut“ sowie das Lob, dass die Farben des TVs „sehr gut und praktisch unabhängig vom Betrachtungswinkel“ seien. Die lebendigen Farben bieten dank 100 % Farbvolumen und hoher Helligkeit eine Bildqualität, die auch bei Tageslicht beeindruckt. Das sehen die Tester von ***hifi.de*** ebenso, die den Fernseher mit einer 9,0 und der Note „sehr gut“ ausgezeichnet haben. So loben sie: „Vor allem für HDR-Kinofilme zeigt er [der QN90C] mit seiner hohen Helligkeit und sauberen Farben eine tolle Leistung.“

Herr Henkelmann, ist die IFA noch wichtig für die Branche?

In den „IFA armen“ Jahren hat Samsung eine eigene Infrastruktur für die Kommunikation mit seinen Handelspartnern aufgebaut. Wie wichtig ist für Samsung die IFA?

Als eine der internationalen Leitmessen ist die IFA ein sehr wichtiger Treffpunkt für unsere Branche. Für uns bietet sich die Gelegenheit für einen intensiven und konstruktiven Austausch mit unseren Partnern vor Ort. Gleichermaßen können wir auf der IFA für unsere Partner und Kund*innen erlebbar machen, welche Vorteile und Erleichterungen unsere smarten Technologien für den Alltag mitbringen können.

Produktpräsentationen sind üblicherweise im Frühjahr. Was wird Samsung in Berlin Neues vorstellen?

Ein paar Neuigkeiten werden wir natürlich auf der IFA vorstellen. Auch ist die Messe für uns ein wichtiger Ort, um Schwerpunktthemen zu setzen und unsere Bandbreite an Technologien für unterschiedliche Lebensstile zu zeigen. Konsument*innen legen zunehmend Wert auf ein immersives TV-Erlebnis, unabhängig davon, ob es um Kinofilme, Sportereignisse oder Gaming geht. Das bedienen wir unter anderem durch unseren Einsatz von KI für die Optimierung des Bild- und Sounderlebnisses, beispielsweise durch AI Upscaling oder Object Tracking Sound. Unsere große Vielfalt an TV-Technologien zeigen wir mit unserer Meisterklasse der 8K Neo QLED Geräte bis hin zu unseren Quantum Dot OLED TVs, als auch unserem Lifestyle TV-Line-up. Zudem nimmt der TV eine immer wichtigere Rolle als Schaltzentrale im vernetzten Zuhause unserer Kund*innen ein. So lassen sich alle Samsung SmartThings-Anwendungen einfach und bequem vom Fernseher aus steuern und verwalten.

Die Umsatz- und Stückzahlen für TV sind seit 2022 deutlich gesunken. Haben wir eine Marktsättigung erreicht?

Die aktuellen gesellschaftlichen Unsicherheiten schlagen sich natürlich auch im Handel nieder. Wir beobachten, dass Käufer*innen zurückhaltender agieren. Dennoch nimmt der Bereich Home Entertainment weiterhin einen zentralen Stellenwert für unsere Nutzer*innen ein, weshalb wir optimistisch bleiben und von einer positiven Geschäftsentwicklung im vierten Quartal und darüber hinaus ausgehen.

In welchen Preisbereichen und bei welchen Bildschirmgrößen sehen Sie trotzdem in den kommenden Monaten Chancen für den Handel?

Wir sehen einen anhaltenden Trend zu großen Bildschirmdiagonalen sowie zu Premium-Bildqualität. In Sachen Bildqualität tragen wir dem durch die konsequente Verwendung der Quantum Dot-Technologie Rechnung. Diese Technologie, die sich als Booster für die Bildqualität in Samsung TVs etabliert hat, finden Kund*innen sowohl in unseren Premium OLED, unseren Meisterklasse Neo QLED als auch im gesamten Portfolio unserer Lifestyle TVs. Und was beeindruckende Bildschirmdiagonalen betrifft, haben wir vor kurzem unseren 4K QLED Q80C in 98 Zoll vorgestellt.

„Luxus geht immer“ behaupteten in den vergangenen Wochen mehrere Marktforschungsunternehmen. Trifft das auch auf die Premium TV-Geräte in den oberen Preisklassen zu?

Ich bin nicht sicher, ob diese Art von Luxus, die hier gemeint ist, im Zusammenhang mit unseren Premium TV-Geräten der passende Begriff ist. Wir beobachten einen deutlich wachsenden Qualitätsanspruch unserer Kund*innen und damit einhergehend eine bewusste Investitionsentscheidung, gerade bei unseren Premium TV-Geräten in den oberen Preisklassen. Es geht hier also nicht um Luxus, um des Luxus willen, sondern um Luxus, der einen persönlichen Mehrwert schafft, wenn man so will.

PANASONIC OLED MZW984 Serie, TVs für Video und Gaming

Die Panasonic MZW984-Serie gibt es in den Formaten 42, 48, 55 und 65 Zoll, und sie werden von Panasonic als die perfekten Fernseher für alle Filmliebhaber und Gamer bezeichnet. Sie sollen mit hervorragender Helligkeit, bestechendem Kontrast sowie makelloser Detailwiedergabe den Entertainment-Faktor für Film- und Gaming-Fans gleichermaßen auf die nächste Stufe heben.

Wenn es darum geht, das beste HDR-Bild zu liefern, stehen Spitzenwerte bei der Helligkeit und optimaler Kontrast an erster Stelle. Mit der MZW984-Serie werden diese Anforderungen dank herausragender Leistung der OLED-Panels der neuesten Generation garantiert erfüllt. Das in Japan entwickelte OLED-Panel-Modul von Panasonic bietet neben beeindruckenden Schwarztönen eine atemberaubende Helligkeit. Diese Eigenschaften ermöglichen es, HDR-Inhalte mit beeindruckender Detailschärfe und Intensität darzustellen.

Der HCX Pro AI-Prozessor analysiert das Bild in Echtzeit und verfeinert Farbgenauigkeit, Kontrast und Klarheit. Dadurch wird sichergestellt, dass selbst sich schnell bewegende Objekte und Actionszenen verzögerungsfrei und ohne Bildfehler wiedergegeben werden. Darüber hinaus analysiert die innovative Auto-KI-Funktion das eingehende Signal und passt die Bild- und Toneinstellungen sofort für die unterschiedlichen Genres wie Film, Sport, Live-Musik und weitere optimal an. Parallel identifiziert der Streaming 4K Remaster-Algorithmus die vorhandene Auflösung und analysiert Texturen in einzelnen Bildbereichen, um detailliertere, gestochen scharfe Bilder auch bei Streaming-Inhalten zu liefern. Wie bereits ihre Vorgängermodelle unterstützten die OLED-Fernseher der neuen MZ984-Serie eine Vielzahl von HDR-Formaten, darunter Dolby Vision IQ und HDR10+ Adaptive.

Perfekter Partner für Gamer

Dank des True Game Mode in den MZW984-Modellen können Gamer nun auch auf einem Fernseher die aktuellen Konsolen- und PC-Games in bester Performance erleben. Damit jedes Spiel in bestmöglicher Qualität dargestellt wird, bringt der neue True Game Mode alle für Filme verfügbaren Features für eine akkurate Farbwiedergabe nun auch in die Welt des Gaming, während das verbesserte HDR Tone Mapping eine originalgetreue Darstellung der von der Spielkonsole gelieferten HDR-Inhalte garantiert.

Wichtige Streaming-Dienste sind auf der Fernbedienung per Taste unmittelbar abrufbar.

Zusätzlich ist der True Gamer Mode kalibrierbar und bietet eine perfekte Anpassung mit der Calman Color-Kalibrierungssoftware von Portrait Displays – dem De-facto-Standard in der Welt der Filmemacher, Studios und TV-Hersteller. Das bedeutet, dass dank des True Game Mode Spiele exakt so reproduziert werden, wie von ihren Entwicklern beabsichtigt. Darüber hinaus ermöglicht Dolby Vision die Wiedergabe feinster Bilddetails und zeigt, was das Spiel visuell zu bieten hat.

Die Qualitäten des OLED-Panels stehen für maximalen Gaming-Spaß bereit und bieten alle Vorteile von HDMI 2.1, einschließlich voller 4K-Auflösung, einer Bildwiederholfrequenz von bis zu 120 Hz, niedriger Latenz und minimaler Eingangsverzögerung sowie VRR und AMD FreeSync Premium-Technologie.

Der MZW984 ist außerdem NVIDIA G-SYNC-kompatibel. Bei Anschluss an ein System mit einer NVIDIA RTX-Grafikkarte optimiert es automatisch die Einstellungen für Eingangsverzögerung und VRR für ruckelfreie Gaming-Sitzungen. Gamer können sich dank spezieller Sound-Modi für Video-Spiele regelrecht in den Klang-Welten der Video-Games verlieren. Der RPG-Soundmodus (Rollenspiel) lässt sich im neuen „Game Control Menü“ einrichten und kann den Playern das Gefühl geben, in die virtuelle Welt des Spiels einzutauchen. Darüber hinaus hilft der FPS-Modus (Ego-Shooter) den Gamern, durch Surround-Sound zu erkennen, wo sich andere Spieler befinden. So können Gamer subtile Geräusche wie Schritte des Gegners deutlich wahrnehmen, was ihnen einen taktischen Vorteil verschafft.

Smarte Features

Die MZW984-Serie verfügt mit „My Home Screen 8.0“ über die neueste Version des mehrfach hoch gelobten Panasonic Smart-TV-Betriebssystems, welches alle wichtigen Video-Streaming-Dienste unterstützt und einige Neuerungen bei der Bass Booster Funktion, der Barrierefreiheit und der „myScenery“-Funktion mitbringt. Panasonic hat mit dem Deutschen Blinden- und Sehbehindertenbund zusammengearbeitet, um die Barrierefreiheit für sehbehinderte Menschen zu verbessern.

Panasonic macht den Fernsehempfang beim MZW984 besonders flexibel und setzt den komfortablen Penta-Tuner mit Twin-Funktion ein, den es so nur bei Panasonic gibt. Er ist für alle heute denkbaren TV-Empfangswege perfekt gerüstet. Die „myScenery“-Funktion, mit der eine Auswahl an erholsamen Bildern und Videos ausgewählt werden kann, bietet eine Vielzahl neuer Naturgeräusche der Joy Foundation, Inc.6 nun auch im Dolby Atmos Format. Darüber hinaus lässt sich der MZW984 per Sprache über Geräte mit integrierter Alexa-Funktion oder Google Assistant8-fähigen Geräten steuern.

UVPs: TX-42MZW984 1.899 Euro, TX-48MZW984 1.999 Euro, TX-55MZW984 2.499 Euro, TX-65MZW984 3.199 Euro.

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

VIEWSONIC-WETTBEWERB „Momente der Transformation“

ViewSonic, einer der wesentlichen Anbieter von visuellen Lösungen, schreibt den ColorPro Awards aus. Der global ausgerichtete Wettbewerb für „Visual Arts“ steht unter dem Motto „RISE“ und lädt die Teilnehmer dazu ein, die Resultate ihres künstlerischen Schaffens unter dem Motto „Momente der Transformation“ zu präsentieren.

Nur noch bis 23. September

Die neue Ausgabe des Wettbewerbs erweitert den kreativen Rahmen über Fotografien hinaus auf Videografie und bietet so neue Möglichkeiten für Künstler, ihre eigenen Visionen auszudrücken. Vom 15. August bis zum 24. September 2023 können die Teilnehmer ihre Beiträge einreichen und in den Wettbewerb um Preise im Wert von über 20.000 US-Dollar einsteigen. Zusätzlich können alle am Social Media-Gewinnspiel teilnehmen und sich so die Möglichkeit verschaffen, den ColorPro-Monitor VP2756-2K zu gewinnen.

Das Thema „RISE“ symbolisiert die Kraft der Veränderung und lädt die Teilnehmer dazu ein, Geschichten von Wachstum, Erfolg, Empowerment und Stärke zu entdecken. Dies kann durch eindrucksvolle Fotos oder fesselnde Videos ausgedrückt werden, wobei das Thema den Künstlern eine Plattform gibt, um ihr Publikum mit ihren visuellen Erzählungen zu beeindrucken und zu inspirieren. Die branchenführenden Unternehmen Shooters, Pantone, Capture One, Calibrite und Shoot The Frame werden nicht nur Workshops und Promotionen während der Preisverleihung veranstalten, sondern auch als bewährte Mitglieder der Jury an der Veranstaltung mitwirken.

Oscar Lin, General Manager der Monitor Business Unit bei ViewSonic, kommentiert den Fortschritt der ColorPro Awards: „Vergangenes Jahr haben wir einen bemerkenswerten Durchbruch erzielt, indem wir die ColorPro Awards in einen globalen Wettbewerb für Visual Arts umgewandelt und mehr Partner und Künstler in unsere dynamische globale Gemeinschaft aufgenommen haben. Mit den ColorPro Awards unter dem neuen Thema ‚RISE‘ und mit der Einführung der Videografie-Sparte wollen wir Künstler auf der ganzen Welt inspirieren. Wir wollen sie in die Lage versetzen, ihre weitere Entwicklung fortzusetzen, und wir wollen sie dazu ermutigen, unerforschte Gebiete zu erkunden und ihre künstlerischen Höhepunkte im Sinne eines ‚Aufstiegs‘ zu erreichen.“

Wertvolle Preise zu gewinnen

Neben dem Geldpreis erhalten die Gewinner hochwertige Monitore der ColorPro-Serie, die speziell für kreative Profis entwickelt wurden und durch hohe Farbgenauigkeit und außerordentliche Leistung herausragen. Die Gewinner erhalten außerdem eine Reihe von Produkten und Mitgliedschaften zur Optimierung ihrer kreativen Arbeitsabläufe. Dazu gehören unbefristete Lizenzen für Capture One, Produkte von Pantone und Calibrite für das Farbmanagement sowie exklusive Mitgliedschaften für das Programm „Shoot The Frame“.

Eine hochkarätige Jury aus international anerkannten Foto- und Videografen wird die eingereichten Arbeiten sorgfältig prüfen, um Unparteilichkeit zu gewährleisten und herausragende künstlerische Leistungen entsprechend zu würdigen. Die eingereichten Arbeiten werden von der Jury nach den Kriterien des Story Tellings, der Ästhetik, Kreativität, Relevanz für das Preisthema und technische Ausführung bewertet.

Unter den Jury-Mitgliedern befinden sich vier Vertreter und Künstler von ColorPro, die eingeladen wurden, um ihre Berichte über „RISE“ einem größeren Publikum mitzuteilen. **Luke Stackpoole** zum Beispiel fängt das Thema durch beeindruckende Aufnahmen von Naturwundern ein, die er mit seiner Drohne während seiner weltweiten Reisen gemacht hat.

Der Fotograf **Jack Harding** verbindet das Konzept von „RISE“ mit einem Foto-Shooting auf Madeira. Nachdem er vier Tage lang auf klares Wetter gewartet hatte, riss die Sonne plötzlich die Wolken auf, zeichnete den Himmel mit atemberaubenden Farben und warf ein ganz besonderes Licht auf die Landschaft. Dieser Moment, dessen Realisierung viel Geduld erfordert hatte, markierte den Höhepunkt der Arbeiten zu diesen Aufnahmen.

Der Videograf **JustKay** präsentiert seine einzigartige Sichtweise, sich gegen alle Widrigkeiten bei Aufnahmen zu behaupten und sich so dem Unbekannten zu stellen. Sein fesselnder Kurzfilm „Take a Leap of Faith“ zeigt anschaulich den Wendepunkt in seinem Leben, als er sich entschied, nicht aufs College zu gehen und mutig den konventionellen Weg verließ, um seinen Traum vom Leben als Künstler mit ganzem Herzen zu verfolgen.

In Anlehnung an das Thema von „RISE“ verknüpft die Filmemacherin **Alice Greenfield** ihre Vorliebe für das Schwimmen auf besondere Weise mit ihrer Erzählung. Sie vermittelt dem Betrachter die Empfindungen, die sie selbst im Meer erlebt: Es ist für sie ein verjüngender Ort, der ihren Geist beflügelt und sie dazu befähigt, jeden Tag aufzustehen und ihn mit neuem Elan anzugehen.

Das Ziel von ViewSonic ColorPro ist es, die Entwicklung von Künstlern auf der ganzen Welt zu unterstützen und ihre Initiativen aufzunehmen und zu fördern. Durch die Bereitstellung einer Plattform für Künstler, die ihre besonderen Erfahrungen und Ansichten mit anderen Personen teilen möchten, bietet ColorPro einen experimentellen Raum, in dem sich die Ansichten von diesen Künstlern entfalten können. Die ColorPro Awards sind ein praktischer Beweis für das Engagement von ViewSonic, Künstler zu unterstützen und neue Talente in der Foto- und Videografie tatkräftig zu fördern.

www.viewsonic.com

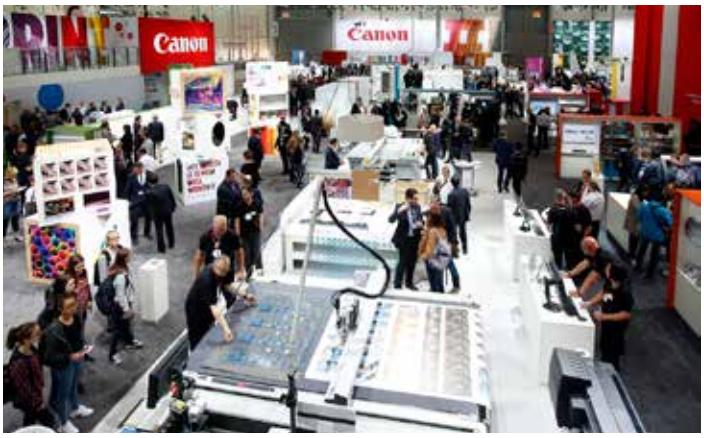
CEplus-Infos im interaktiven CE-ePaper auf www.ce-trade.de

DRUPA 2024 Viele Technologieführer sind in Düsseldorf dabei

Wer sich dem weltweiten Print- & Packaging-Universum zeigen will, kommt mit ziemlicher Sicherheit vom 28. Mai bis 7. Juni in 2024 nach Düsseldorf. Die wichtigste Messe für Drucktechnologien findet nach acht Jahren pandemiebedingter Pause endlich wieder statt. Schon jetzt ist klar: Die Aussteller bieten innovative Produktpräsentationen und mitreißende Live-Demonstrationen.

„Die drupa 2024 ist ein wichtiger Meilenstein für Canon“,

sagt **Marc Bory**, European Vice President, Digital Printing & Solutions Marketing & Innovation bei Canon Europe, zum bevorstehenden Messeauftritt. Damit ist ein weiterer Key-Player der Branche bestätigt, wenn sich die globale Print- & Packaging-Industrie endlich wieder auf der drupa trifft. „Hier vertiefen wir unsere Branchenbeziehungen und stellen gleichzeitig unsere Innovationskraft, Technologieführerschaft und Engagement für ein beschleunigtes Wachstum im kommerziellen und industriellen Druck unter Beweis. Wir freuen uns auf das persönliche Wiedersehen mit der globalen Print-Community und den intensiven Austausch darüber, wie unsere Kundinnen und Kunden dank unserer technologischen und geschäftlichen Innovationen nachhaltig wachsen und erfolgreich sein können“, betont Bory.



Die Herausforderungen, aber auch Chancen in der Druckindustrie sind allgegenwärtig, auch deshalb sind die Impulse, die von der drupa ausgehen, wertvoller denn je. Denn nur wer sich über Technologie-Trends und Marktveränderungen auf dem Laufenden hält, wird neue Potenziale für sich erschließen und umsetzen. Beispiele dafür zeigen Branchengrößen wie Bobst, Canon, die Durst Group, EFI, Epson, Fujifilm, Heidelberg, Koenig & Bauer, Konica Minolta, die Leonhard Kurz Stiftung, Ricoh Europe PLC und Windmöller & Hölscher. „Wir freuen uns sehr, wieder an der drupa teilzunehmen“, unterstreicht **Erwin Busselot**, Business Innovations & Solutions Director bei Ricoh Europe. „Wir sind schon sehr auf die Präsentation unserer Neuheiten gespannt und sind uns sicher, dass der Besuch auf dem Ricoh-Stand ein einzigartiges Erlebnis sein wird.“ Auch namhafte Mittelständler und Start-ups präsentieren ihre innovativen Lösungen und schaffen so ein inspirierendes Umfeld für Unternehmen, die mit ihren Kompetenzen den Markt vorantreiben.

Digitalisierung als Schlüssel

Neue Technologien und Anwendungsbereiche bieten vielfältige Chancen. „Der Digitaldruck ist nach wie vor eine treibende Kraft im Bereich kommerzieller und industrieller Anwendungen, da die Auflagenhöhen weiter sinken und die Anforderungen an eine nachhaltige Produktion steigen“, betont **Olaf Lorenz**, General Manager International Marketing Division, Konica Minolta Business Solutions Europe, im Vorfeld der Messe. Ein Schwerpunkt für die Optimierung des Erfolgs ist dabei unbestritten die Digitalisierung – eines der Leitthemen der drupa 2024. „Die Besucherinnen und Besucher unseres Standes werden in eine spannende Industrie-5.0-Story eintauchen, in der

Skalierbarkeit, die Zuverlässigkeit der Kapazitäten, Nachhaltigkeit und intelligente Fabrikautomatisierung zusammenkommen und der Mensch im Mittelpunkt steht. Als globaler Technologieführer ist es unsere Aufgabe, dabei zu helfen, das Potenzial der Digitalisierung zu erkennen und zu erschließen. Wir laden die Besucherinnen und Besucher ein, unsere strategischen Partnerschaften zu erkunden, die End-to-End-Ökosysteme in verschiedenen Segmenten ermöglichen – von Etiketten bis zum Großformat“, so Lorenz weiter.

Die Fokusthemen 2024

Die Digitalisierung ist Enabler für Prozesse und Anwendungen in der Druck- und Verpackungsindustrie. KI, Plattformökonomie und die Offenheit für neue Produktlösungen im Bereich industrieller Anwendungen spielen eine Schlüsselrolle. Zudem prägt die Nachhaltigkeit die Agenda der drupa im kommenden Jahr. Mit Themen wie Kreislaufwirtschaft, Energieeffizienz und Ressourcenschonung ist sie für die gesamte Branche zu einem zentralen Faktor geworden.

In diesem dynamischen Kontext positionieren die Aussteller ihre essenziellen Handlungsfelder vor einem internationalen Publikum aus Druck- und Verpackungsindustrie, Agenturen, Handel, Medien und Forschung. „Als Aussteller setzen wir alles daran, die Leitthemen Digitalisierung und Nachhaltigkeit greifbar zu machen. Digitale Lösungen sind der Enabler für nachhaltige Produkte, Services und Prozesse. Mit unserer Strategie ‚Exceeding Print‘ richten wir den Scheinwerfer auf die Themen, die die Druckbranche und die Gesellschaft bewegen“, so **Dr. Andreas Pleßke**, Vorstandssprecher Koenig & Bauer.

Vielfältige Teilnahmemöglichkeiten

Die drupa ist nicht nur als unverzichtbare, globale Branchenplattform gefragt, sondern stellt in ihren Sonderforen relevante und visionäre Themen und Best Practices in den Mittelpunkt. Hier generieren Aussteller mit ihren Innovationen, Ideen und Konzepten neue Geschäftschancen.

Im drupa cube und an verschiedenen Touchpoints zu den Themen Packaging, Textile und Sustainability erhalten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer detaillierte Einblicke in relevante Themenfelder und Impulse für Wachstumspotenziale. Start–ups finden bei „dna – drupa next age“ ihre Plattform und können sich einem internationalen Fachpublikum präsentieren.

Mit der Zulassung im September erfolgt auch der Live-Gang der Ausstellerdatenbank und des interaktiven Hallenplans unter www.drupa.de. Interessierte Unternehmen, die noch ausstellen möchten, können hier weitere Informationen erhalten.

www.drupa.de/de/Ausstellen/Aussteller_werden

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

E-PASSFOTO Viele Fotohändler sind schon dabei

Es ändert sich alles und doch nichts: Spätestens ab Mai 2025 sind nur noch digitale Passbilder bei der Beantragung von Personalausweisen und Reisepässen zugelassen. Dennoch bleiben Fotohandel und Fotostudios vor Ort weiterhin erster Ansprechpartner für die Erstellung von Passbildern.

„Du kommst zum Amt, Dein Passbild ist schon da!"

Zum 01.05.2025 tritt das Gesetz zur „Stärkung der Sicherheit im Pass-, Ausweis- und ausländerrechtlichen Dokumentenwesen" in Kraft. Ab diesem Zeitpunkt dürfen bei den Behörden und Ämtern nur noch digitale Passbilder im Rahmen der Erstellung eines Ausweisdokuments vorgelegt werden.

Hierfür haben Fotohandel, Fotostudios sowie Fotografen bereits eine funktionierende und gesetzeskonforme Lösung entwickelt. Diese erlaubt es auch in Zukunft, optisch ansprechende und perfekt biometrische Passbilder vorab beim Fotografen um die Ecke anfertigen zu lassen. Die Erstellung des Passbilds und der Besuch im Amt können hierdurch entkoppelt und zeitlich unabhängig voneinander wahrgenommen werden. Lange Wartezeiten vor den Passbildautomaten im Amt entfallen, und der Behördenbesuch kann auf ein zeitliches Minimum reduziert werden. Sowohl bei Bürgern, die auf ein qualitativ hochwertiges, professionell aufgenommenes Bild Wert legen, als auch bei kleinen Kindern, älteren Mitbürgern, Brillenträgern oder Menschen mit Behinderung ist der Profi-Fotograf mit jahrelanger Erfahrung und Expertise sowie dem perfekt aufeinander abgestimmten Equipment die erste Wahl.

Die Passbildlösung des Fotohandels und Fotografen bietet jede Menge Vorteile

Neben höchsten Sicherheitsstandards bei der Aufnahme und Übertragung des digitalen Passbilds, stellen über 6.000 Fotografinnen und Fotografen ein flächendeckendes Angebot dar. Vor Ort im Fotostudio erhalten die Bürger einen QR-Code, mit dem der Behördenmitarbeiter das biometrische Passbild einfach, schnell und sicher aus der autorisierten Sicherheitscloud herunterladen und sofort für die Erstellung des Personalausweises oder Reisepasses nutzen kann. Darüber hinaus kann das digital gespeicherte Passbild auch für viele andere Dokumente wie etwa Schüler-, Studenten- und Mitarbeiterausweise oder Gesundheitskarten genutzt werden. Die Fotobranche unterstützt die Digitalisierung staatlicher Leistungen und hilft dabei, die Effizienz bei der Passbeantragung unter Einhaltung höchster Qualitätsanforderungen weiter zu steigern.

Martin Kröger, Inhaber von Fotogen in Einbeck, berichtet aus eigener Erfahrung: „Sowohl meine Ansprechpartner beim Bürgeramt in Einbeck als auch meine Kunden sind froh darüber, dass auch weiterhin die Zusammenarbeit zwischen uns als Fotograf/Fotohändler und dem Amt bestehen bleibt. Somit sind die Kompetenzen bestens verteilt, und der Kunde erhält weiterhin das optimale Ergebnis."

Die Arbeitsgemeinschaft E-Passfoto ist bereit für die Zukunft

Als führender Anbieter in Deutschland will die Arbeitsgemeinschaft E-Passfoto innovative und hochsichere digitale Passbilddienstleistungen bereit stellen. Mit einem engagierten Team von Fachleuten strebt die Arbeitsgemeinschaft danach, den Prozess der Passbilderstellung bei höchster Sicherheit vollständig zu digitalisieren und die Effizienz staatlicher Dienstleistungen zu verbessern.

www.e-passfoto.de.

REVOLT Aufladen mit Kurbel

Autarke Stromerzeugung per Hand: Geht die Energie zur Neige und weit und breit ist keine Steckdose in Sicht, lädt man die Powerbank im Notfall einfach manuell auf – per Handkurbel. So lassen sich das Smartphone, Navi & Co. jederzeit mit Strom versorgen. Scheint die

Sonne, dann kann der Akku der Powerbank einfach über das integrierte Solarpanel aufladen werden. Ganze 10.000 mAh verlängern die Laufzeit des Smartphones um bis zu 50 Stunden – sinnvoll beim Camping, Wandern oder Tagesausflug im Urlaub. Die integrierte LED-Taschenlampe mit SOS-Funktion sorgt dabei in jeder Situation für das richtige Licht. Vier Mobilgeräte können gleichzeitig aufgeladen werden: Mit bis zu 15 Watt Gesamtleistung hat man mit der Kurbel-Dynamo-Powerbank eine starke Stromquelle. So lässt sich der Tablet-PC und gleichzeitig ein USB-Ventilator mit Strom versor-

gen, das Ladekabel ist mit an Bord. UVP 30 Euro.

www.pearl.de

B.I.G. Ein Super-Weitwinkel

Das Weitwinkelobjektiv 7Artisans 15 mm f/4 mit 114 Grad Bildwinkel – neu im B.I.G.-Portfolio – wurde speziell für spiegellose Kameras mit Vollformatsensor entwickelt. Im soliden Metallgehäuse sollen 13 Elemente (davon zwei asphärische Linsen) in neun Gruppen

für höchste Schärfe und geringste chromatische Aberration sorgen. Oft taucht bei Weitwinkelobjektiven durch eine stark gewölbte Frontlinse oder eine fest verbaute Sonnenblende das Problem einer eingeschränkten Nutzung von Filtern auf. Das ist gerade in der Landschaftsfotografie ein großer Nachteil, da hier besonders oft ND-Filter, Grauverlaufsfilter oder Polfilter genutzt werden. Dagegen verfügt das 7Artisans 15 mm f/4 neben einer nur kleinen Frontlinse über eine abnehmbare Sonnenblende und ein 77 mm Filtergewinde. So können 77 mm Schraubfilter und 100 mm Filterhaltersysteme verwendet werden. Die Scharfeinstellung sowie die Blendeneinstellung erfolgen manuell.

Das 7Artisans 15 mm f/4 ist für 400 Euro UVP mit den Anschlüssen für Nikon Z, Sony E, Canon RF und L-Mount lieferbar.

www.big-foto.de