

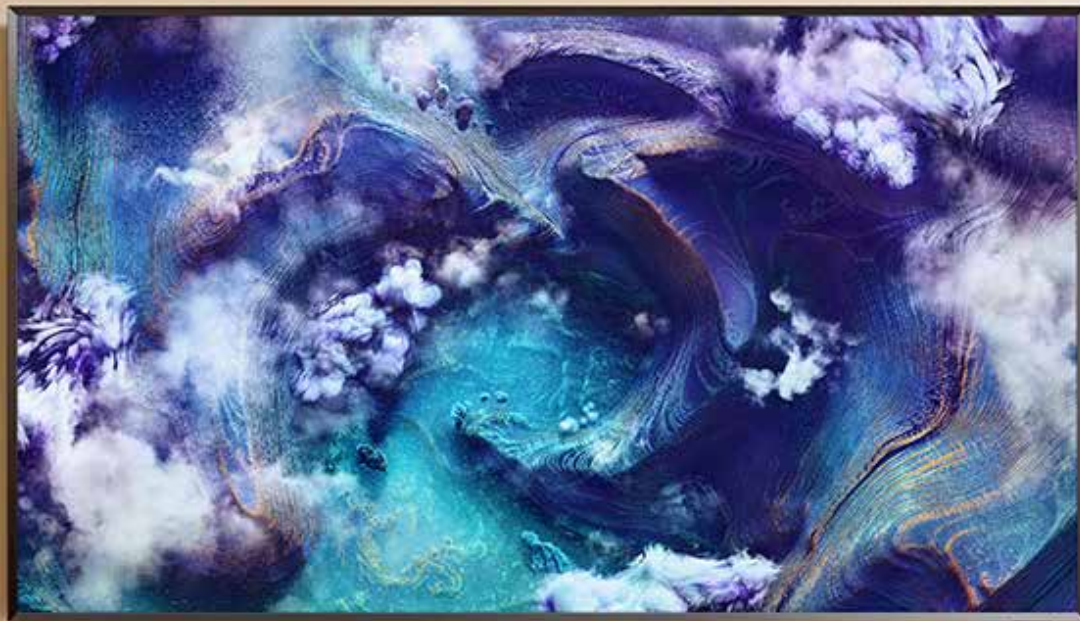
CE&TRADE

Oktober 2025

digitalMarkt



www.ce-trade.de



Samsung verspricht ein sicheres Smart Home- und TV-Erlebnis SMARTE SICHERHEIT FÜR FERNSEHGERÄTE

Fernsehgeräte werden immer smarter, doch werden sie damit für den Nutzer nicht auch zum Sicherheitsrisiko? Jeder Schritt ins Internet kann eine Bedrohung nach sich ziehen. Unerwünschte Werbung oder sogar Schadsoftware können auf dem Gerät oder sogar im Heimnetzwerk landen und weitere Schäden verursachen. Hinzu kommen neue Entwicklungen wie beispielsweise Adressable TV. Anhand dem Sehverhalten einer Familie sollen Content-Anbieter und Wer-

bungtreibende schon in naher Zukunft die Möglichkeit bekommen, individuelle Kaufangebote auf dem Bildschirm einzublenden. Die aber will sicher nicht jeder haben, aber wie kann er sich gegen das unerwünschte Eindringen in seine Privatsphäre schützen?

Für viele PC-, Notebook-, Smartphone- und Tablet-Nutzer ist ein guter Viren- und Privatsphäre-Schutz selbstverständlich. Aber wie sieht es mit anderen vernetzten Geräten aus? Gerade im Smart Home – und

besonders bei Smart TVs – spielt Datensicherheit eine immer größere Rolle.

Deshalb zählt beim Kauf eines neuen Smart TVs nicht nur beeindruckende Bild- und Soundqualität für ein immersives Erlebnis – auch die Sicherheitsfunktionen des Herstellers sollten bei der Auswahl eine Rolle spielen.

Mehr zu Samsung-Datensicherheit ab Seite 19

SAMSUNG

Speicher-Power für kreative Köpfe



Egal ob Foto, Video oder Design – Die Speicherlösungen von Samsung bringen deine Kreativität auf Touren und sind ideal für kleine oder große Content-Ideen. Schnell, kompakt und mit einer Vielzahl an Geräten und unterschiedlichen Betriebssystemen kompatibel. Deine Projekte. Deine Regeln.

Unternehmen	Fabienne Caron	4
Consumer Electronics	Timm Deutschmann	4
AOC/MMD	4 Catherine Fang	13
BenQ	8 Christoph Frey	9
BVT	4 Romy Gai	13
Ceconomy	4 Ansgar Hinz	11
Denon	9 Betty Kieß	4
Catherine Fang	13 Man-Young Kim	11
Fiio	13 Benedict Kober	6
IFA 2025	6 Leif Lindner	6
Hisense	8, 13 Alexander Maler	4
Ingram Micro	4 Philipp Maurer	14
Lenco	9 Wolfgang Metze	4
LG	12 Dr. Stefan Müller	6
Metz	8 Steffen Nagel	6
Revox	9 Axel Orbach	4
Samsung	1, 9, 10 Claudia Plattner	11
Technics	13, 14 Frank Schipper	4
Telekom	4 Hoon Seol	11
	Steven Shin	6
Foto/Digital Imaging	Ante Skeva	4
Anton Kunze	15 Friedrich Sobol	7
Easypix	15 Dr. Sara Warneke	6
Hasselblad	17 Mario Winter	6
Nikon	15 Fisher Yu	13
Ricoh	16	
	Foto/Digital Imaging	
Personen	Martin Andree	4
Consumer Electronics	Stefan Genth	4
Matthias Assmann	6 Ralf Wintergerst	4
Frank Balzweit	14	



LG OLED evo M5 – ausgezeichnet mit „Perfect Black“ und „Perfect Color“, liefert der evo M5 100 Prozent Farbtreue und Farbvolumen. Lieferbar in den Größen 97, 83, 77 und 65 Zoll. Der 97-Zöller ist schon sofort verfügbar.

Seite 12

Viele treue Fans – die immer schon kompakten Kameras der Ricoh GR-Modellreihe bekommen einen gründlich überarbeiteten Portfoliozuwachs – Vorhang auf für die GR IV. Mehr Auflösung, strickt überarbeitetes Bedienkonzept, und erstmals ein Blitzgerät zum direkten Anschließen.



Seite 16



Resümee IFA 2025 – die IFA-Macher Leif Lindner und Dr. Sara Warneke sind zufrieden mit dem Erfolg der IFA-Tage in Berlin. 1.900 Aussteller und 220.000 Besucher. Auch Industrie und die Kooperationen waren zufrieden und hoben die Bedeutung der persönlichen Kommunikation hervor.

Seite 8



Vinyl hat Hochsaison – Plattenspieler sind nicht nur bei HiFi-Freaks wieder voll im Trend. Stückzahlen und Umsätze steigen stetig. In der preislichen Mittelklasse der Technics SL-40CBT.

Seite 14

Consumer Electronics	
Hisense: RGB-Mini-LED	8
Metz: AURUS silverline	8
BenQ: Mini-Projektor FAZ-Testsieger	8
Samsung: Copilot in 25er-TV integriert	9
Denon: 4/8-K-Verstärker	9
Revox: Audiokassette zurück?	9
Lenco: Direktantrieb Plattenspieler	9
Samsung: Datenschutz beim Heim-Netzwerk	10
Samsung: Jetzt mit IT-Sicherheitskennzeichen	11
Samsung: OLED-Display mit „Real Black“	11
LG: evo M5 jetzt lieferbar	12
LG: M2 Mobil-TV	12
Hisense: FiFa World Cup 2026	13
Technics: True Wireless Earbuds	13
Fiio: Neuer Top-Kopfhörer	13
Technics: Boom bei Plattenspielern	14

Foto / Digital Imaging	
anTON: Schicke Kamera im Retrodesign	15
Nikon: Auf den Spuren der Nikon F	15
GoXtreme: Wasserfest bis 30 Meter	15
Ricoh: Klein und leicht, nicht billig – die neue GR IV	16
Hasselblad: 100 Megapixel und neues Zoom	17

Wirtschaft	
Personen	4
Zielscheibe: Wie war das mit der IFA?	5
IFA 2025: Erfolgs-Bilanz	6
IFA 2025: Stimmen aus Industrie und Handel	6
ElectronicPartner: Zufrieden mit der IFA	7
Euronics: Halbjahresbilanz	7
Ganz kurz	7



Hisense – der Vertrag für das Hisense Sponsorship der Fußball Weltmeisterschaft 2026 ist unterschrieben. Damit setzt Hisense seine erfolgreichen Sponsor-Aktionen fort.

Seite 13

Zipper

Muss die Handynutzung an Schulen generell verboten werden? Wie sollen Schüler dann noch ihr Pensum in den sozialen Medien bewältigen? Ist die Herstellung und der ordnungsgemäße Versand von kompromittierenden Videos in den Pausen zu schaffen? Das sind Fragen, die geklärt werden müssen, bevor man zu dem scharfen Schwert des Handyverbots greift. Aus Schulen, die bereits Erfahrungen mit strikteren Smartphone-Regelungen gemacht haben, hört man, dass es in den Klassenräumen ruhiger geworden ist und die Schüler konzentrierter dem Unterricht folgen können. Das bedeutet aber auch, dass sich viele Lehrer jetzt wieder auf ihre Stunden vorbereiten müssen, weil zu befürchten ist, dass man ihnen aufmerksam zuhört. Ohne digitale Unterstützung sind die Schüler gezwungen, sich neue Techniken des Mobbing ausdenken oder sich an den analogen Ausgrenzungsritualen aus dem vergangenen Jahrhundert zu versuchen. Schwierig wird es auch für Eltern, die ihre Kinder nicht mehr im Klassenraum orton oder während des Unterrichts per WhatsApp die Bestellung für das Mittagessen entgegennehmen können.

Zitiert



„Wir haben beim Datenschutz eine viel zu hohe Komplexität geschaffen, mit einer Vielzahl von Aufsichts-

behörden und unterschiedlichen Auslegungen“, sagt Bitkom-Präsident **Dr. Ralf Wintergerst**. „Wir müssen die Dokumentations- und Berichtspflichten deutlich reduzieren und die technologischen Entwicklungen, etwa bei Künstlicher Intelligenz, beim Datenschutz stärker berücksichtigen.“



Ladendiebstahl hat im Jahr 2024 im Einzelhandel in Deutschland einen Schaden in neuer Rekordhöhe verursacht.

Wie die aktuelle Studie des Handelsforschungsinstitutes EHI deutlich macht, gingen im vergangenen Jahr Waren im Wert von fast drei Milliarden Euro durch Ladendiebstahl an den Kassen vorbei. „Viele Händler sind frustriert, weil Anzeigen selten zu einer Verurteilung und Sanktionierung der Täter führen und ersparen sich daher den mit der Strafanzeige verbundenen bürokratischen Aufwand“, so der Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Deutschland (HDE), **Stefan Genth**.



„Faktisch regulieren die Tech-Plattformen uns, statt umgekehrt. Wir haben ihnen so

viele Privilegien eingeräumt, wie wir das bei anderen Wirtschaftsakteuren nie machen würden.“ Medienwissenschaftler **Martin Andree** thematisiert in seinem neuen Buch „Krieg der Medien“, wie Dark Tech und Populisten die Macht übernehmen. Im „Meedia“-Interview sagt er, sogar seriöse Medien tendierten „zur Überzeichnung wegen des Drucks, den das System Plattformökonomie entfaltet“.

CANON



Markus Naegeli wurde von Canon Deutschland zum neuen Geschäftsführer ernannt. Er übernimmt diese Rolle mit sofortiger Wirkung zusätzlich zu seiner Funktion als CEO von Canon Schweiz. Naegeli berichtet direkt an **Shinichi Yoshida**, Präsident und CEO von Canon Europa, Naher Osten und Afrika. Naegeli folgt auf **Rainer Führer**, der nach über 26 Jahren in leitenden Positionen das Unternehmen verlässt.

INGRAM MICRO



Tim Deutschmann hat die Leitung des Bereichs Sales bei Ingram Micro in Deutschland übernommen. Als Executive Director Sales wird er Mitglied der Geschäftsleitung und berichtet an **Alexander Maier**, Senior Vice President und Chief Country Executive Ingram Micro Deutschland und Österreich. Als Executive Director Sales verantwortet Deutschmann die Sales-Aktivitäten von Ingram Micro in Deutschland.

CECONOMY



Fabienne Caron übernahm die Leitung der Abteilung Corporate Communications & Public Policy bei Mediamarkt Saturn und Ceconomy. In ihrer neuen Funktion verantwortet sie weiterhin den Bereich Investor Relations sowie auch die internationale Unternehmenskommunikation nach innen und außen und das Feld Public Policy. Sie folgt auf **Betty Kieß**, die ins Bundesministerium für Digitalisierung gewechselt ist.

TELEKOM



Axel Orbach, aktuell Chef für die Marke congstar, übernimmt ab Oktober die Aufgaben von **Wolfgang Metzke**, der das Unternehmen Ende September verlassen wird. Unter seiner Leitung konnte die Telekom die Marktführerschaft in Deutschland ausbauen. So hat das Unternehmen zur Euro 2024 eine umfangreiche Berichterstattung bei MagentaTV und Aktionen wie unlimitiertes Datenvolumen realisiert.

AOC/MMD



Ante Skeva ist jetzt als Key Account Manager bei AOC und MMD an Bord, er übernimmt die Vertriebsregion Bayern und Österreich. In den zurückliegenden sechs Jahren war Skeva im Specialized Sales beim Broadline-Distributor TD Synnex tätig, wo er sich insbesondere im Display-Segment viel Know-how aneignen konnte. Zuvor arbeitete er 19 Jahre bei MediaMarkt in München in unterschiedlichen Leitungsfunktionen.

RECHT AUF REPARATUR

Eine neue 360°-Untersuchung des IFH KÖLN befragt Verbraucher, Fachhändler und Hersteller sowie die Ersatzteilwirtschaft zu der EU-Richtlinie „Recht auf Reparatur“. Fachhändler und Hersteller sehen Chancen, aber auch große Herausforderungen sowie Preissteigerungen bei Reparaturen. Verbraucher vertrauen Herstellern und dem Fachhandel bei Reparaturen am meisten. Bis spätestens 31. Juli 2026 muss die Europäische Richtlinie zum Recht auf Reparatur in deutsches Recht umgesetzt werden. In Deutschland wird etwas weniger als die Hälfte der defekten Elektrogeräte der in der EU-Richtlinie erwähnten Produktgruppen (49 %) nicht repariert. Im Auftrag des Handelsverband Technik (BVT) und des Spezialversicherers und Fachhandelspartners Wertgarantie hat das IFH KÖLN die EU-Richtlinie aus Sicht von Verbraucher, Herstellern, Fachhandel und Ersatzteilwirtschaft in Deutschland erstmalig 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 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“, zeigt sich **Frank Schipper**, Vorsitzender Handelsverband Technik (BVT), überzeugt.

Consumer Electronics weltweit: das 844.820.000.000 Euro Geschäft

Eine gigantische Zahl, die angesichts des stockenden Umsatzes in Deutschland einfach nur märchenhaft erscheint. Doch sie hat einen durchaus realen Hintergrund und wird von mehreren Marktforschungsunternehmen bestätigt. Laut einer Statista Marktprognose aus dem letzten Jahr sollte die Unterhaltungselektronikbranche im Jahr 2025 einen Wert von 977,5 Milliarden US-Dollar erreichen und damit im Vergleich zum Vorjahr um 2,9 % wachsen.

In einer aktuell überarbeiteten Statista-Prognose wird der Markt schon in diesem Jahr die Billionen-Marke (in US \$) erreichen und damit rund 30 Milliarden US-Dollar mehr als bisher geschätzt. Die aktualisierte Prognose zeigte zudem einen um rund 30 Milliarden US-Dollar höheren Jahresumsatz bis 2029, wobei der Markt in diesem Jahr einen Wert von 1,12 Billionen US-Dollar anstelle der zuvor prognostizierten 1,09 Billionen US-Dollar erreichen würde. Statistas jüngste Prognose zeigt außerdem, dass der Gesamtumsatz im Bereich Unterhaltungselektronik in den kommenden Jahren um fast 8 % wachsen wird – von 7,9 Milliarden im Jahr 2025 auf 8,5 Milliarden im Jahr 2030. Bis Ende dieses Jahrzehnts werden für Unterhaltungselektronik 5,4 Billionen US-Dollar ausgegeben werden.

Eine aktuelle Jemlit-Analyse ergab, dass die Welt seit 2020 satte 5,8 Billionen US-Dollar für Unterhaltungselektronik ausgegeben hat. Mehr als die Hälfte der Gesamtausgaben, nämlich 2,9 Billionen US-Dollar, entfiel auf Smartphones. PCs, Laptops und Tablets folgten mit 1,34 Billionen US-Dollar, dicht gefolgt von Fernsehern, Radios und Multimediageräten mit 1,29 Billionen US-Dollar. Gaming-Equipment kostete die Welt über fünf Jahre deutlich weniger und betrug „nur“ 185 Milliarden US-Dollar.

Was lässt sich daraus für die Entwicklung des deutschen Marktes für Consumer Electronics ableiten? Leider nichts, denn das prognostizierte Wachstum wird vornehmlich in Schwellenländern, China und Indien generiert werden. Hier wird es eine Welle von Erstkäufern geben, während bei uns der Ersatzkauf dominiert. Den aber bestimmt leider die Lebensdauer der Besitzgeräte.

Genau diese Entwicklung auf dem deutschen Markt und die deutliche Kaufzurückhaltung dämpfte die erwartungsvolle IFA-Stimmung in Berlin. Hinzu kam der Rückzug von Panasonic als TV-Vertriebspartner in Europa. Das Wohlfühl-Barometer der Händler, Kooperationen und der Aussteller erreichte deshalb nur mittlere Werte. Trotzdem aber war die IFA 2025 ein voller Erfolg, Warum? Man konnte wieder miteinander sprechen, die Argumente anderer beurteilen und sich gemeinsam auf die kommenden verkaufstarken Wochen im Herbst und vor den Feiertagen einstimmen. Und man konnte sich ganz persönlich über mögliche Aktionen in der „Schwarzen Woche“ abstimmen. Gerade diese funktioniert viel besser von Angesicht zu Angesicht.

Wie der Markt hat auch die IFA sich gewandelt. TV ist etwas in den Hintergrund getreten, Audio fand nicht statt, dominierend dagegen Home Appliances. Hier waren die Asiaten sehr stark vertreten. In einigen Hallen hatte man eine Anmutung wie bei der Electronic Fair in Hong Kong. Das zeigte sich auch im Streetfood-Angebot in den Messehallen und im Freigelände. Wer eine Bratwurst suchte, musste lange suchen. Für fernöstliche Aussteller und Besucher gab es an jeder Ecke Reisvarianten und Stäbchen.

Stellt sich zum Abschluss die Frage, war Berlin eine Reise wert? Nach der Total-Digitalisierung könnte man auch zu Hause bleiben, es passiert ja alles am Bildschirm. Nein, sehr vieles passiert eben nicht am Bildschirm, sondern im persönlichen Gespräch. Niemand musste nach Berlin fahren, um Neuheiten zu erleben. Aber eines hat Berlin erneut ganz deutlich gezeigt: Geschäfte werden zwischen Menschen gemacht und die müssen miteinander reden.

Für diese Gespräche ist Berlin und die IFA der ideale Ort.
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 Flich
Bäckerstraße 14, A-1010 Wien
Tel./Fax +43 1 94 606 42
ludwig.flich@chello.at

Redaktion Schweiz

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

Marketing

Karsten Eggert
Mobil: +49 170 456 7377
karsten.eggert@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





Leif Lindner – „Die IFA hat 2025 wieder gezeigt, wie eng Technologie, Handel und Kultur heute miteinander verbunden sind. Wir sind stolz, dass die IFA auch in diesem Jahr zum Treffpunkt der internationalen Tech-Welt geworden ist und wir neue Maßstäbe für internationale Zusammenarbeit setzen. Die IFA baut Brücken und steht für Innovation, Connectivity, Networking und Weltoffenheit. Genau das macht sie für Aussteller, Besucher und die Politik gleichermaßen attraktiv. Dass bereits jetzt zahlreiche Aussteller ihre Teilnahme für 2026 zugesagt haben, bestätigt, dass das neue IFA Konzept aufgeht“, sagt der CEO der IFA Management GmbH.

Benedict Kober – „Die IFA 2025 verbindet Hightech-Innovation mit klaren strategischen Konzepten, von zukunftsfähigen Formaten bis hin zur Rolle als bedeutende Bühne für Handel und Industrie. Besonders beeindruckend ist, wie Künstliche Intelligenz als integraler Treiber in nahezu jedem Bereich mittlerweile sichtbar wird, ob im smarten Zuhause oder während der AI-gestützten Customer Journey. Damit wird die Messe ihrem Ruf als Impulsgeber für die Erwartungen von morgen mehr als gerecht. Deshalb ist klar: Als Europas führender Handelsakteur sind wir selbstverständlich auch 2026 wieder mit dabei“, so der Sprecher des Vorstands Euronics.

Matthias Assmann – „Wir sind insgesamt sehr zufrieden mit der IFA 2025. Die Verbundgruppe ElectronicPartner konnte die Messe erneut für gute und wichtige Gespräche nutzen – sowohl in den Messehallen als auch auf unserem exklusiven Stand im IFA-Palais. Mein persönliches Highlight war in diesem Jahr der IFA Retail Leaders Summit:



Dr. Sara Warneke – „Die IFA 2025 zeigt eindrucksvoll, welche Kraft Innovationen entfalten können – von Technologien, die unseren Alltag erleichtern, bis hin zu Ideen, die unsere Zukunft prägen. Die IFA hat in den letzten Jahren dank unserer starken Partnerschaft mit Clarion und dem enormen Engagement des Teams der IFA Management einen Transformationsprozess angestoßen, der überall auf dem Messegelände deutlich sichtbar und spürbar ist. Für die globale Consumer & Home Tech Branche ist und bleibt die IFA der wichtigste Treffpunkt des Jahres“, ergänzt Dr. Sara Warneke, Managing Director der GFU Consumer & Home Electronics.

super organisiert, genau die richtigen Themen für unsere aktuellen Herausforderungen – und es hat echt Spaß gemacht!“ Vorstand ElectronicPartner Handel SE.

Dr. Stefan Müller – „Die IFA 2025 war für uns erneut ein großer Erfolg. Unser neuer Messeauftritt mit dem Fokus auf unsere Gesellschafter und Partner wurde mit großer positiver Resonanz aufgenommen und hat den persönlichen Austausch nachhaltig gestärkt. Ein besonderes Highlight waren die Besuche unserer Kolleginnen und Kollegen von expert International, die den länderübergreifenden Dialog und die Zusammenarbeit weiter intensiviert haben. Wir haben dieses Jahr diese Impulse direkt an unsere Kunden in verschiedene Länder von expert International über unsere Social-Media-Kanäle weitergeleitet.“ Vorstandsvorsitzender der expert SE.

Steffen Nagel – „Die IFA 2025 war für uns ein voller Erfolg! Auf dem Lieberr-Stand haben wir unseren

IFA 2025 mit Erfolgs-Bilanz 1.900 Aussteller, 220.000 Besucher

Nach zwei Media Days und fünf intensiven Messetagen zieht die IFA Berlin, das weltweit größte Event für Home- & Consumer-Tech, eine rundum positive Bilanz. Mit über 1.900 Ausstellern aus 49 Ländern und 220.000 Besuchern hat die IFA ihre Rolle als globale Leitmesse erneut eindrucksvoll bestätigt.

Die IFA Berlin ist auch 2025 Taktgeber der Branche – mit klar erkennbaren Schwerpunkten auf Home & Consumer Tech, Künstlicher Intelligenz im Alltag, Robotics, Smart Home, Gaming und Content Creation. Auf über 190.000 Quadratmetern wurden hunderte Produktneuheiten und Weltpremieren vorgestellt.

Ein besonderes Highlight waren die IFA Innovation Awards: Mit über 500 Bewerbungen startete das neu eingeführte Programm weit über den Erwartungen. Zahlreiche Marken nutzten die IFA für ihre globalen Produktlaunches und unterstrichen damit den Stellenwert der Messe als Bühne

für Marktneuheiten und deren Einführungen.

Mit deutlich mehr Keynotes und hochkarätigen Speakern waren unter anderem die Innovation Stage und die Dream Stage durchgängig ausgebucht. Besonders die neuen Freitagnachmittag-Keynotes sorgten für Aufsehen und verzeichneten 50 Prozent mehr Besucher als 2024 – national sowie international.

Der neue IFA Retail Leaders Summit feierte einen erfolgreichen Start und zog namhafte internationale Top-Händler und Tech-Unternehmen an – darunter beispielsweise auch der Softwarekonzern Microsoft mit einer Keynote, der künftig stärker eingebunden sein wird, sowie das Unternehmen AMD.

Zudem überzeugten etablierte und neue Formate wie Beauty Hub, Creator Hub, Communication & Connectivity Areas sowie Mobility Track mit klarer Kuratierung und mehr Erlebniswert und interaktiven Angeboten.

Gästen Genussmomente für alle Sinne versprochen, ihr Feedback war durchweg positiv. Unsere hochwertigen Neuheiten, ob flexibel einsetzbare Unterbaugeräte oder imposante French-Door-Modelle, haben großes Interesse geweckt. Was uns besonders motiviert: Die zahlreichen persönlichen Gespräche in einer lebendigen und inspirierenden Atmosphäre, ebenso wie das wertvolle Feedback unserer Kunden und Partner. Die IFA ist für uns deshalb mehr als eine Messe. Sie ist eine Bühne, um unsere Stärke als Spezialist für Kühlen und Gefrieren zu präsentieren. Und sie ist die ideale Plattform für echten Austausch, frische Impulse und für Momente voller Genuss.“ Steffen Nagel Managing Director Sales & Marketing, Lieberr-Hausgeräte GmbH

Mario Winter – „Als Leitmesse für Tech-Innovationen mit internationaler Strahlkraft ist die IFA ein wichtiger Termin im Kalender. Sie bietet uns eine tolle Plattform, um Produktneuheiten vorzustellen, unsere strategische Ausrichtung mit

dem Fachhandel zu besprechen und die Gesamtheit unseres vernetzten Portfolios für die Öffentlichkeit erlebbar zu machen. Wir begrüßen das Engagement der IFA, ein jüngeres Publikum anzuziehen. Dass der Plan aufgeht, zeigt sich unter anderem an der wachsenden Zahl von Content Creators vor Ort“. Vice President Marketing Samsung Electronics Co., Ltd.

Steven Shin – „Die IFA 2025 war für uns ein voller Erfolg. Wir sind begeistert von der positiven Resonanz der Besucher, Medien und Kunden. Unsere Vision einer 'Affectionate Intelligence' – orchestriert durch das LG AI Appliances Orchestra – zeigt eindrucksvoll, wie intelligent vernetzte Geräte nahtlos im und außerhalb des Zuhauses agieren können. Home-to-Car und Car-to-Home sind dabei nur zwei Beispiele für eine ganzheitlich vernetzte Lebenswelt. Die IFA hat einmal mehr gezeigt, wie wichtig es ist, Innovation und Personalisierung miteinander zu verbinden.“ CEO LG Deutschland.



ELECTRONICPARTNER IFA BILANZ Positionierung in schweren Zeiten

Für uns war die IFA ein eindeutiger Erfolg. Mitglieder und Partner aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden sowie internationale Gäste aus unserem E-Square-Verbund sind angereist. Unser exklusiver Stand auf der Galerie im Palais war sehr gut besucht und wurde für Networking und entspanntes Pausieren genutzt. Wir stellen erneut fest: Es ist und bleibt wichtig, Technik – und auch Menschen – live zu erleben“, erklärt ElectronicPartner Vorstand **Friedrich Sobol**.

Bereits am Donnerstag, den 4. September, kamen die MEDIMAX Franchisepartner zur Unternehmertagung zusammen, um sich über aktuelle Entwicklungen innerhalb der Marke auszutauschen.

EP: und MEDIMAX stellen sich herausforderndem Markt: In der Kooperation Deutschland zeigen sich stabile Zuwächse: Die Marke EP: verzeichnete in den ersten sechs Monaten 2025 ein Umsatzplus von vier Prozent zum Vorjahr, bei den SP: Händlern lag das Wachstum sogar bei elf Prozent. Seit dem 1. Januar konnten insgesamt 22 neue Unternehmer in die Kooperation aufgenommen werden – neun davon übernahmen bestehende Mitgliedsbetriebe, entweder als interne Nachfolge oder durch neue externe Inhaber. Die übrigen 13 stießen aus anderen Kooperationen oder zuvor unkooperiert zur Verbundgruppe.

„Bei MEDIMAX spiegeln sich die aktuellen Marktentwicklungen wider: Die Großfläche bleibt branchenweit herausfordernd. Dennoch konnte MEDIMAX ertragsseitig eine stabile Performance zeigen“, erläutert Friedrich Sobol. Im Laufe des Jahres 2025 wurden

bisher 13 von 14 geplanten Umbauten erfolgreich umgesetzt – darunter zwölf Wiedereröffnungen, zwei Neueröffnungen sowie fünf Märkte mit integrierter Küchenabteilung in Kooperation mit der MHK. Im Oktober folgt noch eine Wiedereröffnung nach Umbau in Berlin-Pankow. Zusätzlich steht im November eine Neueröffnung unter der Marke ProMarkt an.

Trotz aller Herausforderungen zeigte sich Friedrich Sobol überzeugt: „Ein schwieriges Jahr lässt sich mit vertrieblicher Exzellenz und motivierten Teams meistern.“ Genau aus diesem Grund wurde bereits im vergangenen Jahr mit der „ElectronicFamily“ eine gruppenübergreifende Employer-Branding-Kampagne ins Leben gerufen. Unter einer starken Arbeitgebermarke positionieren sich ElectronicPartner, EP: und MEDIMAX gemeinsam am Arbeitsmarkt – offensiv, authentisch und plattformübergreifend.

WENDEpunkt: Nachhaltige Energielösungen auf Wachstumskurs. Die Marke für den Vertrieb nachhaltiger Energielösungen wächst weiter und ist inzwischen nicht nur in Deutschland, sondern auch in Österreich und der Schweiz aktiv. Seit dem Launch im Jahr 2024 bieten bereits 122 Mitgliedsbetriebe entsprechende Dienstleistungen rund um Photovoltaik, Stromspeicher, Wärmepumpen und Energiemanagement an. Mit Zarske in Wustermark wurde jüngst der erste WENDEpunkt-Markenhändler als neues Mitglied gewonnen. Zudem konnten neue Lieferanten wie eon, IBC Solar, Sunbooster und Bosch Power Tools an Bord geholt werden.

Ganz kurz

Samsung: Das Unternehmen hat seine Teilnahme an der CES 2026 bekanntgegeben und wird mit der größten Ausstellungsfläche in der Geschichte des Unternehmens präsent sein.

TÜV Verband: 35 Prozent der Deutschen haben in den vergangenen zwei Jahren ein gebrauchtes Smartphone gekauft. Knapp ein Drittel (32 Prozent) der Verbraucher hatten in den vergangenen fünf Jahren einen Smartphone-Defekt.

IFA: IFA Berlin bleibt bis 2034 in der Hauptstadt – Vertrag mit Messe Berlin wird vorzeitig verlängert.

Expert: In der bundesweiten Verbraucherbefragung „Deutschlands Beste Online-Shops 2025“ des Deutschen Instituts für Service-Qualität und des Nachrichtensenders n-tv erreicht expert eine Top-3-Platzierung. Damit zählt der Online-Shop von expert zu den besten im Land und überzeugt Kunden insbesondere in den Bereichen Kundenservice sowie Internetauftritt und App.

Telekom: Die Deutsche Telekom und der FC Bayern München haben ihre langjährige Partnerschaft vorzeitig um sieben Jahre bis 2032 verlängert.

Bikom: Drei Viertel der Gamer wünschen sich KI-Kontrollen im Spiel. Künstliche Intelligenz bietet die Möglichkeit, Computer- und Videospiele dynamischer und spannender zu gestalten.

Apple: Apples iPhone 17 läutet das Ende der SIM-Karte ein – die Zukunft heißt eSIM! Es gibt keinen physischen SIM-Kartensteckplatz mehr.

ZDF: Die Beendigung der TV-Verbreitung in SD über Satellit betrifft die Programme ZDF, ZDFneo, ZDFinfo, 3sat und KiKA. Ab dem 18.11.25 werden diese ausschließlich in HD-Qualität ausgestrahlt. Die Abschaltung betrifft nicht nur private TV-Haushalte mit Satelliten SD-Empfang, sondern insbesondere institutionelle Nutzer, da auch TV-Empfangsanlagen in Hotels, Krankenhäusern, Senioren- und Pflegeeinrichtungen, Wohngemeinschaften, Fitness-Studios oder Justizvollzugsanstalten u. v. m. betroffen sein können.

Euronics Halbjahresbilanz

Pünktlich zur IFA zog Euronics seine Halbjahresbilanz und lieferte Kontinuität in unsicheren Zeiten. Die aktuellen Marktentwicklungen seinen eine gute Ausgangslage, um die neue Strategie GAME CHANGER 2030 konsequent mit Leben zu füllen und weiter voranzutreiben. Der Blick auf den Gesamtmarkt und die HEMIX-Zahlen zeigt, dass die Branche im ersten Halbjahr 2025 insgesamt stabil bleibt. Während Kleingeräte ein Plus von 2,6 Prozent verzeichneten, gingen Großgeräte leicht um 1,4 Prozent zurück. Auch die Telekommunikation entwickelte sich mit einem Minus von 3,4 Prozent rückläufig, und die Unterhaltungselektronik verzeichnete mit -1,3 Prozent ebenfalls einen Verlust im Gesamtmarkt.

Die Euronics Deutschland eG schneidet im gleichen Zeitraum positiv ab: Im direkten Branchenvergleich liegt die Verbundgruppe bei Kleingeräten mehr als 14 Prozentpunkte über Marktniveau. Auch bei Großgeräten entwickelt sich EURONICS entgegen dem Markt positiv (+4 Prozent), und im TV-Segment schneidet EURONICS mit -2 Prozent besser ab als der Markt. Besonders stark performt der Onlinehandel: EURONICS wächst hier um zehn Prozentpunkte stärker als der Gesamtmarkt – die Kombination aus digitalem Marktplatz und stationärer Stärke kommt bei den Kunden sehr gut an.

„Diese Entwicklungen freuen uns sehr, weil sie ein Beweis für unsere Stärken sind. Stationär bleiben wir stabil, online liegen wir deutlich über Markt, und genau diese Balance ist unser Erfolgsmodell. Wir verfolgen das Marktgeschehen aufmerksam und richten unsere Strategie klar darauf aus, Stabilität und Verlässlichkeit in einem sich wandelnden Umfeld zu sichern. Wir legen den Fokus auf unsere Stärken Fachberatung und Service, die mehr zählen als reine Preiseffekte. Die IFA kommt dabei zur genau richtigen Zeit und ist ein gutes Sprungbrett für die umsatzstärksten Zeiträume des Jahres: Black Week und Jahresendgeschäft“, erläutert **Benedict Kober**, Sprecher des Vorstands Euronics Deutschland eG.



HISENSE RGB-MINI-LED 100 und 110 Zoll kommen in den Handel

Hisense zeigte in Berlin das erste RGB MiniLED TV-Modell, das weltweit in Serie produziert wird. Das Besondere der UXQ-TVs: Hisense setzt auf einzelne rote, grüne und blaue Mini-LEDs, die in Tausenden von Dimmingzonen angeordnet sind und separat gesteuert werden können. Im Vergleich zu herkömmlichen einfarbigen

LEDs wird eine weitaus präzisere Hintergrundbeleuchtung und Farbgenauigkeit erzielt. In Zahlen bedeutet dies eine beeindruckende Farbraumabdeckung von bis zu 95 % BT.2020 sowie eine Spitzenhelligkeit von bis zu 8.000 Nits. Herzstück der UXQ-Modelle ist die Hi-View AI Engine X. Hisense hat seinen leis-

tungsstärksten AI-Prozessor verbaut, der Inhalte mit Hilfe künstlicher Intelligenz analysiert und die Einstellungen automatisch in Echtzeit anpasst. Egal ob Sport, Blockbuster oder Gaming – jede Szene wird individuell in Echtzeit abgestimmt, um die maximale Wirkung zu erzielen. Bei der flüssigen Darstellung schneller Action-Sequenzen kommt die hohe Bildwiederholfrequenz von

165 Hz zum Tragen. Die umfangreiche HDR-Unterstützung, inklusive Dolby Vision IQ, ist zudem ein weiterer Garant für herausragende Bildqualität. Das integrierte 6.2.2. CineStage X Surround-System ist präzise nach Vorgaben der renommierten Opéra de Paris abgestimmt. UVP: Hisense 116UXQ: 24.999 Euro. Hisense 100UXQ: UVP 14.999 Euro.



METZ OLED-TV AURUS silverline Präzision und Design „Made in Germany“

Basierend auf dem Design des Metz AURUS behält der limitierte AURUS silverline die klare Linienführung und die hochwertige Materialauswahl bei. Ein elegantes

silberfarbenes Design, seine mit strukturiertem Akustikstoff in Silbergrau bespannte Lautsprecherleiste und ein dezent platzierter Schriftzug ver-

leihen dem Gerät darüber hinaus zeitlose Eleganz. Dies unterstreicht auch ein stabiler, silber eloxierter Drehfuß aus gebürstetem Aluminium, der ihm einen sicheren Stand und ein perfektes Finish verleiht. Mit der edlen Metz-Fernbedienung RM19 mit Echtmetalloberfläche aus gebürstetem Aluminium vermittelt der AURUS silverline auch haptisch höchste Wertigkeit. Für ein volles, detailreiches Klangbild sorgt das leistungsstarke MetzSound-Pro-System mit Zwei-Wege-Bauweise, Bassreflex-Kanal und sechs nach vorne abstrahlenden Lautsprechern, dezent verborgen hinter hochwertigem Akustikstoff in dezentem Silbergrau. Kristallklare Höhen, präsenten Mitten und kräftige Bässe sorgen für ein ebenso beeindruckendes Erlebnis wie das Bild. UVP 2.499 Euro.



BenQ GV31 ist FAZ-Testsieger

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) hat 41 Beamer getestet. Als Besten bewertete Tester Thomas Johannsen den BenQ GV31. Er bietet Full-HD-Auflösung und kann volle 4K-Auflösung und HDR verarbeiten. Das runde Gehäuse kann wahlweise auf ein Stativ geschraubt oder alternativ auf den mitgelieferten, schalenförmigen Fuß gesetzt werden. Die Bild diagonale der Projektion wird mangels Zoom über die Entfernung zur Leinwand bestimmt, die Trapezkorrektur und die Scharfstellung erfolgen vollautomatisch. UVP um 700 Euro.



SAMSUNG INTEGRIERT COPILOT IN 2025er TVs Er hört jetzt auf's Wort

Mit der Integration von Copilot2 in TV oder Monitor können Nutzer Microsofts leistungsstarken AI-Begleiter ganz einfach per Sprachbefehl oder Knopfdruck über die Fernbedienung aktivieren, egal ob für schnelle Suchanfragen, interaktives Lernen oder hohen Komfort beim Entertainment.

„Samsung setzt mit offenen AI-Partnerschaften auf Vielfalt für smarte Bildschirme“, sagt **Kevin Lee**, Executive Vice President des Customer Experience Teams im Visual Display Business von Samsung Electronics. „Mit Copilot wird es spielend leicht, das zu finden, was

Nutzer suchen.“ Der Copilot ist über Samsung Tizen OS Home, Samsung Daily+ und Click to Search aktivierbar und eröffnet zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten. Nutzer können mit dem TV oder Smart Monitor ganz natürlich sprechen, um individuelle Empfehlungen, relevante Informationen zu erhalten: von spontanen Fragen zu Filmen, Fakten zu Schauspielern oder Sportlern über Inhaltszusammenfassungen bis hin zur Unterstützung beim Sprachenlernen und Erklärungen komplexer Themen. Copilot liefert dabei schnelle Antworten direkt auf den großen Bildschirm.



REVOX AUDIO-KASSETTE Old but goody

Die amerikanische National Audio Company Inc. und das Schweizer Audiounternehmen Revox Group kooperieren für eine weltweite Premium Produktion von Leerkassetten und Musikkassetten. Ziel der Kooperation ist es, die Audiokassette als nachhaltiges Medium für eine hochqualitative Musikkwiedergabe und Musikspeicherung im Audiomarkt anzubieten. Hierfür führen die beiden Unternehmen ihre marktführenden Kompetenzen in der jahrzehntelangen erfolgreichen Produktion von Kassettenbändern von National Audio sowie von Revox in der erfolgreichen Produktion von Audiosystemen und bespielten Tonträgern, wie Master Tapes, zusammen. Dies ermöglicht, Musik in der analogen Klangqualität mit einer Audiokassette im Wohnraum zu erleben, wie sie ursprünglich im Studio aufgenommen



wurde. Eine Zusammenarbeit für Premium Tonträger und originalgetreuen analogen Klang. Revox steht seit Jahrzehnten für erstklassige Audiotechnik und innovative Klanglösungen. „Die Kooperation zwischen National Audio und Revox ermöglicht eine neue Vielfalt an Musikträgern und für den Musikliebhaber ein neues Angebot mit einer attraktiven und großen Auswahl für sein persönliches analoges Musikerlebnis“. so Revox CEO **Christoph Frey** (Foto).



DENON AV-VERSTÄRKER X-SERIE Video und Streaming in 4K und 8K Qualität

Denon präsentiert den neuen 7.2-Kanal-AV-Verstärker AVC-X2850H. Das Gerät verspricht kraftvolle, realistische Entertainment-Erlebnisse und überzeugt mit leistungsstarkem 3D-Audio, 4K- und 8K-Video, kabellosem Musikstreaming sowie flexibler Konfiguration. Die intuitive Bedienung zeigt die hohe Benutzerfreundlichkeit. Der AVC-X2850H mit 150 Watt pro Kanal unterstützt Dolby Atmos und DTS:X und liefert dynamischen, detailreichen Sound für Filme,

Musik und Games. Er garantiert zudem eine exzellente Bildqualität. Dank HEOS können Anwender Audio von ihrem Fernsehgerät, kompatiblen Plattenspieler oder einer beliebigen, mit einem HEOS Gerät verbundenen Quelle im ganzen Haus streamen, während die hochpräzise Raumkalibrierung den Sound für die spezifischen räumlichen Gegebenheiten optimiert. Ganz gleich, ob zum Filmschauen, Gaming oder Musikhören – der AVC-X2850H stellt stets eine

perfekte Wahl dar und garantiert ein erstklassiges Entertainment-Erlebnis.

- 7.2-Kanal-AV-Verstärker mit 150 Watt pro Kanal.
 - Unterstützung von Dolby Atmos, DTS:X sowie 4K- und 8K-Video.
 - HEOS ermöglicht kabelloses Streaming im ganzen Haus.
 - Sechs HDMI-Eingänge (drei davon 8K-fähig) und zwei HDMI-Ausgänge (1x mit eARC-Port).
 - Raumkorrektur-System Audyssey MultEQ XT passt Ihr System automatisch an die jeweilige Raumakustik an.
- UVP 839 Euro



Lenco LBT-515 mit Direktantrieb

Ausgestattet mit dem Ortofon 2M Blue-Tonabnehmersystem überzeugt, er mit Klarheit und Dynamikumfang. Sein quartzgesteuerter Direktantriebsmotor sorgt für gleichmäßige, präzise Rotation. Mechanischer Tonarmlift und vergoldete Anschlüsse. Ein zuschaltbarer Vorverstärker und ein integrierter RIAA-Equalizer erleichtern die Integration in jedes Setup. Bluetooth 5.3 mit Lautstärkeregelung ermöglicht kabelloses Streaming.

DATEN GEHÖREN NUR IHREM BESITZER

Samsung-Smart-TVs schützt sie absolut



In unserem Leben nehmen smarte Geräte einen immer größeren Platz ein. Sie sind Teil des Heimnetzwerkes und damit auch mit dem Internet verbunden. Während klassische Digital-Geräte wie PC, Notebook, Tablet und Smartphone durch entsprechende Software mehr oder leider oft auch weniger geschützt sind, trifft das auf smarte Fernsehgeräte, intelligente Kühlschränke oder die im Netz angeschlossene Waschmaschine häufig nicht zu. Anders ist das bei Samsung: Hier steht der Schutz persönlicher Daten schon bei der Produktentwicklung im Fokus.

Moderne Smart TVs, meist die Zentrale eines Heimnetzwerkes, sind weit mehr als Entertainment-Geräte – sie sind oft das Herzstück des vernetzten Zuhauses. Sie haben smarte AI-Funktionen an Bord, steuern verbundene Geräte, ermöglichen das Streaming von Games, dienen als digitale Kunstgalerie, unterstützen Fitness-Workouts und machen sogar Video-Calls möglich. Doch je smarter die Features, desto wichtiger wird der Schutz vor Datenlecks und unbefugtem Zugriff.

Samsung Knox Sicherheit

Unter dem Motto „Smart vernetzt, clever geschützt“ bietet Samsung mit seinem eigenen System Samsung Knox eine umfassende Sicherheitslösung, die

Die Bedrohung kommt über das Internet. Mit der wachsenden Anzahl smarter Funktionen und der stärkeren Vernetzung des TVs im Smart Home wächst auch die Bedeutung von Sicherheitslösungen für den Datenschutz. Samsung hat mit Knox Matrix dem Zugriff über den Smart-TV auf persönliche Daten im Home Network einen Riegel vorgeschoben.

die Aspekte Hardware, Software und Dienstleistungen geräteübergreifend zusammenführt und Nutzer im digitalen Alltag schützt.

- Im Bereich der Hardware stellen Samsung Geräte sicher, dass keine Systemsoftware aufgespielt werden kann, welche nicht durch Samsung autorisiert wurde. Bei den 2025er Samsung 8K TVs (QN900F Serie) schützt Knox Vault persönliche Daten wie Passwörter und PINs, indem es sie über einen separaten, physisch isolierten Sicherheitschip verwaltet und verschlüsselt. Dieser Chip ist vom Hauptprozessor und vom Gerätespeicher getrennt, sodass eine starke Absicherung vor externen Angriffen bis auf Hardwareebene gewährleistet ist.
- Auf Softwareebene wird die Sicherheit persönlicher Daten sowie deren Austausch zwischen vernetzten Geräten durch eine Ende-zu-Ende Verschlüsselung (EE2E) gewährleistet. Nutzer können dabei festlegen, welche Geräte Daten austauschen dürfen, und den Austausch auf diese Geräte begrenzen (Enhanced Data Protection, EDP). Für einen starken Schutz im smarten Zuhause hat Samsung Knox Matrix entwickelt. Dabei handelt es sich um ein Blockchain-basiertes Sicherheitssystem, bei dem sich vernetzte Samsung Geräte und Services im Smart Home gegenseitig schützen und Bedrohungen frühzeitig erkennen. Zeigt eines

der Geräte problematisches Verhalten, so wird es umgehend aus dem vernetzten Smart Home entfernt und isoliert. Knox Matrix Monitoring bietet auf dem Smartphone jederzeit einen aktuellen Überblick über den Schutzstatus der Geräte. Wird ein Sicherheitsrisiko identifiziert, erhalten Nutzer eine Benachrichtigung und hilfreiche Schritt-für-Schritt-Anleitungen. Knox schützt außerdem vor Sicherheitsrisiken wie Phishing-Websites oder Schadsoftware. Bei Smart TV Apps sorgt ein internes Sicherheitssystem dafür, dass keine unerlaubten Verbindungen zum Internet oder bestimmten Systemfunktionen hergestellt werden.

- Ab 2025 bietet Samsung auch die bequeme Authentifizierung mit Pass Keys an. Sie stellen eine sichere Alternative zu herkömmlichen Passwörtern dar, indem die ohnehin eingerichtete Methode zur biometrischen Authentifizierung auf dem Smartphone genutzt wird. Erfordert beispielsweise eine Webanwendung für den Kauf eines Films oder einer Serie eine Authentifizierung, erscheint ein QR-Code auf dem Bildschirm. Per Scan mit dem Smartphone erfolgt dann die Autorisierung des Kaufs über Gesichts-Scan oder Fingerabdruck auf dem Telefon.

- Nicht zuletzt zählt zur Sicherheit auch die Kontrolle über Privatsphäre-Einstellungen. Dafür bietet Samsung

auf seinen Smart TVs die App Privacy Choices. Hier können Nutzer gezielt einstellen, welche Daten von Apps und Diensten verwendet werden dürfen. Die App ist unter dem Menüpunkt „Datenschutzoptionen“ direkt in das Startmenü der Fernseher integriert und somit gut sichtbar.

Zertifizierung als Gütesiegel

Zusätzliche Sicherheit bieten Zertifizierungen, die die Leistungsfähigkeit der Sicherheitslösungen des Herstellers durch unabhängige Prüfinstitute bestätigen. So erfüllen beispielsweise aktuelle Samsung Smart TVs dank integrierter Knox Security Solution die Common Criteria (CC)-Zertifizierung für hohe Sicherheitsstandards. Von 31 Ländern weltweit anerkannt, gilt die Zertifizierung als der Maßstab zur Bewertung der Sicherheitsintegrität von IT-Produkten.

Mit all diesen Schutzmaßnahmen trägt Samsung dazu bei, dass die Nutzung smarter Technologien nicht nur komfortabel ist, sondern auch sicher bleibt. Denn ein smarter Alltag braucht auch smarte Sicherheit.

Gute Argumente am PoS

Die Gefahren aus dem Internet sind sicherlich den meisten Besitzern und Käufern eines smarten Fernsehers nicht bewusst; es ist doch nur ein Fernsehgerät! Doch das stimmt nicht, denn ein Smart-TV ist auch ein Datensystem, das mit dem Internet verbunden und damit auch den Gefahren aus dem Web ausgesetzt ist.

Schon heute und in Zukunft ein immer wichtiger werdender Fakt beim Verkaufsgespräch am PoS. Der Kunde sollte über die möglichen Gefahrenquellen informiert werden, und er sollte Empfehlungen zum Schutz erhalten. Für den Verkäufer die ideale Möglichkeit, die Vorteile und die Sicherheitsaspekte der Samsung Smart TVs mit dem Sicherheitssystem Samsung Knox Matrix zu erläutern.

Gerade bei interaktiven Programmen über das Internet, Surfen im Web und besonders bei Bestellung auf Online-Plattformen über den TV-Bildschirm ist die Gefahr gegeben. Persönliche Daten, aber auch Zahlungsinformationen oder Bankdaten stehen ganz oben auf der Wunschliste krimineller Banden, die mit ihren speziellen Software-Programmen das Internet nahezu ununterbrochen nach möglichen Opfern scannen.

Samsung hat diese Gefahr schon frühzeitig erkannt und bietet heute bei seinen Smart TVs dem Kunden einen absolut sicheren Zugang zu allen Angeboten, die das Web zu bieten hat.

Smartes Entertainment ohne Sorgen: 2025er TVs von Samsung erhalten IT-Sicherheitskennzeichen des BSI

Was futuristisch klingt, ist längst Realität: Das eigene Zuhause denkt für uns mit, vernetzte Geräte tauschen untereinander Informationen aus, smarte Funktionen begleiten uns intelligent und individuell durch den Alltag. Dabei kann der Samsung TV zur Schaltzentrale im Smart Home werden und immer mehr Aufgaben für uns übernehmen: Wir schauen nicht nur Filme, Serien, Sendungen, wir steuern unser Zuhause, schließen Abos ab, zocken, lernen, arbeiten und machen auch Fitnesskurse vor dem TV Screen.

Mit ihrer gewachsenen Rolle im Alltag rückt auch die einfache und sichere Verwaltung von persönlichen Daten auf den TVs stärker in den Fokus. Dabei können Samsung Nutzerinnen und Nutzer zu Recht darauf vertrauen, dass ihre Daten, Passwörter und andere sensible Informationen auf ihren Geräten geschützt sind.

Dafür gibt es jetzt Bestätigung von offizieller Stelle: Als erster TV-Anbieter erhält Samsung das neue IT-Sicherheitskennzeichen des Bundesamts für



Ausgezeichnet – Übergabe in Eschborn: (v. l.): Man-Young Kim, Präsident Samsung Electronics GmbH, Claudia Plattner, Präsidentin des BSI, und Hoon Seol, Head of Consumer Electronics Division Samsung Electronics GmbH.

Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) für alle TV-Geräte der Modellreihen des Jahres 2025. So wissen Verbraucherinnen und Verbraucher, dass gekennzeichnete Produkte die Sicherheitsanforderungen des BSI erfüllen. Das IT-Sicherheitskennzeichen kann damit eine wichtige Orientierung bei der Kaufentscheidung bieten.

Das Engagement für ganzheitliche Sicherheit reicht bei Samsung noch weiter: Das eigenentwickelte Sicherheitssystem Samsung Knox schützt neben persönlichen Daten auch weitere vernetzte Samsung Geräte im Smart Home. Es kann frühzeitig Bedrohungen erkennen und Gefahrenquellen isolieren. Über den aktuellen Schutzstatus im Smart Home können sich Samsung Nutzerinnen und Nutzer durch das Knox Matrix Monitoring auf dem Smartphone transparent informieren. Samsung Knox sorgt dafür, dass sämtliche sensiblen Daten auf den Geräten und beim Datentransfer gut geschützt sind.



Grenzenlose Vielfalt – smarte TVs bieten den nahezu unbegrenzten Zugang ins Web mit all dessen Bedrohungen für persönliche Daten. Samsung Knox schützt vor Missbrauch.



Samsung kann auch

„Real Black“: Tolle Nachrichten für alle Gamer und Filmfans: Das OLED-Display des S95F – dem diesjährigen Flaggschiff-OLED von Samsung – liefert neben brillanten Farben auch tiefes Schwarz, das den erforderlichen Standards für „Real Black“ entspricht. Das bestätigt der Verband der Elektrotechnik (VDE) und zertifiziert daher den S95F2 als „Real Black“-Display.

Die Zertifizierung bestätigt, dass die scharfen, reflexionsarmen Bilder des OLED-Displays nahezu perfekte Schwarzwerte von unter 0,005 Nits in dunklen Umgebungen erzeugen. Außerdem erzielen die Displays eine ausgezeichnete Schwarzgenauigkeit in lichtdurchfluteten Räumen und sogar unter direkter Sonneneinstrahlung. Das Ergebnis sind kristallklare Bilder mit satten, tiefen Schwarztönen in einer reinen Form.

„Die „Real Black“-Zertifizierung des VDE wird nur an Displays vergeben, die unsere anspruchsvollen Kriterien mit Bravour erfüllen“, so **Ansgar Hinz**, Vorsitzender und CEO des VDE. „Die OLED-Displays von Samsung zeichneten sich durch ihre Fähigkeit aus, in einer Vielzahl von Lichtverhältnissen – vom Heimkino bis zum hell beleuchteten Wohnzimmer – satte, präzise Schwarztöne wiederzugeben. Diese Leistung spiegelt nicht nur technologische Exzellenz wider, sondern auch das Bestreben, unter realen Bedingungen eine konsistente Bildqualität zu liefern.“

Der aktuell beste OLED-TV von Samsung ist mit der fortschrittlichen Glare Free 2.0-Technologie ausgestattet. Die Zertifizierung durch den VDE bestätigt die außergewöhnliche Leistung dieser von Samsung entwickelten Technologie, die durch Minimierung von Reflexionen die tiefen Schwarztöne des Displays bewahrt und auch in hellen Räumen voll zur Geltung kommen lässt.

Der mit „Real Black“ zertifizierte OLED-TV bietet eine außergewöhnliche Farbbrillanz und herausragende Kontraste, die rasante Spiele ebenso zum Leben erwecken wie bildgewaltige Filmszenen. Die fortschrittliche Glare Free-Technologie verstärkt dieses Erlebnis, indem sie Reflexionen auf der Oberfläche des Displays auch in hellen Räumen effektiv reduziert. So kommen Nutzer stets in den Genuss satter Farben und tiefer Schwarztöne.

LG OLED evo M5 Top-Modell jetzt lieferbar

Der OLED evo M5 mit fortschrittlicher True Wireless-Technologie ist jetzt auch in Deutschland verfügbar. Ausgestattet mit dem weiterentwickelten α (Alpha) 11 AI-Prozessor Gen2, der auch beim technisch baugleichen OLED evo G52 zum Einsatz kommt, setzt der LG OLED evo M5 neue Maßstäbe für kabelloses Premium-Home-Entertainment.

Die True Wireless-Technologie von LG schafft dank Zero Connect Box eine verlustfreie Lösung für die kabellose Übertragung von Video- und Audiosignalen zwischen Fernseher und externen Geräten. Für den TV wird lediglich ein Stromkabel benötigt. Mit einer geringen Eingangsverzögerung von bis zu 4K 144 Hz steht die Leistung der M5-Serie der Performance von Geräten mit klassischen kabelgebundenen Verbindungen in nichts nach. Insbesondere Gamer profitieren von der ultraschnellen Reaktionszeit, die unter 0,1 ms liegt.

Der OLED evo M5 baut auf der etablierten OLED evo-Serie von LG auf und ist aktuell die einzige Modellreihe kabelloser Fernseher, die sowohl mit NVIDIA G-SYNC als auch mit AMD FreeSync Premium kompatibel sind. Die Modelle bieten selbst bei rasanten Action-Szenen mit bis zu 4K 144 Hz ein ruckelfreies und flüssiges Spielerlebnis und wurden von Intertek für ihre herausragende Gaming-Leistung zertifiziert.



Vorbei das hässliche Kabelgewirr durch den Anschluss von Zuspieldgeräten. Das löst beim evo M5 die externe Anschlussbox. Video- und Audiosignale werden kabellos zum TV übertragen, und das mit geringster Latenz, perfekt für Großbild-Gamer.



Mit Dolby Vision, Dolby Atmos und dem Filmmaker-Modus mit Umgebunglichtkompensation für kino-reife Genauigkeit sind die OLED evo M5-Geräte eine erstklassige Wahl für Heimkino-Enthusiasten. Angetrieben vom α (Alpha) 11 AI-Prozessor Gen2 bieten sie mit AI Picture Pro eine verbesserte Tiefe und Detailgenauigkeit, während AI Sound Pro ein beeindruckendes 11.1.2-Kanal-Audio ermöglicht. Die Brightness Booster Ultimate-Technologie von LG erhöht die Bildschirmhelligkeit im Vergleich zu herkömmlichen OLED-Modellen bis um das Dreifache. Die „Perfect Black“-

und „Perfect Color“-Zertifizierung von UL Solutions sowie Zertifizierungen von Intertek für 100-prozentige Farbtreue und 100-prozentiges Farbvolumen unterstreichen die hohe Qualität der OLED evo M5-Serie ebenso wie die Note „Perfekt“ von TÜV Rheinland.

In Deutschland sind die neuen TV-Geräte ab jetzt im Handel erhältlich, den Anfang macht der ultragroße OLED97M5. Danach folgen sukzessive die Modelle in 83, 77 und 65 Zoll. Die UVPs liegen bei 30.499 Euro (97 Zoll), 9.199 Euro (83 Zoll), 5.999 Euro (77 Zoll) und 4.499 Euro (65 Zoll).

LG Standby ME 2 macht TV mobil

Nach seiner Ankündigung im Juli ist der Mobil-TV Standby M2 mit seinem 27-Zoll-Display jetzt für das Saisongeschäft lieferbar. Das vollständig überarbeitete Modell ermöglicht eine besonders flexible Anwendung und Platzierung in nahezu allen Umgebungen, indem sich sein 27-Zoll-QHD-Display mit nur einem Klick von seinem rollbaren Docking-Standfuß lösen lässt. Zudem kann das Gerät als Wandelement verwendet werden, etwa als gerahmte Wanduhr oder dekorative Komponente. Dabei unterstützt der neue StandbyME 2, der erst kürzlich mit dem iF Design Award und dem Red Dot Design Award ausgezeichnet wurde, sowohl das Quer- als auch das Hochformat und kommt so auch

individuellen Anforderungen seiner Nutzer entgegen.

Die flexible Anwendung des StandbyME 2 wird über einen integrierten Akku, der bis zu 4 Stunden ununterbrochene Videowiedergabe ermöglicht, zusätzlich vereinfacht. Der Akku kann bequem und simpel über die Dockingstation oder durch Anschluss eines USB-C-Kabels an ein externes Ladegerät wieder aufgeladen werden.

Ausgestattet mit der preisgekrönten webOS TV-Plattform bietet der StandbyME 2 Zugang zu einer Vielzahl von Streaming-Inhalten, darunter auch der exklusive kostenfreie Streaming-Dienst LG Channels. Für noch mehr Flexibilität unterstützt das Gerät außerdem Apple AirPlay und Google Cast sowie die Integration



mit LG ThinQ und Google Home für eine nahtlose Smart-Home-Steuerung.

Der proprietäre α (Alpha) 8 AI-Prozessor von LG, der im StandbyME 2 integriert ist, optimiert

auf Basis des Umgebungslichts die Bildqualität und ermöglicht durch die eingebauten Lautsprecher ein immersives virtuelles 9.1.2-Surround-Sound-Erlebnis. UVP 1.349 Euro.



HISENSE FIFA WORLD CUP 2026 Drittes Fußball-Sponsorship

Seit dem Beginn der Zusammenarbeit mit der FIFA im Jahr 2018 hat Hisense zahlreiche globale Aktivitäten umgesetzt: Markenpräsenz bei der Fußball-Weltmeisterschaft 2018, Content-Kooperation über FIFA+ im Jahr 2022, Einsatz von Hisense-Technologie bei den VAR-Entscheidungen der FIFA Klub-Weltmeisterschaft 2025 – und nun das Sponsoring der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026. Jeder dieser Schritte stärkt die internationale Sichtbarkeit von Hisense und verdeutlicht das Engagement, das Fan-Erlebnis weltweit zu verbessern.

Catherine Fang, Vice President der Hisense Group, betont, dass Fußball für Vision, Leidenschaft und gemeinsame Werte stehe, die Fans auf der ganzen Welt verbinden. Das Ziel von Hisense sei, Fans das Gefühl zu vermitteln, das Spiel so intensiv zu

erleben, als säßen sie im Stadion. Mit einer konsequent nutzerorientierten Strategie und kontinuierlichen Investitionen in Display-Innovationen – von HDR über Laser-TV bis hin zur neuesten RGB-MiniLED-Technologie – möchte Hisense immersive Seherlebnisse schaffen, die die Schönheit des Spiels zelebrieren und Menschen enger zusammenbringen.

Auf der IFA 2025 stellte Hisense seinen neuesten RGB-MiniLED-TV vor, der neue Maßstäbe in der Bildqualität setzt – mit gesteigerter Farbtreue, höherem Kontrast und verbesserter Helligkeit. Die Produkteinführung unterstreicht die Rolle von Hisense bei der Neudefinition visueller Standards und bei der Entwicklung der nächsten Generation von Home-Entertainment.

Romy Gai, Chief Business Officer der FIFA, würdigt die langjähri-

Lange Partnerschaft – Catherine Fang, Vice President Hisense Group & Romy Gai, Chief Business Officer FIFA (Bild links). Romy Gai, Chief Business Officer FIFA & Fisher Yu, President der Hisense Group (Bild rechts).

ge Partnerschaft mit Hisense und den hohen Stellenwert der gemeinsamen Zusammenarbeit. Die FIFA erkenne die starke Innovationskraft und das Engagement von Hisense für Fußballfans weltweit an. Im Hinblick auf die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026 freue man sich darauf, gemeinsam Millionen von Haushalten weltweit die Faszination des Turniers näherzubringen.

Mit der FIFA WM 2026, die erstmals in drei Ländern mit 48 teilnehmenden Teams ausgetragen wird, verfolgt Hisense das Ziel, Milliarden Wohnzimmer in Logenplätze zu verwandeln – damit Fans überall das Spiel so intensiv genießen können wie nie zuvor und das Motto „Own the Moment“ Realität wird.



Technics EAH-AZ100 True Wireless Earbuds: Das Flaggschiff ist jetzt auch in der eleganten Farbe Midnight Blue lieferbar. Die neue Option Midnight Blue ergänzt die bereits erhältlichen Farben Silber, Schwarz und Champagner-Gold.

Die EAH-AZ100 verfügen über die „Magnetic Fluid Driver“-Technologie, die einen klaren, hochauflösenden Klang mit geringen Vibrationen und Verzerrungen erzeugt und so für einen authentischen, ausgewogenen Klang sorgt. Darüber hinaus verfügen sie über Adaptive Noise Cancelling, um Geräusche in Abstimmung mit der Umgebung effizient zu entfernen, sowie über die neu entwickelte Voice Focus AI, eine Funktion, die mithilfe von KI für glasklare Gespräche sorgt.

Die „Magnetic Fluid Driver“-Technologie ermöglicht den EAH-AZ100-Ohrhörern ein neues Niveau an verzerrungsarmem Klang, während eine ultradünne freie Kante ultratiefe Frequenzen für satten Bass gewährleistet. Gleichzeitig erzeugt eine Aluminiummembran eine natürliche, hochauflösende Klangtrennung und Details.

Das „Magnetic-Fluid“ ist eine mit magnetischen Partikeln gefüllte ölarartige Flüssigkeit, die in den Raum zwischen Treibermagnet und Schwingspule injiziert wird und eine verzerrungsarme Wiedergabe ermöglicht. All dies sorgt für ein dynamisches, rhythmisches und detailliertes Hörerlebnis.

Um das Gefühl des „Live-Musik-Konzert-Sounds“ noch zu verstärken, sind die EAH-AZ100 jetzt auch mit einem für Dolby Atmos optimierten Spatial Audio ausgestattet. Mit der Dolby Audio erhalten Podcasts, Filme, Musik und Spiele eine noch klarere Sprachausgabe. Dolby Head Tracking reagiert auf Kopfbewegungen zur Erzeugung eines realistischeren Klangfelds, das sich immer wieder neu kalibriert, um sicherzustellen, dass man sich im Zentrum des Geschehens befindet – für ein 360-Grad-immersives Klangerlebnis. UVP 299 Euro.



FiiO FT7 –erst einmal beeindruckend ist die Größe des Hörers. Dank der selbstentwickelten Planartreiber-Technologie mit speziellem Mehrschicht-Beschichtungssystem werden Gold und Silber aufgetragen, um so einen Treiber zu schaffen, der die besten Eigenschaften beider Stoffe vereint. Während Gold die mittleren und tiefen Frequenzen unterstützt, bildet das Silber auch feinste Nuancen und Details in den Höhen perfekt ab. Ein weiteres Highlight ist die 1µm dünne, leichte Spezialmembran aus Hochleistungs-PET. Diese außergewöhnlich dünne Membran reagiert nicht nur sehr schnell, sie bildet auch den Ultrahochton-Bereich besonders originalgetreu ab, mit sensationellem Dynamikbereich. Ebenfalls beeindruckend der Preis mit einem UVP von 749 Euro.



PLATTENSPIELER VON TECHNICS

Die Klang-Legende lebt weiter, zwei Neue für die Vinyl-Fans

Plattenspieler befinden sich statisch in einer Nische. Marktzahlen sind meist einige Jahre alt. Eines aber zeigt sich deutlich, es werden wieder mehr Plattenspieler und entsprechend auch Vinyl-Platten gekauft. 2022 in den USA sogar mehr als CDs, insgesamt 41,3 Millionen Schallplatten. Das globale Marktvolumen für Plattenspieler lag laut Global Marke Statistics bei 463 Millionen Dollar. Und die Marktbeobachter erwarten in den kommenden Jahren 5,4 Prozent Wachstum auf etwa 733 Millionen US Dollar 2032.

Einer der großen Player in diesem Markt ist Technics. Die SL-1200-Serie war und ist weltweit die wichtigste Plattenmaschine in den Discoteken und erzielt auf dem Gebrauchtmärkte noch immer Spitzenpreise.

Zur IFA hat Technics den SL-40CBT vorgestellt (Foto links). Natürlich mit den klassischen Eigenschaften der Technics-Plattenspieler, wie den eisenkernlosen Direktantriebsmotor und den hochpräzisen S-förmigen Aluminium-Tonarm. Er richtet sich sowohl an Einsteiger als auch an diejenigen, die technisch aufrüsten möchten. Der SL-40CBT weicht von den traditionellen Aluminium-Druckguss-Gehäusen ab und zeichnet sich durch eine schlanke, minimalistische MDF-Holzkonstruktion mit einer hochwertigen Verarbeitung aus. Der Plattenspieler ist in drei modernen Farben erhältlich: in kräftigem, markantem Terracotta, in dezentem und raffiniertem Light Grey oder in zeitlosem und vielseitigem Charcoal Black.

Obwohl das Design weiterentwickelt wurde, hat Technics sichergestellt, dass der SL-40CBT dieselbe erstklassige Leistung liefert, für die die Marke bekannt ist:



Philipp Maurer, Panasonic Country-Manager DACH: „Technics ist für uns eine riesige Erfolgsgeschichte. Noch nie hatten wir ein so breites Sortiment. Aktuell acht Plattenspieler. Ein tolles und spannendes Geschäft für den Fachhandel. Hochwertiges Audio im bezahlbaren Bereich ist wieder interessant geworden.“

- **Eisenloser Direktantriebsmotor:** sorgt für eine stabile, genaue Rotation mit einer hochpräzisen Motorsteuerung, die selbst bei den anspruchsvollsten Musikgenres die musikalische Authentizität bewahrt.

- **Aluminium-Druckgusssteller** mit Verstärkungsrippen und direkt montiertem Motormagneten: gewährleistet eine zuverlässige Drehmomentübertragung und präzise Antriebseigenschaften.

- **Neu entwickelter S-förmiger Aluminium-Tonarm:** Bietet eine ultrapräzise Abtastung der Vinylrille und bewahrt die feinen Nuancen und die musikalische Dynamik jeder Vinylaufnahme.

- **Optimierte Dämpfungsfüße:** Für eine flexible Aufstellung sind die überarbeiteten Dämpfungsfüße optimal auf eine hohe Vibrationsfestigkeit abgestimmt, sodass der SL-40CBT in der besten Umgebung im Haus aufgestellt werden kann, ohne dass die Stabilität oder die Klangqualität beeinträchtigt wird. Lieferbar ab September, UVP 799 Euro.

Technics SL-1300G

In einer ganz anderen Liga spielt der SL-1300G (Foto rechts). „Aufbauend auf der wegweisenden Delta Sigma Drive Motorsteuerungstechnologie, die im letzten Jahr erstmals im SL-1200GR2 vorgestellt wurde, wollten wir diese überragende Technologie im nächsten Schritt einer Modellklasse höher zugänglich machen“, sagt **Frank Balzuweit**, Senior Product Manager bei Technics Europe.

„Die Eliminierung kleinster Motorvibrationen und der Klanggewinn durch die Sigma-Drive-Technologie sind der Beweis, dass wir eine ultimative Motorsteuerungstechnik gefunden haben, deren Vorteile auch in unsere großen



Plattenspielermodelle für den einzigartigen analogen Vinyl-Genuss übertragen werden können. Der SL-1300G ist unser neuester Coup, der zeigt, dass die Expertise von Technics bei Plattenspielern wirklich einzigartig ist“, fügt er hinzu.

Die hervorragenden Eigenschaften des mechanischen und elektronischen Antriebssystems werden durch das neue mehrstufige ruhige Schaltnetzteil unterstützt, das dem Referenz-Plattenspieler SL-1000R ähnelt. Es handelt sich um eine Kombination aus einem rauscharmen Hochgeschwindigkeitsnetzteil, das mit über 100 kHz arbeitet, und einer Rauschunterdrückungsschaltung, die das verbleibende Rauschen durch Einspeisung des zum Rauschen gegenphasigen Stroms auslöscht. Durch diese Methode wird ein sehr niedriges Grundrauschen erreicht, was ein außergewöhnliches Signal-Rauschverhältnis ermöglicht und die Klangqualität weiter verbessert.

Das 2-schichtige Chassis aus Aluminiumdruckguss und BMC (Bulk Moulding Compound) ist ein grundsätzliches Fundament, das eine hohe Resistenz gegen Vibrationen ermöglicht. Beim SL-1300G wurde die Dicke des unteren Chassis aus Aluminiumdruckguss erhöht, um eine höhere Steifigkeit und damit eine bessere Schwingungsdämpfung zu erreichen.

Der S-förmige Aluminium-Tonarm hoher Empfindlichkeit mit Präzisionslagern, die ein sehr geringes Losbrechmoment ermöglichen, nutzt das schwingungsfreie Chassis optimal für ein präzises Abtasten der in die Vinylrillen eingravierten Informationen. Hochwirksame Dämpfungsfüße schirmen externe Vibrationen ab und sorgen so für ein noch präziseres Tracking. In Silber und Schwarz, UVP 2.999 Euro.

anTON Screen Free

Mit der anTON Screen Free Digital Camera im beliebten Retro-Design der 60er- und 70er-Jahre soll der Zauber der analogen Fotografie wieder zurückkehren – vereint mit moderner Technik. Ganz ohne Display lädt anTON dazu ein, den Moment zu genießen – ohne Ablenkung. Das 28-mm/f2.2-Objektiv – Fokussierbereich: ab 1,0 Meter – sorgt in Kombination mit dem CMOS-Sensor und integriertem Blitz für kontrastreiche, scharfe Aufnahmen – auch bei schwachem Licht. Leicht, kompakt und intuitiv wird die 8 Megapixel-Kamera mit acht Farbfiltern schnell zum treuen Begleiter auf Reisen, Partys oder beim Streifzug durch die Stadt. Wer sie in die Hand nimmt, spürt sofort: Hier geht es nicht um Perfektion, sondern um Emotion – um das Gefühl, den Augenblick in authentischen Bildern einzufangen. Die bildschirmlose Digitalkamera mit elektronischer Bildstabilisierung und automatischem Weißabgleich verspricht das Flair vergangener Foto-Zeiten. Die Kamera verfügt über acht Farbfilter, die wahlweise von Farb- über Retro- bis Schwarzweiß mittels eines Rädchen eingestellt werden können und jedem Bild einen persönlichen Look verleihen sollen. Die Bilder werden auf einer Micro-SD-Karte als JPEG-Datei mit 3.264 x 2.448 Pixeln gespeichert. Mit wenigen Handgriffen lassen sich die Aufnahmen auf den PC oder das Tablet übertragen und können nach Wunsch bearbeitet oder mit Freunden geteilt werden. Der Kameraakku hält für über 1.000 Bilder und ist innerhalb von rund zwei Stunden wieder voll aufgeladen. Mit einem Gewicht von 91 g und Abmessungen von 115 x 67 x 28,5 mm



passt die stylische Retro-Kamera mühelos in jede Hosen- oder Handtasche. Kleine Stöße können ihr nichts anhaben – das Gehäuse besteht aus robustem Kunststoff. Preis: 69,90 Euro (UVP).

www.antonkunze.de

Nikon Zf jetzt als Silberedition Auf den Spuren der analogen Nikon F

Das metallähnliche Finish soll ein authentisches Erscheinungsbild vermitteln, das perfekt zu dieser kultigen Vollformatkamera passt. Die Zf Silber wird in sechs Farben für das Premium-Exterieur erhältlich sein, darunter Sepiabraun, Moosgrün, Steingrau sowie die neuen Farben Cognacbraun, Tealblau und Mauvepink – zurückhaltende, elegante Töne, die das silberne Gehäuse harmonisch ergänzen. Darüber hinaus wird ein zukünftiges Firmware-Update eine neue „Filmkörnung“-Funktion bieten, die Fotos und Videos einen Körnungseffekt verleiht und damit die kreativen Möglichkeiten weiter ausbaut. Durch die Kombination dieser Funktion mit Imaging-Rezepten (Bildbearbeitungsvoreinstellungen, herunterladbar über die Nikon Imaging Cloud) können filmähnliche Ergebnisse erzielt werden, die ganz auf den individuellen Stil zugeschnitten sind. Das Nikon Zf Silber-Gehäuse kostet im UVP 2.500 Euro.



ActionCam GoXtreme Rebel+ Wasserfest bis zu 30 Meter

Mit der GoXtreme Rebel+ vom Kölner Multimedia-Spezialisten Easypix kommt eine Action Cam auf den Markt, die sich klar über ihr attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis definiert. Im Kern arbeitet die Kamera mit einem 1-Megapixel-Sensor, der Videoaufnahmen in Full-HD mit 1.080p bei 30 Bildern pro Sekunde liefert. Ergänzend stehen 720p und VGA zur Auswahl. Für Fotos bietet die Rebel+ eine Bandbreite von 12 bis 1 Megapixel. Ein integriertes Mikrofon stellt sicher, dass auch die Tonspur aufgenommen wird. Mit ihrem 140-Grad-Weitwinkelobjektiv fängt die Kamera Szenen in einer erweiterten Perspektive ein. Die Steuerung erfolgt über ein 2,0-Zoll-/5-cm-Farbdisplay, das Aufnahmen sofort sichtbar macht und eine einfache Navigation durch die Einstellungen ermöglicht. Trotz der vielseitigen Ausstattung bleibt die Kamera kompakt: Sie misst 60 x 41 x 30 Millimeter, wiegt inklusive Akku lediglich 45 Gramm und ist somit mobil einsetzbar. Für Outdoor-Aktivitäten oder Unterwasseraufnahmen ist sie im mitgelieferten Gehäuse bis zu 30 Meter Tiefe wasserdicht. UVP 50 Euro.



Seit über 30 Jahren als praktische Schnappschusskameras sehr beliebt: Die Modellreihe der GR-Kameras von Ricoh. Jetzt steht die neue GR IV in den Startlöchern. Im Vergleich zum Vorgängermodell GR III gibt es neben dem neuen Blitz auch einen neuen Sensor, ein neu berechnetes Objektiv, einen verbesserten Bildstabilisator, deutlich mehr internen Speicher, einen größeren Akku sowie eine leicht veränderte Bedienung. Es bleibt unterdessen beim äußerst kompakten Magnesiumgehäuse, einem kleinbildäquivalenten 28-mm-Objektiv und einem Sensor in APS-C-Größe. Die Ricoh GR IV, hier mit dem neuen optionalen Zusatzblitz GF-2, besitzt ein neu gerechnetes Objektiv, einen höher auflösenden Bildsensor und einen schnelleren Bildprozessor sowie zahlreiche andere Detailverbesserungen.

Ihre große Fanggemeinde verdankt die GR-Modellreihe nicht zuletzt ihrem großen APS-C-Sensor mit der 28-mm-Festbrennweite im

rückwärtig belichteter Technik aufgebaut, um mehr Licht einfangen zu können, und bietet integrierte Phasen-Hybrid-AF-Sensoren, von denen die GR IV auch Gebrauch macht – wie bereits das Vorgängermodell. Die maximale ISO-Empfindlichkeit wurde von 102.400 auf jetzt 204.800 glatt verdoppelt.

Außer einer Gesichtserkennung gibt es allerdings keinerlei Motiverkennungsfunktionen. Auch von der hohen Geschwindigkeit des Sensors macht die kleine Kamera trotz des neuen Bildprozessors GR Engine 7 keinen Gebrauch. Es bleibt bei lediglich 4 Bildern pro Sekunde, und selbst die Videofunktion verharrt bei nicht mehr zeitgemäßer Full-HD-Auflösung, wenn auch immerhin bei 60 Bildern pro Sekunde. Das entspricht den Leistungswerten des Vorgängermodells, das schon in dem Bereich nicht mehr auf der Höhe der Zeit war.

Wie beim Vorgängermodell ist der Sensor zur Bildstabilisierung auf 3 Achsen beweglich gela-



Verbesserter Griff – das Gehäuse der Ricoh GR IV fällt schlanker aus als bei der GR III, was die Ergonomie durch den nun weiter hervorstehenden Griff verbessert. Der neue Schnappschussmodus „Sn“ ermöglicht die Aufnahme mit vordefinierter Schärfentiefe.

RICOH GR IV Sehr klein, sehr leicht, nicht billig – große Fanggemeinde

robusten und leichten Magnesiumgehäuse. Lediglich 10,9 Zentimeter ist die GR IV breit, 6,1 Zentimeter hoch und 3,3 Zentimeter dick, wobei sie an der dünnsten Stelle sogar



Neuer Aufsteckblitz – der Mini-Aufheller verfügt über einen eigenen, per USB-C ladbaren Akku und passt die Belichtung anhand der ISO-Empfindlichkeit und der Entfernung zum Motiv an; UVP 100 Euro.

nur 2,5 Zentimeter misst. Mit nur 262 Gramm betriebsfertigem Gewicht, ist die Kamera zudem leicht.

Im Kern gibt es einen neuen APS-C-Sensor mit nun knapp 26 Megapixeln Auflösung, was nur wenig mehr ist als die bisherigen 24 Megapixel. Dabei handelt es sich um einen aktuellen Sensor, den auch Sony in seiner Alpha 6700 verbaut. Der CMOS-Sensor ist mit

ger, womit er 5 Bewegungsachsen stabilisieren kann. Er soll nun aber bis zu 6 Blendenstufen (im Zentrum, am Rand 4) längere Belichtungszeiten ermöglichen statt den bisherigen 4 Stufen. Da man das Objektiv zur Sensorreinigung nicht selbst entfernen kann, besitzt der UV/IR-Filter, der vor dem Sensor montiert ist, jetzt eine spezielle schmutzabweisende, antistatische Beschichtung. Das verbessert die Effektivität der Dust Removal II Funktion, die mittels Ultraschall Verunreinigungen vom Sensor abschütteln soll.

Das Objektiv weist 28 mm Brennweite aus, das ist jedoch das Kleinbildäquivalent, real beträgt die Brennweite 18,3 mm. Es wurde neu berechnet und setzt sich aus 7 Linsen zusammen – davon 3 asphärische –, die in 5 Gruppen angeordnet sind. Auch Glaselemente mit hoher Brechkraft und geringer Dispersion sind verbaut. Die maximale Blendenöffnung beträgt F2,8, sie lässt sich in Drit-

telschritten bis F16 schließen. Zusätzlich kann ein Neutralschichtfilter eingeschwenkt werden, der die Belichtungszeit um zwei Blendenstufen verlängert. Das neue Objektiv kann schneller ein- und ausgefahren werden, was die Einschaltzeit auf sehr beachtliche 0,6 Sekunden verkürzt, das Ausschalten ist ebenfalls schneller als beim Vorgängermodell.

Der Verschluss arbeitet zentral im Objektiv, weshalb auch bei bis zu 1/4.000 Sekunde geblitzt werden kann. Bei Offenblende beträgt die kürzeste Verschlusszeit allerdings 1/2.500 Sekunde, weshalb der Neutralschichtfilter so nützlich ist.

Das Objektiv bietet eine Naheinstellgrenze von zehn Zentimetern, im Makromodus sind sechs Zentimeter möglich – jeweils ab Frontlinse gemessen. Neben einem Autofokus gibt es auch die Möglichkeit, den Fokus im neuen Schnappschussmodus „Sn“ auf eine voreingestellte Entfernung festzulegen. Bei geschickter Wahl von Entfernung und Blende sind somit ein großer Bereich des Bildes scharf, ohne dass man Zeit durch das Fokussieren verliert.

Intuitive Steuerung: Touchscreen-Monitor

Der Touchscreen misst weiterhin 3 Zoll beziehungsweise 7,5 Zentimeter in der Diagonale und löst

1,04 Millionen Bildpunkte auf. Durch die AR-Vergütung und Air Gapless-Technologie (luftspaltfrei) soll er auch in hellem Licht sowie aus großem Winkel gut ablesbar sein. Neu ist eine automatische Helligkeitsanpassung des Monitors. Leichte Veränderungen gibt es beim Bedieninterface. So ist die hintere Einstellwippe einem echten Bedienrad gewichen. Zusätzlich gibt es eine +/-Wippe, wie man sie von der GR II bereits kannte.

Die Ricoh GR III besaß einen recht kleinen Akku und ein SD-Kartenfach. Um das Akkufach vergrößern zu können, musste bei der GR IV das große SD-Kartenfach einem kleinen Micro-SD-Kartenfach weichen. Dafür bietet der neue Akku DB-120 nun 1.800 mAh, was 250 statt 200 Aufnahmen Laufzeit nach CIPA-Standardmessverfahren ermöglicht. Geladen wird er über die USB-C-Schnittstelle, ein Ladegerät ist aber wie üblich (und von der EU vorgeschrieben) nur optional erhältlich. Zum Ausgleich für das weggefallene SD-Kartenfach hat Ricoh den internen Speicher von zwei auf nunmehr 53 GByte vergrößert. Das reicht immerhin für 3.500 JPEG-Aufnahmen höchster Qualität oder 1.000 Raw-Aufnahmen im DNG-Format oder 86 Minuten Video in Full HD 30p.

www.ricohgr.eu

Blende auf für die branchenweit erste 100-Megapixel-Mittelformatkamera mit echtem End-to-End-High Dynamic Range (HDR), die X2D II 100C. Anspruchsvolle Lichtbild-Profis sollen auch von der 10-Stufen-Bildstabilisierung, besonders schneller AF-Leistung und besserer Freihandkontrolle überzeugt werden.

Zeitgleich mit der X2D II 100C wird das XCD 2,8-4/35-100E eingeführt, ein Weitwinkel- bis mittleres Telezoomobjektiv, das die häufig verwendeten Brennweiten abdeckt. Mit einer beachtlichen Anfangsöffnung von f/2,8 will es bei schlechten Lichtverhältnissen überzeugen, zudem bietet das kompakte Zoom die schnellste Fokussiergeschwindigkeit im XCD-Objektivportfolio von Hasselblad.

Autofokus auch bei Bildserien

Die X2D II 100C ist die erste Hasselblad-Kamera mit AF-C-Serienautofokus. Basierend auf

X2D II – das Hasselblad-Modell präsentiert sich als ebenso ansehnliche wie leistungsstarke Neuheit in der überschaubaren Kamera-Kategorie „Kompaktes Mittelformat“. Kombiniert mit dem ebenfalls neuen Zoom 35-100 mm ergibt sich ein Verkaufspreis von rund 12.000 Euro – da sollte der nächste Bild-Auftrag in konkreter Sichtweite sein.

Der verbesserte 100-Megapixel-Mittelformat-BSI-CMOS-Sensor der neuen X2D II 100C steht für Hasselblads Anspruch an kompromisslose Bildqualität. Mit einer Farbtiefe von 16 Bit, die etwa 281



tungswerkzeugen, einschließlich HDR-Bildbearbeitung und Hasselblad Natural Noise Reduction (HNRR), eine KI-gestützte Funktion, die das Rauschen in RAW-Dateien reduziert, ohne Details oder

und bietet eine außergewöhnliche Haltbarkeit sowie eine verfeinerte, subtile Textur, während die schwarze Namensplatte der Kamera einen Hauch von Unterscheidung bietet. Der charakteristische ergonomische

HASSELBLAD X2D II 100 Megapixel – mit neuem Zoom 12.000 Euro

Deep-Learning-Algorithmen, soll das System zuverlässige Leistung gewährleisten und bewegte Motive präzise erkennen. Die Abdeckung des Phasenerkennungs-Autofokus (PDAF) wurde von 294 auf 425 Zonen erweitert und arbeitet zusammen mit LiDAR-unterstützter Fokussierung, um schnelle und exakte Ergebnisse zu gewährleisten.

Die X2D II 100C ist zudem die erste Mittelformat-Kamera, die echtes End-to-End-HDR unterstützt. HNCS HDR nutzt den hohen Dynamikbereich, um Hasselblads charakteristische, natürliche Farben auf ein neues Brillanzniveau zu heben. Selbst bei schwierigen Lichtverhältnissen reduziert es effektiv Überbelichtung, verbessert die Darstellung von Lichtreflexen und sorgt für eine größere Farbtiefe, sodass reich detaillierte HDR-Bilder entstehen, die dem entsprechen sollen, was das Auge wahrnimmt. HDR-Bilder werden in der Kamera als HDR HEIF oder Ultra HDR JPEG verarbeitet und können sofort auf dem neuen 3,6-Zoll-OLED-Touchscreen mit einer Spitzenhelligkeit von bis zu 1.400 Nits angezeigt werden – 75 Prozent heller als beim Modellvorgänger X2D 100C. Mit Phocus Mobile lassen sich HDR-Bilder bearbeiten und die HNCS HDR-Verarbeitung auf RAW-Dateien anwenden.

Billionen Farben liefert, erfasst die Kamera die subtilen Abstufungen, die ein Foto zum Leben erwecken. Ein neuer nativer ISO-Wert von 50 und ein erweiterter Dynamikumfang von 15,3 Blendenstufen ermöglichen eine präzise Kontrolle von den tiefsten Schatten bis zu den hellsten Lichtern.

Die beeindruckende Auflösung des Sensors verlangt nach zuverlässiger Stabilisierung. Dafür haben Hasselblad-Ingenieure die strengsten Kalibrierungsprotokolle angewendet und ein Fünf-Achsen-Bildstabilisierungssystem mit zehn Blendenstufen entwickelt, das beim Fotografieren entfernter Motive bis zu achtmal mehr Stabilität bietet als die X2D 100C. Es lassen sich Langzeitbelichtungen von mehreren Sekunden freihändig aufnehmen und so neue kreative Möglichkeiten nutzen.

Mit Phocus Mobile erreicht der Hasselblad-Workflow ein neues Maß an Portabilität und ermöglicht, die Aufnahmen unterwegs zu bearbeiten. Die App ist auf iOS-Geräten verfügbar und verbindet sich nahtlos mit Hasselblad X- und V-Systemkameras für die drahtlose Bildübertragung und ermöglicht auch die Fernsteuerung mit Live-Ansicht, Firmware-Updates und sogar das 'Aufwecken' der Kamera im ausgeschalteten Zustand. Sie bietet eine Reihe von Bearbei-

die charakteristischen Hasselblad-Farben zu beeinträchtigen.

1 TB interner SSD-Speicher



Die X2D II 100C behält die bemerkenswerten Speicherkapazitäten ihres Vorgängermodells bei und verfügt über 1 TB internen SSD-Speicher direkt in der Kamera. Ein zusätzlicher CFexpress-Type-B-Steckplatz sorgt dafür, dass sorgenfrei gearbeitet werden kann.

Die X2D II 100C ist noch kompakter gebaut und wiegt 7,5 Prozent weniger als die bisherige X2D 100C, was den Bedienkomfort signifikant verbessert. Die neue graphitgraue matte Beschichtung wurde mithilfe eines fortschrittlichen Veredelungsprozesses hergestellt

Griff wurde ebenfalls mit einer strukturierten Oberfläche neu gestaltet, um bei längeren Aufnahmen mehr Komfort und Kontrolle zu gewährleisten.



Kein billiges Vergnügen

– aber das neue Hasselblad-Modell kann ein ordentliches Leistungsspektrum vorweisen. Das Gehäuse kostet 7.200 und das ebenfalls neue Zoom 35-100 mm 4.800 Euro (jeweils UVP).

Der 3,6-Zoll-OLED-Bildschirm lässt sich um 90° nach oben und um etwa 43° nach unten neigen und ausziehen, ohne den digitalen Sucher (EVF) zu verdecken, was die Bildkomposition und Aufnahme von Bildern aus hohen und niedrigen Winkeln erleichtert. Ein neu hinzugefügter 5D-Joystick ermöglicht eine schnelle Fokuspunktwahl und eine intuitive Menüführung, ohne den Bildschirm zu berühren. Mit acht anpassbaren Tasten bietet die Kamera größere Flexibilität und ein persönlicheres Bedienerlebnis.