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
November 2023
www.ce-trade.de

homeTec
Consumer Electronics · Digital Imaging · Personal Computing + Telekommunikation

LG Fernsehgeräte sind mit einer exklusiven Entertainment-Plattform ausgestattet

LG CHANNELS 3.0 BIETET EIN NEUES TV-ERLEBNIS

Die Fernsehwelt hat sich verändert. Wo es früher neben ARD und ZDF noch einige private Sender gab, kann der Zuschauer heute aus einem immensen Angebot von TV-Programmen, Mediatheken und Streaming-Diensten wählen. Eine wunderbare Programmvielfalt, deren Nutzung aber leider nicht gerade einfach und manchmal recht verwirrend ist. Mediatheken sind unübersichtlich, ARD und ZDF zeigen das überdeutlich, und auch die Suche nach den verschiedenen Streaming-Dienste gestaltet sich oft zeitraubend.

Hier will LG Channels 3.0 dem Käufer eines LG-Fernsehers das Leben deutlich vereinfachen. Die neueste Version dieses exklusiven kostenlosen Streaming-Dienstes ist mit einer neuen Benutzeroberfläche mit verbesserter Navigation, einer ansprechenderen Aufmachung und einem optimierten Channel-Guide ausgestattet. So können Nutzer jetzt noch einfacher die Inhalte entdecken, die ihnen gefallen. LG Channels zählt in allen Regionen, in denen der Dienst angeboten wird, zu den fünf meistgenutzten Apps auf LG Smart TVs und zieht mit seinem erstklassigen Angebot an Nachrichten, Sport, Filmen, TV-Serien sowie Exklusivsendungen immer mehr Zuschauer an.

Die neue Benutzeroberfläche spiegelt das Hauptnutzungsverhalten der User von LG Channels wider und ist in drei Seiten gegliedert: Home, Live und On Demand. Die Aufteilung macht es einfacher, die verschiedenen Dienste der kostenlosen LG-Medienplattform zu nutzen.

Zudem können Familienmitglieder ihren ganz persönlichen Startbildschirm mit ihren speziellen Favoriten zusammenstellen und finden sofort ihre Lieblingsprogramme.

Mehr zu der LG Entertainment-Plattform 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

Bowers & Wilkins 8
Denon 8
Deutsche Telekom 4
Eno 4
Euronics 6
Expert 7
Garmin 9
LG 9, 10
Marantz 15
Microsoft 4
Panasonic 4
Samsung 12
Sharp 14
Sony 9
TCL 15
Telering 6
Wertgarantie 7
Xiaomi 4
Yamaha 8

Foto/Digital Imaging

Amazon 17
Canon 4, 16
HDE 4
Leica 16
Pearl 18
Ringfoto 18

Personen

Consumer Electronics

Ferri Abolhassan 4
Adel Al-Saleh 4
Boris Baresic 4
Nils Becker-Birck 9
Ulrich Binnebößel 4
Thomas Bruning 11
Thilo Dröge 7
Mike Henkelmann 12
Felix Janssen 7
Atila Kesenek 22
Udo Knauf 6
Ralf Kohns, 11
Kai Kürpick 6
Margot Lannoy 4
Christoph de Leuw 10
Jochen Mauch 6
Dr. Stefan Müller 7
Jochen Pohle 7
Daniel Schiffbauer 11
Ernst Schmid 11
Steven Vindevogel 4
Ox Wang 4
Ou Wen 4
Martin Wolf 7
Alex Xiang 4
Peter Zyprian 7

Foto/Digital Imaging

Michelle Donelan 4
Dr. Silke Fredrich 4
Bill Gates 4
Emma Gilmartin 17
Wolfgang Grupp 4
Thilo Röhrig 18
Niddal Salah-Eldin 4
Uyen Ninh 4

Sharp FQ TV-Serie – Mit vier neuen 4K Ultra HD Fernsehern mit Google-Betriebssystem will sich Sharp preisgünstig in der TV-Mittelklasse positionieren. Die Geräte bieten beim Bild wie auch beim Sound eine umfangreiche Ausstattung, auch für Gamer. Seite 14

Samsung Micro LED – Die überragende TV-Technik kommt jetzt mit 76 und 114 Zoll auf den deutschen Markt. Seite 12

Consumer Electronics

Bowers & Wilkins: Zeppelin McLaren Edition 8
Denon: Plattenspieler Flaggschiff 8
Yamaha: MusicCast 200 System 8
LG: 24 Monate Garantie auf OLED-Monitore 9
Sony: Neue DAB-Receiver fürs Auto 9
Garmin: vivoactive 5 Smartwatch 9
LG: Medien-Plattform OLED-TV 10
Samsung: Micro LED kommt jetzt 12
Samsung: Nobel-Preis für Quantum Dot 12
JBL: Open Ear Kopfhörer Soundgear Sense 13
JBL: Party-Box Ultimate 13
Sharp: 4K Ultra HD Google TV 14
TCL: TVs für Gamer 15
Marantz: Neues HighEnd-System 15

Foto / Digital Imaging

Leica M11-P: Alle Aufnahmen zuverlässig checken 16
Canon: 10 bis 20 mm für Ultraweitwinkelfotos 16
Amazon: Fire HD 10-Tablets – auch für Kinder 17
Ringfoto: Zwischen Januar und September alles gut 18
Pearl Somikon: Actioncam mit zwei Farbdisplays 18

Wirtschaft

Personen 4
Zielscheibe 5
Impressum 5
Telering: Aufmerksamkeitsstarke Herbstkampagne 6
Euronics: Das E-Auto für alle 6
Smart Home: Was will der Kunde? 7
Wertgarantie: Repatieren statt wegwerfen 7

Amazon Fire HD 10-Tablets – konsequent baut Amazon sein Fire Tablet-Portfolio aus. Die neuen Modelle zeichnen sich durch reichlich Speichervolumen, bequeme Handhabung aus. Seite 18

TCL setzt auf Gamer – Mit einer Bildwiederholrate von bis zu 240 Hz will TCL mit seinen neuen TVs besonders Gamer erreichen. Seite 15

JBL Open Ear – Die völlig neue Kopfhörer-Technik bringt die Schallquelle vor das Ohr anstatt in das Ohr. Seite 13

Zippert

Die Bahn plant „mobilfunkfähige Fenster". Ein Alptraum. Bisher wurden Menschen mit einem übergroßen und lautstarken Mitteilungsbedürfnis in regelmäßigen Abständen durch klug positionierte Funklöcher und Tunnel gebremst und oft völlig zum Schweigen gebracht. Eine große zivilisatorische Leistung der Bahn. Doch mit den überarbeiteten Fenstern soll es möglich sein, überall und jederzeit seine Umgebung zu belästigen. Aber wie stellt sich die Bahn das technisch vor? Das Unternehmen will in die dünnen Metallbeschichtung von 70.000 Fenstern mit Laserstrahlen ein „filigranes Muster" einarbeiten, durch das die Funksignale eindringen sollen. Reisende können endlich drei Stunden ununterbrochen dem Gespräch eines Handelsvertreters aus Filderstadt folgen und ihre Abneigung gegen den schwäbischen Dialekt kultivieren. Das Ganze soll 50 Millionen Euro kosten. Warum schlägt man nicht einfach jedes dritte Fenster ein, dann gelangen selbst umfangreiche Datenpakete ins Wageninnere, und wenn der Zug zum Stillstand kommt, können auch Außenstehende gut mithören.

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

Zitiert

„Es ist seltsam, wir kennen den Algorithmus, aber wir wissen nicht wirklich, wie er arbeitet." Microsoft-Gründer **Bill Gates** gibt sich im „Handelsblatt"-Interview als KI-Orakel und sagt, dass wir im kommenden Jahrzehnt sehr genau verstehen werden, wie KI funktioniert.
handelsblatt.com

„Wir brauchen einen Rauchmelder für KI." **Michelle Donelan**, britische Ministerin für Wissenschaft und Technologie, vergleicht im „FAZ"-Interview KI mit dem Klimawandel und fordert grenzübergreifende Regeln.
faz.net

„Bei Kurzvideos ist die Idee alles. Da ist es egal, aus welchem Winkel du filmst, wie du aussiehst oder was du anhast. Du musst die Leute dazu bringen zu lachen oder etwas zu lernen." Content Creator **Uyen Ninh** sagt im großen Interview in der turi2 edition #22, worauf es bei Short Videos ankommt. Ninh zählt auf TikTok, Instagram und YouTube jeweils mehr als 1 Mio. Follower.
turi2.de

„Wenn sich unsere Branche weiter nur mit sich selbst beschäftigt und KI von sich weg schiebt, dann sage ich Gute Nacht." Springer-Vorständin **Niddal Salah-Eldin** macht auf den Medientagen München vom Umgang mit KI das Überleben der Medienbranche abhängig.
horizont.net

„Wenn einer zu Hause arbeiten kann, ist er unwichtig." Trigema-Chef **Wolfgang Grupp** sagt im Interview mit dem „Tagesspiegel", dass Präsenz die Entscheidungsfindung beschleunigt.
tagesspiegel.de

PANASONIC

Margot Lannoy wurde von Panasonic Connect Europe zur neuen Head of Sales für die Benelux-Länder, die DACH-Region und Osteuropa des Geschäftsbereichs Mobile Solutions Europe ernannt. Die Belgierin möchte das umfassende spezifische Know-how von Panasonic TOUGHBOOK in den verschiedenen Ländern dieser Regionen allen Kunden zugänglich machen; sie tritt die Nachfolge von **Steven Vindevogel** an.

CANON

Dr. Silke Fredrich ist neue Director Corporate & Marketing Communications bei der Canon Deutschland GmbH. Die promovierte Journalistin blickt auf eine 20-jährige Expertise im Print- und Onlinejournalismus zurück, zuletzt in der Funktion als Chefredakteurin Online der WirtschaftsWoche. In den vergangenen fünf Jahren war Fredrich in der Unternehmenskommunikation tätig, unter anderem bei der E.ON-Netzgesellschaft Westenergie.

DEUTSCHE TELEKOM

Ferri Abolhassan wurde vom Aufsichtsrat der Deutschen Telekom zum neuen Vorstandsmitglied T-Systems berufen. Er war bisher Geschäftsführer Sales und Service der Telekom in Deutschland. Ferri Abolhassan, promovierter Informatiker, folgt zum 1. Januar 2024 auf **Adel Al-Saleh**, der um die Auflösung seines Vertrages gebeten hatte, weil er neuer CEO des luxemburgischen Satellitenbetreibers SES wird.

ENO

Boris Baresic ist zum neuen Marketing- und Vertriebsleiter beim Nordhorner TK-Distributor Eno ernannt worden. Der 42-Jährige bringt einige Erfahrung aus unterschiedlichen Unternehmen und Positionen mit, sowohl aus der Distribution als auch von Seiten der Hersteller. Seine beruflichen Stationen waren unter anderem bei NT Plus (heute Also), Gigaset, Alcatel Lucent und Samsung.

XIAOMI

Qx Wang wurde zum neuen General Manager von Xiaomi Westeuropa ernannt; er tritt die Nachfolge von **Ou Wen** an. Qx Wang bringt laut Unternehmen eine Fülle von Erfahrungen und Führungsqualitäten in seine neue Position ein. Als General Manager berichtet er an **Alex Xiang**, Vice President of International Business Department. Qx Wang wird sämtliche Aktivitäten von Xiaomi in Westeuropa beaufsichtigen.

HDE

Dass die Europäische Zentralbank (EZB) jetzt die Einleitung der Realisierungsphase zum digitalen Euro bekanntgegeben hat, ist aus Sicht des Handelsverbandes Deutschland (HDE) ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung. „Wünschenswert wäre ein deutlicheres Bekenntnis der EZB zum digitalen Euro gewesen. Auch ein Signal für eine möglichst zügige Umsetzung ist leider ausgeblieben. Doch die Untersuchungsphase der vergangenen zwei Jahre hat gezeigt, dass einige Fragen offen sind. Diese müssen nun angegangen und mutig gelöst

werden", so **Ulrich Binnebößel**, HDE-Abteilungsleiter Zahlungsverkehr. „Es bleibt aber die Hoffnung auf eine echte neue Zahlungslösung für einen modernen Zahlungsverkehr", so Binnebößel weiter. Noch besteht aus Sicht des HDE an einigen Stellen allerdings Klärungsbedarf. Aus Verbrauchersicht ist die Gefahr des Verlustes der Anonymität kritisch, da mit der Einführung einer digitalen Währung die schleichende Aufgabe des Bargeldes befürchtet wird. „Größtmögliche Anonymität und Einsetzbarkeit für alle Alltagszahlungen, auch mit höheren Beträgen, sollte im Fokus stehen", betont Binnebößel. Banken wiederum müssten Wege finden, um robuster gegen Liquiditätsschwankungen zu werden. Notfalls müsse das mit Unterstützung des Eurosystems geschehen. Nur so werde ein digitales Pendant zum Bargeld erfolgreich sein können.
www.einzelhandel.de

Umsatz am Black Friday oder wird es ein schwarzer Tag?

Am Donnerstag, dem 25. Oktober 1929, stürzte nach dem US-Börsencrash die ganze Welt in extreme wirtschaftliche Probleme. Wegen der Zeitverschiebung kam es in Europa zu einem Schwarzen Freitag. Auch heute sorgt der Schwarze Freitag für wirtschaftliche Turbulenzen, glücklicherweise aber im positiven Sinn. Schon seit einigen Jahren ist der Schwarze Freitag der Schnäppchen-Tag für Kauflustige. Aus den USA importiert, werden an diesem Tag, und zunehmend an weiteren Tagen im November, die Preise – besonders für technische Produkte – gesenkt, um Kunden mit attraktiven Sonderangeboten zu locken. Während dies in früheren Jahren vornehmlich bei uns den Online-Handel betraf, engagieren sich schon seit einigen Jahren auch MediaMarkt/Saturn sehr stark, und auch der CE-Einzelhandel und die Kooperationen haben diese Verkaufschance erkannt.

Neben dem Freitag sind in den letzten Jahren weitere Rabatt-Tage entstanden. So der Cyber Monday nach dem Black Friday. An diesem Tag startet die Cyber- oder auch Black-Week. Hier ist besonders der Online-Handel stark aktiv. Am Black Friday stehen vornehmlich teurere Technikgeräte im Vordergrund. Ebay ist für viele Käufer dazu eine wichtige Plattform. Amazon dagegen hält sich in diesen Tagen mit Sonderangeboten zurück, die wurden schon während der Prime-Tage im Oktober in großem Umfang angeboten.

Doch wie sieht es wirklich mit den Rabatten aus? auxmoney hat die Angebote im vergangenen Jahr und die effektiven Einsparungen analysiert (Grafik). Effektiv bedeutet den realen Rabatt gegenüber den Preisen der Vorwochen und nicht den utopischen Rabatt gegenüber dem UVP des Gerätes bei seiner Markteinführung, wie er oft in der Werbung versprochen wird. Fernsehgeräte sind an den schwarzen Tagen im Schnitt um 9 % günstiger, Smartphones um 7 % und Spielekonsolen auch mal um 15 %. Die ZDF-Sendung WISO hat die Preise von 3.068 Produkten zwei Monate vor den Black Days beobachtet und stellte fest, bei den meisten Produkten blieb der Preis gleich. Das Fazit der Sendung: „Ein Tag, der günstige Preise verspricht, sie aber nicht bietet".

Doch ob die Kunden dieses Jahr im Schnäppchen-November wirklich kaufen, ist angesichts der eingetrübten Stimmung keinesfalls garantiert. Die GfK hat in ihrem Konsumklimatrend eine deutliche Sparneigung der Bundesbürger ermittelt und damit entsprechend einen verstärkten Abwärtstrend des Konsumklimas. „Mit dem dritten Rückgang in Folge müssen die Hoffnungen auf eine Erholung der Konsumstimmung noch in diesem Jahr endgültig begraben werden", erklärt Rolf Bürkl, Konsumexperte beim NIM. „Vor allem die hohen Preise für Nahrungsmittel schwächen die Kaufkraft der privaten Haushalte in Deutschland und sorgen dafür, dass der private Konsum in diesem Jahr keine Stütze der Konjunktur sein wird." Auch die Einkommenserwartungen befinden sich im Abwärtstrend, die GfK spricht von einem Würgegriff der Inflation.

Wie sieht es mit der Anschaffungsneigung aus? Sie liegt in etwa bei dem Wert wie zur Finanz- und Wirtschaftskrise 2008. Seit etwa einem Jahr verharrt die Konsumneigung auf diesem niedrigen Niveau und lässt nach wie vor keinerlei Anzeichen einer Besserung erkennen. Bei etlichen Beschäftigten wird die Sorge um die Sicherheit des Arbeitsplatzes damit zunehmen. Verstärkt wird die Besorgnis darüber hinaus durch steigende Unternehmensinsolvenzen, die ebenfalls für Verunsicherung sorgen. All dies drückt auf die Kauflaune der Bundesbürger.

Bleibt zu hoffen, dass der Schwarze Freitag nicht wirklich ein schwarzer Tag sein wird.

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

TELERING HERBSTKAMPAGNE

Gerüstet für das Jahresendgeschäft

Mit einer pfiffigen und provokanten Kundenansprache startet die Telering-Verbundgruppe in das Jahresendgeschäft und schärft somit die Aufmerksamkeit für den lösungs-orientierten und regionalen Technik-Profi-Fachhandel.

„Mit dem Technik-Profi an Deiner Seite kann die Lösung nur gut werden." So lässt sich die neue Marketing-Kampagne der Telering-Verbundgruppe in einem Satz umschreiben. Ziel der Aktion ist es, deutlich zu machen, wo Kunden tatsächlich auf Qualität und Kompetenz zählen können.

Udo Knauf – der Telering-Geschäftsführer, verschenkt „Mensch ärgere Dich nicht".

Die Kampagne greift dies thematisch auf und bewirbt ausgewählte Aktionsprodukte renommierter Markenhersteller in Print- und Online-Medien von Oktober bis Dezember.

Neben einem umfangreichen Werbemittelpaket hat der Händler die Möglichkeit für jedes verkaufte Aktionsprodukt – getreu der Leitidee der Kampagne – den Spieleklassiker „Mensch ärgere Dich nicht" dazu zu schenken.

Somit erhält der Kunde des Technik-Profis nicht nur Top-Produkte und erstklassige Lösungen, sondern zusätzlich noch einen pfiffigen Mehrnutzen, ideal zur anstehenden Weihnachtszeit.

Gerade im Zeitraum von „Black Week" und „Cyber Week"-Aktivitäten, die in der Handelslandschaft im Monat November regelmäßig zu einem wertevernichtenden Angebotswesen im Markt sorgen, setzt Telering mit der Zugabeaktion eine intelligente und fachhandelsspezifische Marketingmaßnahme entgegen, die Werterhalt, Qualität, Kompetenz und Mehrnutzen in den Mittelpunkt stellt.

EURONICS WIRD AUTOHÄNDLER

Das E-Auto für alle

Unter dem Motto „EURONICS – Der Partner für E-Mobilität in Ihrer Nähe" unterstützt die Verbundgruppe zum Jahresende Kundinnen und Kunden dabei, die aktuellen Fördermöglichkeiten für das Thema E-Mobilität noch rechtzeitig auszuschöpfen. Denn ab 1. Januar 2024 sinken die Prämien zum Kauf von E-Autos in Deutschland oder fallen für manche Modelle sogar komplett weg. Gemeinsam mit der Autohaus Gotthard König GmbH bietet der Elektronikhändler bis Ende des Jahres das E-Auto für alle: einen Dacia Spring Essential Electric 45 für kostengünstige 99 Euro Leasingrate im Monat.

„Mit der Aktion senden wir ein deutliches Zeichen in den Markt: Euronics macht E-Mobilität – gestern schon, jetzt und in Zukunft erst recht. Wir sind davon überzeugt, dass wir unseren Kunden als Fachhändler in ihrer Nähe einen einfachen Zugang zu passenden E-Mobility-Lösungen bieten müssen. Auch nach dem Ende der Vertriebsunternehmungen mit Aiways ist es wichtig, unser Waren- und Serviceangebot in den Bereichen der E-Mobilität strategisch weiter auszubauen", sagt Kai Kürpick, Bereichsleiter strategischer Einkauf bei der Euronics Deutschland e.G.

Die gesamte Abwicklung der Leasing-Aktion erfolgt online über das Autohaus König. Der Dacia Spring ist ab sofort bei dem EURONICS-Partner verfügbar. Kunden und Kundinnen, die auf eine der digitalen Anzeigen klicken, gelangen auf eine eigens gestaltete Landing Page unter euronics.de. Auf Printprodukten findet sich ein scanbarer QR-Code, von wo aus man direkt zur digitalen Bestellstrecke des Autohauses König gelangt. Der Leasingvertrag wird dann mit der hauseigenen Leasing-Bank von Autohaus König abgeschlossen. Da der Mini-SUV Dacia Spring auch für schwieriges Terrain bestens geeignet ist, gibt es als Extra von Euronics für die ersten 1.500 Besteller noch ein robustes Outdoor-Smartphone von Gigaset gratis dazu.

Euronics verspricht sich von der Vertriebsoffensive klare Abstrahleffekte auf die Marke und deren Positionierung in einem zukunftsrelevanten Umfeld. Eine reichweitenstarke Kampagne in den verschiedenen Medien der Bild-Zeitung, sowohl analog als auch digital, sorgt für die nötige Aufmerksamkeit. Über insgesamt vier Wochen hinweg wird das Angebot großflächig in Bild am Sonntag als auch auf bild.de ausgespielt und durch weitere Formate des Axel Springer Formats digital ergänzt. „Um unser Profil als E-Mobilitätsanbieter weiter zu schärfen, werden bald schon weitere Aktionen aus der Ditzinger Euronics-Zentrale folgen. Dabei ist unser Ziel, dass natürlich auch unsere Mitglieder von den Aktivitäten profitieren – entweder direkt über Prämien oder indirekt über aktionsnahe Werbeanzeigen und Markeneffekte," ergänzt Jochen Mauch, Vorstand Marketing, Vertrieb und Digital. Neben der Vermittlung von Fahrzeugen wird EURONICS auch seine Kompetenz in der Bereitstellung von privater Lade-Infrastruktur weiter ausspielen. Ein diverses Angebot an Wallboxen sowie ein professioneller Installationsservice ergänzen das Paket für alle, die einen Partner für die Mobilität von morgen in ihrer Region suchen.

SMART-HOME-PRODUKTE
Was will der Kunde?

Anschalten und loslegen – so sollte es nach den Wünschen von Nutzerinnen und Nutzern von Smart-Home-Produkten im Idealfall laufen. Für 96 Prozent und damit fast alle ist Benutzerfreundlichkeit ein wichtiges Kriterium beim Kauf einer Smart-Home-Anwendung. Erst an zweiter Stelle steht der Preis, der aber noch immer für 90 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer wichtig ist.

89 Prozent achten auf ein gutes Testergebnis und fast ebenso viele (87 Prozent) auf Datensicherheit und Datenschutz. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung unter 1.178 Menschen in Deutschland ab 16 Jahren im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, darunter 523 Nutzerinnen und Nutzer von Smart-Home-Produkten. Demnach ist für drei Viertel (75 Prozent) die Kompatibilität zu anderen Smart-Home-Produkten entscheidend. Nachhaltigkeit zählt bei 72 Prozent zu den wichtigen Kaufkriterien und die Möglichkeit zur Sprachsteuerung bei 69 Prozent. Marke (69 Prozent) und Design (68 Prozent) haben einen ähnlichen Stellenwert. Ob das Smart-Home-Produkt aus einem europäischen Herkunftsland kommt, ist für 64 Prozent relevant. Smart-Home-Anwendungen sind in deutschen Haushalten mittlerweile weit verbreitet: Insgesamt haben 44 Prozent der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger mindestens eine Smart-Home-Anwendung in ihrem Zuhause eingerichtet.

Die meisten Nutzerinnen und Nutzer von Smart-Home-Produkten haben diese selbst in-stalliert (46 Prozent). Einige lassen sich aber auch aus ihrem privaten Umfeld helfen, etwa von einem anderen Haushaltsmitglied (24 Prozent) oder einer Person aus dem Freundes-, Bekannten- oder Familienkreis (18 Prozent). Ein Viertel (25 Prozent) hat sich professionelle Unterstützung in Form eines versierten Dienstleistungs- oder Handwerksbetriebs geholt. „Die meisten Smart-Home-Systeme lassen sich unkompliziert zu Hause einsetzen, installieren und beliebig erweitern. Die Geräte der einzelnen Hersteller werden zunehmend untereinander kompatibel“, sagt **Felix Janssen**, Smart-Home-Experte beim Bitkom. „Smart-Home-Anwendungen werden in den kommenden Jahren in mehr und mehr Haushalten zu finden sein.“

EXPERT FOKUSTHEMEN 2023/24
Digitale Kundenansprache

Volles Haus bei der expert Hauptversammlung in Köln. Rund 90 Prozent der Gesellschafterbetriebe waren an den Rhein gekommen. Zudem präsentierten 137 Aussteller ihre Produkte. „Präsenzveranstaltungen und Messen bleiben unerlässliche Kontaktplattformen für expert“, sagt **Dr. Stefan Müller**, Vorstandsvorsitzender der expert SE. „Hier findet der so wichtige persönliche Austausch statt, bei dem neue Impulse für das tägliche Geschäft unserer Händler gesetzt werden und bei dem sich unsere experten gemeinsam mit unseren Industrie- und Dienstleistungspartnern auf die kommende Saison einstimmen.“

Die expert-Strategie „expert 6.0“ erstreckt sich über die Bereiche Wachstum, Marktdurchdringung, Gesellschafterfokussierung, Endkundenfokussierung und Digitalisierung. Zudem wurde in diesem Jahr das Thema Nachhaltigkeit neu als fester Bestandteil in die Unternehmensstrategie aufgenommen, welche alle Strategiepunkte umfasst und betrifft. Mit der Entscheidung, Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie aufzunehmen, setzt expert ein deutliches Zeichen: Nachhaltigkeit ist bei expert kein Nebenthema, sondern Teil des unternehmerischen Denkens. Auf der Basis einer mit expert International für das Unternehmen definierten Nachhaltigkeitsvision setzt expert nationale Strategien und Initiativen um, um die Vision zielgerichtet voranzutreiben.

Ebenfalls essenzieller Bestandteil der expert-Strategie ist der Ansatz „Mitarbeiter 6.0.“, der im Hinblick auf den Fachkräftemangel, der auch vor der Elektronikfachhandelsbranche und dem Einzelhandel nicht Halt macht, aktueller denn je ist. Mit umfassenden Ansätzen zur Ausbildung, zum Recruiting und zum Onboarding neuer Mitarbeiter positioniert sich expert deutschlandweit als attraktiver Arbeitgeber. Ein vielfältiges Weiterbildungsprogramm der expert Akademie sowie Ansätze zur Mitarbeiterbindung und zur Positive Leadership sorgen dafür, Fachkräfte langfristig im Unternehmen zu halten. Durch diese ganzheitliche Betrachtung wirkt expert dem Fachkräftemangel aktiv entgegen.

Stärkung der digitalen Kundenansprache: Ein weiteres Fokusthema bei expert ist die digitale Kundenansprache. Die Wirkung von Printmedien reduziert sich fortschreitend, der Schwerpunkt der Zielgruppen verlagert sich immer mehr in Richtung digitaler Medien. Um dementsprechend die digitale Kundenansprache zu stärken, intensiviert expert einerseits die Nutzung bestehender Instrumente wie CRM-Mailings oder Kundennewslettern und optimiert diese im Hinblick auf die aktuellen Ansprüche und Bedürfnisse der Kunden. Gleichzeitig prüft expert auch die Entwicklung neuer Instrumente: Eine expert Kunden-App befindet sich aktuell in der Entwicklungsphase und soll zukünftig eine Schnittstelle zwischen den Fachgeschäften und -märkten sowie dem expert Online-Shop bilden.

Für expert hat die IFA eine besondere Bedeutung, ab dem 1. Januar 2024 wird **Peter Zyprian**, Gesamtvertriebsleiter bei expert, die IFA Management GmbH als IFA-Beauftragter von expert unterstützen.

Sie setzen auf Nachhaltigkeit – (v. li.): Martin Wolf (Leiter Vertrieb und Marketing EK), Thilo Dröge (Wertgarantie-Geschäftsführer) und Jochen Pohle (Vorstand und CRO EK).

Wertgarantie: „Unsere Mission heißt ‚Reparieren statt Wegwerfen‘, und das ist angesichts der unvorstellbaren Mengen an Elektroschrott, die allein in Deutschland anfallen, dringend geboten“, so Wertgarantie-Geschäftsführer Thilo Dröge auf der EK Herbstmesse.
Nach einer vom Unternehmen in Auftrag gegebenen repräsentativen Studie entsteht hierzulande etwa alle 1,5 Minuten eine Tonne Elektroschrott. Anlass für die Hannoveraner, mit der imposanten Elektroschrott-Skulptur „Wertgigant“, die als Symbol der heutigen Wegwerfmentalität eben dieses Gewicht auf die Waage bringt, ein weithin sichtbares, nachdrückliches Statement abzugeben, das jeden Betrachter zum Nachdenken bringt.
Auch EK Vorstand Jochen Pohle, der als CRO für das Geschäftsfeld EK Home verantwortlich ist, sieht im Wertgiganten ein Mahnmal für den verantwortungsvollen Umgang mit Elektrogeräten: „Uns liegt das Nachhaltigkeitsthema ebenfalls sehr am Herzen. Dabei kommt es darauf an, sämtliche Aspekte wie Materialien, Herstellungsprozess, Qualität und Wirtschaftlichkeit, aber auch Reparaturfähigkeit und Entsorgung zusammenzudenken. Unsere Zusammenarbeit mit Wertgarantie im Hausgeräte-Bereich trägt dieser Idee Rechnung.“
So bauen immer mehr EK Handelspartner, die Elektro-Hausgeräte im Sortiment führen, auf die Wertgarantie-Angebote in Sachen Garantieverlängerung. Damit decken die Händler nicht nur das Sicherheitsbedürfnis ihrer Kunden ab, sondern tragen auch entscheidend zur Verlängerung der Nutzungsdauer der Hausgeräte bei.

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

Bowers & Wilkins und McLaren Automotive
Zeppelin McLaren Edition

Bowers & Wilkins, die renommierte britische Premium-Audiomarke, bringt in Zusammenarbeit mit ihrem langjährigen Partner McLaren Automotive eine neue Version des preisgekrönten kabellosen Lautsprechers Zeppelin auf den Markt. Nach dem Erfolg der McLaren Edition des Kopfhörers Px8 hat Bowers & Wilkins eine Sonderedition des Wireless-Musiksystems entwickelt, das sich durch ein raffiniertes Galvanic Grey Finish mit dezenten Highlights in Papaya Orange auszeichnet und vom Designansatz von McLaren Automotive inspiriert ist. Der Zeppelin ist ein komplettes Stereosystem in einem Gerät – ein kabelloser Smart Speaker, der für das Streaming-Zeitalter neu interpretiert wurde. Er verfügt über innovative Lautsprechertechnologien: Neben zwei 2mm Doppelkalotten-Hochtönern und zwei 90mm FST-Mitteltönern kommt ein kraftvoller 150mm Subwoofer zum Einsatz. Das Ergebnis ist ein raumfüllender 24-Bit-Stereo-Sound der Extraklasse. zeitgleich mit der Einführung der neuen McLaren Edition kommt der Zeppelin jetzt mit einer Wireless-Multiroom-Funktion. Das neue Modell sowie alle aktuellen Zeppelin in der Standardausführung sind nun Multiroom-fähig, sowohl in Kombination mit der Panorama 3 Soundbar als auch kabellosen Lautsprechern der Formation-Reihe. So können Bowers & Wilkins Nutzer:innen ihre kabellosen Lautsprechersysteme im Haus nahtlos miteinander verbinden und konfigurieren. Die Einrichtung und Steuerung erfolgen ganz einfach über die Bowers & Wilkins Music App. UVP 899 Euro.

Denon Plattenspieler Flaggschiff
Der DP-3000NE mit Direktantrieb

Der Direktantriebsmotor erreicht fast unmittelbar die volle Geschwindigkeit, die bei jeder Drehzahl und Last konstant bleibt. Die neue Drehzahlregelung nutzt einen Algorithmus, um das Schaltnetzteil des hochpräzisen Motors zu steuern und eine exakte, gleichbleibende Spannung zu gewährleisten. Drehzahlschwankungen und unerwünschte Vibrationen werden so auch über längere Zeiträume hinweg vermieden. Der von Denon neu überarbeitete S-förmige Tonarm sorgt für eine optimale Abtastung der Schallplatte. Dank der vertikalen Höhenverstellung (bis zu 9 mm) lässt sich der vertikale Abtastwinkel präzise an jede beliebige Plattentellerauflage für eine optimale Leistung anpassen. Der Tonarm des DP-3000NE bietet unterschiedliche Einstelloptionen, darunter Höhe, vertikaler Abtastwinkel, Auflagegewicht und Anti-Skating (0-3 g). UVP 2.499 Euro.

Yamaha Musiksystem MusicCast 200
Perfekt für DAB+, UKW und Internetradio

Dank verschiedenster Audioquellen bleiben beim MusicCast 200 keine Wünsche offen: DAB+, UKW und Internetradiosender eröffnen Musikliebhabern die abwechslungsreiche Welt des Radios, und der integrierte Slot-In-CD-Player haucht der privaten CD-Sammlung neues Leben ein. Über die praktische Multiroom-Funktionalität von MusicCast lässt sich sogar der Plattenspieler MusicCast Vinyl 500 für die Wiedergabe der geliebten Vinyl-Scheiben einbinden. Alternativ lassen sich über AUX-Anschluss oder Bluetooth Smartphones, Tablets oder Laptops mit dem Musiksystem verbinden. Mit einer QI-Ladefläche auf der Oberseite kann das Smartphone geladen werden. So geht am meistgenutzten Zuspieler nie der Akkustand zur Neige. Für die einfache Wiedergabe zeigt die App direkt zum Start die vier zuletzt verwendeten Quellen an. UVP 719 Euro.

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

Längere Garantiezeit
24 Monate für OLED Monitore

LG OLED Monitor-Displays bieten ein nie dagewesenes Bildschirmerlebnis. Damit dies möglichst lange so bleibt, müssen die Geräte sachgemäß genutzt werden. So kann unter anderem das „Einbrennen" auf den Monitoren vermieden werden. Für Schäden, die trotz einer sachgemäßen Nutzung entstehen, gewährt LG eine freiwillige Herstellergarantie von 24 Monaten. Mit dem Einbrennen ist jener Vorgang gemeint, bei dem durch lange Zeit unveränderte Standbilder auf dem Monitor-Display Spuren entstehen. Inhalte bleiben schemenhaft, auch nach einem Bildwechsel, sichtbar. Die hochwertigen LG OLED Displays sind mit verschiedenen Schutzvorrichtungen ausgestattet und steuern die Helligkeit so gut, dass das Einbrennen fast immer vermieden werden kann – ausschließen lässt es sich jedoch selbst bei sachgemäßer Nutzung nicht. „Unsere Displays werden jeweils für spezielle Zwecke entwickelt, für die sie auch eingesetzt werden sollten. So sind unsere Gaming-Monitore beispielsweise perfekt auf die Bedürfnisse beim Spielen von Videospielen abgestimmt", erklärt **Nils Becker-Birck**, Director Sales & Marketing IT Solutions bei LG. Das Einbrennen, beziehungsweise die sogenannten Burn-Ins, können durch das eigene Nutzungsverhalten in hohem Maße vermieden werden. Sollten dennoch Schäden entstehen, bietet LG seinen Kunden eine freiwillige Herstellergarantie von 24 Monaten an. Wichtig dabei ist auch der Rahmen, in dem das jeweilige Gerät zum Einsatz kommt. So dürfen für den Privatgebrauch bestimmte Monitor-Displays nicht für kommerzielle Zwecke, zum Beispiel als Anzeigen-Screens (24/7 Dauerbetrieb) im Einzelhandel zum Einsatz kommen, damit die Garantie greift.

Zwei neue Sony DAB Receiver fürs Auto
Mit kabelloser Smartphone-Konnektivität

Beide Modelle bieten kabellose Verbindung mit Apple CarPlay und Android Auto, verschiedene Möglichkeiten zur Klanganpassung und noch mehr Benutzerkomfort. Der XAV-AX6050 verfügt über einen 17,6 cm (6,95") großen kapazitiven Touchscreen, einen HDMI-Ausgang und einen Vorverstärkerausgang mit 5 Volt. Der XAV-AX4050 ist ebenfalls mit einem 17,6 cm (6,95") großen resistiven Touchscreen ausgestattet. Darüber hinaus zeichnen sich der XAV-AX6050 und der XAV-AX4050 durch ein einbaufreundliches Design aus. Das rückwärtige Gehäuseteil in 1-DIN-Größe bietet unter dem Radio genügend Platz für Kabelstränge, Lenkradsteuerung, Einbaukästen etc. So lässt sich das Radio auch in Fahrzeugen installieren, die Hindernisse hinter dem Einbaubereich aufweisen. Zur individuellen Klangabstimmung bietet der integrierte digitale Soundprozessor (DSP) eine Klangbearbeitung und Zeitanpassung – bis zu beachtlichen 1 cm für jeden der 5 ansprechbaren Kanäle (4 Lautsprecher + Subwoofer über Pre-Out).

Garmin vivoactive 5 Smartwatch
Sie liefert personalisierte Daten

Mit der vívoactive 5 wird ein aktiver Lebensstil noch einfacher. Die Fitness-Smartwatch liefert vielfältige personalisierte Gesundheitsdaten, beispielsweise zu Stress, Body Battery oder Schlafqualität. Dafür beobachtet die Smartwatch Tag und Nacht die wichtigsten Gesundheitsparameter wie Herzfrequenz, Atmung, Sauerstoffsättigung, Stresslevel und Body Battery. Auch der Schlaf wird von der vívoactive 5 analysiert. Neu ist dabei die Nickerchenerkennung, welche hilft, einzuschätzen, ob der Mittagsschlaf effizient war und zudem Tipps liefert, wann und wie lange man sich am besten ausruhen sollte. Gleich zum Aufstehen erhalten Gesundheitsinteressierte einen ausführlichen Morning Report mit Informationen zu Schlafqualität, Herzfrequenzvariabilität sowie das aktuelle Wetter. Eine Akkulaufzeit von bis zu elf Tagen und smarte Features machen die vívoactive 5 zum Alltagshelden. Gleichzeitig überzeugt die stylische Smartwatch mit ihrem gestochen scharfen AMOLED Touchdisplay auch optisch auf ganzer Linie. Die vívoactive 5 kommt in insgesamt vier Farben. UVP 299,99 Euro.

LG: MEDIEN- UND ENTERTAINMENT-PLATTFORM

TV mit individuellem Programm-Management

Perfekter Überblick – mit LG Channels 3.0 findet man auf dem LG-TV sehr schnell das richtige Programm oder den Lieblingsfilm.

Mit LG Channels 3.0 bieten LG-Fernsehgeräte Premium Streaming. Der kostenlose Premium-Streaming-Dienst von LG bietet eine wachsende Auswahl an TV-Serien und eine überarbeitete Nutzeroberfläche. Hier können Nutzer mehr Inhalte, einschließlich Live-Kanälen und Filmen, ohne zu scrollen auf dem Screen sehen. Mit der neuen Benutzeroberfläche können die User bequem andere Kanäle erkunden, ohne das laufende Programm unterbrechen oder zu einem anderen Kanal navigieren zu müssen.

LG Channels bietet derzeit über 3.000 Kanäle und hatte im März 2023 über 50 Millionen Abonnenten. Allein im Jahr 2022 stieg die Anzahl der Geräte, auf denen LG Channels genutzt wurde, um 75 Prozent, während die Sehdauer um 57 Prozent zunahm. Der Dienst gehört zu den fünf am häufigsten genutzten Apps auf der webOS-Plattform.

„LG ist auf dem besten Weg, sich zu einer Medien- und Unterhaltungsplattform zu entwickeln, die einzigartige Inhalte und Dienste bereitstellt, die das Leben seiner Kunden bereichern", erklärt **Park Hyoung-sei**, Präsident der LG Home Entertainment Company, auf dem webOS Partner Summit 2023. „Dieser Wandel wäre ohne die jahrzehntelange Führungsrolle von LG bei OLED-TVs und die technologische Innovation der webOS Smart-TV-Plattform nicht möglich."

Christoph de Leuw, Ressortleiter Computer Bild, kommt bei seinem Test des LG OLED G3 zu dem Fazit: „Besser als der Vorgänger, besser als die Konkurrenz: Der LG OLED65G39LA oder kurz LG OLED G3 erobert souverän Platz 1 der Bestenliste.

Ein weiteres Plus von LG Channels 3.0 ist das neue Angebot an Sportsendungen. 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.

Bereits im vergangenen Juli wurde wedo Sports via wedoTV auf LG Channels in Deutschland, Österreich und der Schweiz gelauncht. Im Mittelpunkt stehen beispielsweise Weltklasse-Pferderennen wie zuletzt Royal Ascot und der Breeder's Cup sowie Segelwettbewerbe wie die Segel-Bundesliga, die Sailing Champions League und der SailGP. Der deutschsprachige 24-Stunden-Service bietet zudem wöchentliche 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.

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. In den kommenden Monaten dürfen sich die europäischen Sportfans auf weitere Kanäle und Formate freuen. Ein Beispiel: Unbeaten, ein Premium-Sportkanal mit den größten Ereignissen und Athleten der Fußball-, Tennis- und Golfgeschichte. Dazu erscheint in Großbritannien, Deutschland und Österreich der Tennis-Channel, die einzige 24-Stunden-Live-Sport-App, die sich vollständig dem Tennis und dem damit verbundenen Lebensstil verschrieben hat. Weitere Highlights auf LG Channels sind die Kanäle DAZN FAST, DAZN Rise, DAZN Combat sowie DAZN Women's Football.

Die Bedienung ist auf den LG-Fernsehern besonders einfach. Auf der Registerkarte „On Demand" können Nutzer ihre Lieblingsinhalte wie Filme und Fernsehsendungen auswählen und erhalten Empfehlungen aus der Kategorie „momentan beliebt" für ein erstklassiges, individuell abgestimmtes Film- oder Serien-Erlebnis.

Für den Handel ist LG Channels 3.0, in Verbindung mit den ausgezeichneten Testergebnissen der LG TVs, ein weiteres Argument im Verkaufsgespräch. Wir haben einige Händler zu ihrer Zusammenarbei mit LG befragt (Kasten nächste Seite), und sie alle loben das besonders gute Verhältnis zu LG und besonders zu dem Außendienst des Unternehmens.

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

Herr Schiffbauer, die verkaufsstarken Monate stehen vor der Tür, wie wird LG seine Händler unterstützen?

Welche speziellen Werbeaktivitäten und Aktionen sind in den kommenden Wochen für LG-TV geplant?
Bis Anfang November lief unsere aktuelle Cashback-Aktion für TV- und AV-Produkte, bei denen Kunden bis zu 5.300 Euro sparen können.* Zudem haben wir über das ganze Jahr hinweg verschiedenste Bundle Highlights im Angebot.

Welche Preisklassen sind an den „Schwarzen" Tagen von besonderer Bedeutung?
Generell wird der Endverbraucher von Schwellenpreisen angezogen. Ob diese bei unseren Produkten gesetzt und gut getroffen werden, entscheidet bekanntlich allein der Händler.

Welchen Einfluss haben die speziellen Preis-Tage für das Jahresendgeschäft des Fachhandels?
Ich würde es lieber als Aktionstage des Handels betiteln, an denen die Endkonsumenten einfach gerne einkaufen gehen und ein paar Schnäppchen machen wollen. Die Bedeutung kommt aus dem Volumen und der Tatsache, dass der Konsument verstärkt aktiviert und unterwegs ist.

Wie werden sich in den kommenden Wochen die Preise entwickeln, kommt es wegen des schleppenden Verkaufs zu einem Preisrutsch?
„Wir erwarten keinen Preisrutsch, OLED ist weiterhin stabil und im Plus. Insgesamt gehen wir von einer baldigen Erholung des Gesamtmarktes aus.".

Apropos Handel: Wie hat sich die Zusammenarbeit mit den Händlern in den vergangenen Jahren entwickelt?
Die Zusammenarbeit ist in erster Linie von Empathie und Vertrauen geprägt. Die Investitionen in unsere Vertriebsqualifizierungen machen sich deutlich bezahlt. So sind die gemeinsamen Abläufe mittlerweile sehr gut aufeinander abgestimmt, wovon beide Seiten stark profitieren. Daher war und ist die Stimmung zwischen LG-Vertrieb und Handel meist positiv.

* Aktion gilt nur für ausgewählte LG Smart TVs und Audio-Produkte als Bundle- oder Einzelverkauf bei teilnehmenden Fachhändlern. Maximaler Cashback Betrag ist abhängig vom jeweiligen Modell sowie einem Bundle- oder Einzelkauf.

Was hält der Handel von seinem Partner LG?

Ernst Schmid, HiFi-Profis Frankfurt

Wenn mir vor zehn Jahren irgendein Marktteilnehmer vorausgesagt hätte, dass der TV-Markt in 2023 von genau zwei koreanischen Herstellern dominiert wird, hätte ich das auf keinen Fall geglaubt. Der Wille zur technischen Perfektion sowie der Mut zur Umsetzung anspruchsvollster Technologien eint diese Firmen. Der beste Beweis sind die OLED-Displays von LG. Die Zusammenarbeit unterstützt vollumfänglich unser beratungs- und serviceorientiertes Fachhandelskonzept und funktioniert auf Augenhöhe.

Ralf Kohns, Expert Schultes Solingen

Seit 2019 arbeiten wir intensiv mit LG zusammen. Gemeinsam haben wir für unsere Kunden eine attraktive Fläche bereitgestellt, auf der alle Produkte erlebt und bestaunt werden können. Uns überzeugt insbesondere die Qualität und die Handhabung der Produkte. Darüber hinaus ist aber auch die Betreuung und die partnerschaftliche Zusammenarbeit, die fair und gut funktioniert, hervorzuheben. Probleme werden zu unserer Zufriedenheit und, noch wichtiger, zur Zufriedenheit unserer Kunden gelöst. Dafür einen herzlichen Dank an das ganze Vertriebsteam.

Thomas Bruning, EP: Bruning Bielefeld

Als kleines, auf TV-Geräte spezialisiertes Familienunternehmen sind wir vor ca. eineinhalb Jahren mit der Direktbelieferung durch LG Electronics gestartet. Die Produktpalette ist ausgesprochen vielfältig, die Geräte haben eine hervorragende Qualität und einen sehr guten Ruf beim Endkunden. Insbesondere die OLED evo-Geräte sind absolute Topseller und durch die durchweg sehr guten Testergebnisse praktisch schon komplett vorverkauft. Besonders hervorzuheben ist zudem die enge und hervorragende Betreuung durch den Vertriebsaußendienst. Gemeinsam haben wir in der kurzen Zeit eine unglaubliche Umsatzsteigerung mit sehr gutem Ertrag erreicht. Ich bin sehr froh und stolz, dass wir mit LG als Hauptmarke im TV-Bereich trotz der aktuell schwierigen Marktumstände weiterhin sehr gute Geschäfte machen.

Atila Kesenek, Atlas Vision München

Als Premium Händler aus München bieten wir hochwertige Video- und Audio-Lösungen an und sind froh, mit einem Hersteller wie LG zusammenzuarbeiten. Es liegt in der Natur der Sache, dass sich das Beste durchsetzt. Bereits vor zehn Jahren konnten nicht nur wir, sondern auch die Kunden selbst erkennen, dass sich die farbstarken OLED-Bilder deutlich von der Konkurrenz abheben. Oberstes Ziel beim Fernsehverkauf ist es, dem Kunden Lebensfreude zu schenken und das Funkeln in den Augen zu entfachen. LG Electronics ist dabei für uns ein sehr zuverlässiger Partner, der die Produktvielfalt, die Produktverfügbarkeit und den Kundenservice auf ein neues Niveau hebt.

SAMSUNG MICRO LED
Jetzt auch in Deutschland

Auf der IFA zeigte Samsung sein erweitertes Sortiment an Micro LED TVs, das jetzt auch nach Deutschland kommt. Micro LED TVs sind die Krönung des Premium-Segments im Portfolio von Samsung, da sie die Vorteile verschiedener TV-Technologien vereinen. Das scharfe Bild entsteht durch Millionen von winzigen, selbstleuchtenden Micro LED Einheiten, die ohne Hintergrundbeleuchtung und Farbfilter auskommen. Farben und Kontraste werden so bei einer konstant starken Helligkeit kraftvoll wiedergegeben. Doch nicht nur die Bildqualität folgt hohen Ansprüchen, auch die Eleganz der TVs dürfte Connoisseuren gefallen: Das nahezu rahmenlose Display sorgt für eine wertige Ästhetik in zeitlos eleganten, hochwertigen Räumen. Bis Ende des Jahres werden die Micro LED TVs in den Größen 76 Zoll bis 114 Zoll in Deutschland erhältlich sein.

„Weltweit haben die TVs von Samsung eine große Fan-Gemeinde, was sich seit vielen Jahren in den kontinuierlich sehr guten Absatzzahlen widerspiegelt. Das Rezept für unseren Erfolg liegt in unserer Innovationskraft und der Motivation, immer neue Wege zu suchen, das Unterhaltungserlebnis weiter zu verbessern. Für mich sind unsere Micro LED TVs als Premium-Technologie das beste Beispiel dafür“, so **Mike Henkelmann,** Director Marketing Consumer Electronics bei Samsung Electronics GmbH.

Die atemberaubende MICRO LED Bildqualität beruht auf anorganischen, nur wenige Mikrometer großen LEDs, die in der Lage sind, eigenständig Licht und Farbe zu erzeugen – ganz ohne Farbfilter und Hintergrundbeleuchtung.

Chemie-Nobelpreis für Quantum Dot-Forschung Das Potenzial der Quantum Dot-Technologie für die TV-Industrie bleibt groß“, so **Mike Henkelmann**, Director Marketing Consumer Electronics, Samsung Electronics GmbH. „Dass mit **Moungi Bawendi**, **Louis Brus** und **Alexei Ekimov** drei in den USA tätige Forscher für ihre Grundlagenforschung zu Quantum Dots in den 80er und 90er Jahren den Chemie-Nobelpreis erhalten haben, freut mich sehr. Ihre Grundlagenforschung ermöglichte es auch dem Forschungs- und Entwicklungsteam bei Samsung, sich ab den frühen 2000er Jahren mit dem Einsatz von Quantum Dots in der Displaytechnologie zu befassen. So konnten wir nach 14 Jahren Entwicklungszeit 2015 den ersten Cadmium-freien Quantum-Dot Fernseher vorstellen. Seitdem haben wir die Technik konsequent weiterentwickelt und zuletzt in Kombination mit der OLED-Technologie hohe Maßstäbe in Sachen Bildqualität etabliert. Kein Wunder, dass der Öffentlichkeit die Anwendung von Quantum Dots anlässlich der Vergabe des Chemie-Nobelpreises im Kontext der TV-Technologie erklärt wird. Denn unsere Branche hat von dieser Grundlagenforschung besonders profitiert. Und wir sehen das Potenzial der Quantum Dot-Technologie noch lange nicht ausgereizt.

Mike Henkelmann

Wissenschaft und Wirtschaft forschen bereits an der nächsten Generation von Quantum Dot-Displays. Auch beim Samsung Advanced Institute of Technology (SAIT) liegt der Fokus unter anderem auf Elektrolumineszenz-Displays, bei denen die Quantum Dots ohne Backlight elektrisch angeregt werden und selbst leuchten. Das ist eine vielversprechende, spannende Weiterentwicklung unseres jetzigen Einsatzes von Quantum Dot.“

JBL Soundgear Sense – lieferbar in Weiß und Schwarz

JBL SOUNDGEAR SENSE
Der erste Open Ear-Kopfhörer

Mit Kopfhörern ist das so eine Sache, die einen mögen die Stöpsel der In-Ear Kopfhörer nicht, den anderen ist ein Over-Ear zu groß und unpraktisch. Für beide hat JBL jetzt seinen erste Open Ear-Kopfhörer vorgestellt. Der Trick, die Schallmembrane befindet sich vor dem Ohr, und die Ohrhalterung ist, gestaltet, dass das Ohr eigentlich nicht berührt wird.

Die flexiblen Ohrbügel lassen sich drehen und in der Größe verstellen und bieten somit ganztägigen, individuellen Tragekomfort. Zudem liegt der Open Ear-Kopfhörer auf der äußeren Ohrmuschel an und schützt zusätzlich den Gehörgang. Dank dieser einzigartigen Form eignet sich der Neuzugang sowohl für Outdoor-Aktivitäten, den Büro-Alltag als auch für einen Spaziergang durch die Stadt.

Der Kopfhörer JBL Soundgear Sense stellt einen Durchbruch in der Audiotechnologie dar, indem er den Hörern die JBL Signature Sound-Qualität bietet und zeitgleich eine natürliche Verbindung zur Umgebung aufrechterhält. Mit einzigartig gestalteten 16,2 mm-Treibern und einem Algorithmus zur Bassverstärkung hebt JBL Soundgear Sense die Soundqualität von Open-Ear-Kopfhörern auf die nächste Stufe.

Der JBL Soundgear Sense liefert nicht nur einen beeindruckenden Sound, sondern sorgt mit Multi- Point-Konnektivität für eine kabellose Verbindung mit allen Geräten. Ein erneutes Verbinden ist nicht mehr notwendig. Mit vier integrierten Mikrofonen ermöglicht der JBL Soundgear Sense hervorragende Gesprächsqualität und kristallklare Telefonate, auch in einer lauten Umgebung. Die IP54-Klassifizierung schützt den Kopfhörer vor Schweiß, Staub und Regen. Ein abnehmbarer Nackenbügel sorgt für einen noch sichereren Sitz beim Training.

„Funktionen wie Ambient Aware sind bei unseren True Wireless-Modellen sehr beliebt. Deshalb heben wir es auf die nächste Stufe und schaffen ein offenes Design, welches eine Verbindung zur Außenwelt ermöglicht. Bei der Entwicklung des JBL Soundgear Sense standen wir vor der Herausforderung, die bekannte Audioqualität von JBL in Kopfhörern mit Luftleitung zu integrieren“, erklärt **Carsten Olesen**, Präsident Consumer Audio bei Harman. „Ich bin mit dem Ergebnis sehr zufrieden. Dank unserer langjährigen Audio-Expertise konnten wir sicherstellen, dass die erstklassige JBL Open-Sound- Technologie in diesem neuen Formfaktor weiterhin das außergewöhnliche Sounderlebnis liefert, für das JBL bekannt ist.“ UVP 149,99 Euro.

JBL Live 770NC und Live 670NC – Die beiden Neuzugänge sind mit echtem adaptivem Noise Cancelling, Smart Ambient-Technologie und fortschrittlichen Personalisierungsfunktionen ausgestattet und bieten immersiven JBL Signature Sound. Lieferbar in drei Farben. UVP 770NC 179,99 Euro, 670NC 129,99 Euro.

JBL PartyBox Ultimate:

Sound zum Hören und Fühlen. In der JBL PartyBox Ultimate steckt der bisher beste und lauteste Sound. Das Kraftpaket verfügt über den überragenden JBL Original Pro Sound mit zwei leistungsstarken Mitteltönern und zwei Hochtönern, welche jedes kleinste Detail des Lieblingssongs auch bei voller Lautstärke präzise wiedergeben. Kein Raum ist zu groß. Die JBL PartyBox Ultimate rockt eine Partylocation mit der Größe von zwei Basketballfeldern. Ein Paar 9-Zoll-Subwoofer liefern donnernde Bässe, die im ganzen Raum zu spüren sind. Und Dolby Atmos versetzt die Partygäste in den Mittelpunkt der Songs und sorgt dafür, dass die Musik mit einer unvergleichlichen Klarheit und Tiefe lebendig wird. Anschluss mehrerer Lautsprecher möglich: Ein Stereo-Paar aus zwei JBL PartyBox Ultimate- Lautsprechern sorgt für eine breitere Soundkulisse oder kabellose Verbindung mehrerer Party-Boxen für größere Partys

„Jede Party braucht Musik, aber um die Leute zum Tanzen zu bringen, braucht man Bass. Mit unserem neuesten und größten Zuwachs in der PartyBox-Familie kann die Partycrew die Musik hören und den Bass spüren“, erklärt **Carsten Olesen**, Präsident Consumer Audio bei HARMAN. „Hinzu kommen eine beeindruckende Lichtshow und neue praktische Technologien wie die WLAN-Verbindung, automatische Selbstoptimierungsfunktion und Dolby Atmos.“ UVP 1.499 Euro.

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

SHARP FQ TV-SERIE
4K Ultra HD Google TV

Mit seiner FQ-Serie präsentiert Sharp fortschrittliche Display- und Audiotechnologien in einem schlanken, rahmenlosen Design zu erschwinglichen Preisen. Quantum-Dot-Technologie sorgt für lebendige Farbwiedergabe und verbesserten Kontrast und für erstklassige HDR- und Dolby Vision-Wiedergabe. Dank der hohen Bildwiederholrate von bis zu 144 Hz und der Sharp AQUOS-Motion-Technologie erscheinen Bildbewegungen stets flüssig, und Bildverzerrungen werden reduziert. Auch ideal für intensive Gaming-Sessions! Der integrierte Umgebungslichtsensor prüft die aktuellen Lichtverhältnisse im Raum, während Dolby Vision IQ bei der Anpassung der Bildwiedergabe an die Lichtverhältnisse unterstützt und dabei zusätzlich die dynamischen Metadaten des Inhalts berücksichtigt.

DTS, Dolby und Harman Kardon: Für den besten Klang kooperiert Sharp mit den renommierten Audiopartnern Dolby, Harman Kardon und DTS. Das integrierte 2-Wege-Hybridsystem von Audioexperte Harman Kardon verfügt über ein einzigartiges Chassis-Setup. Die Kombination aus nach vorne gerichteten Hochtönern und nach unten abstrahlenden Tieftönern liefert einen klaren Sound mit soliden Bässen. Die fortschrittlichen objektbasierten 3D-Audiotechnologien Dolby Atmos und DTS:X sorgen für einen dreidimensionalen Klang mit enormer Tiefe. Zudem verfügt die FQ-Serie über Sharps neue „AQUOS Wireless Surround (AWS)"-Technologie. Während die TV-Lautsprecher als Frontlautsprecher fungieren, können zusätzliche Sharp Lautsprecher und ein Subwoofer drahtlos mit den TVs zu einen Surround-Sytem verbunden werden.

Sharp FQ-TV, das schlanke Display scheint auf dem eleganten Fuß zu schweben.

Sharp mit attraktiven Preisen – 50 bis 76 Zoll bietet Sharp mit seinen neuen FQ-Modellen mit dem Google-Betriebssystem

KI-Algorithmen analysieren den TV-Inhalt Bild für Bild und erkennen Objekte wie zum Beispiel Gesichter, Bäume und Gebäude. Je nach Objekt passt die KI die Bildeinstellungen automatisch an, wie zum Beispiel Gegenlicht, Sättigung und Kontrast, um ein optimales Ergebnis zu erreichen. KI wird auch zum Upscaling von 2K auf 4K verwendet und liefert dabei bessere Ergebnisse als je zuvor.

UVPs: 50-Zoll (127 cm): 599,00 €, 55-Zoll (139 cm): 699,00 €, 65-Zoll (165 cm): 899,00 €, 75-Zoll (190 cm): 1.199,00 €.

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

TCL HAT DIE ZIELGRUPPE GAMER IM BLICK

Bildwiederholrate bis zu 240 Hz

Videospiele sind ein wesentlicher Bestandteil der modernen Unterhaltung geworden. Um diese Anforderungen besser zu verstehen, hat TCL Gamer befragt, was ihnen bei der Ausstattung ihres Fernsehgeräts am wichtigsten ist. So hat TCL eine Reihe von Funktionen integrierten, die für Gamer unerlässlich sind.

• **Geringe Input Lag:** TCL-Fernseher, insbesondere solche mit der Funktion „Gaming Mode“ (Game Master oder Game Master Pro), haben in der Regel eine geringe Input Lag: Sie reduziert die Verzögerung zwischen dem Drücken einer Taste auf ihrem Controller und der Anzeige der entsprechenden Aktion auf dem Bildschirm. Dies kann das Spielerlebnis erheblich verbessern, insbesondere bei temporeichen Spielen.

• **Beste Bildwiederholraten:** Die meisten TCL-Fernseher sind jetzt mit nativen 144 Hz oder sogar 240 Hz in Full HD ausgestattet. Dies sorgt für flüssigere Bewegungen und ein reaktionsschnelleres Gameplay. Dies ist vor allem bei Genres wie Ego-Shootern und Rennspielen von Vorteil.

• **4K-Auflösung:** Viele TCL-Fernseher bieten eine 4K-Auflösung, die eine gestochen scharfe und detaillierte Darstellung ermöglicht. Bei Spielen kann dies zu einem realistischeren und visuell ansprechenderen Erlebnis führen.

• **HDR-Unterstützung und Dolby Vision Gaming-Unterstützung:** TCL-Fernseher sind mit High Dynamic Range (HDR)-Unterstützung wie Dolby Vision oder HDR10 ausgestattet. HDR verbessert den Kontrast, die Farbgenauigkeit und die Helligkeit von Spielen und lässt sie lebendiger und realistischer aussehen.

• **Spielmodus und Auto-Low-Latency-Modus (ALLM):** TCL-Fernseher verfügen über einen speziellen Spielemodus und ALLM, der den Fernseher automatisch in einen Modus mit niedriger Latenz schaltet, wenn er eine angeschlossene Spielkonsole erkennt. Dadurch wird sichergestellt, dass Sie die beste Leistung erhalten, ohne die Einstellungen manuell anpassen zu müssen.

TCL hat es geschafft, klassisches TV und die Anforderungen von Gamern zu vereinen, indem es mit seinen Fernsehern ein umfassendes Großbildschirm-Erlebnis und eine erstklassige Gaming-Leistung bietet. TCL bietet eine breite Palette von Fernsehern, einschließlich QLED- und Mini LED-Fernseher in den Größen von 55, 65 und 98 Zoll, die speziell für Gamer entwickelt wurden und das Gaming zum Leben erwecken und unter den bestmöglichen Bedingungen unterhalten.

Marantz CD 50n und MODEL 50: Der neue Marantz CD 50n ist einer der flexibelsten CD-Player aller Zeiten. Er ist sowohl ein erstklassiger Compact Disc-Player als auch eine vernetzte, high-resolution Audio-Wiedergabezentrale, die eine Vielzahl digitaler Musikquellen unterstützt. Er ist mit einem erstklassigen ESS Sabre DAC (Digital-/Analog-Konverter) und speziell entwickelten Marantz Musical Digital-Filtern ausgestattet, die für einen klaren und detaillierten Klang bei allen Formen von digitalem Audio sorgen. Dank mehrerer digitaler Eingänge und der Netzwerkkonnektivität über Ethernet oder Wi-Fi unterstützt der CD 50n auch hochauflösende Musikdateien, die entweder direkt über digitale Audioverbindungen gesendet oder mit der integrierten HEOS-Musikstreaming-Plattform über das Heimnetzwerk gestreamt werden. UVP 1.800 Euro

Die außergewöhnliche Stromlieferfähigkeit des MODEL 50 ergibt sich aus seinem High-Current Class-A/B-Endstufendesign, das auf parallelen Push/Pull-Ausgangspaaren basiert. Die aufwendige Konstruktion – mit unter anderem einem großen Ringkerntransformator, einer sorgfältig konzipierten Signalpfadtopographie sowie der neuesten Version der berühmten Marantz HDAM (Hyper Dynamic Amplifier Module)-Technologie – sorgt für mühelose Leistung und die Marantz-typische Präzision, Transparenz und Musikalität. Die rein analoge Konfiguration wird komplettiert durch eine sehr hochwertige Marantz Musical Phono-EQ-Stufe, die für großartigen Klang von Vinyls sorgt. Analoger Purismus, perfekt ergänzt durch den digitalen Alleskönner CD 50n. UVP 1.800 Euro

Beide Modelle sind mit klar lesbaren Displays ausgestattet – einschließlich des ikonischen Marantz Bullaugendisplays am MODEL 50 Verstärker. Die mitgelieferte Fernbedienung ist in der Lage, beide Komponenten zusammen zu bedienen.

LEICA M11-P Alle Aufnahmen zuverlässig zu kontrollieren

Wie kaum eine andere Kamera steht die Leica M seit ihrer Einführung im Jahr 1954 für lebendige und authentische Bilder mitten aus dem Geschehen heraus. Besonders Foto-Journalisten und -Journalistinnen, die in Krisengebieten arbeiten, schätzen die unauffällige Art der M-Fotografie. Im heutigen digitalen Zeitalter können Inhalte jedoch leicht manipuliert werden. Fake-Fotos und künstlich generierte Bilder entziehen Konsumierenden das Vertrauen in die Richtigkeit digitaler Inhalte und erschweren den Echtheitsbeweis eigener Aufnahmen. Ein fatales Problem, das die Basis der fotografischen Berichterstattung bedroht. Damit will die Leica M11-P Schluss machen. Als weltweit erste Kamera speichert sie Metadaten durch Anhängen von Inhaltsnachweisen zum Zeitpunkt der Erfassung, um die Authentizität digitaler Bilder zu schützen. Diese Content Credentials sind das digitale Nährwertzeichen und der am weitesten verbreitete Industriestandard für Inhalte aller Art sowie die Grundlage für mehr Vertrauen und Transparenz im Internet. Die M11-P ist Vorreiter bei der Verwendung sicherer Metadaten gemäß dem Open-Source-Standard der Content Authenticity Initiative (CAI). Diese Funktion bietet eine zusätzliche Transparenzebene bei der Gestaltung und bei Änderungen eines Bildes. Sie ermöglicht es, Informationen wie Namen, Daten, vorgenommene Änderungen und verwendete Tools sicher anzuhängen und soll so ein Bewusstsein für die Herkunft der Datei schaffen. Mit Content Credentials erhält jedes mit der Leica M11-P aufgenommene Bild eine digitale Signatur, die von einem CAI konformen Zertifikat unterstützt wird. Die Echtheit der Bilder kann jederzeit mit einem frei verfügbaren CAI-Tool oder unter https://contentcredentials.org/verify überprüft werden.

Die Content Credentials Technologie gewährleistet die Authentizität des Bildes mit Hilfe spezieller Hardware in der Kamera. Sie besteht aus einem speziellen Chipsatz zur Speicherung von digitalen Zertifikaten der deutschen Bundesdruckerei. Die hochmoderne Integration garantiert eine lückenlose Überprüfbarkeit der Herkunft eines Bildes. Leica setzt damit einen neuen Standard für den Schutz digitaler Inhalte in Zusammenarbeit mit Adobe und der globalen Community aus nahezu 2.000 Mitgliedern aus Media- und Technologie-Unternehmen, NGOs, Akademien und weiteren, um die Einführung und Umsetzung von Content Credentials zu fördern.

Bei Aktivierung der Funktion „Leica Content Credentials" im Kamera-Menü ist das Content Credential Logo im Display sichtbar, und jede Aufnahme der Leica M11-P wird zuverlässig mit einem speziellen Algorithmus signiert. Das Bild erhält so einen unveränderlichen und überprüfbaren Nachweis über Kameramodell, -hersteller und Bildattribute. Die Echtheit dieser Bildzertifikate kann mit Hilfe von kostenlos bereitgestellten CAI-Open-Source-Tools jederzeit verifiziert und eingesehen werden. Sie belegen, ob ein Bild im Original oder in einer bearbeiteten Version vorliegt, und gewähren bei letzterem Einblick in die Historie der Inhaltsänderungen. Auf diese Weise haben Fotografen und Fotografinnen die Möglichkeit, die Authentizität ihrer Bilder von der Aufnahme bis zur Veröffentlichung darzustellen. Weitere Unterscheidungsmerkmale zur Leica M11 sollen das traditionelle M-Understatement perfektionieren und das Einsatzspektrum der Leica M11-P erweitern. So ermöglicht das Weglassen des roten Leica Punkts auf der Kamerafront noch diskreteres Fotografieren. Stattdessen ziert eine dezente Leica Fadenzug-Gravur die Deckkappe. Diese und der Bodendeckel sind bei der matt schwarz lackierten Leica M11-P aus Aluminium, bei der silbern verchromten Kameraausführung aus Messingblöcken gefräst. In Kombination mit dem Ganzmetallgehäuse aus einer hochstabilen Magnesiumlegierung wird das Innere der Kamera sicher geschützt. Auf dem LCD-Monitor aus Saphirkristallglas mit Antireflex-Schutzbeschichtung können Aufnahmen bei allen Lichtverhältnissen zuverlässig beurteilt werden. Die Leica M11-P ist ab sofort in schwarzer und silberner Ausführung weltweit in allen Leica Stores, im Leica Online Store sowie im Fachhandel erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 8.950 Euro.

www.leica-camera.com

CANON 10 bis 20 mm für extreme Ultraweitwinkelbilder

Nagelneu in der Canon L-Serie für Foto- und Videoprofis: Das RF 10-20 mm F4 L IS STM (so heißt es korrekt wirklich) soll grenzenlose Möglichkeiten für extreme Ultraweitwinkelaufnahmen bieten. Das Objektiv knüpft an den Möglichkeiten der bestehenden Weitwinkel RF-Objektive an und ist mit einem Bildwinkel von bis zu 130° das AF-Zoomobjektiv mit der kürzesten Brennweite, das jemals für eine Vollformatkamera hergestellt wurde. Der Zoombereich reicht vom 20 mm Weitwinkel bis zu einer außergewöhnlichen Ultraweitwinkel-Brennweite von 10 mm. Damit wird ein Aufnahmebereich abgedeckt, der mehr als doppelt so groß ist wie der eines Objektivs mit 16 mm Brennweite.

Der Vordergrund lässt sich interessant gestalten, enge Innenräume und Architektur werden problemlos erfasst, und auch beim Filmen ergeben sich im Zusammenspiel der extremen Weitwinkelbrennweite, der konstanten Lichtstärke und dem optischen Bildstabilisator kreative Möglichkeiten für beeindruckende Filmsequenzen. Das RF 10-20 mm F4 L IS STM verfügt über die neueste Bildstabilisator-Technologie mit Peripheriekontrolle für verwacklungsfreie Bilder – auch unter schwierigen, freihändigen Aufnahmebedingungen. Der Bildstabilisator bietet eine optische Stabilisierung von bis zu fünf Belichtungsstufen – und sogar sechs Belichtungsstufen, wenn eine EOS-Kamera mit integrierter Bildstabilisierung (IBIS) genutzt wird.

Mit einem Gewicht von etwa 570 g wiegt es weniger als die Hälfte des EF 11-24 mm f/4 L USM (610 g leichter) und ist in Breite und Länge 2 cm kürzer. In Kombination mit einer EOS R8 wiegt das neue Objektiv sogar weniger als das ältere EF Objektiv allein – trotz eines größeren Bildwinkels und der zusätzlichen IS-Technologie. Das RF 10-20 mm F4 L IS STM ist zudem äußerst robust, staub- und spritzwassergeschützt und damit auf harte Bedingungen in der Praxis ausgelegt; UVP 2.700 Euro.

www.canon.de

AMAZON Fire HD 10-Tablets für Kinder und alle anderen

Amazon kommt jetzt mit der nächsten Generation des Fire HD 10-Tablets, neu kommen auch die Varianten Fire HD 10 Kids und Fire HD 10 Kids Pro.

Im Vergleich zur Vorgängergeneration zeichnen sich die neuen Fire HD 10-Tablets durch einen um 25 % schnelleren Prozessor, ein leichteres Design, eine verbesserte Frontkamera sowie eine längere Akkulaufzeit von nun bis zu 13 Stunden aus.

„Die neuen Fire HD 10-Tablets sind schneller und haben eine längere Akkulaufzeit. Zu einem attraktiven Preis sorgen sie für ein zuverlässiges und entspannendes Unterhaltungserlebnis für die ganze Familie“, verspricht **Emma Gilmartin**, Director Fire TV & Fire-Tablets EU. „Die neuen Fire HD 10 Kids-Tablets bieten ein Komplettpaket aus einem Jahr Amazon Kids+ mit Zugriff auf altersgerechte Unterhaltungs- und Lerninhalte, einer kinderfreundlichen Hülle, der 2-Jahre-Sorglos-Garantie sowie einer einfach zu bedienenden Kindersicherung.“ Alle neuen Fire HD 10-Tablets bieten:

- Verbesserte Leistung – Der 25 % schnellere 2,0 GHz Octa-Core-Prozessor und 3 GB RAM ermöglichen flüssiges Streaming, Lesen und Spielen.
- Brillantes Display – Das 10,1 Zoll Full HD-Display mit 1.080p und einer Auflösung von 1.920 x 1.200 Pixeln sorgt für brillante Farben bei Videos und Spielen.
- Hochauflösende Unterhaltung – Kund:innen genießen Millionen von Filmen, Serienepisoden, Podcasts, Songs, Büchern, Zeitschriften und Apps sowie Spiele wie Candy Crush oder Roblox. Darüber hinaus können sie Inhalte über Dienste wie Prime Video, Netflix, Disney+ oder WOW streamen oder heruntergeladene Videos anschauen (separate Abonnements können erforderlich sein).
- Akkulaufzeit für den ganzen Tag – Bis zu 13 Stunden Akkulaufzeit zum Surfen im Internet, für Videostreaming, Lesen, Musikhören und mehr. USB-C und der 9-W-Adapter sorgen für ein einfaches Aufladen.
- Langlebiges Design – Dünner und leichter als die vorherige Generation, aber ebenso langlebig durch einen verstärkten Bildschirm aus Aluminium-Silikat-Glas.
- Optimierte Kamera – Durch die verbesserte 5-MP-Frontkamera eignet sich das Fire HD 10 bestens für Videotelefonate mit Freund:innen oder der Familie sowie für die Erstellung von Inhalten für Social-Media-Apps wie Instagram und TikTok.

- Viel Speicherplatz – Kund:innen können zwischen 32 GB und 64 GB internem Speicher wählen, der mittels microSD um bis zu 1 TB erweitert werden kann. Auf diese Weise lassen sich Tausende Bücher, Videos und Spiele herunterladen.
- Familienfreundliche Optionen – Amazon Kids gibt Eltern die Möglichkeit, die Bildschirmzeit zu begrenzen, Lernziele festzulegen und Inhalte für bis zu vier Kinderprofile zu verwalten. Der Amazon Kids-Browser bietet einen gefilterten, altersgerechten Zugriff auf das Internet für Schulprojekte oder Online-Lernprogramme.

- Alexa Hands-free – Kund:innen können Alexa bitten, einen Videoanruf zu starten, um mit der Familie und Freund:innen in Kontakt zu bleiben, einen Song oder ein Audible-Hörbuch abzuspielen, ihr Smart Home zu steuern und vieles mehr. Um ihre Privatsphäre zu schützen, haben Kund:innen die volle Kontrolle über ihre Alexa-Einstellungen und können Alexa Hands-free jederzeit deaktivieren. Weitere Informationen über den Datenschutz bei Alexa gibt es unter: www.amazon.de/alexadatenschutz.
- Climate Pledge Friendly – Die Fire HD 10-Tablets tragen das Climate Pledge Friendly-Siegel, für das sie sich durch die „Reducing CO2“-Zertifizierung vom Carbon Trust qualifizieren. Diese Zertifizierung erhalten Produkte, die ihren CO2-Fußabdruck von Jahr zu Jahr reduzieren.

Fire HD 10 Kids und Fire HD 10 Kids Pro

Während das Fire HD 10 Kids für Kinder im Vorschulalter entwickelt wurde, eignet sich das Fire HD 10 Kids Pro für Kinder ab dem Grundschulalter und bietet eine erweiterte Auswahl an altersgerechten Inhalten. Neben der verbesserten Leistung und der längeren Akkulaufzeit enthalten beide neuen Fire HD 10 Kids-Tablets auch eine speziell für Kinder entwickelte Hülle, eine 2-Jahre-Sorglos-Garantie und ein Jahr Amazon Kids+.

Amazon Kids+ bietet Zugang zu Tausenden werbefreien Büchern, Spielen, Videos und Apps von Marken wie Disney, Bibi & Tina oder Lego Games. Kinder können Programmieren lernen, Videos über Tiere aus aller Welt ansehen, Wissenswertes über die Natur erfahren, zeichnen oder Hörbücher anhören. Zudem gibt es jede Menge Spiele für die ganze Familie: Mit Kritzelspaß können Kinder auf ihrem Fire Kids-Tablet etwas zeichnen und an das Smartphone ihrer Eltern schicken. Dort können diese dann erraten, was ihre Kinder gezeichnet haben. Noch in diesem Jahr wird Amazon mit der App Musik-Studio zudem eine neue Möglichkeit für Kinder anbieten, ihre musikalische Kreativität auf ihren Tablets auszudrücken. Kinder können zu Komponist:innen werden und Instrumente sowie Soundeffekte kombinieren, um per Touch-Eingabe einzigartige Musikstücke zu schaffen.

Mit der kostenlosen Kindersicherung von Amazon Kids können Eltern die Bildschirmzeit und digitalen Inhalte ihrer Kinder auf dem Gerät oder über das Eltern-Dashboard verwalten. Dort können sie tägliche Aktivitätsberichte einsehen, Websites zulassen oder sperren und die Einstellungen ihres Kindes ganz einfach über einen beliebigen Webbrowser anpassen, unabhängig davon, ob sie auf diesen über ein Mobilgerät oder einen Computer zugreifen.

Das neue Fire HD 10 kostet rund 165 Euro in Schwarz, Blau und Fliederfarben; es wird mit 32 GB oder 64 GB Speicherplatz angeboten. Premium-Stoffhüllen sind in Schwarz, Blau und Fliederfarben für etwa 44 Euro zu haben. Darüber hinaus gibt es eine „Made for Amazon“-Tastatur für rund 55 Euro sowie einen „Made for Amazon“-Eingabestift für circa 35 Euro für das Fire HD 10.

Das Fire HD 10 Kids gibt es für etwa 215 Euro; es verfügt über 32 GB Speicherplatz sowie eine kindersichere Hülle in Blau, Rosa und Grün, die vor Stößen und Stürzen schützt. Der verstellbare Standfuß dient gleichzeitig als Griff. Das Fire HD 10 Kids Pro mit 32 GB Speicherplatz ist für rund 215 Euro lieferbar. Es bietet eine kinderfreundliche Hülle in den Designs Happy Day, Sternenhimmel oder Mintgrün.

Beide Fire Kids-Tablets werden mit einem Jahr Amazon Kids+ ausgeliefert. Danach kostet die Mitgliedschaft pro Monat 4,99 Euro für Prime-Mitglieder und 7,99 Euro für Nicht-Prime-Mitglieder und kann jederzeit gekündigt werden. Dasselbe Amazon Kids+-Abonnement kann auf allen kompatiblen Geräten genutzt werden, einschließlich Fire TV-, Kindle-, Echo-, iOS-, Chromebook- oder Android-Geräten.

www.amazon.de

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

RINGFOTO Zwischen Januar und September alles bestens

Mitte Oktober hatte die Ringfoto GmbH & Co. KG auch in diesem Jahr wieder zu ihrer Fotomesse eingeladen und konnte den angereisten Vertretern aus der Industrie sowie einer Vielzahl an Gesellschaftern und Partnern in Heilbronn über den bisherigen Geschäftsverlauf berichten.

Trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds in Deutschland und Europa, konnte der nationale Fotomarkt zwischen Januar und September 2023 wertmäßig erneut zulegen. So steigerten sich die Umsätze aus dem Verkauf von Digitalkameras um 6,5 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, der Fotofachhandel toppte diese Entwicklung mit einem Plus von 15,3 % sogar noch. Auch der Absatz von Objektiven zeigt sich robust und wuchs im Betrachtungszeitraum um 0,4 % (Gesamtmarkt) beziehungsweise 4,1 % (Fotofachhandel) im Einzelhandelsumsatz verglichen mit dem Vorjahr 2022. Besonders erfreulich ist die Tatsache, dass die Fotofachhändler ihren Marktanteil im Gesamtmarkt nochmals steigern konnten und mittlerweile für fast 70 % des Marktvolumens stehen.

Während die Umsätze in Deutschland und den Niederlanden mit +4,6 % beziehungsweise +33,0 % weiterhin wachsen, musste die Ringfoto GmbH in Wien einen Rückgang in Höhe von -10,4 % verkraften. Die wesentlichen Umsatzbringer sind auch im laufenden Jahr Systemkameras (+19,1 %), Objektive (+3,1 %), Videoprodukte (+30,5 %) sowie Videozubehör (+11,3 %). Sehr erfreulich ist auch das Umsatzplus in der Warengruppe Kompaktkameras (+31,6 %), wobei in diesem Segment noch Steigerungspotenzial vorhanden ist, wenn es mehr verfügbare Produkte gäbe und die Hersteller sich zu höheren Produktionskapazitäten durchringen könnten. Auch für das vierte Quartal des laufenden Jahres geht das Unternehmen von weiteren Umsatzzuwächsen aus. Der Black Sale wirft seine Schatten als Vorweihnachtsgeschäft bereits voraus und lässt eine Vielzahl an Herstelleraktionen und Endkundenrabatten erwarten. Hinzu kommen einige Neuheiten der Industrie, die einen positiven Effekt für den Fotofachhandel versprechen und darüber hinaus dessen hohe Beratungskompetenz erfordern.

Thilo Röhrig

Neues Vertriebs- und Marketingkonzept

Geschäftsführer **Thilo Röhrig** informierte im Rahmen seiner Präsentation darüber, dass die Gruppe ihren Vertrieb zum September neu aufgestellt hat und die Mitglieder ab sofort mit einem überarbeiteten Konzept begleiten und betreuen wird. So sollen alle Gesellschafter und Partner einen definierten Ansprechpartner aus dem Sales Team erhalten, der bei sämtlichen Fragen zu Produkten, Herstelleraktionen oder Verfügbarkeiten mit Rat und Tat zur Seite steht. Darüber hinaus wird für jeden Händler ein individueller Business-Plan erstellt und die Fortschritte regelmäßig im gemeinsamen Austausch überprüft. Im Zusammenspiel mit der neuen Ringfoto Academy ist somit ein umfassender Support für alle Händlergruppen der Ringfoto gegeben.

Im letzten Quartal 2023 wird es mit Black Sale, der klassischen Kompetenzbeilage zu Weihnachten sowie einer Dienstleistungsbeilage ebenfalls zu Weihnachten gleich drei auflagenstarke Beilagen geben. Letztgenannte soll insbesondere die Themen Fotostudio, Passbild, Fotogeschenke und Digitalisierung in den Mittelpunkt stellen.

Arbeitsgemeinschaft E-Passfoto arbeitet mit Hochdruck

Stichwort E-Passfoto: Die Nachfrage zu dem Thema auf der Fotomesse war sowohl an den Ständen der Systemintegratoren als auch bei den Gesprächen mit Ringfoto sehr hoch. Der Zeitplan kann nach wie vor gehalten werden, im November wird ein erster Test mit der Führerscheinsoftware in einer mittelgroßen deutschen Stadt gefahren, um die technischen und organisatorischen Abläufe zu validieren und mögliche Optimierungen in den Folgewochen durchführen zu können. Bis heute haben sich über 900 Fotohändler, Fotografen und Fotostudios zu dem Verfahren der E-Passfoto Arbeitsgemeinschaft registriert. Ab April 2024 sollen dann auch die ersten Pilotprojekte für die digitale Erstellung von Passbildern für den Personalausweis starten.

www.ringfoto.de

PEARL Somikon Actioncam DV-950 mit zwei Farbdisplays

Mit der neuen 6K-Actioncam DV-950.WiFi von Somikon sollen sich Abenteuer in superscharfen Videos und Fotos produzieren lassen. Die Farb-Displays auf der Vorder- und Rückseite der Actioncam bieten dabei beste Kontrolle über jede Szene. Besonders rasante Szenen lassen sich mit bis zu 240 Bildern pro Sekunde aufnehmen. Im Schutzgehäuse eignet sich die Action-Cam auch für Tauchgänge bis zu 30 Metern Tiefe. Per WLAN und kostenloser App kann live übertragen werden, was vor der kleinen Kamera passiert; so wird das Smartphone oder auch der Tablet-PC zum Kontrollmonitor.

- Extra-hochauflösende Videos: 5.760 x 3.240 Pixel (6K, interpoliert) bei 25 Bildern/Sek., 5.120 x 2.880 Pixel (5K, interpoliert) bei 30 B./Sek., 3.840 x 2.160 Pixel (4K) bei 60 und 30 B./Sek., 2.704 x 1.520 Pixel (2,7K) bei 30 B./Sek., 1.920 x 1.080 (Full HD) bei 120, 60 und 30 B./Sek., 1.280 x 720 Pixel (HD) bei 240 B./Sek.
- Hochauflösender CMOS-Sensor von Sony mit 8 Megapixeln

- Foto-Auflösung: 20 / 16 / 12 / 10 (interpoliert) / 8 / 5 / 3 MP
- Format Video: MOV, Foto: JPG
- Objektivblende: f/2,8, Bildwinkel: 170° Weitwinkel
- Elektronischer Bildstabilisator (EIS) für Aufnahmen ohne Verwackeln
- 2 Farbdisplays: vorne mit 1,3“ / 3,3 cm Bilddiagonale, hinten mit 2,0“ / 5 cm Bilddiagonale
- WLAN für Verbindung zu Smartphone und Tablet-PC
- Kostenlose App für Android und iOS: Bildkontrolle auf Smartphone und Tablet-PC, mit Option zum Übertragen der Aufnahmen
- Unterwasser-Gehäuse: wasserdicht bis 30 m
- Zeitlupenfunktion: 240 Bilder/Sek. bei HD-Auflösung, 120 B./Sek. bei Full-HD-Auflösung
- Zeitraffer (Time-Lapse) mit Timer
- Drama-Shot mit schneller Bildfolgen-Aufnahme: bis zu 30 Bilder
- Digitaler 8-fach-Zoom im Foto-Modus
- Loop-Aufnahme wählbar: neue Aufnahmen überschreiben alte Fotos und Videos, wenn die Speicherkarte voll ist
- Mikrofon und Lautsprecher für Aufnahme und Wiedergabe mit Ton
- Micro-HDMI-Buchse zum Anschließen an einen Monitor
- Steckplatz für microSD(HC/XC)-Karte bis 128 GB (ab UHS-3)
- Stromversorgung: auswechselbarer Li-Ion-Akku mit 1.050 mAh für bis zu 80 Minuten Laufzeit, lädt per USB-C
- Maße: 60 x 41 x 30 mm, Gewicht: 49 g
- inklusive Akku, Unterwasser-Gehäuse, Haltrahmen, USB-Ladekabel (USB-A auf USB-C), Halterungen und Haltebänder sowie deutscher Anleitung; UVP 87 EUR

www.pearl.de

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

Genießen vereinfacht.
Frische verdreifacht.

Bei einer Temperatur von knapp über 0 °C und optimaler Luftfeuchtigkeit bleiben Lebensmittel in den BioFresh-Safes von Liebherr bis zu drei Mal länger frisch. Gut für Vitamine und Nährstoffe. Und gut für Ihre Kunden: kein überflüssiges Wegwerfen und selteneres Einkaufen, dafür mehr Zeit und Geld zum Genießen der Lieblingslebensmittel. BioFresh von Liebherr ist eben mehr als bis zu drei Mal längere Frische.

Genuss auf ganzer Linie. Mit BioFresh von Liebherr.

Erfahren Sie mehr:
home.liebherr.com/biofresh

LIEBHERR

*Die Tagesangaben beziehen sich auf den Vergleich zum normalen Kühlteil