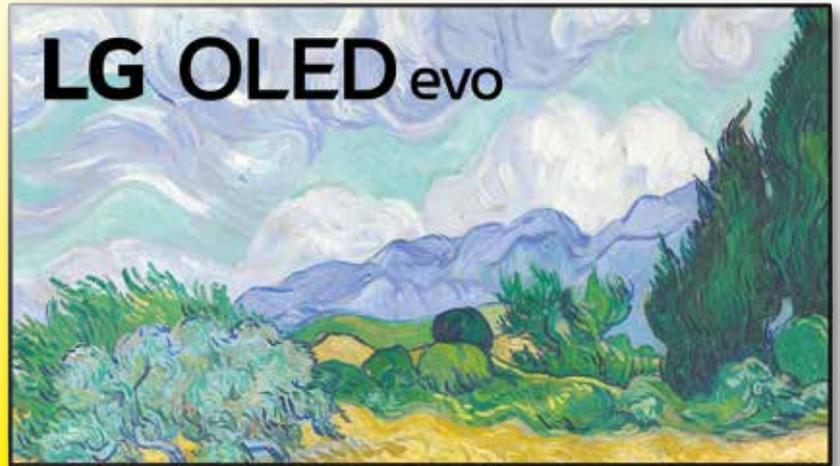


So leuchtet das TV-Geschäft



Die neue OLED- und QNED-Generation von LG

Rechtzeitig zum ersten TV-Nachfrageschub des Jahres durch sportliche Großereignisse wie die Fußball-Europameisterschaft und die Olympischen Spiele bringt LG Electronics seine neue Produktgeneration in die Geschäfte des technischen Fachhandels. Der koreanische Technologiekonzern hat sein TV-Portfolio für 2021 spürbar aufgerüstet und legt als unangefochtener Marktführer im wachstumsstarken OLED-Segment mit

der neuen LG OLED evo TV G1-Serie die Qualitätsmesslatte nochmals höher. Zusätzlich wird das Fernseherlebnis durch den neuen $\alpha 9$ Gen4 AI-Prozessor verbessert, der die Spitzenmodelle der neuen LG QNED MiniLED TVs ebenfalls antreibt und für ausgezeichnete Tonwiedergabe sorgt. Dank der aktualisierten webOS 6.0 Smart-TV-Plattform ist die Bedienung der neuen LG TV-Generation so komfortabel wie nie zuvor.

Bereits seit Jahren ermöglicht LG mit seiner OLED-Technologie dem Fachhandel im TV-Geschäft eine Wertschöpfung auf hohem Niveau. Denn die Geräte mit den selbstleuchtenden Pixeln tragen – neben den zunehmenden Bildschirmgrößen – wesentlich zu den stetig steigenden Durchschnittspreisen in diesem Segment bei. Da die Konsumenten im Zuge der Corona-Krise 2020 mehr Geld für Home Entertainment ausgegeben haben als im Vorjahr, stieg der Umsatz mit Fernsehgeräten um 13,3 Prozent.

In diesem Jahr sorgt LG mit OLED weiter für Dynamik beim TV-Umsatz. „Wir konnten unsere Position als am stärksten wachsende Marke unter



Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment LG Electronics Deutschland: „Mit großer Freude können wir sagen, dass wir mit großen Teilen des Fachhandels sehr gut zusammenarbeiten. OLED und Premium passen einfach hervorragend zusammen, und immer mehr Händler erfreuen sich an der Zusammenarbeit mit uns als Premiummarke.“

den Key Playern im TV-Geschäft in den ersten Monaten 2021 nochmals ausbauen“, erklärte Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment LG Electronics Deutschland. „Während sich das TV-Geschäft im Gesamtmarkt von Januar bis April mit einem leichten Umsatzrückgang von ca. einem Prozent als praktisch



Die OLED evo TVs der G1-Serie sind dank Gallery Design so schlank, dass sie wie ein Gemälde an der Wand befestigt werden können. Eine Wandhalterung gehört zum Lieferumfang, ein Gallery Stand für die Aufstellung im Raum ist als Zubehör erhältlich.

stabil erwiesen hat, konnten wir gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 57 Prozent zulegen. Das ist vor allem unserem Erfolg im OLED-Segment zu verdanken: Hier haben wir uns mit einem Plus von 55 Prozent einen TV-Gesamtmarkt-Anteil von knapp 21 Prozent gesichert und uns damit als starke Nummer 2 im Markt etabliert.“ Die LG OLED-Fernseher werden längst nicht nur von Technik-Experten und einigen der größten Namen in der Filmindustrie als die besten Displays überhaupt anerkannt, sondern auch immer mehr Konsumenten wissen die strahlenden Farben der selbstleuchtenden Pixel zu schätzen. Mit der neuen Generation macht LG seine Strategie deutlich, sich nicht auf den Lorbeeren der vergangenen Jahre auszuruhen. So hat die unabhängige Produkttestagentur Intertek den Geräten der 2021er Generation perfekte Schwarztöne und eine 100prozentige Farbtreue attestiert. Mit Technologien wie Dolby Vision IQ und Dolby Atmos bieten die aktuellen Modelle über die OLED-Charakteristik hinaus besonders immersive TV-Erlebnisse in Bild und Ton. Zusätzlich gibt LG mit den neuen OLED TVs auch auf weitere aktuelle

Markttrends kompetente Antworten. Das gilt z. B. für das Thema Nachhaltigkeit. So wurden alle Panels der neuen Produktreihe von der in der Schweiz ansässigen Société Générale de Surveillance (SGS) für ihre minimalen Umweltauswirkungen, die vernachlässigbare Emission von Luftschadstoffen, die Verwendung weniger gefährlicher Substanzen und ihre hohe Recyclingfähigkeit zertifiziert. Im Vergleich zu LCD TV-Panels derselben Größe emittieren die OLED-TV-Panels von LG z. B. weniger als die Hälfte flüchtiger organischer Verbindungen (VOC).

Vergrößertes Sortiment

In diesem Jahr bietet LG dem Fachhandel das bisher umfangreichste Sortiment von OLED TVs an. In den Serien Z1, G1 und C1 sorgt der neue intelligente **a9** Gen4 AI-Prozessor für spektakuläre Bildqualität. Denn mit Deep Learning Technologien kann er Inhalte aus verschiedenen Quellen so verbessern, dass sie auf den immer populärer werdenden großen Displays besonders eindrucksvoll wirken. Dank AI Picture Pro erkennt der neue Prozessor in einigen der aktuellen TV-

Modelle Objekte wie Gesichter und Körper, er kann zwischen Vorder- und Hintergrund unterscheiden und verarbeitet jedes Element unabhängig, so dass die TV-Bilder einen geradezu dreidimensionalen Charakter annehmen. Das gelingt besonders eindrucksvoll bei den 8K-Fernsehern der neuen Z1-Serie, die in Größen von 88 Zoll (UVP 29.999 Euro) und 77 Zoll (19.999 Euro) erhältlich sind.

Die Spitze im 4K-Bereich markiert die G1-Serie, bei der LG die neuen OLED evo Panel einsetzt. Sie zeigen, dass sich selbst die Technologie der selbstleuchtenden Pixel weiter verbessern lässt: In der neuen Evolutionsstufe bieten sie noch mehr Helligkeit und Leuchtkraft mit großer Klarheit, Detailtreue und Realismus. Zudem werden sie im Gallery Design mit Wandhalterung geliefert und können dank ihrer besonders dünnen Bauweise wie ein Gemälde an der Wand befestigt werden. Alternativ ist auch der Gallery Stand für die Aufstellung im Raum erhältlich.

Dank des neuen **a9** Gen4 AI-Prozessors bieten die OLED evo TVs der G1-Serie mit AI Picture Pro und AI Brightness Control eine besonders brillante und gleichzeitig realistische

Bildqualität. AI Sound Pro sorgt dafür, dass auch der Klang nicht hinter den immersiven TV-Bildern zurückbleibt, denn diese Technologie ermöglicht Virtual 5.1.2 Surround Sound Up-Mixing über die eingebauten Lautsprecher, und Auto Volume Leveling sorgt für gleichbleibende Lautstärke beim Wechseln zwischen Kanälen und Streaming-Apps. Die LG OLED evo G1 TVs gibt es in den Größen 77 Zoll (UVP 6.499 Euro), 65 Zoll (UVP 3.499 Euro) und 55 Zoll (UVP 2.399 Euro).

Mehr Auswahl als je zuvor gibt in der ebenfalls mit dem **a9** Gen4 AI-Prozessor ausgestatteten C1-Serie. Ganz neu ist hier das 83 Zoll Modell, das im Juni für 7.999 Euro (UVP) auf den Markt kommt. Bereits verfügbar sind die Größen 77 Zoll (UVP 5.299 Euro), 65 Zoll (UVP 2.799 Euro) und 55 Zoll (UVP 1.999 Euro) sowie die Variante in 48 Zoll (UVP 1.649 Euro). Diese Bildschirmgröße passt nicht nur bestens in klassische Wohnwände, sondern ist auch bei leidenschaftlichen Gamern sehr beliebt. Für spektakuläre Spielergebnisse sorgt hier (wie bei anderen 2021er OLED TVs) der neue Game Optimizer und Reaktionszeiten von 1 Millisekunde, beson-

ders geringe Eingabeverzögerung und vier HDMI 2.1-Anschlüsse nach den neuesten HDMI-Spezifikationen. Zudem macht der Game Optimizer, der in allen LG 2021er webOS-TVs inklusive der QNED MiniLED TVs und NanoCell TVs inkludiert ist, nicht nur den Zugriff auf alle spielrelevanten Einstellungen besonders komfortabel, sondern wählt auch automatisch die richtige Einstellung für das aktuelle Spiel aus, so dass Ego-Shooter, Rollenspiel oder Echtzeit-Strategie Titel immer mit der bestmöglichen Leistung wiedergegeben werden. Für eindrucksvolle Großbild-Erlebnisse ohne Ruckeln sind die neuen LG OLED-Fernseher G-Sync-kompatibel, unterstützen FreeSync Premium und die variable Bildwiederholrate (VRR). Alle diese Funktionen werden im Game Optimizer verwaltet.

In der OLED-Einstiegsklasse kann der Fachhandel den Kunden die LG TVs der B1 Serie anbieten, die mit dem neuen **a7** Gen4 4K AI-Prozessor ausgestattet sind. Neben den Größen 55 Zoll (UVP 1.799 Euro) und 65 Zoll (UVP 2.699 Euro) gibt es in diesem Jahr auch in dieser Serie ein Großbild-Modell mit 77 Zoll (UVP 4.999 Euro).

Innovationen im LED-Segment

Während LG Electronics als einziger Hersteller von OLED-Displays für Fernsehgeräte dieses Segment mit besonderem Engagement nach vorn treibt, haben die Ingenieure in Korea auch das Volumengeschäft mit LED-TVs nicht vergessen. Angeführt wird das 2021er Premium-Portfolio von den neuen LG QNED MiniLED TVs; sie erzielen durch die Kombination von Quantum Dot- und NanoCell-Technologien mit Mini LEDs deutlich mehr Helligkeit und höhere Kontraste als



Der strahlende Baum, der hier das 8K-Display des Z1-Fernsehers füllt, dient auch als Leitmotiv für die aktuelle TV-Kampagne.

Neue Soundbars wie die DSP9YA setzen die AI Sound-Pro Funktionen der neuen LG TVs in Premium-Klang um und unterstützen Dolby Atmos mit 4K Passthrough.



herkömmliche LCD-Fernseher. Dafür sind in der Hintergrundbeleuchtung der neuen LG QNED MiniLED-Fernseher bis zu 30.000 winzige LEDs verbaut, die in bis zu 2.500 Local Dimming Zonen organisiert sind, um sehr hohe Spitzenhelligkeiten mit einem Kontrastverhältnis von 1.000.000:1 zu verbinden. Die neuen LG QNED MiniLED TVs der 99er Serie bieten 8K Auflösung in den Größen 86 Zoll (UVP 9.999 Euro) und 75 Zoll (UVP 6.999 Euro); die der 91er Serie in 4K sind ab Juni ebenfalls in 86 Zoll (UVP 6.999 Euro) und 75 Zoll (UVP 4.599 Euro) erhältlich. Im Juli folgen dann in beiden Produktlinien die 65 Zoll Modelle (UVP 4.999 Euro bzw. 2.499 Euro).

Für die 2021er TV-Generation hat LG seine webOS 6.0 Smart-TV-Plattform nochmals verbessert. Sie bietet mit einem neugestalteten Startbildschirm jetzt schnelleren Zugriff auf Apps; auch die Suchfunktionen wurden vereinfacht, und die personalisierten Empfehlungen erfolgen noch präziser.

Unterstützung für den Fachhandel

Mit seiner erfolgreichen OLED-Strategie hat LG in den letzten Jahren nicht nur Anteile im TV-Markt gewonnen, sondern auch die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel deutlich intensiviert. „Kein anderer Vertriebsweg ist in der Lage, die Vorteile unserer innovativen TV-Technologien so

gut in Szene zu setzen wie der qualifizierte Fachhandel“, betonte Schiffbauer. „Deshalb bauen wir unsere Betreuung dieses Vertriebswegs mit einem starken Key Account Management und einem engagierten Außendienst-Team konsequent aus. Dabei setzen wir auf individuelle Betreuung, bei der wir Konditionen, Schulungsmaßnahmen und die Präsentation am PoS gemeinsam mit den Handelspartnern so festlegen, wie es dem Charakter des Geschäfts entspricht.“ Zusätzlich sorgt LG auch durch massive Konsumentenansprache für Nachfrage. Zum ersten Mal seit drei Jahren läuft derzeit wieder eine globale, integrierte Kampagne für die OLED TVs. Der 30sekündige Spot, der eine Reise in fantastische Welten selbstleuchtender Pixel zeigt, wird noch bis Ende Juni auf reichweitenstarken Sendern ausgestrahlt und

durch weitere Videos auf Online-Plattformen, Social Media Maßnahmen und Print-Kampagnen ergänzt. Für praktisch die gesamte Produktpalette von LG Smart TVs und Soundbars läuft zudem noch bis zum 15. Juni die pfiffige Aktion „Sie genießen – wir zahlen“, bei der LG den Kauf eines Aktionsmodells mit der Übernahme des Rundfunkbeitrags für bis zu zwei Jahre (oder sogar mehr) honoriert. Das macht z. B. beim Kauf eines 83 Zoll großen C1 OLED TVs 420 Euro (für 24 Monate) aus. In der Spitzenklasse kann man die Rundfunkgebühren sogar noch viel länger vergessen: Beim Kauf eines 8K Flaggschiffs Z1 in 88 Zoll werden 180 Monate oder 3.150 Euro gutgeschrieben. Für die Teilnahme an der Aktion müssen die Kunden den Kauf bis zum 30. Juni auf [LG.de/rundfunkbeitrag](https://www.lg.de/rundfunkbeitrag) registrieren und erhalten dann die entsprechenden Gebühren auf das angegebene Konto erstattet.

„Mit unseren Marketing-Kampagnen, vor allem dem einprägsamen Werbespot, bereiten wir die Kunden gut auf ihren Besuch beim Fachhandel vor“, sagte Schiffbauer. „Wir sind sicher, dass unsere Partner ihre vertrauensvollen, persönlichen Beziehungen zu den Konsumenten nutzen können, um mit uns gemeinsam zu wachsen.“

„Sie genießen – wir zahlen“ ist der Titel der noch bis zum 15. Juni laufenden Cashback-Kampagne, bei der LG den Kauf eines Aktionsmodells mit der Übernahme des Rundfunkbeitrags für bis zu zwei Jahre (oder sogar mehr) honoriert.