



Die CES 2022 fand statt

Innovationen und Impulse

Nachdem die CES als traditioneller Jahresauftakt der High-Tech-Branche im vergangenen Jahr ausschließlich als digitale Veranstaltung stattfinden konnte, hatte der Eigentümer und Ausrichter der Messe, die US-amerikanische Consumer Technology Association (CTA), die Branche in diesem Jahr wieder nach Las Vegas eingeladen. Die Resonanz darauf war zunächst ermutigend, bis die weltweiten Corona-Zahlen wegen der Omikron-Variante wieder explodierten. Obwohl wichtige Tech-Giganten wie Amazon, Google, Intel, Meta/

Facebook, T-Mobile und Twitter ihre geplanten Auftritte kurzfristig wieder absagten, zogen die Verantwortlichen die Messe zwar um einen Tag verkürzt, aber im wesentlichen wie geplant durch. Ob das wirtschaftlich erfolgreich war, kann man als Außenstehender kaum beurteilen, ein Achtungserfolg war die Messe aber am Ende dann doch: 45.000 Menschen haben nach Angaben der CTA die CES 2022 in Las Vegas besucht, davon 1.800 Medienvertreter. Über 2.300 ausstellende Unternehmen, darunter 800 Start-ups präsentierten ihre Produkte und Ideen an elf Schauplätzen in der Wüstenstadt. Da rund 30 Prozent der Besucher aus dem Ausland anreisen, sei die CES 2022 eine wahrhaft globale Veranstaltung mit 119 vertretenen Ländern gewesen, betonte die CTA in ihrem Abschlussbericht. Zu den physisch anwesenden Teilnehmern gesellte sich eine noch unbekannte, aber höchstwahrscheinlich höhere Zahl von Besuchern, die sich auf digitalen Wegen in die virtuelle Plattform der CES 2022 einschalteten, um das Messegeschehen zu verfolgen.



EDITORIAL

Bitte gleiches
Recht
für alle

Auch im neuen Jahr bleiben die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Beschränkungen ein Thema für den technischen Einzelhandel. Besonders die im Dezember erlassene 2G Regel erzeugt Unmut, denn deshalb bleiben viele Kunden weg bzw. dürfen nicht ins Geschäft. Zudem sind die Kontrollprozeduren nicht nur ein Kostenfaktor für die Handelsunternehmen, sondern auch eine schwere Belastung – und gelegentlich sogar eine Gefährdung – für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Das ist schon ärgerlich genug, aber noch ärgerlicher ist das Chaos, das durch die zum Teil ebenso willkürlich wie hilflos anmutenden Maßnahmen der Politik erzeugt wird. Wer gestern noch genesen war, ist es heute nicht mehr, und die 2G Regel wurde inzwischen von Gerichten in Baden-Württemberg, Bayern, Niedersachsen und dem Saarland gekippt.

Fast noch ärgerlicher als die unterschiedlichen Bedingungen in den Bundesländern ist die Ignoranz, mit der die große Politik über sachlich vorgetragene Argumente aus dem Einzelhandel hinweggeht. HDE Präsident Josef Sanktjohanser hat in einem Brief an Gesundheitsminister Karl Lauterbach vor dem Spitzengespräch von Bund und Ländern am 24. Januar deutliche und dabei höfliche Worte gefunden: „Wir bitten Sie, ..., die strikten 2G Zugangsbeschränkungen für den Einzelhandel mit Gütern außerhalb des täglichen Bedarfs aufzuheben – mindestens aber in Form von Stichprobenkontrollen an der Kasse zu vereinfachen.“ Dafür sprächen, so argumentierte der HDE Präsident, dass sich die Infektionszahlen in Bundesländern mit und in solchen ohne 2G Auflage praktisch gleich entwickeln. Deshalb, so Sanktjohanser, sei eine Auswirkung der 2G Beschränkungen auf das Infektionsgeschehen nicht feststellbar.

Von einer Antwort des Bundesgesundheitsministers war bis Redaktionsschluss dieser Ausgabe nichts bekannt. Nach dem Gipfeltreffen hatte Lauterbach allerdings bekundet, man wolle die Maßnahmen überprüfen, wenn die Situation es zulasse. Unkonkreter geht es kaum.

Dass sich der Ton in der öffentlichen Auseinandersetzung über die Corona-Maßnahmen immer weiter verschärft, ist natürlich auch geistigen Brandstiftern zu verdanken, die Öl ins Feuer gießen, um dann ihre eigenen Zwecke zu verfolgen. Mitschuldig ist aber auch eine Politik, die scheinbar willkürlich Beschränkungen verhängt, die viele Menschen nicht vernünftig nachvollziehen können. Zugegebenermaßen ist es in der dynamischen Pandemie schwierig, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Aber eine Forderung darf man in jedem Fall stellen: Bitte gleiches Recht für alle – bundesweit!


Thomas Blömer

Forderungen nach einer Absage der Messe wegen der Entwicklung der Pandemie hatte CTA Chef Gary Shapiro vor der Eröffnung mit deutlichen Worten zurückgewiesen. Anstatt in Furcht zu leben, gelte es jetzt, die Welt besser zu machen, erklärte er in einem Beitrag für das Las Vegas Review Journal und fügte hinzu: „Ohne Risiko gibt es keine Innovationen“. Natürlich bemühte sich die CTA, mit umfassenden Hygienemaßnahmen, Zutritt nur für Geimpfte, Maskenpflicht in den Hallen usw. das Risiko für CES-Besucher zumindest zu begrenzen.

Eine Absage hätte nach Ansicht von Shapiro weniger die großen Namen der Technologie-Branche getroffen, die sich auch auf anderen Wegen Gehör verschaffen könnten, sondern vor allem die zahlreichen kleineren Aussteller, für die eine Messe wie die CES die einzige Möglichkeit sei, international wahrgenommen zu werden. Und so zog der CTA Chef am Ende ein positives Resümee: „Auf der CES 2022 wurden Innovationen lebendig – mit Technologien, die ganze Branchen neugestalten und Lösungen für drängende, weltweite Probleme bieten werden, vom Gesundheitswesen bis zur Landwirtschaft, Nachhaltigkeit und darüber hinaus. Auf der CES war die Freude an persönlichen Begegnungen jederzeit zu spüren – und die Begeisterung darüber, Innovationen zu erfahren, die unsere Zukunft prägen und die Welt zum besseren verändern werden.“



Virtueller Auftritt: Am Messestand von LG gab es keine Produkte, sondern QR Codes, mit denen die Besucher virtuelle Präsentationen abrufen konnten.

Auch ohne Pathos lässt sich feststellen, dass auf der CES tatsächlich zahlreiche Innovationen und Neuheiten präsentiert wurden, die dem Fachhandel Kunden und Umsätze bringen können und spannende Perspektiven für die Zukunft eröffnen.

Die neue TV-Generation

Über die Produktgenerationen der großen TV-Hersteller informieren wir Sie ausführlich in dieser PoS-MAIL Ausgabe. Neben Verbesserungen in Bild- und Tonqualität ist vor allem der Trend zu erkennen, das Pantoffel-Kino zum Mittelpunkt des smarten Zuhauses zu machen. Das ist auch dem veränderten Fernsehverhalten der Konsumenten geschuldet, die immer stärker auf Streaming-Dienste und



Beharrte standhaft auf der Durchführung der CES in Las Vegas: CTA Chef Gary Shapiro

personalisierte Inhalte setzen. Da geht ohne Internet und leistungsfähiges WLAN nichts. Viele Menschen sind auch bereit, Geld dafür auszugeben, dass sie im Fernsehen das sehen können, was sie möchten. Netflix verzeichnet inzwischen weltweit rund 215 Millionen zahlende Abonnenten, Amazon Prime kommt auf 175 Millionen, Disney+ hat es innerhalb von nur zwei Jahren auf fast 120 Millionen Nutzer gebracht, und Apple TV kann immerhin auf 20 Millionen verweisen. Die Ausgabebereitschaft vieler Konsumenten zeigt sich auch in der wachsenden Nachfrage nach Premium-Marken, großen Bildschirmen und hohen Auflösungen wie 8K.

Effiziente Hausgeräte

Auch bei der Weißen Ware gibt es neue Faktoren für Kaufentscheidungen. Dazu gehören Energieeffizienz, die Verwendung recyclingfähiger oder gar recycelter Materialien bei der Herstellung und natürlich die Netzwerkfähigkeit für die Einbindung in smarte Wohnumgebungen. Mit der Home Connectivity Alliance (HCA) erblickte auf der CES eine weitere Kooperationsplattform für Interoperabilität smarterer Geräte über Herstellergrenzen hinweg das Licht der Welt (siehe Seite... dieser Ausgabe). Ihr gehören neben dem offensichtlichen Spiritus Rector Samsung einige namhafte Unternehmen von der Arçelik Gruppe über Electrolux und Haier bis zu GE Appliances an. Noch stärker ist die Unterstützung von Matter, wo sich inzwischen rund 400 Unternehmen aus aller Welt zusammengefunden haben, um die Einbindung ihrer Produkte in die smarten Plattformen von Google, Amazon und Apple zu unterstützen.

Die Zukunftsthemen

Die CES versteht sich seit Jahren als Plattform für



Die Herzlichkeit, mit der Gary Shapiro den Samsung CEO Jong-Hee Han begrüßte, zeigte deutlich, wie sehr es der CTA Chef zu schätzen wusste, dass der Samsung Manager seine Eröffnungsk keynote nicht als digitale Schalte, sondern in eigener Person in Las Vegas präsentierte. Unter dem Titel „Everyday's Sustainability“ (Alltägliche Nachhaltigkeit) setzte Han einen besonderen Akzent auf klima- und umweltschonende Technologien, bei denen es nicht nur um Materialien und Produktdesigning, sondern auch um die Rolle, die künstliche Intelligenz spielen kann, um z. B. das Energiemanagement zu verbessern.

Zukunftsthemen, die über die traditionellen Domänen wie Unterhaltungselektronik und Weiße Ware hinausgehen. Dazu gehört mit der digitalen Gesundheit ein Segment, das bisher noch nicht wirklich im technischen Fachhandel angekommen ist. Denn unter dieser Überschrift geht es um sehr viel mehr als Fitness Tracker und Apps, die über körperliche Aktivitäten wie Schlafqualität oder den Kalorienverbrauch informieren. Künstliche Intelligenz wird in Zukunft Ärzte zwar nicht überflüssig machen, aber ihnen so zuarbeiten, dass Diagnosen und Therapien mit größerer Sicherheit und vor allem schneller gestellt werden können als bisher.

Ein weiteres großes Ding ist die E-Mobilität. Sony überraschte die Öffentlichkeit nicht nur mit einem weiteren Prototyp des Vision-S, sondern auch mit der Ankündigung, einen eigenen Unternehmensbereich für dieses Thema zu etablieren und dabei auch die Möglichkeiten zu prüfen, selbst zum Hersteller zu werden. Auch wenn einige große Namen aus der Autobranche abgesagt haben, zeigt die erstmalige Präsenz von Unternehmen wie Evocargo, einem Anbieter von elektrischen Nutzfahrzeugen und Logistiklösungen aus Dubai, und dem vietnamesischen Automobil- und Elektrobike-Hersteller VinFast, dass dieses Segment sich auf der CES weiterhin zu Hause fühlt. Was autonomes



Drohnen mit und ohne Passagiere waren ein wichtiges Thema auf der CES 2022.

Fahren und künstliche Intelligenz für die Landwirtschaft bedeuten können, zeigt der amerikanische Hersteller John Deere mit Landmaschinen zum Düngen, Ernten oder zur Schädlingsbekämpfung, die ohne Fahrer, aber dafür mit Computer Vision und AI unterwegs sein können. Dass künstliche Intelligenz auch im Alltag eine Rolle spielt, um Konsumenten beim Einkaufen, beim Kochen oder beim Putzen der Wohnung zu unterstützen, ist schon fast Standard. Ein weiteres, wichtiges Thema auf der CES 2022 war auch das Büro von morgen. Hier geht es um mehr als digitale Meetings und Videokonferenzen. Nachdem erweiterte

oder virtuelle Realität (AR und VR) bei den Konsumenten bislang auf wenig Gegenliebe stößt, könnten diese Technologien im kommerziellen und industriellen Bereich in Kürze eine größere Rolle spielen – z. B. für Produkt- und Anwendungssimulationen oder Entwicklungs- und Designarbeiten über physische Grenzen hinweg. Die eigene Präsenz in Las Vegas hatte Mark Zuckerbergs Meta/Facebook zwar abgesagt, aber die Idee des virtuellen Universums war dennoch an vielen Stellen der CES zu spüren. Auch wenn noch nicht wirklich klar ist, wie das angekündigte (oder angedrohte) Metaverse am Ende aussehen könnte, so zeichnet sich deutlich ab: Wenn immersive, digitale Erlebnisse mit der physischen Realität verknüpft werden sollen, dann braucht man dafür Netzwerke wie 5G, eine leistungsfähige Cloud und jede Menge Hardware. Auch das kann also ein Thema für den technischen Fachhandel werden.



Virtuelle oder erweiterte Realität (VR, AR und XR) soll in Zukunft viele Anwendungen im kommerziellen und industriellen Bereich finden.

Ob man am Ende im Metaverse auch eine digital-virtuelle XR-CES besuchen können, weiß heute noch niemand. Viele Menschen werden es jedenfalls bevorzugen, die CES 2023, die vom 5. bis 8. Januar in Las Vegas stattfinden soll, persönlich und leibhaftig zu besuchen – am liebsten so, wie es vor der Pandemie üblich war. Und davor trifft sich die Branche hoffentlich vom 2. bis 6. September auf der IFA 2022, um Geschäfte zu machen und einen Blick in die Zukunft zu werfen.



Sony Chef Kenichiro Yoshida präsentierte nicht nur einen neuen Prototyp des Elektrofahrzeugs Vision-S, in dem zahlreiche Sony Technologien stecken, er kündigte auch an, dass Sony in Kürze mit der neuen Unternehmenssparte Sony Mobility in diesem Segment aktiv wird und möglicherweise auch Elektroautos unter eigener Marke vermarkten wird.

INHALT

PoS-MAIL Aktuell

Nachrichten und Neuheiten 4, 7, 17

Die 2022er Bravia XR Fernseher von Sony
Schauen, Spielen und Erleben 5

Panasonic kündigt neues OLED-Spitzenmodell an
Heller und individueller 6



Die neue TV-Generation von LG Electronics
OLED von 42 bis 97 Zoll 8



Neue Micro LED-, Neo QLED- und Lifestyle-TVs
Die Samsung TV-Generation 2022 10

Die ersten We. by Loewe TV- und Audio-Produkte
Für junge Menschen 11

Die richtigen Produkte im richtigen Geschäft
Fidlock verstärkt Vertrieb im B2C-Bereich 12

Zwei neue Philips TV Produktlinien
OLED EX und The One 12

Home Connectivity Alliance auf der CES
Für sichere Interoperabilität 14

Samsung Hausgeräte will 2022 weiter wachsen
Neue Potentiale nutzen 15

Ecovacs kündigt neues Flaggschiff an
Der Design-Roboter 16



Zwei neue Bodenreinigungssysteme von Grundig
Saugen und Wischen 16

Die LadyRange von Beurer
Glatte Haut von Kopf bis Fuß 17



LG kündigt in Las Vegas neue Hausgeräte an
Mehr Intelligenz 18



Wagners Welt 19

Impressum 19

PoS-MAIL @ 19

Neue Key-Account Manager bei Graef

Seit Januar unterstützt Branchenkenner und Salesprofi Daniel Finke das Key-Account-Management rund um Ralf Heinitz, Vertriebsleiter Deutschland der Gebr. Graef GmbH & Co. KG. Dazu wird Holger Schamberg, der bereits bei Graef tätig ist, ab sofort in neuer Position als Key-Account-Manager die Marke weiter nach vorne bringen.



Daniel Finke (links) und Holger Schamberg sind die neuen Key-Account Manager bei Graef.

„Dass wir den Handel und insbesondere den Fachhandel immer wieder von uns überzeugen, ist keine Selbstverständlichkeit, sondern das Ergebnis von sehr viel Engagement und Herzblut“, so Ralf Heinitz. „Deswegen freue ich mich umso mehr, dass wir uns nun noch besser aufstellen und 2022 mit ganzer Kraft vorausgehen.“

Nach Stationen bei der Haushaltsmarke Laurastar, dem internationalen Multikonzern Russell Hobbs/Spectrum Brands oder dem bekannten Küchengerätehersteller WMF CE/WMF Group wird Daniel Finke mit seiner jahrzehntelangen Erfahrung das Graef Vertriebsteam unterstützen. Mit seiner Expertise in der Zentralkundenbetreuung wird er vor allem den Fachhandelskooperationen Experte und Euronics zur Seite stehen.

Holger Schamberg ist seit 2021 im Graef Vertriebsteam. Nachdem er vor allem den regionalen Fachhandel und Fachhandelsverbände betreut hat, wird er künftig auch den kooperierten Fachhandel als weiteren, neuen Schwerpunkt übernehmen. Im Fokus steht dabei unter anderem die Zusammenarbeit mit der EK-Zentrale in Bielefeld, und EP-/Medimax.

Neuer Chief Commercial Officer bei Haier Europe



Jean Pascal Rey

Der französische Manager Jean Pascal Rey leitet ab sofort die Vertriebsorganisation von Haier Europe. Damit will die nach Angaben von Euromonitor International weltweite Nr. 1 für große Hausgeräte das organische Wachstum weiter vorantreiben und Haier zum führenden Anbieter für Smart-Home-Produkte und -Services machen. Der Vertriebsprofi bringt für seine Aufgabe

langjährige Erfahrung in Forschung und Entwicklung, Produktion und Supply-Chain-Management mit.

Rey begann seine berufliche Laufbahn 1986 als Vertriebsmitarbeiter bei der französischen Tochtergesellschaft von Philips Domestic Appliances und war danach bei Whirlpool und Somfy tätig, wo er zuletzt die Position des Executive Vice President Sales innehatte. In seiner neuen Funktion bei Haier berichtet er an Yannick Fierling, CEO von Haier Europe.

HEPT 2022 wieder live

Im kommenden Frühling bereist die HEPT wieder „live“ 10 Städte Deutschlands. Vom 25. April bis zum 12. Mai 2022 soll die HighEventProductTour wieder in 10 deutschen Städten als physische Veranstaltung stattfinden, damit wichtige Marken, Produkte und Innovationen aus dem Bereich Hausgeräte auf bewährte Art präsentiert werden können. Auch AEG geht in diesem Jahr wieder mit auf die Tour.

Damit wird sich die Traditionsmarke gemeinsam mit Beurer,

Telekom schließt fast 9.500 Unternehmen ans Glasfasernetz an

Im Zuge des Glasfaser-Ausbaus will die Telekom fast 9.500 Unternehmen in Gewerbegebieten von 62 weiteren Städten und Gemeinden Höchstgeschwindigkeiten von bis zu 1 GBit/s bieten und dazu mehr als 700 Kilometer Glasfaser verlegen. Beim Gewerbegebiets-Ausbau soll das Trenching-Verfahren angewendet werden. Es ist nicht nur zeitsparend, nachhaltig und kosteneffizient, sondern führt auch zu kürzeren Bauzeiten und damit zu weniger Belastungen für die Anwohner.

Unternehmen, die sich früh für das Glasfaser-Netz entscheiden, sollen ohne zusätzliche Kosten angeschlossen werden und können dann Geschwindigkeiten von asymmetrischen 100 MBit/s bis zum symmetrischen 1 GBit/s-Anschluss nutzen. Auch direkte Übertragungswege mit bis zu 100 GBit/s bietet die Telekom an.

„Die Zukunft ist Glas“, sagte Jean-Pascal Roux, Leiter Wohnungswirtschaft und Breitbandausbau Geschäftskunden der Telekom Deutschland.

„Eine flächendeckende und zukunftssichere Breitbandversorgung ist für Deutschland von außerordentlicher Bedeutung. Sie ist die Basis für seine Wirtschafts- und Innovationsstärke, aber auch für die gesellschaftliche Teilhabe seiner Menschen. Deswegen gehört ein leistungsstarker Glasfaseranschluss jetzt und für die kommenden Generationen so selbstverständlich in jedes Haus und in jede Gewerbeeinheit, wie es der Telefonanschluss in den letzten 100 Jahren war. Diese Verantwortung für Deutschland gehört zur Identität der Telekom.“

Zu den Kommunen, deren Gewerbegebiete ausgebaut werden, gehören: Aschaffenburg, Bad Salzungen, Bayreuth, Bensheim, Berlin, Bochum, Bruchmühlbach-Miesau, Bruchsal, Darmstadt, Delmenhorst, Emmendingen, Emmerich, Emstek, Feldkirchen-Westerham, Gammertingen, Garching, Gescher, Geyer, Hamburg, Hameln, Haßloch, Ilfeld, Jena, Jungingen, Kirchheim, Koblenz, Köln, Langenhagen, Lastrup, Lehrte, Leingarten, Mainz, Marburg, Meldorf, Melle, Menden, Minden, Mönchengladbach, Morbach, Mülheim, München, Nabburg, Neuried, Nordhorn, Oberschleißheim, Offenburg, Prenzlau, Ravensburg, Rosenheim, Rottenburg, Rudersberg, Saarbrücken, Schwerte, Tübingen, Tuttingen, Ummendorf, Unna, Unterföhring, Vierkirchen, Waghäusel und Weiterstadt.

Die Telekom investiert jährlich rund sechs Milliarden Euro in Deutschland und betreibt mit mehr als 650.000 Kilometer nach eigenen Angaben das größte Glasfaser-Netz in Europa.



Die Deutsche Telekom baut ihr Glasfasernetz in Gewerbegebieten weiter aus.



wollen die Initiatoren mit einem umfassenden Hygienekonzept, das der aktuellen Situation gerecht wird, für die Sicherheit aller Beteiligten sorgen.

Die HEPT gehört seit fast zwei Jahrzehnten zu den wichtigen Terminen für die Branche. Lange Öffnungszeiten werden auch 2022 den Besuchern aus dem Fachhandel die Möglichkeit geben, sich nach Ladenschluss aus erster Hand über aktuelle Produkte und Trends zu informieren.

Neue Vertriebsstruktur bei SVS

SVS hat die Verbesserung seines Vertriebs zum Start des neuen Jahres erfolgreich abgeschlossen und den Bereich Außendienst in eine erweiterte Key-Account-Struktur transformiert.

„Spätestens mit Beginn der COVID19-Pandemie, aber auch schon deutlich davor hat sich abgezeichnet, dass sich ein Großteil unseres Services im Außendienst durch digitale Maßnahmen sehr effektiv ergänzen und ersetzen lässt, darunter z. B. Auskünfte zu Warenbeständen, Preisen und Bestellvorgängen bis hin zu individuellen Beratungen per Videokonferenz“, erklärte Andrej Ganski, Geschäftsführer bei SVS. „Diese Erfahrungen und die Akzeptanz seitens unserer Handelspartner haben wir genutzt, um redundante Prozesse zu verschlanken und die Qualität unserer Dienstleistungen weiter zu erhöhen.“ Parallel bereitet sich SVS auf den weiteren Ausbau des Produkt- und Markenportfolios in 2022 vor. Bereits neu dabei sind Wallboxen, Ladekabel und Saisonartikel von Deltaco, profes-



Andrej Ganski

sionelle Gaming-Monitore, -Headsets und -Mäuse von Millenium sowie hochwertiges Gaming-Zubehör der skandinavischen Marke L33T. „2022 steht im Zeichen der Portfolioausweitung – mit ganz neuen Kategorien und spannenden Brands. Service und Logistik für alle Bestandsmarken und neu hinzukommende Partner erfolgen dabei wie gewohnt über unser firmeneigenes Ser-

vice-Center. Auch hier haben wir Ressourcen freigelegt, neue digitale Schnittstellen geschaffen und die Prozesse abermals verbessert“, so Ganski weiter.

Erste Gelegenheiten sowohl das Key-Account Team als auch die neuen Marken und Produkte bei SVS kennenzulernen, bieten die kommenden Kooperationsmessen im Frühjahr von Expert, Euronics und EP.

Miele übernimmt belgischen Staubeutel-Hersteller

Ende Dezember hat Miele das im belgischen Pelt ansässige Familienunternehmen Eurofilters übernommen, dessen Fokus auf der Herstellung hochwertiger Filterprodukte und Materialien aus Vliesstoff liegt. Eurofilters wurde 1977 von der Familie Schultink gegründet und beschäftigt knapp 160 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

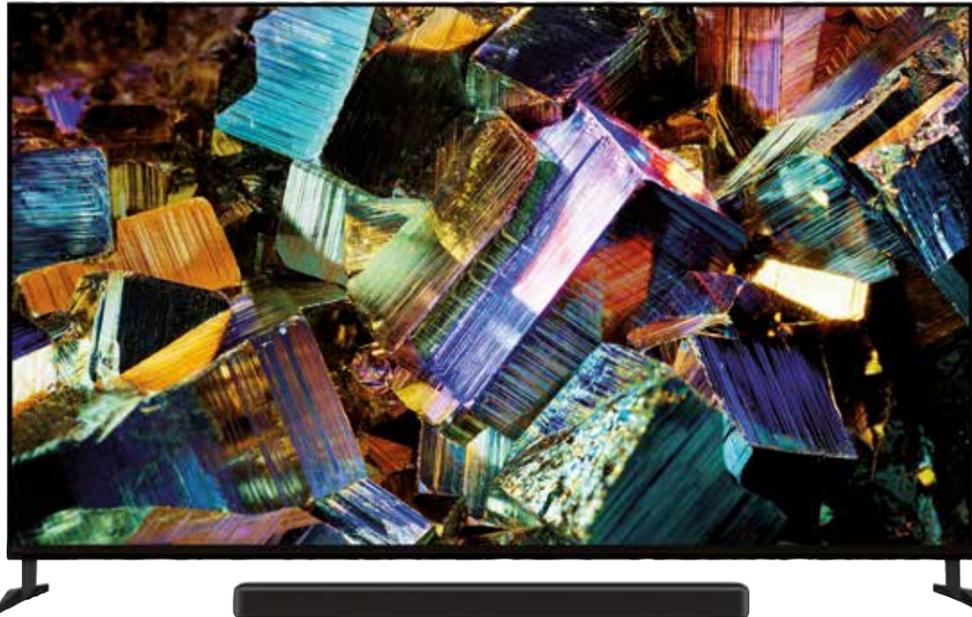
„Mit seinem hervorragenden Produkt- und Patentportfolio passt Eurofilters daher gleich aus mehreren Gründen hervorragend zu Miele“, erklärte Gernot Trettenbrein, Senior Vice President der Miele Gruppe und Chef der Business Unit New Growth Factory. Zum einen erschließen sich Miele neue Geschäftsfelder, und zum anderen erhöhe man die eigene Wertschöpfung im strategisch wichtigen Geschäft mit Staubsaugerzubehör, heißt es in einer Pressemitteilung. „Damit können wir die Weiterentwicklung des Portfolios auch hier selbst steuern, etwa mit Blick auf die Qualitäts- und Nachhaltigkeitsaspekte“, so Trettenbrein weiter. „Zugleich freuen wir uns darauf, die bewährten Lieferbeziehungen von Eurofilters fortzuführen und weiter auszubauen.“



Freuen sich auf die gemeinsame Zukunft: Dr. Markus Miele, Geschäftsführender Gesellschafter von Miele, Frits Schultink, CFO von Eurofilters, Dr. Reinhard Zinkann, Geschäftsführender Gesellschafter von Miele, Jan Schultink, CEO von Eurofilters, und Dr. Stefan Breit, Geschäftsführer Technik von Miele (v. l. n. r.). Alle Personen sind gegimpft und zuvor negativ getestet. (Foto: Miele)

Die 2022er Bravia XR Fernseher von Sony

Schauen, Spielen und Erleben



Das neue 8K-Flaggschiff Z9K bietet noch mehr Kontrast und Helligkeit.

Auch Sony hat zum Jahresbeginn seine neue TV Generation angekündigt. Die neuen Bravia XR-Fernseher sollen mit dem Cognitive Processor XR noch mehr Bildqualität auf Mini LED und OLED Bildschirmen bringen und mit Acoustic Surface Audio+ (OLED) bzw. Acoustic Multi-Audio (Mini LED) immersiven Klang erzeugen. Zudem sind sie auf die Inhalte von Streamingdiensten wie Netflix abgestimmt und bieten exklusive Funktionen für die PlayStation 5.

Zum neuen Sortiment gehören die Mini LED-Modelle Master Series Z9K (8K in 75 und 85 Zoll) und X95K (4K in 65, 75 und 85 Zoll), die OLED Master Series A95K (4K in 55 und 65 Zoll), die OLED Master Series A90K (4K in 42 und 48 Zoll) und A80K 4K OLED (4K in 55, 65 und 77 Zoll) sowie der 4K LED Fernseher X90 K (4K 55, 65, 75 und 85 Zoll) in LED. Liefertermine und Preise will Sony später bekanntgeben.

Bei den Modellserien Z9K und X95K ermöglicht die Kombination des Cognitive Processors XR mit der XR Backlight Master Drive-Technologie eine besonders präzise Steuerung der Mini-LED-Hintergrundbeleuchtung und erzeugt dadurch mehr Helligkeit. Das zeigt sich nach Angaben von Sony auch in einem größeren Kontrastumfang sowie realistischen Mitteltönen nahezu ohne Lichtreflexionen oder Halo-Effekte.

Der Cognitive Processor XR steuert auch den neuen, helleren QD-OLED-Bildschirm des Modells A95K, das mit XR Triluminos Max auf eine besonders breite Farbpalette zurückgreift, um natürliche Schattierungen und feine Details präzise sichtbar zu machen.

Räumlicher Klang

Der vor einem Jahr erstmals eingeführte Cognitive Processor XR von Sony ahmt die Art und Weise nach, wie Menschen sehen und hören, um besonders realistische Fernseherlebnisse zu ermöglichen. Bei der neuen

TV-Generation sollen auch weitere Innovationen dazu beitragen, die Wiedergabe der Inhalte auf die Quelle abzustimmen und die Intentionen von Regisseuren und Kameraleuten möglichst unverfälscht umzusetzen. Das gilt auch für den Ton, der bei den OLED-Modellen mit verbesserten Acoustic Surface Audio+ und bei den LED TVs mit Acoustic Multi-Audio mit vier Rahmen-Hochtonlautsprechern dem Geschehen auf dem Bildschirm folgt. Alle neuen Bravia XR-Modelle unterstützen den 360 Spatial Sound Personalizer, mit dem die Nutzer besonders eindrucksvollen räumlichen Klang hören können, wenn die Fernseher mit Nackenbügel-Lautsprechern wie dem SRS-NS7 oder ausgewählten Kopfhörern von Sony verwendet werden. Dabei ist nur ein Mindestmaß an Konfigurationen erforderlich; mit speziellen Apps kann das Kino-Klangfeld durch eine Analyse der individuellen Ohrform der Nutzer personalisiert werden. Zudem hat Sony gerade die Soundbar HT-A7000 per Firmware-Update mit 360 Spatial Sound Mapping ergänzt. Diese Raumklangtechnologie kalibriert den Klang für den jeweiligen Raum, so dass durch eine Reihe von Phantomlautsprechern ein breiteres und intensiveres, kinoähnliches Klangfeld entsteht. Mit der Funktion Acoustic Center Sync wird festgelegt, dass ein angeschlossener Bravia XR Fernseher in der 360 Spatial Sound Mapping-Konfiguration des Heimkinosystems HT-A9 oder der Soundbar die zentrale Rolle spielt.



Mit der Premium-Soundbar HT-A7000 können 360 Spatial Sound Mapping-Funktionen genutzt werden, wenn sie mit den bereits erhältlichen kabellosen Rear-Lautsprechern SA-RS3S (Abb.) oder mit den neuen kabellosen Rear-Lautsprechern SA-RS5 von Sony verbunden wird, die im Sommer 2022 auf den Markt kommen.

Der Quelle angepasst

Mit dem Netflix Adaptive Calibrated Mode wird die Wiedergabe der Programme des Streaming-Dienstes automatisch auf das Umgebungslicht abgestimmt, um sie unter allen Bedingungen authentisch zu zeigen. Auch der neue Bravia Core Calibrated Mode von Sony dient dazu, den Intentionen der Filmemacher noch besser gerecht zu werden. Für Gamer haben die Bravia XR Fernseher des Jah-



Mit dem neuen Bravia Cam Kameramodul kann der Fernseher erkennen, wo die Zuschauer sitzen, um Bild und Ton individuell abzustimmen.

res 2022 mit dem „Perfekt für PlayStation 5“ Feature ebenfalls etwas besonderes zu bieten, denn es fügt nach einem Update dem Leistungsprofil der Konsole zwei exklusive Funktionen hinzu: Auto HDR Tone Mapping (Tone Mapping mit HDR-Automatik) und den Auto Genre Picture Mode (automatischer Genre-Bildmodus), der automatisch den richtigen Modus für die aktuelle Aktivität wählt. Bei Spielen liegt die Priorität dann z. B. auf Tempo, bei Filmen auf der Bildqualität.

Ganz neu ist das Bravia Cam Kameramodul. Damit kann der Fernseher erkennen, wo die Zuschauer sitzen, um Bild und Ton individuell abzustimmen. Zudem ermöglicht die Kamera nicht nur Gestensteuerung und Videochat-Funktionen, sondern nimmt auch wahr, wenn sich niemand mehr vor dem Fernseher aufhält. Dann wird der Bildschirm gedimmt, um den Energieverbrauch zu reduzieren.

Nachhaltig produziert

Da die steigende Nachfrage nach größeren Fernsehbildschirmen auch Auswirkungen auf den Ressourcen- und Energieverbrauch hat, achtet Sony bei der Produktion und beim Betrieb der Geräte auf größtmögliche Effizienz. Im Rahmen seines globalen Umweltplans „Road to Zero“ will der Konzern bis 2050 die ökologischen Auswirkungen aller seiner Produkte und Geschäftsaktivitäten über den gesamten Lebenszyklus hinweg auf null reduzieren und so zu einer nachhaltigen Gesellschaft beitragen. Deshalb setzt Sony für die neue TV-Generation u. a. den selbst entwickelten recycelten Kunststoff Sorplas ein, um den Bedarf an neuem Kunststoff um bis zu 60 Prozent zu senken, ohne Abstriche beim Design und der Langlebigkeit machen zu müssen. Die Ersparnis entspricht nach Angaben von Sony der Kunststoffmenge von rund 140.000.000 Compact Discs.

Die neuen Bravia XR Fernseher bieten mit Google TV Zugriff auf über 700.000 Filme, Serien, Live-Programme sowie zahlreiche Apps und Abonnements. Zudem ist auf den Geräten der Filmdienst Bravia Core vorinstalliert. Mit dem Erwerb eines Bravia XR Fernsehers erhalten die Kunden bis zu zehn Filme und bis zu 24 Monate unbegrenztes Streaming gratis. Die App, die noch um weitere Funktionen erweitert werden soll, wird 2022 in mehr als 75 Ländern verfügbar sein.

Panasonic kündigt neues OLED-Spitzenmodell an

Heller und individueller



Die 77 Zoll große Variante des OLED-TVs LZW2004 nennt Panasonic Master OLED Pro – Cinema Size.

Panasonic hat ein neues TV-Flaggschiff angekündigt, dessen Master OLED Pro Panel mit Verbesserungen bei der Spitzenhelligkeit und der durchschnittlichen Helligkeit höhere Kontraste erreicht. Zudem bietet der Fernseher neue Möglichkeiten für die individuelle Abstimmung der Tonwiedergabe. Der neue LZW2004, der im Sommer dieses Jahres auf den Markt kommen soll, wird in den Größen 55, 65 und erstmals, als Master OLED Pro – Cinema Size, in 77 Zoll erhältlich sein.

Im Auto AI-Modus kann der Fernseher jetzt die Art der wiedergebenden Inhalte erkennen und die Bild- und Ton-Einstellungen automatisch anpassen. Dann liegt z. B. bei Filmen der Schwerpunkt auf kinoreifer Wiedergabe, während bei Sportübertragungen eine virtuelle Stadion-Atmosphäre erzeugt werden soll. Wer selber die Kontrolle behalten möchte, kann die Bild- und Tonparameter auch manuell einstellen.

Mit neuen Sensoren misst der LZW2004 auch die Farbtemperatur des Umgebungslichts und passt mit dem HCX Pro AI-Prozessor das Bild an, um einen natürlichen Eindruck zu erzielen. Dabei werden bestimmte Elemente wie z. B. Hauttöne nicht verändert, sondern so dargestellt, wie die Nutzer das erwarten.

Bei dem neuen TV-Flaggschiff hat Panasonic wieder die Kompetenz der Entwicklungsingenieure in Japan mit der professionellen Erfahrung des Film-Koloristen Stefan Sonnenfeld kombiniert, um eine besonders akkurate Farbabstimmung sicherzustellen. Sonnenfeld hat bei vielen bekannten Filmen mitgearbeitet, darunter A Star is Born, Wonder Woman, Man of Steel, Beauty and the Beast, Star Wars: The Force Awakens und Jurassic World. Wie viele seiner Kollegen verwendet er OLED-Bildschirme von Panasonic als Referenzmonitore bei seiner täglichen Arbeit.

Die LZW2004-Serie unterstützt zahlreiche HDR-Formate wie Dolby Vision IQ, Dolby Vision, Filmmaker Mode, HDR10+ Adaptive und das spezielle Fotoformat HLG Photo.

Neues von Technics



Der Netzwerk-CD-Receiver SA-C600 kann mit verschiedenen Lautsprechersystemen betrieben werden.

Auch Technics hat zum Jahresbeginn neue Produkte angekündigt. Nachdem die Lautsprecher der neuen C600 Serie bereits seit September 2021 erhältlich sind, kommt jetzt mit dem Netzwerk-CD-Receiver SA-C600 ein Produkt dazu, dessen voll-digitale Verstärkertechnologie auf der Jenno-Engine von Technics basiert. Die Leistung von 2 x 60 Watt kann mit der Space Tune Raumeinmessung getrennt für den rechten und linken Kanal mit zusätzlicher „Regal“-Option auf die Umgebung eingestellt werden.

Zur Ausstattung gehören ein Phono-MM- und ein optischer SPDIF-Eingang, der mit der Auto-Power-On-Funktion erkennt, wenn ein angeschlossener Fernseher eingeschaltet wird. Der neue CD-Receiver hat einen Subwoofer-Ausgang, verfügt über Multiroom-Fähigkeiten, erlaubt den Zugriff auf Streaming-Dienste wie Spotify Connect, Tidal, Deezer und Amazon Music, kann also Internet/DAB+/FM-Radio nutzen und unterstützt AirPlay 2

sowie MQA-Decoding. Der SA-C600EG-S/K ist ab Februar 2022 für 999 Euro (UVP) erhältlich.

Ebenfalls neu bei Technics ist der Wireless Over-Ear-Kopfhörer EAH-A800 mit Noise-Cancelling, der mit neu entwickelten 40-mm Treibern exzellenten Klang bei der Musikwiedergabe und beim Telefonieren bietet. Ein spezielles, rückwärtiges „Acoustic Control Chamber“ Gehäuse sorgt für kontrollierten Luftstrom, der eine präzise Basswiedergabe sicherstellt. Darüber hinaus werden spezielle Polymer-Dünnschicht-Kondensatoren eingesetzt, die auch in den Referenzklasse-Verstärkern von Technics für verzerrungsfreien Signalfloss sorgen. Der EAH-A800 unterstützt die Wiedergabe von HiRes-Audio via Bluetooth und LDAC-Technologie.

Die Dual Hybrid Noise Cancelling-Technologie, die analoge Filter, Feedback-Mikrofone sowie Feed-Forward-Mikrofone und digitale Filter kombiniert, blendet störende Geräusche innerhalb und außerhalb des Kopfhörers zuverlässig aus. Zudem wirken Feed-Forward Mikrofone im Innern der Kapseln Windgeräuschen entgegen, auch die Mikrofone sind mit entsprechender Technik ausgestattet. Durch Multipoint-Pairing können zwei Bluetooth-Geräte gleichzeitig mit dem EAH-A800 verbunden sein, die Akkukapazität des Kopfhörers reicht für bis zu 50 Stunden Musikwiedergabe oder 30 Stunden Telefonieren. Der Technics EAH-A800E-K/S ist ab Januar 2022 für 349 Euro (UVP) in Graphit-Schwarz und Dolomit-Silber erhältlich.



Die Wireless Noise Cancelling Kopfhörer EAH-A800 filtert nicht nur beim Musikhören Nebengeräusche heraus, sondern auch beim Telefonieren, so dass nur die Stimme übertragen wird.

Immersiver Sound

Für eine erstklassige Tonwiedergabe ist der neue LZW2004 mit dem 360°-Soundscape-All-in-One-TV-Audiopaket von Panasonic ausgestattet, das mehrere nach oben, seitlich und nach vorne abstrahlenden Lautsprecher kombiniert, um direktionalen Sound für eindrucksvolle Dolby Atmos-Audioeffekte zu erzeugen. Nachdem Panasonic als erster Hersteller in bestimmten Fernsehern nach oben und zur Seite abstrahlende Lautsprecher eingebaut hat, kommen bei dem neuen Flaggschiff nach vorne gerichtete Array-Lautsprecher dazu, die sich hinter dem Frontgitter über die gesamte Breite des Fernsehgeräts erstrecken. Durch diese Anordnung entsteht nicht nur eine breitere Klangbühne, sondern es ist auch möglich, die Lautstärke individuell auf bestimmte Bereiche der Umgebung auszurichten. So wird der Ton mit dem Pinpoint-Modus auf einen Punkt gelenkt, während er im Area-Modus auf eine Gruppe von Personen in einem begrenzten Bereich des Raums verschoben wird. Der Spot-Modus erhöht die Lautstärke nur für eine bestimmte Stelle im Raum.

Die ausgerichtete Tonwiedergabe hat den Vorteil, dass z. B. Eltern den Schall von einer Wand weggleiten können, hinter der Kinder schlafen. Eine weitere Anwendung besteht darin, die Lautstärke für einen schwerhörigen Menschen unter den Zuschauern gezielt zu erhöhen.

Mit einem Penta-Tuner und Twin-Funktion ist der LZW2004 für alle aktuellen TV-Empfangswege gerüstet. Zudem stehen, wie bei Panasonic üblich, mit dem TV>IP Server & Client sowie dem neuen IPTV weitere TV-Empfangswege zur Verfügung.

Gut für Gamer

Gamer werden an dem neuen Spitzenmodell von Panasonic nicht nur wegen des schnellen OLED-Displays Freude haben. Sie können zudem über das Game Control Board auf alle relevanten Einstellungen zugreifen und diese auch als Overlay über dem Spiel darstellen, um sie während des Spiels verändern zu können. Das Board lässt sich dem Fernbedienungs-Knopf „my App“ so zuordnen, dass es mit einem Klick aufgerufen werden kann.

Zu den weiteren neuen Funktionen gehört der SPD Auto Game Mode mit automatischer Erkennung von HDMI2.1-kompatiblen 4K HFR/VRR-unterstützenden Nvidia-Grafikkarten (z.B. RTX30-Serie). Damit kann der LZW2004 die Eingangsverzögerung und die VRR-Einstellungen automatisch anpassen, um die beste Leistung zu erzielen. Der Input-Lag für 60-Hz-Spiele, die von den meisten Spielekonsolen durch den neuen 60-Hz-Refresh-Modus unterstützt werden, wurde reduziert. Ab Werk unterstützt der LZW2004 zudem HDMI2.1-Funktionen wie High Frame Rate (HFR) und Variable Refresh Rate (VRR) bei 120 Hz in voller 4K-Auflösung.

Mit der neuesten Version des Smart-TV-Betriebssystems My Home Screen 7.0 unterstützt der LZW2004 alle populären Streaming-Dienste. Um die Bedienung für sehbehinderte Menschen zu erleichtern, hat Panasonic mit dem Deutschen Blinden- und Sehbehindertenbund zusammengearbeitet. Über ein Schnellmenü, das automatisch eine Steuerung per Sprachausgabe ermöglicht, kann auf die entsprechenden Einstellungen zugegriffen werden. Auch mit den wichtigsten Sprachassistenten ist der LZW2004 kompatibel.

TechniSat tritt dem Qualitätsbündnis der Elektrohandwerke bei

TechniSat ist ebenso wie das Schwesterunternehmen für E-Mobilität, TechniVolt, seit Anfang 2022 Partner des Zentralverbands der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke ZVEH. Damit will das Dauner Unternehmen, das seit 2021 auch im Bereich E-Mobilität aktiv ist, seine Wachstumspläne unterstreichen. Zum TechniSat Portfolio gehören neben Fernsehern, Digitalreceivern, Satellitenempfangstechnik, Digitalradios und Smart-Home-Produkten auch die von TechniVolt entwickelten Wallboxen „Made in Germany“. Wie TechniSat gehört das neue E-Mobility-Unternehmen TechniVolt, das mit Wallboxen und Ladeservices einen Beitrag zur Elektromobilität und Nachhaltigkeit leisten möchte, zur Techniropa Holding. „Durch die Partnerschaft mit ZVEH sehen wir uns für die zukünftigen Herausforderungen im Bereich Elektronik und E-Mobilität bestens aufgestellt“, kommentierte Stefan Kön, Geschäftsführer der TechniSat Digital GmbH und TechniVolt GmbH. „Der Markt verändert sich ständig. Durch die Zusammenarbeit mit ZVEH können wir auf langjährige Erfahrungswerte und enormes Fachwissen zurückgreifen. Beides können wir direkt in innovative Produkte und Weiterentwicklungen einfließen lassen. Das kommt natürlich uns als Unternehmen zugute, aber auch unseren Kunden.“



Das 2008 ins Leben gerufene Qualitätsbündnis der E-Marken-Partner im ZVEH umfasst Unternehmen aus Industrie, Großhandel und Versicherungswirtschaft. Auf Seiten der Elektrohandwerke nutzen mehr als 8.700 Innungsbetriebe die Marke, die zur Einhaltung bestimmter Qualitätsstandards sowie zur regelmäßigen Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen verpflichtet.

„Wir sind begeistert, dass sich die E-Marken-Partnerschaft auch seitens der Hersteller so großer Nachfrage erfreut und begrüßen TechniSat ganz herzlich“, sagte Hans Auracher, ZVEH-Vizepräsident und Vorsitzender der ArGe Medien im ZVEH. „Vielfalt macht den Reiz unseres Qualitätsbündnisses aus, und TechniSat steht definitiv für Vielfalt! Davon, dass unsere Partner mit ihren Produkten und Services in ganz unterschiedlichen elektrohandwerklichen Einsatzbereichen tätig sind und Mehrwerte bieten, profitieren unsere Mitgliedsbetriebe.“

telering Jahreshauptveranstaltung im Mai

Die Mitglieder von telering haben zum Jahreswechsel wieder ein Marketingpaket mit Verkaufsförderungsaktionen erhalten, zu dem auch die erste Imageaktion des Jahres gehört. Gleichzeitig kündigte die Kooperation an, dass die telering Jahreshauptveranstaltung 2022 vom 20. bis 22. Mai in Berlin stattfinden soll. Dann will die Geschäftsführung auch Konzepte präsentieren, mit denen sich die Technik-Profis noch besser auf die Digitalisierung einstellen können.

Zwar habe die Corona-Pandemie das Einkaufsverhalten der Menschen verändert und dem Online-Handel einen zusätzlichen Wachstumsschub beschert, für den stationären, mittelständischen Fachhandel sei die Digitalisierung aber weniger eine Gefahr als vielmehr eine große Chance, betonte telering-Geschäftsführer Udo Knauf in einer Pressemitteilung. „Online-Shops stellen lediglich möglichst schnell und billig Waren bereit, unsere Fachhändler

sprechen hingegen jene Käuferschicht an, die weniger nach Produkten als nach zusammenhängenden Lösungen sucht.“

Der telering-Geschäftsführer zeigte sich davon überzeugt, dass die fast 1.900 Technik-Profis der Kooperation als serviceorientierte Nahversorger beste Zukunftsaussichten haben. Das habe sich bereits in den Lockdown-Phasen gezeigt: „Während größere Händler durch ihre komplexen Strukturen gehemmt wurden, waren unsere Technik-Profis nah an den Kunden, konnten flexibel agieren und sogar deutliche Umsatzzuwächse realisieren“, erklärte Knauf.

Um die Verbundgruppe in Sachen Digitalisierung auf ein neues Level zu heben, steht Knauf nicht nur mit den Groß- und Fachhänd-

lern, sondern auch mit den Industrie- und Dienstleistungspartnern in einem intensiven Austausch. „Wir werden nur dann Erfolg haben, wenn es uns gelingt, die Interessen und Bedürfnisse der Beteiligten in eine für alle vorteilhafte Balance zu bringen“, betonte der telering-Geschäftsführer. Dafür werden vielfältige Maßnahmen für den digitalen Auftritt sowohl innerhalb als auch außerhalb der Fachgeschäfte entwickelt. „Dabei wird sich vieles verändern, aber wir werden bleiben, wie wir sind“, kündigte Knauf an. Einzelheiten wollen Knauf und seine Mitarbeiter erst auf der Jahreshauptveranstaltung im Frühsommer 2022 präsentieren.

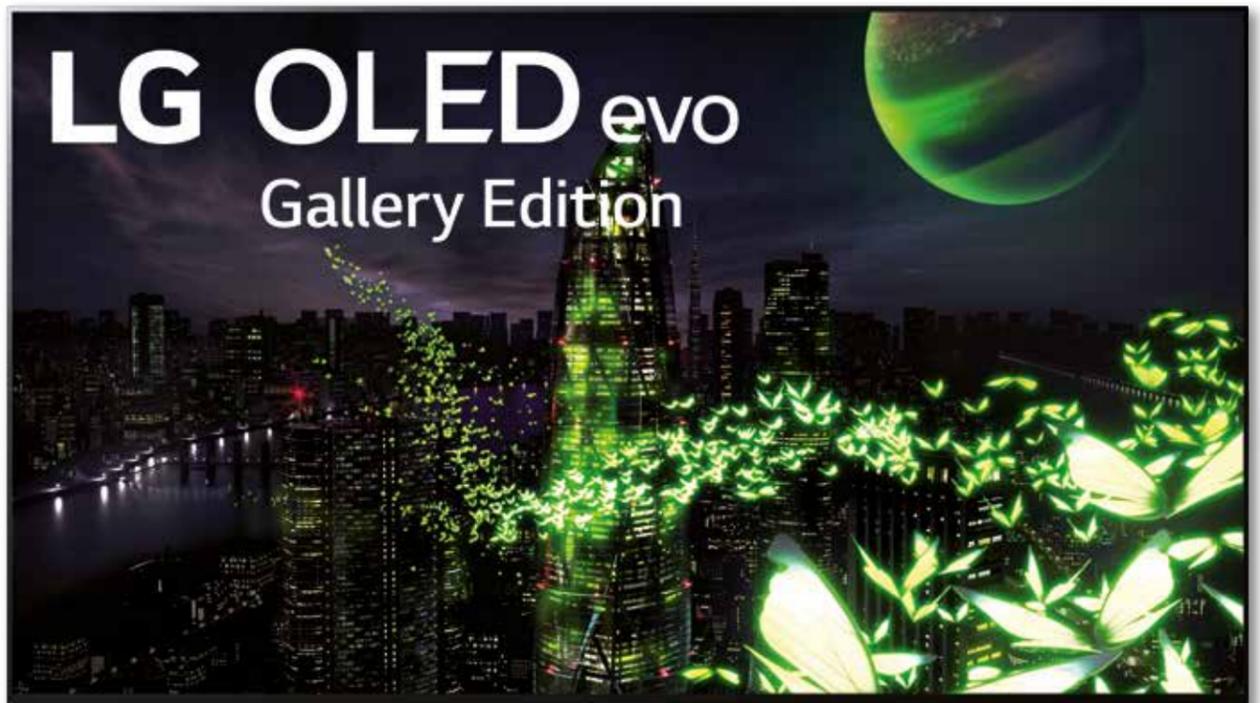


Die neue TV-Generation von LG Electronics

OLED von 42 bis 97 Zoll

LG Electronics hat im Rahmen der CES ein neues TV-Sortiment angekündigt, das u. a. mehr intelligente Funktionen und zusätzliche Dienste bietet. An der Spitze stehen auch im Jahr 2022 die OLED-TVs, darunter neue Modelle der G2-Serie mit LG OLED evo-Technologie. Diese erzeugt im Vergleich zu den bewährten OLED-Panels von LG hellere Bilder und wird vom Alpha9 AI-Prozessor der 5. Generation angetrieben, der zudem in den Modellen OLED Z2, OLED C2, QNED MiniLED QNED99 und QNED MiniLED QNED95 eingesetzt wird.

In den neuen Produktlinien stehen noch mehr Bildschirmgrößen zur Wahl als bisher. So werden zur LG OLED G2-Serie im wandbündigen Gallery Design neben den bereits erhältlichen 55-, 65- und 77-Zoll-Varianten demnächst auch ein 83-Zoll- und das weltweit erste 97-Zoll-OLED-Modell gehören. Die neue LG OLED C2-Serie mit noch dünnerem Rahmen kommt in sechs Größen auf den Markt, darunter der weltweit erste 42-Zoll-OLED-Fernseher, der besonders gut für Konsolen- und PC-Spiele geeignet ist, sowie Geräte in 48, 55, 65, 77 und 83 Zoll. Die 5. Generation des Alpha 9 AI-Prozessors von LG arbeitet mit Deep Learning Technologien für besseres Upscaling und einen dreidimensionalen Bildeindruck, der



Zur neuen OLED G2-Serie von LG wird auch der weltweit erste 97-Zoll-Fernseher mit dieser Bildschirmtechnologie gehören.

entsteht, indem die Elemente im Vorder- und die im Hintergrund deutlich voneinander abgehoben werden. Der Prozessor erweitert außerdem die Möglichkeiten der AI Sound Pro-Funktion von LG: Jetzt können die integrierten Lautsprecher der Fernseher virtuellen 7.1.2-Surround-Sound erzeugen.

Die neue Bedienoberfläche LG webOS 22 bietet den Nutzern mit persönlichen Profilen einen besonders schnellen Zugang zu ihren bevorzugten Streaming-Diensten,

gibt individuelle Inhaltsempfehlungen und informiert in Echtzeit über interessante Ereignisse, z. B. bei bevorzugten Sportmannschaften. Dafür kann man sich entweder über den TV-Browser oder ein Smartphone mit NFC Magic Tap anmelden.

NFC Magic Tap kann auch verwendet werden, um die Bildschirme von Mobilgeräten auf einem LG Fernseher zu spiegeln. Das funktioniert sofort mit kompatiblen Android-Modellen, die Unterstützung von iOS-Geräten

Die Stoffabdeckung des LG Objet TV kann entweder ganz heruntergefahren oder nur teilweise abgesenkt werden, um Lifestyle-Funktionen darzustellen.



die Wand gelehnt oder bündig an die Wand gehängt werden.

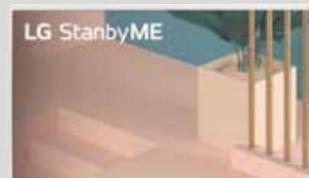
Ein originelles Mitglied der Lifestyle-TV-Familie von LG ist der neue StanbyME. Der 27-Zoll große, kabellose TV-Bildschirm, dessen Nutzeroberfläche auf seine ungewöhnlichen Eigenschaften zugeschnitten wurde, kann ohne Stromkabel mit einem Akku betrieben werden, der Strom für bis zu drei Stunden Fernsehen liefert. So kann man das Display, dessen Fuß mit Rollen versehen ist, leicht von einem Raum in den anderen mitnehmen, um Filme, Fernsehsendungen oder Streaming-Inhalte anzuschauen, an Video-Konferenzen teilzunehmen oder Online-Programme zu verfolgen. Das ist dank Mobile Screen Mirroring, das mit den neuesten Android- und iOS-Smartphones funktioniert und NFC unterstützt, besonders einfach. In einer abnehmbaren Halterung kann das Smartphone für Videoanrufe und Streaming-Anwendungen direkt auf dem LG StanbyME platziert werden. Zudem lassen sich Laptops oder PCs über kabelgebundene (USB, HDMI) oder drahtlose Verbindungen mit dem Bildschirm koppeln, der ins Quer- oder Hochformat geschwenkt werden kann. Dabei ist die Höhe individuell verstellbar. Damit das Gerät auch freistehend gut aussieht, ist seine Rückseite mit einem strukturierten Stoff in Pure Beige verkleidet.

Neue Lifestyle TVs

Auch das Sortiment von Lifestyle-TVs hat LG auf der CES aufgerüstet. Besonders bemerkenswert sind der LG Objet TV (Modell 65Art90) und der LG StanbyME (Modell 27Art10).

Mit seiner Stoffabdeckung, die per Knopfdruck heruntergefahren werden kann, erinnert der LG Objet TV auf den ersten Blick an eine Leinwand, erweist sich aber als 65 Zoll großer Premium-Fernseher mit LG OLED evo Display und einem 80-Watt-4.2-Kanal-Soundsystem für kinoähnlichen Klang. Im Line-View-Modus kann das Gerät auch als Kalender und Audioplayer dienen oder in der Galerieansicht Weltraum- und Naturaufnahmen zeigen.

Der austauschbare Stoffbezug kommt vom dänischen Spezialisten Kvadrat und ist in den Farben Beige, Redwood und Green erhältlich. Zur Installation kann der Objet TV in einem Winkel von bis zu 5 Grad einfach an



Der kabellose TV-Bildschirm StanbyME kann je nach Anwendung ins Quer- oder Hochformat geschwenkt werden.

Neue Premium-Soundbar

Passend zum TV Sortiment gibt es auch ein neues Soundbar-Line-up von LG, das vom Premium-Modell S95QR angeführt wird. Es erzeugt mit einer Leistung von 810 Watt und 9.1.5 Kanälen beeindruckenden Surround-Sound, der von fünf nach oben gerichteten Höhenkanälen, darunter der weltweit erste Center-Upfiring-Lautsprecher, ausgestrahlt wird. Die neue Komponente verbessert die Verständlichkeit von Dialogen und die Wiedergabe von Dolby Atmos- und DTS:X-Inhalten. Dank IMAX Enhanced ist die Soundbar auch für das Abspielen von IMAX-Inhalten geeignet. Die kabellosen Rücklautsprecher arbeiten mit sechs Kanälen, statt bisher zwei ergänzen nun vier Front-/Seitentreiber die beiden nach oben abstrahlenden Lautsprecher. Der Subwoofer erzeugt mit größeren Tieftönern ein besonders solides Bassfundament.

Das Premium-Modell S95QR markiert die Spitze des neuen Soundbar-Sortiments von LG.

Die neue Soundbar ist mit einem empfindlicheren Receiver ausgestattet, der einen größeren Abstand zum dazugehörigen Subwoofer und zu den hinteren Lautsprechern erlaubt. Dabei werden mit einer stabileren, kabellosen Verbindung Aussetzer oder Verzögerungen in der Audioausgabe eliminiert. Im Musikmodus kann die S95QR dank der Horizon-Technologie von Meridian Zweikanal-Audio auf 7.1-Kanäle hochmischen, um einen realistischeren Surround-Sound zu erzielen.

Gamer sollten auf Features wie VRR (Variable Refresh Rate) und ALLM (Auto Low Latency Mode) aufmerksam gemacht werden. Auch hochwertige Musik-Streaming-Dienste werden von der S95QR unterstützt, ebenso die Sprachassistenten Google Assistant und Amazon Alexa. Mit dem LG Wowcast WLAN-Audio-Dongle kann man auch ohne ein Kabel zum Fernseher verlustfrei Mehrkanalton hören.

In Verbindung mit einem kompatiblen LG Smart-TV nutzt die S95QR die AI Sound Pro-Funktion des Fernsehers, um Audioinhalte klarer und realistischer wiederzugeben. Mit einer der verbesserten AI-Kalibrierung kann die neue Soundbar ihren Klang an die Umgebung anpassen, indem sie die Abmessungen und die Form des Raums analysiert.

soll im Laufe des Jahres folgen. Zudem wird nach einem Firmware-Update im ersten Halbjahr 2022 mit Room-To-Room-Share eine Funktion verfügbar, mit der Inhalte von einem Fernseher auf ein anderes Gerät im Haushalt gesendet werden können, um z. B. Kabel- und Satelliteninhalte per WiFi ohne zusätzliche Set-Top-Box zu übertragen.

Ebenfalls neu in der 2022er TV-Generation ist die Funktion Always Ready. Damit kann der Fernseher durch einen Druck auf die Einschalttaste der Fernbedienung als Mediendisplay dienen, das ein ausgewähltes Kunstwerk zeigt, die Uhrzeit darstellt oder Musik abspielt.

Smarte Zentrale

Ein Upgrade von ThinQ AI soll die neuen LG TVs zu echten Smart Home Hubs machen. Neben der Sprachsteuerung und der Kompatibilität mit anderen ThinQ-Geräten wird nach einer Aktualisierung in der zweiten Jahreshälfte auch der neue Industriestandard Matter unterstützt, mit dem die Fernseher als Controller für vernetzte Geräte fungieren können. Die Panels der 2022er LG OLEDs wurden von der globalen Produkttestagentur Intertek für 100 Prozent Farbtreue und 100 Prozent Farbvolumen zertifiziert. Zudem wurden die Geräte vom TÜV Rheinland und von den Underwriters Laboratories als flimmerfrei zertifiziert; UL bestätigte zusätzlich auch die Blendfreiheit, der TÜV Rheinland zeichnete die OLED-Panels von LG für ihren geringen Blaulichtanteil aus. Auch für Gamer sind die neuen LG OLED-Modelle mit einer Reaktionszeit von nur einer Millisekunde, geringer Eingabeverzögerung und bis zu vier HDMI-Anschlüssen sehr gut geeignet. Dank der Unter-

stützung von Nvidia GeForce Now und der Google Stadia Cloud-Gaming-Plattformen genügt ein Controller, um ohne zusätzliche Hardware mit dem Spielen beginnen zu können. Spielspezifische Funktionen und Voreinstellungen für G-Sync Compatible, FreeSync Premium sowie die variable Bildwiederholrate (VRR) lassen sich bei den neuen LG TVs schnell über das Game Optimizer-Menü auswählen. Es bietet auch Zugriff auf den neuen Dark Room Mode, der die Bildschirmhelligkeit bei ausgeschaltetem Licht anpasst. Darüber hinaus gibt es einen neuen Sportmodus sowie Voreinstellungen für Ego-Shooter, Rollenspiele und Echtzeit-Strategiespiele.

Neben der neuen OLED Generation wurde auf der CES auch ein neues Sortiment von QNED- TVs angekündigt, die dank der Quantum Dot NanoCell-Technologie von LG 100 Prozent Farbvolumen wiedergeben können. Dabei sorgt die Precision Dimming Technology des Technologiekonzerns für besonders hohe Kontraste.

Mit innovativen Diensten soll die neue TV-Generation von LG ihren Nutzern noch mehr Quellen für Unterhaltung und Information erschließen. So bietet die LiveNow-App Zugang zu Online-Live-Konzerten, Shows, Sport und anderen Live-Events, an denen die User auch interaktiv teilnehmen können. Mit LG Fitness stellt das koreanische Unternehmen zudem seine erste Gesundheitsplattform

vor, auf der die Kunden ihren individuellen Trainingsplan erstellen und dabei aus zahlreichen Optionen wie schnellem HIIT, Ganzkörper-Stretching oder geführter Meditation wählen können. Aktivitäten und Fortschritte werden dann auf dem Dashboard der App dargestellt.



In der 2022er LG OLED C2-Serie bietet sich der weltweit erste 42-Zoll-OLED-Fernseher als Empfehlung für Gamer an.

Zahlreiche Auszeichnungen für LG auf der CES

LG Electronics hat auf der CES 2022 zahlreiche Auszeichnungen – auch in der Kategorie Home Entertainment – erhalten. Insgesamt konnte sich das Unternehmen rund 150 Preise und Auszeichnungen von verschiedenen Publikationen sichern.

Zu den wichtigsten Auszeichnungen gehören 24 CES Innovation Awards und die 2022 CES Editor's Choice Awards von USA TODAY's Abteilung für Produkttests Reviewed. Der OLED-Fernseher der Serie C2, der DualUp-Monitor und die S95QR-Soundbar erhielten den begehrten Award von USA TODAY/Reviewed, der auf der Grundlage von den vier Schlüsselkriterien Innovation, Technologie, Design und Nutzen vergeben wurde.

Auch in diesem Jahr gehörten die neuesten OLED-Fernseher von LG wieder zu den am meisten ausgezeichneten Fernsehern auf der CES. Die OLED-Fernseher von LG erhielten hochkarätige Preise und Auszeichnungen für deren Bildqualität, Leistung und neue Bildschirmgrößen. Dabei wurden der neue 42-Zoll-OLED-Fernseher C2 und der 97-Zoll-OLED-Fernseher G2 von LG, die beide mit der OLED evo-Technologie von LG ausgestattet sind, von branchenführenden Publikationen wie Business Insider, Mashable und Gear Patrol ausgezeichnet. The Verge stellte außerdem den 42-Zoll C2 OLED-Fernseher von LG in seinen Best of CES Awards 2022 vor und bezeichnete ihn als eine der beliebtesten Produkt-Ankündigungen der Redaktion.

Zu den wichtigsten Auszeichnungen und Anerkennungen von LG auf der diesjährigen CES gehören:

LG C2 4K OLED TVs

- Popular Science: The Best TVs of CES 2022
- CNET: Best TVs of CES 2022 Get Bigger, Crazier & More Expensive
- The Verge: The Verge Awards at CES 2022
- Business Insider: The 7 Coolest TVs Unveiled at CES
- USA Today/Reviewed.com: CES Editors' Choice Award

LG G2 Gallery Series evo 4K OLED TVs

- CNET: Best TVs of CES 2022 Get Bigger, Crazier & More Expensive
- Tom's Guide: The Best TVs of CES 2022
- Gizmodo: The Best TVs at CES 2022
- BGR: Best of CES 2022

LG S95QR Soundbar

- Techlicious: Top Pick Awards 2022
- Gear Patrol: The Best Things We've Seen from CES 2022
- Popular Science: The Best Audio Gear of CES 2022
- USA Today/Reviewed.com: CES Editors' Choice Award

LG DualUp Monitor

- Ars Technica: The 7 Most Exciting PC Monitors From CES 2022
- Rolling Stone: Best of CES 2022: Hybrid Tech for a Hybrid World
- com: The Best Computer Monitors at CES 2022
- Digital Trends: The Best Monitors of CES 2022

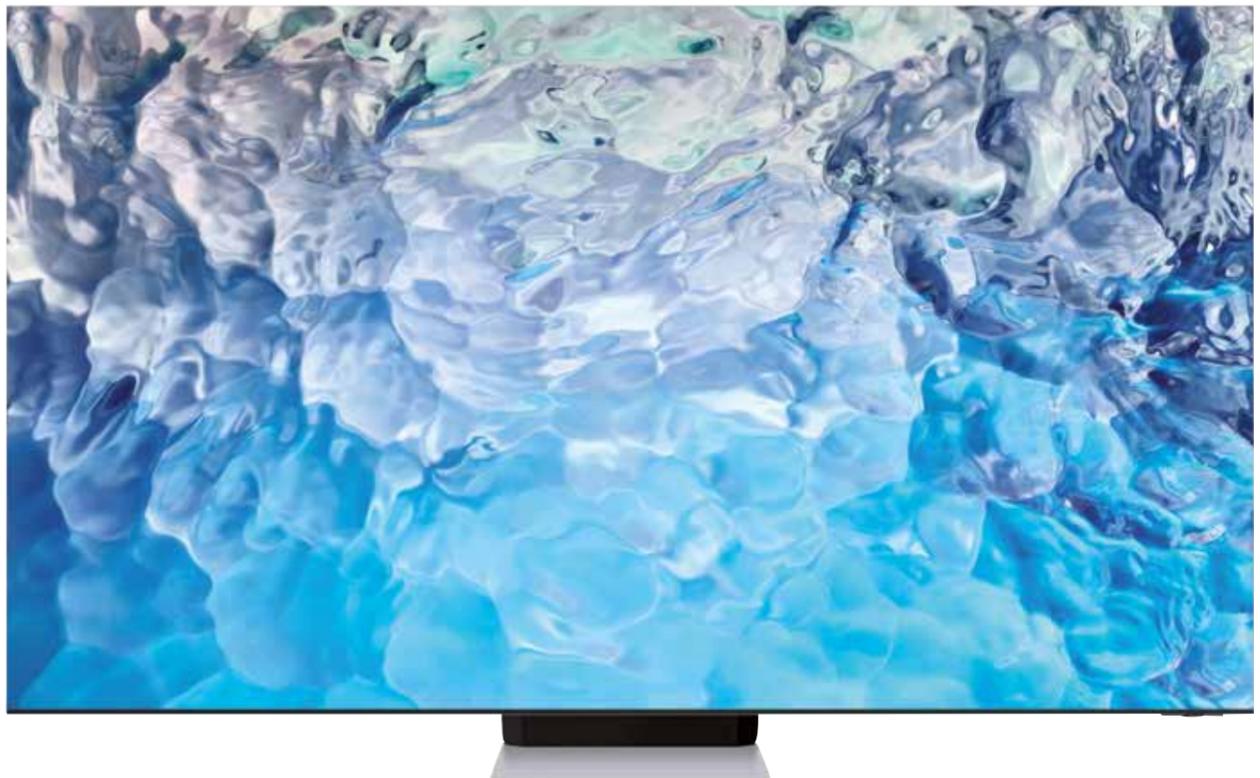
LG UltraGear Gaming Laptop

- Popular Science: The Best Gaming Gadgets of CES 2022
- Gear Patrol: The Best Things We've Seen from CES 2022 So Far
- TWICE: Picks Awards Winners For CES 2022
- Input Mag: The Must-See Monitors From CES 2022

Neue Micro LED-, Neo QLED- und Lifestyle-TVs

Die Samsung TV-Generation 2022

Samsung Electronics hat auf der CES 2022 neue Micro LED-, Neo QLED- und Lifestyle-TVs angekündigt, die im Vergleich zu den Vorgängermodellen nicht nur bessere Bild- und Tonqualität bieten, sondern auch mehr Optionen bei den Bildschirmgrößen, personalisierbares Zubehör und verbesserte Benutzeroberflächen. Damit will Samsung nach eigener Aussage seine Vision „Bildschirme überall, Bildschirme für alle“ weiter verfolgen. Ob in diesem Jahr noch weitere Produktlinien folgen, ließ der Konzern offen.



Die neuen Neo QLED-Fernseher von Samsung bieten vier mal mehr Helligkeitsstufen als die Vorgänger.

Mit 25 Millionen LEDs sollen die neuen Micro LED-TVs besonders lebensnahe Bilder mit großer Tiefenwirkung erzeugen. Sie wurden auf der CES in Bildschirmgrößen von 110, 101 und 89 Zoll gezeigt. Mit einer Graustufentiefe von 20-Bit können diese Geräte mehr als eine Million Helligkeits- und Farbstufen in HDR sowie 100 Prozent der DCI- und Adobe RGB-Farbskala wiedergeben. Im Art

Mode erscheinen digitale Fotos oder Kunstwerke auf dem Bildschirm. Dafür stehen auch Arbeiten des Künstlers Refik Anadol exklusiv zur Verfügung.

Mit Multi View lassen sich auf den 8K Displays Inhalte von bis zu vier über HDMI verbundenen Quellen gleichzeitig betrachten, und zwar in voller 4K-Auflösung mit bis zu 120 Bildern pro Sekunde. Erstmals wurde Dolby Atmos direkt

in die Geräte integriert, um eine räumliche Audio-Wiedergabe mit Lautsprechern für den oberen, seitlichen und unteren Kanal zu ermöglichen.

Noch besser: Neo QLED

Auch die neuen Neo QLED-Fernseher von Samsung sollen die Messlatte für Bild- und Tonqualität höher legen.

Tragbarer TV-Projektor The Freestyle

Eine ungewöhnliche CES-Neuheit von Samsung ist The Freestyle. Das innovative Gerät kann als TV-Projektor, Lautsprecher und Ambient-Lighting-Device für Lichteffekte eingesetzt werden. Mit einem Gewicht von nur 830 g ist The Freestyle leicht zu transportieren und ermöglicht mit seinem um bis zu 180 Grad drehbaren Standfuß Videoprojektionen aus verschiedenen Positionen. Dabei muss nicht unbedingt eine weiße, glatte Fläche oder Leinwand zur Verfügung stehen.

Mit The Freestyle will Samsung vor allem junge Zielgruppen ansprechen, die Videos, Sportübertragungen und Filme nicht unbedingt nur vom heimischen Sofa aus verfolgen wollen. Wenn das Gerät nicht an eine Steckdose angeschlossen werden kann, lässt es sich mit externen Powerbanks betreiben, sofern diese USB-C unterstützen und eine Ausgangsleistung von mindestens 60 W/20 V bieten.

„The Freestyle ist ein neuer, sehr vielseitiger und flexibler Projektor, der sich an die sich ändernden Lebensgewohnheiten seiner Nutzer anpassen kann,“ sagte Leif-Erik Lindner, Vice President Consumer Electronics bei Samsung Electronics GmbH. „Er ist ein wandlungsfähiges Gerät mit hohem Fun-Faktor, das nahezu überall dort zum Einsatz kommen kann, wo es gerade gebraucht wird.“

Mit Auto Keystone und Auto Levelling passt The Freestyle das Bild automatisch so an die Projektionsoberfläche und die Umgebung an, dass ein verzerrungsfreies Bild zu sehen ist. Die Autofokus-Funktion ermöglicht die Wiedergabe auf unterschiedlichen Oberflächen in Größen von 30 bis zu 100 Zoll. Dank 360-Grad-Klangabstrahlung und einem doppelten Passivradiator für satte Bässe soll die Tonwiedergabe nach Angaben von Samsung Heimkino-Qualität erreichen.

Wenn er nicht als Projektor zum Streamen von Inhalten verwendet wird, kann The Freestyle im Ambient-Modus synchron zur Musik auch stimmungsvolle Lichteffekte erzeugen, die an die Wand oder auf den Boden projiziert werden.

The Freestyle bietet dieselben Features wie die Smart TVs von Samsung. Dazu gehören integrierte Streaming-Dienste sowie Mirroring- und Casting-Funktionen, die mit Android- oder iOS-Mobilgeräten genutzt werden können. Wer das Gerät freihändig bedienen möchte, kann über Farfield (Fernfeld)-Sprachsteuerung den bevorzugten Sprachassistenten auswählen. Der Projektor lässt sich per Smartphone-App kalibrieren und kann per Bluetooth mit mehreren Geräten gekoppelt werden.

The Freestyle wird voraussichtlich in Deutschland ab Mitte Februar verfügbar sein.



Der kompakte und leichte Projektor kann praktisch überall dabei sein und mit kompatiblen Powerbanks auch netzunabhängig betrieben werden.

Dafür bietet der aktuelle Neo Quantum Prozessor im Vergleich zu den Vorgängern ein verbessertes Kontrast-Mapping mit der Hintergrundbeleuchtung, indem die Steuerung der Quantum Mini LED-Lichtquellen von 12 auf 14 Bit erweitert wird. Dadurch kann die Helligkeit in 16.384 Stufen angesteuert werden; das bedeutet eine Vervierfachung gegenüber den bisherigen 4.096 Stufen.

Für präzise Details analysiert der Neo Quantum Prozessor mit der neuen Shape Adaptive Light Technologie Linien, Formen und Oberflächen, um HDR-Inhalte voll zur Geltung zu bringen. Ein neuer Real Depth Enhancer erzeugt dabei Bilder mit großer Tiefenwirkung, indem er das Motiv vom Hintergrund unterscheiden und abheben kann.

Auch die Soundfunktionen der neuen Neo QLED-Generation wurden verbessert. So werden alle Modelle mit OTS (Object Tracking Sound) Pro ausgestattet, bei dem sich der Ton zusammen mit dem Motiv auf dem Bildschirm bewegt. Dabei erzeugen nach oben gerichtete Lautsprecher räumlichen Surround-Sound für ausgezeichnete Dolby Atmos-Wiedergabe.

Neue Lifestyle-TVs

Die neuen Lifestyle-TVs der Produktlinien The Frame, The Serif und The Sero werden mit einem „Matte Display“ ausgestattet, das Anti-Glare-, Anti-Reflexions- und Anti-Fingerprint-Eigenschaften mitbringt. Mit diesen blendfreien und reflexionsarmen Bildschirmen ist die The Frame Produktlinie wie bisher auf die realitätsnahe Darstellung von Kunstwerken ausgerichtet. Die Geräte kommen in Größen von 32 bis 85 Zoll auf den Markt.

Die neuen Geräte der Produktlinie The Serif besitzen ein mattes Gehäuse, das besonders gut zu den matten Displays passt, die in Größen von 43 bis 65 Zoll erhältlich sein werden. Die neuen matten Displays sollen auch die Bildqualität von The Sero verbessern – im vertikalen wie im horizontalen Modus. Mit der neuen Multi-View-Funktion können im vertikalen Betrieb verschiedene Inhalte gleichzeitig auf dem oberen und unteren Teil des Bildschirms dargestellt werden.

Alle 2022er Smart TVs von Samsung sind mit einem neuen Smart Hub ausgestattet, der das Finden bestimmter Inhalte noch komfortabler macht. Dabei kann über die Seitenleiste schnell zwischen den Menüs für Medien, Games (Gaming Hub) und Ambient gewechselt werden.

Zu den 2022er-Modellen bietet Samsung umfassendes Zubehör an, darunter eine automatisch drehbare Wandhalterung, einen Standfuß für die vertikale Bildschirmnutzung und ein vertikales Interface für die Nutzung entsprechender Apps wie YouTube und TikTok.

Neue Soundbars

Ergänzt wird die neue Samsung TV-Generation mit neuen Soundbars, die noch effektiver mit dem Fernseher kommunizieren können. Dafür synchronisiert Q Symphony das Zusammenspiel der Soundbar mit allen TV-Lautsprechern, um den dreidimensionalen Eindruck zu verstärken. Zudem unterstützen die neuen Soundbars mit Wireless Dolby Atmos auch kabellose Verbindungen.

In der Kategorie der schlanken Soundbars von Samsung erzeugt die neue HW-S800B Ultra Slim Soundbar durch die Integration der Passivradior-Technologie in den Subwoofer trotz ihrer kompakten Form einer Tiefe von nur 4 cm erstaunlich ausdrucksstarke Bässe. Auch vier echte Top-Firing-Lautsprecherkanäle tragen zum kraftvollen Sound bei.

Die genauen Preise und Liefertermine für die neuen Samsung TVs werden noch bekanntgegeben. Ausgewählte Modelle werden für teilnehmende Fachhandelspartner wieder in „Made for Germany“ Versionen erhältlich sein.

Die ersten We. by Loewe TV- und Audio-Produkte Für junge Menschen

Ende letzten Jahres hat Loewe seine erstmals im Herbst 2020 angekündigte junge Zweitmarke We. by Loewe mit der TV-Serie We. See und portablen Bluetooth-Lautsprecher der Serie We. Hear an den Start gebracht. Die neue Marke soll vor allem junge Zielgruppen begeistern, die klares Design, praktische Funktionen und hohe Präzision zu schätzen wissen.



Die We. See Fernseher, hier das 55 Zoll Modell, sind zunächst in der Farbe Storm Grey erhältlich.

We. by Loewe startet mit neuen LED-TVs der Serie We. See in den Größen 32 (Full HD) sowie 43, 50 und 55 Zoll (jeweils UHD mit HDR). Zur Grundausstattung gehören zahlreiche kabelgebundene (HDMI, LAN, USB, TOS-LINK) und kabellose (WiFi, Bluetooth, DLNA) Schnittstellen, Triple-Tuner und USB-Recording. Vorinstallierte Apps bieten schnellen Zugriff auf die Streaming-Angebote von Netflix, YouTube und Amazon Prime.

Bei den 50- und 55-Zoll Modellen bietet die integrierte Soundbar 80 Watt Leistung, die Soundbars der 32- und der 43-Zoll Variante leisten 60 Watt. Alle Geräte unterstützen Dolby Atmos. Die Fernseher sind mit einer farbigen Rückwand ausgestattet und sehen deshalb auch von hinten ansprechend aus. Ein integrierter Tischfuß und intelligentes Kabelmanagement unterstreichen die Design-Philosophie, mit der Loewe an seine klassischen Tugenden anknüpfen will.

Modische (Farb-)töne

Auch neue Bluetooth-Lautsprecher gehören zum We. by Loewe Sortiment. Die beiden Stereo-Modelle We. Hear 1 und We. Hear 2 sind in den modischen Farbtönen Aqua Blue, Coral Red, Cool Grey und Storm Grey erhältlich. Ihr Bezug aus hochwertigem Akustikgewebe bietet IPX6-Spritzwasserschutz, um den Außeneinsatz zu erlauben.

Der We. Hear 1 mit 40 Watt Leistung ist mit zwei Treibern und zwei passiven Lautsprechern ausgestattet, beim 60 Watt starken We. Hear 2, der mit einem praktischen Tragegurt geliefert wird, sorgen zwei Hochtöner, zwei Treiber und zwei passive Lautsprecher für guten Klang. Im Party-Mode können die Lautsprecher kabellos miteinander verbunden werden, die Akkulaufzeit kann bis zu 17 Stunden betragen.

Die beiden Bluetooth-Lautsprecher We. Hear 1 (UVP 99 Euro) und We. Hear 2 (UVP 169 Euro) sind ab sofort lieferbar, ebenso (in der Farbe Storm Grey) die We. See Fernseher, die 1.599 Euro (UVP 55 Zoll), 1.399 Euro (UVP 50 Zoll), 1.199 Euro (UVP 43 Zoll) bzw. 899 Euro (UVP 32 Zoll) kosten. Die Farbvarianten Aqua Blue und Coral Red sollen im Frühjahr folgen.



Mit Produkten wie den We. Hear Lautsprechern, hier der We. Hear 2, will Loewe vor allem junge Menschen ansprechen.

Loewe klang mr Serie jetzt lieferbar



Die neuen Lautsprecher, hier das Topmodell Loewe klang mr5, sind mit edlem Akustikstoff bespannt und über ein berührungsempfindliches Glas-Panel auf der Oberseite leicht zu bedienen.

Die neuen Multiroom-Lautsprecher von Loewe, klang mr5, klang mr3 und klang mr1, sind seit Dezember 2021 lieferbar. Das Topmodell Loewe klang mr5 unterstützt den mit 192kHz hochauflösenden Audiostandard Flac und ist mit einer Musikleistung von 180 Watt auch für die Beschallung größerer Räume geeignet. Drei Hochtöner, drei Breitbandlautsprecher, ein Subwoofer und zwei Passivstrahlern erzeugen Klänge, die auch den Ansprüchen von HiFi-Enthusiasten gerecht werden sollen.

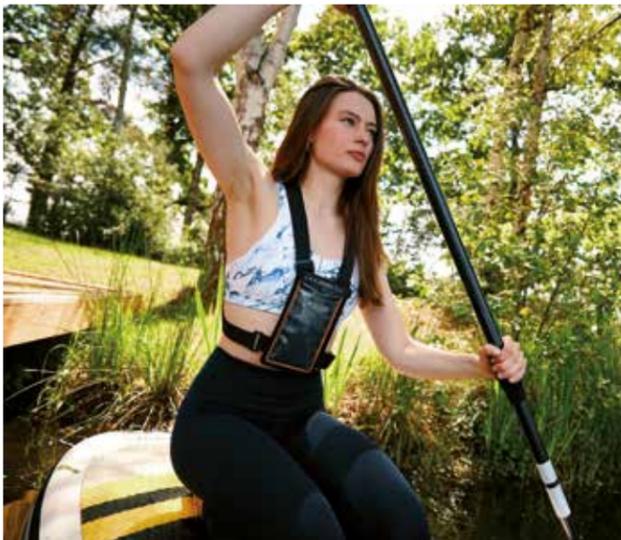
Der Loewe klang mr3 bringt seine Musikleistung von 150 Watt mit drei Breitbandlautsprechern, einem Subwoofer und zwei Passivradiatoren auf die Ohren. Mit 30 Watt Leistung ist der Loewe klang mr1 vor allem für kleinere Räume gedacht und eignet sich auch gut als Satellitenlautsprecher für die Loewe klang bar5 mr Soundbar.

Alle drei neuen Loewe klang mr Lautsprecher basieren auf der Plattform DTS Play-Fi und können zu Netzwerken von bis zu 32 Lautsprechern in bis zu vier Zonen zusammengeschaltet werden. Dank Apple AirPlay 2 und Chromecast ist auch die Integration in bestehende Multiroom-Umgebungen möglich. Die Lautsprecher unterstützen zahlreiche Streaming-Dienste wie Spotify, Amazon Music, Tidal, Deezer und Internetradio. Über Bluetooth können auch Inhalte von mobilen Geräte abgespielt werden.

Der Loewe klang mr5 kostet 649 Euro, der Loewe klang mr3 549 Euro und der Loewe klang mr1 349 Euro (jeweils UVP).

Die richtigen Produkte im richtigen Geschäft

Fidlock verstärkt Vertrieb im B2C-Bereich



In der transparenten Chest Bag kann das Smartphone bei sportlichen Aktivitäten bequem am Körper getragen und Bedarf benutzt werden.

Fidlock, der Spezialist für pfiffiges Zubehör mit magnetisch-mechanischen Verschlüssen, setzt seinen Weg in den Fachhandel mit einer Verstärkung im Vertrieb fort. Ab sofort unterstützt Stefan Thode, der viele Jahre für renommierte Kamera-Marken als Sales Manager tätig war, das Unternehmen dabei, seine Konzepte für Kooperationen mit dem internationalen Handel umzusetzen. Dabei geht es nicht nur um die attraktive Präsentation der Fidlock-Produkte am PoS, sondern auch um das passende Sortiment für das jeweilige Geschäft.

Der Zeitpunkt ist kein Zufall, denn Fidlock hat seine Produkte in den letzten Monaten bei zahlreichen CE- und Foto-Fachhändlern in Deutschland, Österreich und den BeNeLux-Ländern platziert. Besonders begehrt sind die praktischen Smartphonetaschen der Hermetic Line, die sich mit der Kraft von Magneten praktisch von selbst verschließen. Dann ist das wertvolle Mobilgerät gut gegen Feuchtigkeit und Schmutz geschützt, kann aber weiter genutzt werden: Denn die transparente, touch-fähige Folie macht es möglich, das sicher untergebrachte Smartphone wie gewohnt mit den Fingerspitzen zu bedienen. Neben den Hermetic Dry Bags in verschiedenen Größen umfasst das Sortiment auch die Hüfttasche Hermetic sling

bag und die transparente Brusttasche Hermetic chest bag. Zusätzlich können auch die praxiserorientierte Zubehörartikel der Vacuum Line für Umsätze im Fachhandel sorgen. Ganz neu bei Fidlock ist ein nützliches Zubehör für Rucksäcke: Mit dem Twist tex base multi lässt sich eine Trinkflasche ganz einfach am Schulterriemen oder am Hüftgurt befestigen und ist sofort griffbereit.

Erfolgsfaktor Fachhandel

Als Lieferant von Lösungen für Sporthelme, Turnschuhe, Schulranzen und Taschen anderer Hersteller hat Fidlock seine Wurzeln im klassischen OEM-Geschäft. Deshalb kennen viele Konsumenten zwar die praktischen Magnetverschlüsse, verbinden sie aber nicht mit der Marke, die jetzt auch für eigene Sortimente eingesetzt wird: „Unsere Marketing-Aktivitäten haben daher den Aufbau der Markenbekanntheit sowie die Schaffung einer Awareness bei Smartphone-Usern und Fotografen vor Augen“, erklärte Holger Knorr, Fidlock Director Sales Retail. „Deshalb ist die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel für uns ein wichtiger Faktor, von dem beide Seiten profitieren können.“ Dabei ist es für alle Beteiligten besonders wichtig, dass am PoS die Vorteile des Fidlock-Sortiments gut sichtbar sind. Dafür hat das Unternehmen attraktive Displays und selbsterklärende Verpackungen entwickelt. Dazu kommen Aktivitäten auf digitalen Kanälen und Social-Media-Plattformen, um Smartphone-User auf breiter Basis anzusprechen. „Wir freuen uns sehr, mit Stefan Thode einen erfahrenen Vertriebsprofi für uns gewonnen zu haben, der große Erfahrung im internationalen Vertrieb in Foto- und CE-Kanälen hat und so beste Voraussetzungen mitbringt, um Fachhandelspartner bei der Vermarktung unserer Fidlock Produkte wirksam zu unterstützen“, betonte Knorr.



Mit Stefan Thode unterstützt ein erfahrener Experte für den internationalen Vertrieb in Foto- und CE-Kanälen den Aufbau der Marke Fidlock im Fachhandel.

Philips TV & Sound hat die neuen TV Linien OLED807 und PUS8807 „The One“ angekündigt. Sie heben das Qualitätsniveau der Vorgängerserien nochmals an und bieten neben dem Alleinstellungsmerkmal Ambilight verschiedene neue Funktionen. Mit umfassenden HDMI 2.1-Fähigkeiten und der Kompatibilität zu den neuesten Konsolen sind sie auch eine gute Empfehlung für Gamer.

Die neuen Philips OLED807 TVs werden im zweiten Quartal mit Bildschirmdiagonalen von 48, 55, 65 und 77 Zoll verfügbar sein. Sie sind mit neuen OLED EX Panels ausgestattet, die dank anderer Bindemittel im organischen Material eine 30 Prozent höhere Spitzenhelligkeit als herkömmliche OLED Bildschirme bieten.

„Es ist immer schwierig, Produkte, die bereits eine sehr hohe Qualität bieten, noch weiter zu verbessern“, kommentierte Murat Yatkin, Managing Director Philips TV & Sound DACH. „Das gilt auch für die Philips 8X6 Serie, die im Jahr 2021 besonders häufig ausgezeichnet wurde. Tatsächlich ist es uns aber gelungen, durch die Kombination der neuen OLED EX Panel mit der nunmehr sechsten Generation unserer P5 AI Bildverarbeitung eine spektakuläre Bildqualität zu erzielen, deren Wirkung durch das vierreisige Ambilight noch verstärkt wird.“

Die sechste Generation der P5 AI Engine bietet noch mehr intelligente Funktionen als der Vorgänger. So überwacht Ambient Intelligence fortlaufend die aktuellen Lichtverhältnisse im Raum und passt Helligkeit, Gammakurve und Farbe des Bildes in Echtzeit an, um eine bestmögliche Bildwiedergabe zu gewährleisten. Dabei haben die Nutzer die Wahl zwischen den Optionen Eye Care (für möglichst ermüdungsfreies Zuschauen), Dark Detail Optimization (für besonders feine Zeichnung in dunklen Bildbereichen) und Colour Temperature Optimization (für besonders natürliche Farben).

Zudem bietet die verbesserte AI Auto Film Option statt bisher zwei jetzt sieben Smart Picture Modi, zu denen auch der Filmmaker Modus gehört. Dabei wechselt der Fernseher automatisch in die Dolby Vision Dark Einstellungen, wenn Inhalte mit diesem HDR-Standard erkannt werden. Neben Dolby Vision unterstützt der Philips OLED807 auch die HDR Formate HLG, HDR10, HDR10+ und HDR10+ adaptive.

Erstmals sind die Fernseher auch mit IMAX Enhanced kompatibel. Diese Technologie ermöglicht es, mit dem IMAX Digital Media Remastering Verfahren (DMR) Bildfehler zu erkennen und zu beseitigen, so dass der Film so aussieht, wie es der Regisseur beabsichtigte.

Nicht nur für Cineasten, auch für Gamer ist der Philips OLED807 eine gute Empfehlung. Er ist mit einer HDMI 2.1 Schnittstelle ausgestattet und unterstützt e-Arc, VRR für 4K von 40 bis 120 Hz bei voller Bandbreite von 48 Gbps, FreeSync Premium und G-SYNC sowie Auto-Game- und Auto-Low-Latency-Modi. Eine neue Game Bar bietet direkt auf dem Bildschirm schnellen Zugriff auf Bild- und Soundeinstellungen, die auch während des Spiels schnell verändert werden können.

Das verbesserte 2.1 Soundsystem des Philips OLED807 bietet mit 70 Watt Leistung und nach hinten abstrahlenden Drei-Ring-Basstreibern, die von vier passiven Radiatoren unterstützt werden, schon allein beeindruckenden Sound. Soll dieser noch mit einer Soundbar und zusätzlichen rückwirkenden Lautsprechern bzw. einem Subwoofer aufgerüstet werden, kann das Soundsystem des Fernsehers nach einem im Laufe des Jahres 2022 anstehenden Update als Centerlautsprecher in einem Multi-Kanal-AV-

Philips TVs jetzt bis 86 Zoll

Neue OLEDs und Upgrade für The One



Mit dem neuen, hellen OLED EX Panel, der sechsten Generation der P5 AI Engine und vierseitigem Ambilight bietet der Philips OLED807 Fernsehbilder auf noch höherem Niveau.

System genutzt werden. Mit Hilfe der Mimi Technologie lässt sich die Tonwiedergabe des OLED807 personalisieren, um z. B. die Verständlichkeit bei eingeschränktem Hörvermögen zu verbessern. Dafür nehmen die Nutzer einen kurzen Hörtest mit der einschlägigen App vor und können das Ergebnis per QR-Code zum Fernseher übertragen, der die Einstellungen dann an das persönliche Hörprofil anpasst.

Mit einem Android TV 11 Betriebssystem, eingebautem Google Assistant sowie Kompatibilität mit Alexa und einer hochwertigen Fernbedienung ist der Philips OLED807 so ausgestattet, wie man es von einem Premium-Gerät erwartet. Der außenliegende Metallrahmen des Bildschirms ermöglicht eine nahtlose Verbindung zum vierseitigen Ambilight, das in seiner weiterentwickelten Variante mit höherer Detailtreue und Genauigkeit bei den Farben aufwartet.

Der neue The One

Mit dem Performance-Modell The One hat Philips TV & Sound in den letzten Jahren eine echte Erfolgsgeschichte geschrieben. Auch die neue Variante PUS8807 bietet viel Leistung fürs Geld und ist eine gute Empfehlung für Menschen, die sich einfach einen gut ausgestatteten Fernseher kaufen möchten, ohne sich mit Technik beschäftigen zu müssen. Lieferbar wird der neue The One ab Ende des zweiten Quartals in den Größen 43, 50, 55, 65, und 75 Zoll sowie – erstmals bei Philips TV & Sound – auch in 86 Zoll sein.

Der neue The One ist mit einem hochwertigen Wide Colour Gamut 120 Hz Direct LED Panel ausgestattet, das vom Philips P5 Prozessor der fünften Generation angesteuert wird. Das Gerät unterstützt die HDR Formate HLG, Dolby Vision und HDR10 und bietet praktisch die

gleichen HDMI 2.1 Fähigkeiten wie die neuen OLED TVs. Das dreiseitige Ambilight sorgt für besonders intensive Film- und Spielerlebnisse.

Das Soundsystem mit 20 Watt Gesamtleistung und zwei nach unten gerichteten Lautsprechern kann in das auf DTS Play-Fi basierende Philips Wireless Home System integriert werden. Eine gute Zubehör-Empfehlung zum The One ist die neue One Soundbar Philips B8507. Das 3.1 Soundsystem, das Dolby Atmos unterstützt, kann ebenfalls in das Wireless Home System von Philips TV & Sound integriert werden. Nach einem für dieses Jahr geplanten Update wird es auch möglich sein, den

Fernseher als dedizierten Centerkanal für ein Multi-Kanal-AV-Surroundsystem zu verwenden. Wie beim OLED kann auch beim neuen The One die Klangwiedergabe mit Mimi personalisiert werden.

„Mit dem neuen PUS8807 und der Soundbar setzen wir die bisherige Erfolgsgeschichte von The One fort“, erklärte Murat Yarkin. „Damit bieten wir unseren Fachhandelspartnern die Möglichkeit, ein Produkt mit hoher Qualität, europäischem Design und wichtigen Ausstattungsmerkmalen von Premium-TVs zu einem sehr wettbewerbsfähigen Preis anzubieten.“



Als erster Philips TV überhaupt kommt der neue The One nicht nur in den gängigen Größen, sondern auch mit einer Bildschirmdiagonale von 86 Zoll auf den Markt.

Home Connectivity Alliance auf der CES

Für sichere Interoperabilität

Mit der Home Connectivity Alliance (HCA) ist auf der CES eine weitere Kooperationsplattform für die Interoperabilität und Sicherheit intelligenter Technologien über Hersteller Grenzen hinweg an den Start gegangen. Die Organisation wurde von Samsung Electronics in einer Pressemitteilung vorgestellt. Neben dem koreanischen Technologiekonzern gehören auch die Arçelik Gruppe (Muttersgesellschaft von Beko Grundig), Electrolux, Haier, GE Appliances und der irische Spezialist für Kühltechnologien, Trane Technologies, zu den Gründungsmitgliedern. Andere große Anbieter zeigten sich bei einer Blitzumfrage von PoS-MAIL noch zurückhaltend.

In der Pressemitteilung erklärte Samsung, das Unternehmen wolle mit weiteren Mitgliedern der Allianz zusammenarbeiten, um gemeinsame Richtlinien für eine Cloud-to-Cloud-Interoperabilität zu entwickeln, die den Anforderungen an Datenschutz und Verbrauchersicherheit Rechnung tragen. Schon heute ist es möglich, über die Samsungs Smart-Home-Plattform SmartThings auch Geräte anderer Hersteller zu bedienen und zu steuern. Die Plattform soll Nutzern verschiedener kompatibler Geräte für die Küche, die automatisierte Reinigung im Haushalt und die Wäschepflege die Möglichkeit geben, ihre Smart-Home-Anwendungen produkt- und markenübergreifend zu vernetzen. Mit der Gründung der HCA sollen nun Geräte weiterer Hersteller in SmartThings integriert werden. Im Gegenzug können smarte Samsung Geräte in Zukunft auch über ähnliche Anwendungen anderer HCA-Mitglieder kontrolliert werden.

„Vernetzte Geräte werden bereits in vielen Haushalten



genutzt“, kommentierte Dr. Thorsten Böker, Director Business Development bei Samsung Electronics. „Deshalb ist es uns wichtig, unser Smart-Home-Ökosystem noch stärker zu erweitern und so den Verbrauchern mehr Möglichkeiten zu geben, wirklich personalisierte Smart-Home-Erlebnisse in den eigenen vier Wänden zu schaffen. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit anderen Mitgliedern der HCA und darauf, die unterschiedlichsten Lebensstile mit unterschiedlichen Anwendungsszenarien zu unterstützen.“

Zurückhaltung bei anderen Herstellern

Die Interoperabilität smarterer Geräte im Alltag hängt stark davon ab, wie gut sich die Systeme verschiedener Hersteller untereinander verstehen. Deshalb hat PoS-MAIL in einer Blitzumfrage wichtige Anbieter netzwerkfähiger Hausgeräte danach gefragt, ob sie einen Beitritt in die HCA in Erwägung ziehen, um ihre Lösungen in das Szenario interoperabler Smart-Home-Plattformen einzubringen. Die Antworten enthielten zwar keine strikte Ablehnung der neuen Kooperationsplattform, aber auch keine Anzeichen dafür, dass kurzfristig weitere bekannte Namen dazustoßen könnten.

So verwies die BSH auf die bereits seit Herbst 2021 bestehende Partnerschaft zwischen Home Connect und der Samsung IoT Plattform SmartThings: „Dies ermöglicht unseren Home Connect Konsumenten, ihre Home Connect fähigen BSH Hausgeräte über die SmartThings Plattform steuern zu können. Stand Oktober 2021 wird sich die BSH zunächst nicht der Home Connectivity Alliance

Initiative anschließen, hält es sich aber zu einem späteren Zeitpunkt offen.“

Auch Hisense Gorenje ist zwar vorerst nicht dabei, wollte aber auch nichts ausschließen: „Hisense Gorenje hat seine Smart Home-Lösung ‚ConnectLife‘ ebenfalls als offene und interoperable Plattform entwickelt“, erklärte das Unternehmen. „Wir sehen darin einen großen Vorteil für Anwender, auch mit anderen Partnern und Herstellern aus verschiedenen Bereichen zusammenzuarbeiten, um eine nahtlose Integration in ihre Häuser zu ermöglichen. Welche konkreten Partnerschaften und Allianzen angedacht sind, können wir zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht sagen, aber wir freuen uns auf entsprechende weitere Ankündigungen in diesem Jahr.“

Kurz und knapp war die Aussage von LG Electronics: „Wir haben derzeit keine Pläne, Mitglied der Home Connectivity Alliance zu werden.“

Besonders ausführlich äußerte sich dagegen Miele: „Grundsätzlich ist die weitere Etablierung von Standards wünschenswert, um noch mehr Menschen für das Smart Home zu begeistern“, erklärte Michael Prempert, Miele Unternehmenskommunikation. „Wir beobachten daher sehr genau den Markt, die Entwicklungen und das Kundenverhalten. Und wir prüfen, welche Kooperationen und Integrationen in Ökosysteme zukünftig sinnvoll sein können und unseren Kundinnen und Kunden einen Mehrwert bieten. Vor diesem Hintergrund ist die Ankündigung der HCA-Plattform sicher interessant, eine Miele-Beteiligung kommt derzeit aber nicht in Betracht.“

Miele-Hausgeräte seien bereits in Ökosysteme integrierbar, fügte Prempert hinzu und nannte als Beispiele die Plattformen von Telekom Magenta, Busch-Jaeger, Olisto, Amazon Alexa und bald auch Google Assistant. „Noch in diesem Monat werden wir eine neue Kooperation mit einem Anbieter für smartes Energiemanagement bekanntgeben. Außerdem arbeiten wir mit offenen Entwickler-

Neue SmartThings Hub-Funktion

Auf der CES hat Samsung auch eine neue SmartThings-Hub-Funktion angekündigt, die im Laufe des Jahres 2022 in ausgewählte Samsung Smart TVs, Smart Monitore und Kühlschränke eingebaut werden soll, um die Konnektivität und Steuerung netzwerkfähiger Geräte über den Fernseher möglich zu machen, der zur Zentrale für das vernetzte Leben daheim werden soll. Auch den Smart-Home-Standard Matter will Samsung unterstützen.

Damit stellt sich der koreanische Konzern auf die in der Bitkom-Studie „Das intelligente Zuhause: Smart Home 2021“ festgestellten Verbraucherpräferenzen ein: Demnach würden 54 Prozent der Befragten in ihren eigenen vier Wänden am liebsten alle technischen Geräte miteinander vernetzen und digital steuern können. 41 Prozent nutzen bereits heute Smart-Home-Lösungen.



„Mit der Integration der SmartThings Hub-Technologie in ausgewählte Samsung-Produkte werden separate Smart Hubs als zusätzliche Geräte überflüssig“, sagte Dr. Thorsten Böker, Director Business Development bei Samsung Electronics. „Die smarten Geräte fungieren dann selbst als Hub im Smart Home. Je mehr Geräte diese Fähigkeit besitzen, desto niedrighschwelliger können sich Menschen das vernetzte Zuhause ihrer Träume schaffen.“

Mit diesem Schritt möchte Samsung die Rolle seiner Plattform SmartThings bei der Gestaltung einheitlicher vernetzter Umgebungen weiter stärken. Schon jetzt sind bereits Milliarden von Geräten auf Basis zahlreicher Partnerschaften mit SmartThings kompatibel. Einen weiteren Schub für die geräte- und herstellerübergreifende Vernetzung verspricht sich Samsung davon, in Zukunft auch den neuen Smart-Home-Standard Matter zu unterstützen.

Neben Matter soll die neue SmartThings-Hub-Funktion auch weitere Smart Home-Kommunikationsprotokolle unterstützen, um die Kommunikation zwischen zahlreichen intelligenten Geräten zu ermöglichen. Dazu zählt unter anderem die Verbindung über WiFi oder Ethernet. Ein optionaler Dongle für Smart TVs, der über USB angeschlossen wird, soll auch die Verbindung zu Geräten möglich machen, die Zigbee 3.0 unterstützen.

communities zusammen, die weniger bekannt sind, aber technisch versierten Nutzern individuelle Möglichkeiten zur Integration von Miele-Geräten bieten. Wir engagieren uns zudem bei Matter, einer Allianz aus Google, Amazon und Apple sowie weiteren Unternehmen, die einen neuen Vernetzungsstandard vorantreiben wollen.“

„Generell sei in diesem Zusammenhang angemerkt, dass die Vorstellung von ‚einer App für alles‘ auf absehbare Zeit unrealistisch ist, weil es weiter proprietäre Anwendungen geben wird“, betonte Prempert. „Beispiele dafür sind etwa unsere Kochassistenzsysteme oder die automatischen Dosiersysteme TwinDos (Waschmaschine) oder AutoDos (Geschirrspüler), weil diese Anwendungen eng mit der Verfahrenstechnologie und Alleinstellungsmerkmalen von Miele verbunden sind. Wer diese Features nutzen möchte, kann das nur über die Miele App tun, weil



Zu den Gründungsmitgliedern der HCA gehören wichtige Anbieter von Produkten und Lösungen für das smarte Zuhause.

es als Backend die Miele-Cloud braucht, um diese einzigartigen Anwendungen umzusetzen, die Wettbewerber in vergleichbarer Form gar nicht anbieten. Standardisierte Anwendungen wie Steuerungsfunktionen über Start/Stop oder die Abfrage von Statusdaten eignen sich dagegen sehr wohl zur Integration in branchenübergreifende Ökosysteme. Das Stichwort dazu lautet 3rd Party API, deren Anwendung wir auf unserer Webseite für Entwickler veröffentlicht haben.“

TCL verwies auf die bestehende Organisation Matter, an der sich rund 400 Unternehmen aus aller Welt beteiligen: „TCL arbeitet mit Matter. An unserem Stand auf der CES 2022 wurde auch eine Vorführung von Matter angeboten. Matter ist ein branchenweit einheitlicher Standard, ein Gütesiegel dafür, dass intelligente Geräte nahtlos zusammenarbeiten werden. Damit wird ein Smart-Home-Ökosystem geschaffen, in dem alle Smart-Home-Geräte von verschiedenen Unternehmen zusammenarbeiten. TCL ist Mitglied von Matter zusammen mit Google, Amazon, Apple und vielen anderen CE-Anbietern.“

Auch die Whirlpool Gruppe, zu der auch Bauknecht gehört, zeigte keine Neigung, kurzfristig der HCA beizutreten. „Die Whirlpool Corporation ist kein Mitglied der Home Connectivity Alliance, beteiligt sich aber aktiv an anderen Kooperationen, um ihren Konsumentinnen und Konsumenten die besten Erlebnisse und modernsten Technologien zu bieten, unter anderem IoT“, erklärte das Unternehmen. „Darüber hinaus ermöglichen wir unseren Konsumentinnen und Konsumenten den Einsatz von intelligenten und zielgerichteten Innovationen, um das Leben zu Hause zu verbessern.“

Samsung Hausgeräte will 2022 weiter wachsen Neue Potentiale nutzen

Mit zahlreichen Neuheiten und Marketingaktivitäten will Samsung Hausgeräte in diesem Jahr weiter wachsen. Dabei liegt ein besonderer Fokus auf den Segmenten Einbaugeräte und Bodenpflege, wo der koreanische Technologiekonzern auf dem deutschen Markt noch viel Potential sieht. In der Küche will Samsung mit der Infinite Line und Markenbotschafter Tim Raue punkten, und für die Jet Akku-Handstaubsauger läuft bereits eine SuperDeals Aktion.

Unter dem Strich verlief das zweite Corona-Jahr für Samsung Hausgeräte erfolgreich, ließ aber auch noch Luft nach oben. Denn während das Unternehmen in der Paradedisziplin Kühlen und Gefrieren mit weiteren Zuwächsen seine Führungsposition in wichtigen Segmenten ausbauen konnte, gab es beim Waschen und Trocknen eine kleine Delle. Sie war zum Teil den Problemen bei der Warenverfügbarkeit geschuldet und soll in diesem Jahr so ausgeglichen werden, dass Samsung sich bei den Großgeräten einen Marktanteil sichert, der über dem von 2020 liegt.

Gemeinsam mit dem Fachhandel

Dafür soll auch die Unterstützung für die Handelspartner ausgebaut werden, z. B. durch Beratung beim Merchandising und weitere Shop-Lösungen, die z. B. die Vorteile der personalisierbaren Bespoke Produktlinie sofort sichtbar machen. Auch das Smart Dealer Konzept bleibt im Fokus. So können sich Verkäuferinnen und Verkäufer im Rahmen des Samsung Pro Programms darum bewerben, in exklusiven Trainings zu Samsung Botschaftern ausgebildet zu werden.

Wenn es die Pandemie-Entwicklung zulässt, will Samsung Mitte März auf einem CE Summit unter dem Motto „Together for Tomorrow“ wieder persönliche Gespräche mit den Handelspartnern suchen und dabei die Konzepte für 2022 sowie neue Produkte präsentieren. Zu denen wird auch der neue Akkusauger Bespoke Jet gehören, den der Konzern bereits im Januar in Korea angekündigt hat. Zuvor unterstützt das Unternehmen den Fachhandel mit einer Aktion für den im Vorjahr eingeführten Jet.

Jet SuperDeals

Noch bis zum 20. März 2022 laufen die Samsung Jet SuperDeals, bei denen sich Kunden bis zu 100 Euro Cashback sichern. Zur Auswahl stehen 15 Aktionsgeräte – zwölf Jet Akku-Handstaubsauger sowie drei Clean Stations. Die Samsung Multi Cyclone-Technologie, hohe Saugleistung von bis zu 200 W und ein mehrfaches Filtersystem sind gute Argumente für erfolgreiche Verkaufsgespräche. Die motorisierte Turbo Action Bürste kann auch mit hartnäckigen Schmutzpartikeln fertigwerden. Besonders komfortabel wird der Einsatz der Jet Akkusauger mit der Samsung Clean Station, die auch einzeln erhältlich ist.

Kunden, die bis zum 20. März ein Jet Aktionsgerät bei einem teilnehmenden Händler erwerben, erhalten bis zu 100 Euro zurück, wenn sie den Kauf bis zum 30. 5. (Ausschlussfrist) online registrieren.

SAMSUNG

SuperDeals Z.B. **100 €**
Aktionsgerät kaufen und Cashback sichern!

Jetzt Jet Akku-Handstaubsauger- oder Clean Station™- Aktionsmodell kaufen und Cashback sichern.¹

Aktionszeitraum: 17.01.-20.03.2022
samsung.de/superdeals

Jet 90 complete
VS20R904673/EN (Beispielhafte Abbildung 100 € Cashback)

Clean Station™
VCA-SAE903/WA (Beispielhafte Abbildung 30 € Cashback)

Die aktuelle Jet SuperDeals Aktion markiert den Auftakt für weitere Aktivitäten, mit denen Samsung im Segment Bodenpflege neue Kunden gewinnen will.

Ecovacs kündigt neues Flaggschiff an Der Design-Roboter

Zehn Jahre, nachdem Ecovacs Robotics seine Europa-Zentrale in Düsseldorf eröffnet hat, bringt das chinesische Technologieunternehmen ein neues Spitzenmodell auf den Markt. Die auf dem asiatischen Markt bereits 2021 erfolgreich gestartete Deebot X1-Familie bietet noch mehr Komfort bei der automatischen Bodenreinigung und macht in zeitlosem Jacob Jensen-Design auch äußerlich ein gutes Bild.

Für den Deebot X1 Omni-Roboter hat Ecovacs die intelligenten Technologien für vollautomatisches Saugen und Wischen sowie präzise Navigation und Objektvermeidung weiterentwickelt. Das vollautomatische All-in-One-Modell saugt und wischt, entsorgt Staub und Schmutz, reinigt die Wischmopps, trocknet sie und füllt sogar sauberes Wischwasser nach. Zudem ist der Roboter mit einer von Ecovacs entwickelten Technologie zur Verarbeitung natürlicher Sprache (NLP) ausgestattet. Sie heißt Yiko und befähigt das Gerät, Kommandos ohne die Unterstützung durch Plattformen von Drittanbietern entgegenzunehmen und auszuführen.

Die neue Wischfunktion Ozmo Turbo 2.0 arbeitet mit zwei Wischmopps, die sich mit der hohen Geschwindigkeit von 180 U/min drehen und mit ihrer nach unten gerichteten

Das minimalistische Design des Deebot X1 Omni wurde von den renommierten dänischen Jacob-Jensen Designstudios entworfen.



Die neuartige multifunktionale Basisstation des Roboters kann den Schmutzbehälter entleeren, Wischwasser auffüllen sowie die Wischmopps waschen und trocknen.

teten Kraft hartnäckige Flecken auch auf strukturierten oder unebenen Oberflächen beseitigen können.



Navigation mit KI

Zur Vermeidung von Hindernissen kombiniert Ecovacs bei dem neuen Spitzenmodell mit AIVI 3D zwei Technologien: AIVI 3.0 erkennt und identifiziert Objekte, während TrueDetect 2.0 deren Größe präzise bestimmt, damit der Deebot sie zuverlässig umfahren kann. Dank eines neuen KI-Prozessors, der 16-mal leistungsfähiger ist als sein Vorgänger, erfolgt die Erkennung rund 20-mal schneller als zuvor. Um den Grundriss der Wohnung zu erlernen und abzubilden, setzt die intelligente Navigation (TrueMapping 2.0) Technologien ein, die für selbstfahrende Autos entwickelt werden.

Der Deebot X1 Omni soll ab April in Deutschland sowie weiteren europäischen Ländern auf den Markt kommen und 1.499 Euro (UVP) kosten. Zum selben Termin will Ecovacs mit dem Deebot X1 Plus auch ein günstigeres Gerät für 1.099 Euro (UVP) einführen.

Zwei neue Bodenreinigungssysteme von Grundig Saugen und Wischen

Der neue 3-in-1-Akku-Stielstaubsauger VCP 5030 und der Saugroboter VCR 3130 können Saugen und Wischen in einem Arbeitsgang erledigen und sind dank umfangreichem Zubehör eine Erleichterung für die Hausarbeit. Zudem ist der VCR 3130 nach Angaben von Grundig der erste Roboterstaubsauger des Unternehmens.

Der 3-in-1-Akku-Stiel-Staubsauger VCP 5030 lässt sich bis zu 42 Minuten kabellos in Betrieb nehmen und arbeitet mit drei Geschwindigkeitsstufen sowie einer zusätzlichen elektrischen Turbobürste. Das Gerät bietet einen 350 Watt Motor, 95 Watt Saugkraft und einen 700 ml großen Staubbehälter. Das mitgelieferte Wischtuch wird magnetisch am Wassertank (120ml) befestigt, und der Untergrund kann dann in nur einem Arbeitsgang doppelt gereinigt werden. Die integrierten LED-Leuchten erleichtern dabei das Entdecken von Staub und Schmutz. Die LED-Ladeanzeige zeigt an, ob das Gerät geladen wer-

den muss. Wenn es so weit ist, kann der Staubsauger in der Lade- und Aufbewahrungsstation in 4-5 Stunden für seinen nächsten Einsatz geladen werden. Komplettiert wird das Gesamtpaket mit durchdachtem Zubehör, bestehend aus einer Düse für schwer zugängliche Fugen sowie einem 2-in-1-Aufsatz für Möbel und Polster.

Der neue VCR 3130 saugt bis zu 110 Minuten am Stück mit einer Saugleistung von 2000 Pa und einem Fassungsvermögen von bis zu 500 ml Staubvolumen. Das Gerät ist mit einem Mopp-Aufsatz mit integrierter Wischfunktion und einem 120 ml Wassertank ausgestattet. Entweder über die App „Grundig Robot“ oder die mitgelieferte Fernbedienung gesteuert, reinigt der Saugroboter mit einer Haupt- und zwei seitlichen Bürsten in einem von fünf wählbaren Reinigungsprogrammen (Automatische Reinigung, Reinigung der Ecken und Kanten, Reinigung eines Bereiches (ca. 4 qm groß, hierzu muss der Saugroboter manuell an einen anderen Ort gesetzt werden), Zufällige Reinigung, Intensive Reinigung (fährt insgesamt 2 Reinigungsrounds)). Die integrierte Gyro-Technologie ermöglicht dabei eine besonders strukturierte Reinigung der

Wohnfläche: Der Roboter merkt sich die bereits getätigten Umdrehungen seit Verlassen der Basisstation. So kann der VCR 3130 abspeichern, wo er bereits war, wo er sich aktuell befindet und die Bahnen systematisch abfahren.

Zudem ist der Saugroboter-Neuling von Grundig mit einem Abluffilter und einer Ladestation ausgestattet. Die Aufladung erfolgt automatisch, wenn der Akku leer ist. Mit einer Höhe von nur 8 cm kommt der VCR 3130 problemlos unter den meisten Möbeln hindurch und reinigt dort zuverlässig. Für den VCR 3130 bietet Grundig eine 30 Tage Geld-zurück-Garantie.

Die neuen Bodenreinigungssysteme sind ab sofort zu Preisen (jeweils UVP) von 299 Euro für den VCR 3130 bzw. 279 Euro für den VCP 5030 erhältlich.



Der Saugroboter VCR 3130 saugt und wischt in einem Arbeitsgang.

Die LadyRange von Beurer

Glatte Haut von Kopf bis Fuß



Wenn die Tage wieder länger und vor allem wärmer werden, wächst auch das Bewusstsein für glatte, schöne Haut als Grundlage eines gepflegten Auftritts. Mit der LadyRange von Beurer kann der Fachhandel seinen Kundinnen neue Pflegegeräte anbieten, die sich nicht nur durch praktische Funktionen und einfache Handhabung, sondern auch durch ein modernes, frisches Design auszeichnen.

Der HL 16 Gesichtsrasierer entfernt einfach, sanft und schmerzfrei störende Gesichtshaare. Die in Japan besonders populär gewordene Gesichtsraser hat zudem weitere positive Effekte: Ähnlich wie bei einem Peeling werden abgestorbene Hautzellen entfernt sowie die Zellenergie und Revitalisierung der äußeren Hautschicht angeregt. So können Pflegeprodukte schnell in die Haut einziehen, und auch das Make-Up lässt sich besonders glatt auftragen. Die Handhabung der zwei Aufsätze (im Lieferumfang) ist einfach: Der Rasieraufsatz ist für die flächige Anwendung, z. B. an Oberlippe, Kinn oder Wangen, gedacht, der Präzisionsaufsatz dient dem Entfernen von Nasen- und Ohrhaaren sowie dem Formen der Augenbrauen. Dank des extra hellen LED-Lichts wird kein Härchen übersehen. Der HL 16 passt in die Handtasche und kostet 22,99 Euro (UVP).

Sanfte Bein- und Körperrasur

Für mehr Beinfreiheit im Frühling ist der neue Beurer Rasierer HL 36 eine gute Empfehlung. Sein beweglicher



Mit seinem beweglichen Scherkopf passt sich der Beurer Rasierer HL 36 den Konturen am ganzen Körper an.

Die neue Lady Range von Beurer ist gerade im Frühling eine gute Empfehlung für Frauen, die Wert auf ein gepflegtes Äußeres legen.



Scherkopf passt sich den Konturen an und kann deshalb auch für die Haarentfernung am ganzen Körper genutzt werden. Eine anti-allergene Scherfolie beugt Hautreizungen vor. Zum Lieferumfang des in knalligem Pink und edlem Weiß gestalteten Produkts (UVP 51,49 Euro) gehören neben dem Scherkopf ein Peelingaufsatz, zwei Trimm Aufsätze (4 mm/8 mm) speziell für die Bikinizone, ein Gleitauflaufsatz für die schonende Rasur an empfindlichen Stellen sowie Aufbewahrungstasche, Reinigungspinsel und eine Lade- und Aufbewahrungstation. Auch der HL 36 ist mit einem hellen LED-Licht ausgestattet, eine 90 Minuten dauernde Ladung des Lithium-Ionen-Akkus reicht für bis zu 60 Minuten Rasierzeit. Der Rasierer ist wasserfest und damit für den Einsatz unter der Dusche oder in der Badewanne geeignet.

Seidenglatte Haut für Wochen

Während der HL 16 und der HL 36 bereits lieferbar sind, wird der neue Epilierer HL 76 noch rechtzeitig zur Saison, nämlich ab April, die Beurer LadyRange komplettieren. Er wurde für Frauen entwickelt, die längere Zeit haarfrei sein möchten, weil z. B. ihre Haut sensibel auf tägliches Rasieren reagiert. Auch dieses Gerät ist wasserfest, und das aus gutem Grund: Denn die Anwendung des Epilierers wird häufig als angenehmer empfunden, wenn sie unter der Dusche oder in der Badewanne erfolgt, weil sich die Haare in nassem Zustand leichter herausziehen lassen. Auf den Epilieraufsatz können zwei weitere Aufsätze aufgesteckt werden, darunter der Präzisionsaufsatz für die Haarentfernung an besonders empfindlichen Stellen.

Der HL 76 kann auch zum Rasieren und Trimmen verwendet werden und soll 88,49 Euro (UVP) kosten.

Neuer Akkusauger von Bosch

Mit dem Flexxo Gen2 Serie 4 bringt Bosch ein neues Gerät für die Bodenpflege auf den Markt, das sich sowohl als Boden- als auch als Handstaubsauger nutzen lässt – und zwar dank der Kapazität des Lithium-Ionen Akkus bis zu 55 Minuten lang. Als Zubehör sind eine ausziehbare Fugendüse sowie ein 2in1 Möbelpinsel direkt im Gerät integriert und deshalb bei Bedarf schnell zur Hand. Die im Lieferumfang enthaltene AllFloor Power Düse ist für alle Bodenarten geeignet und kann dank des sehr flexiblen Düsengelenks ganz einfach um Möbel herum bewegt werden. Die eingebaute LED-Beleuchtung zeigt auch in dunklen Ecken, wo der Schmutz sitzt.

Da der Sauger nur 3 kg wiegt, lässt er sich gut anheben, um z. B. Spinnenweben auch über Kopf von der Zimmerdecke zu saugen. Da das Gerät mit wenigen Handgriffen in einen Handsauger verwandelt werden kann, ist auch die Reinigung von höher gelegenen Oberflächen ebenso leicht möglich wie der Einsatz im Auto.

Das effektive RobustAir System des Flexxo Gen2 Serie 4 erzeugt den für eine auch bei gefülltem Staubbehälter gleichbleibend hohe Leistung notwendigen Luftstrom, verbesserte Dichtungen verhindern ein Nachlassen der Wirkung. Die Reinigung macht wenig Arbeit, da sich der Staubbehälter leicht entleeren lässt. Der aus langlebigem Material gefertigte Filter ist waschbar, die Bürstenrolle lässt sich ganz einfach aus der Bodendüse entfernen, reinigen und wieder einsetzen.

Der Flexxo Gen2 Serie 4 Akkusauger von Bosch ist ab sofort für 299,99 Euro (UVP) erhältlich.

Der Flexxo Gen2 Serie 4 Akkusauger von Bosch lässt sich schnell in einen kompakten Handstaubsauger verwandeln.



LG kündigt in Las Vegas neue Hausgeräte an

Mehr Intelligenz



Das neue Waschmaschinen-Trockner-Duo und der LG WashTower arbeiten mit dem weiterentwickelten Artificial Intelligence Direct Drive (AI DD).

LG hat auf der CES mehrere neue Hausgeräte angekündigt, die mit Hilfe von künstlicher Intelligenz (AI) und der ThinQ Smart Home Plattform neue Funktionen und viel Bedienkomfort bieten. Zu den Neuheiten gehören Lösungen für die Wäschepflege, Backöfen mit InstaView-Technologie, ein Mikrowellenherd und ein Indoor-Gartengerät. Ob und wann die Produkte nach Deutschland kommen, steht noch nicht fest.

Das in Las Vegas vorgestellte Waschmaschinen-Trockner-Duo und der LG WashTower arbeiten mit dem weiterentwickelten Artificial Intelligence Direct Drive (AI DD) von LG. Damit können sie die Menge der jeweils geladenen Wäsche sowie den Stofftyp und den Verschmutzungsgrad der Kleidung erkennen, um automatisch die richtige Waschmittelmenge einzusetzen und die Programmabläufe anzupassen. Die neue Waschmaschine ist mit der Dampftechnologie von LG ausgestattet und kann mit der Smart Pairing-Funktion Informationen an den Trockner senden, der dann den richtigen Zyklus wählt. Das erste mit AI DD ausgestattete LG Trocknermodell nutzt die künstliche Intelligenz nicht nur, um die richtigen Einstellungen vorzunehmen, sondern es kann auch die Vorlieben des Benutzers erlernen, um die dazu passenden Trockenoptionen bereitzustellen. Im Gegensatz zu anderen Waschmaschine-Trockner-Kombinationen lassen sich beide Geräte dank der Bluetooth-Paring-Funktion bequem über das Bedienfeld der Waschmaschine steuern. Mit seinem platzsparenden Design ist der neue LG WashTower mit Dual-Wärmepumpentrockner eine schlanke Alternative zu herkömmlichen Kombinationen. Die Frontlader-Waschmaschine ist mit AI DD ausgestattet, der Trockner nutzt die Dual Inverter-Technik, um den Energieverbrauch durch Trocknen bei niedriger Temperatur zu begrenzen. Dank seiner geringen Gesamthöhe und des leitungsfreien Designs, das weniger Abstand zur Rück-

wand benötigt, findet der WashTower auch in kleinen Räumen Platz. Schwarz getönte Glastüren, verchromte Dekorelemente und eine Oberfläche aus schwarzem Stahl unterstreichen den Qualitätsanspruch der Kombination.

Neue Küchengeräte

Zu den CES Neuheiten von LG gehört auch die Double Oven Range, die dank der InstaView-Technologie nach zweimaligem Klopfen an die Glasscheibe einen Blick in den Backofen erlaubt, ohne dass heiße Luft durch eine geöffnete Tür entweichen kann. Die neuen Öfen machen mit der ProBake-Konvektionstechnologie das Vorheizen überflüssig; zudem werden die Temperaturen und die Luftströme so präzise geregelt, dass kürzere Garzeiten möglich werden; dabei zeigen auch die Betriebsarten Air Fry und Air Sous Vide besonders gute Ergebnisse. Ebenfalls neu ist der LG Over-the-Range-Mikrowellenherd mit der Steam Cook-Technologie des Unternehmens. Dieses Premiumgerät reduziert mit dem ausschubbaren ExtendaVent effektiv die Geruchsentwicklung in der Küche. Da die Beschichtung des EasyClean-Innenraums das Anhaften von Lebensmitteln und Fett verhindert, kann das Gerät zur Reinigung einfach mit einem feuchten Tuch abgewischt werden.



Der neue LG Over-the-Range-Mikrowellenherd.

Mit dem neuen ThinQ Rezept-Service will LG das Kochen noch einfacher machen. Dafür stellt der Dienst mehrere Hundert eigene Rezepte zur Verfügung und bietet die Möglichkeit, sich von LGs eigenen Köchen zeigen lassen, wie man die Funktionen der Küchengeräte am besten nutzt. In Kooperation mit SideChef stehen beim ThinQ Rezept-Service zudem über 10.000 Rezepte bereit, deren Zutaten in einigen Regionen mit einem Klick bei Anbietern wie Walmart oder Amazon Fresh bestellt werden können.

In Zusammenarbeit mit dem Bostoner KI-Start-up Foodspace Technology unterstützt der ThinQ Rezept-Service auch die Scan-to-Cook-Funktion, mit der man ausgewählte Tiefkühlgerichte scannen kann, um Kochanweisungen zu erhalten.

Gemüsegarten zu Hause

Mit dem neuen Indoor-Gartengerät tiun will LG es den Kunden möglich machen, in ihrem Zuhause das ganze Jahr über Gemüse und Kräuter zu ziehen, ohne sich Gedanken über Schädlinge oder schlechtes Wetter machen zu müssen. In die zwei Regale jeder Einheit passen jeweils bis zu sechs All-in-One-Saatgutpakete, von denen jedes mit 10 Löchern für die Keimung der Samen versehen ist. Nach dem Start sollen in vier bis acht Wochen verschiedene Grünpflanzen gleichzeitig zur Verfügung stehen.



Im neuen Indoor-Gartengerät tiun können Gemüse und Kräuter das ganze Jahr über wachsen.

Damit das funktioniert, setzt LG Technologien ein, die sich bereits in Kühlschränken, Wasseraufbereitern und Lüftungssystemen bewährt haben.

So steuert das Flexible Weather Control System mit dem Inverter-Kompressor die Innentemperatur, die ebenso wie das Licht einem natürlichen Tageszyklus folgt. Das Auto Ebb & Watering System sorgt für die notwendige Feuchtigkeit.

Durch die transparente Tür, deren luftdichte Abdichtung Temperaturschwankungen verhindert und Insekten fernhält, können die Nutzer ihren Pflanzen beim Wachsen zusehen. Mit der mobilen LG ThinQ-App kann man auch aus der Ferne Einstellungen überprüfen oder ändern und erhält eine Benachrichtigung, wenn der Wassertank aufgefüllt werden muss.

www.pos-mail.de

Im neuen Design

Wir haben www.pos-mail.de, unseren aktuellen Internet-Informationsdienst, komplett neu gestaltet. Jetzt finden Sie auf unserer Webseite die aktuellen Nachrichten und Hintergrundthemen noch schneller, auch das Erscheinungsbild wurde modernisiert. Unser regelmäßig erscheinender PoS-MAIL Newsletter sieht ebenfalls attraktiver aus.



Unverändert ist die Aktualität, mit der wir Sie auf unserem Internetportal ständig über brandneue Produkte, Marketing-Aktivitäten und personelle Veränderungen in der High-Tech-Branche informieren.

Zudem haben Sie Zugriff auf wichtige Artikel der aktuellen PoS-MAIL Ausgabe und können über ein Archiv auch auf die Inhalte früherer Jahre zurückgreifen – und zwar bis zur ersten Ausgabe im Jahr 2000. Unter den Suchfunktionen finden Sie ganz einfach die Meldungen

zu einem bestimmten Unternehmen oder Stichwort.

Mit einem Klick kommen Sie sofort auf das Newsportal unserer Schwesterzeitschrift *imaging+foto-contact*, dem führenden Magazin für den Fotohandel in Deutschland.

Regelmäßig informieren wir unsere Leser mit dem PoS-MAIL Newsletter aktuell über das Neueste aus der High-Tech-Branche. Jetzt kostenlos abonnieren auf www.pos-mail.de.

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die Hightech-Branche

Endlich: Fernsehen mit Geschmack

Auch als Rentner habe ich nach einem bewegten Berufsleben in der Technologiebranche nie aufgehört, nach spannenden Innovationen zu suchen. Jetzt habe ich eine gefunden, die den TV-Markt um eine ganz neue Dimension bereichern könnte. Sie kommt aus Japan, wo man auf gutes Essen, wie ich aus eigener Erfahrung weiß, sehr viel Wert legt. Und deshalb wollte sich Professor Homei Miyashita von der renommierten Meiji University nicht damit abfinden, dass man auf dem Bildschirm leckere Speisen zwar sehen, aber nicht schmecken kann. Nun hat der gute Mann ein Gerät namens Taste the TV erfunden, das ganz neue Geschmackserlebnisse bietet – jedenfalls für Menschen, die bereit sind, den Bildschirm nicht nur anzuschauen, sondern auch abzulecken.

Dankenswerterweise wird vor dem Geschmackserlebnis noch eine Folie über das Display gezogen, die dann mit verschiedenen Aromastoffen besprüht wird. Zehn Basisaromen von salzig bis süß stehen bereits zur Verfügung, und sie können in der richtigen Kombination bis zu 20 Lebensmittelgeschmäcker erzeugen. Auf diese Weise, so schwebt es dem Professor vor, sollen die Zuschauer die Speisen von Restaurants oder auch die Fertiggerichte einschlägiger Hersteller bereits zu Hause probieren können. Und natürlich will er bei der bisher so beschränkten Zahl der Varianten nicht stehen bleiben: Ihm schwebt eine Plattform vor, von der aus man Geschmäcker aus der ganzen Welt herunterladen und zu Hause vom Bildschirm lecken kann.

Bekanntlich sprechen derzeit praktisch alle TV-Hersteller davon, mit leuchtenden Fernsehbildern und Surround-Sound besonders immersive Fernseh-Erlebnisse zu erzeugen. Wenn jetzt noch der Geschmack dazu kommt, dann fehlt eigentlich nur noch der Geruch, um dem geneigten Zuschauer das Gefühl zu geben, tatsächlich mitten im Geschehen zu sein. Wer will, kann dann die verschwitzten Socken von Fußball-Profis nicht nur riechen, sondern auch noch ablecken. Wohl bekommt's!

Herzlichst Ihr

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für den High-Tech-Fachhandel erscheint monatlich.

C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH,
Am Potekamp 20, 40885 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 31
Fax: (0 21 02) 20 27 - 49

Online: <http://www.pos-mail.de>

Herausgeber:
C.A.T.-Publishing Thomas Blömer GmbH
Geschäftsführer:
Thomas Blömer, Martina Blömer

Redaktion:
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);
Barbara Klomps

Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Franz Wagner

Anzeigen:
Barbara Klomps
Tel. 0 21 02 - 20 27 31
Christina Metzger • TiMe GmbH
Glückaufstr. 57 • 45481 Mülheim/Ruhr
Tel. 02 08 - 30 67 10 - 30

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 23 v. 1. Januar 2022.

Gestaltung: Susanne Blum

Vertrieb: Barbara Klomps

Satz und Repro:
C.A.T.-Publishing
Thomas Blömer GmbH, Ratingen

Druck:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

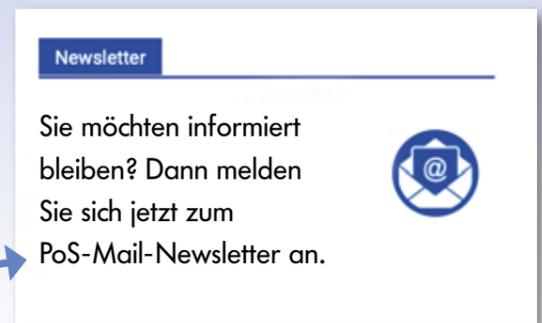
Erscheinungsweise:
PoS-MAIL erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar und am 1. Juli. Der Abonnementspreis beträgt 60,-€ jährlich (Ausland: 80,- €). Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 31615-0635



PoS-MAIL jetzt neu im Internet www.pos-mail.de

Tagesaktuelle News jetzt im neuen Design



**Jetzt kostenlosen Newsletter
abonnieren: pos-mail@cat-verlag.de**



PoS-MAIL informiert aktuell über Innovationen und digitale Consumer-Technologien in den Bereichen Unterhaltungselektronik, Foto, Telekommunikation, Digital Health/Personal Care, Haus- und Elektrogeräte sowie Smart Home.

PoS-MAIL ist das kompetente Medium für den technischen Fachhandel, Online-Spezialisten und Fachmärkte in ganz Deutschland.