



Die CES ist wieder da



Consumer
Technology
Association



Vernetzung und Emotionen

Mit einem starken Auftritt und großer, globaler Medienresonanz meldete sich die CES als wichtige Messe für die Technologiebranche Anfang Januar eindrucksvoll zurück. Zwar lagen die absoluten Zahlen unter denen der letzten Vor-Corona-Veranstaltung 2020, aber 110.000 Besucher (2020: 175.000) und 3.200 Ausstel-

ler (2020: 4.400) machten deutlich, dass reale Messen durchaus wieder eine Zukunft haben. Mehr als 40.000 Besucher waren aus 140 Ländern außerhalb der USA angereist; 4.800 internationale Medienvertreter aus 69 Ländern berichteten direkt aus Las Vegas. Wie bereits seit Jahren war das Themenspektrum breit gefächert und um-

fasste neben Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräten zahlreiche andere Technologiebereiche – von Logistik, Mobilität über digitale Gesundheit und Nachhaltigkeit bis zu Zukunftsperspektiven mit Web3 und dem Metaverse. Damit positioniert sich die CES als globale Plattform für Lösungen, die praktisch alle Lebensbereiche betreffen.



EDITORIAL

Wir haben renoviert

Es ist Ihnen bestimmt gleich aufgefallen: Die erste PoS-MAIL Ausgabe des Jahres 2023 sieht anders aus als gewohnt. Nach 23 Jahren haben wir uns von dem markanten, dunkelblauen Kopf der Titelseite, den wir 2014 einem vorsichtigen Face-lift unterzogen hatten, endgültig verabschiedet. Neu gestaltet haben wir dabei nicht nur den Titel, sondern auch das Innenleben unseres Magazins und natürlich ebenso unsere tagesaktuelle Internetseite PoS-MAIL.de. Wir würden uns freuen, wenn Ihnen, unseren Leserinnen und Lesern, das neue Erscheinungsbild genauso gut gefällt wie uns. Für Anregungen, Lob und auch Kritik sind wir dankbar. Am einfachsten erreichen Sie uns per Email unter PoS-MAIL@cat-verlag.de.

Mit der Investition in ein neues Erscheinungsbild wollen wir auch deutlich machen, dass wir unsere Funktion als Medium für den technischen Fachhandel und die ganze Branche weiter ernst nehmen und davon überzeugt sind, dass qualifizierte Vertriebswege auch in der digitalen, vernetzten Gesellschaft eine gute Zukunft haben. Die CES 2023, über deren Highlights wir in dieser Ausgabe berichten, hat uns in dieser Überzeugung bestärkt.

Denn in Las Vegas wurde einmal mehr deutlich, dass es mehr braucht, als Ware zu möglichst günstigen Preisen an die Kunden zu bringen, um hochwertige Technik zu verkaufen. Denn dass zeitgemäße Produkte der Unterhaltungselektronik und Hausgeräte einwandfrei funktionieren sowie komfortabel zu bedienen sind, versteht sich inzwischen praktisch von selbst. Ihre tatsächliche Qualität zeigt sich aber immer häufiger darin, dass sie barrierefrei mit anderen Komponenten kommunizieren können, dass sie ressourcenschonend und klimafreundlich hergestellt werden, dass sie energieeffizient zu betreiben sind, dass man sie gut reparieren kann und dass sie am Ende ihres Lebenszyklus recycelt werden können.

Diese Qualitätsfaktoren sieht man einem Fernseher, einer Waschmaschine oder einem Kühlgerät von außen nicht an, sondern sie können am besten durch qualifiziertes Verkaufspersonal im Fachhandel vermittelt werden. Dabei wünschen wir Ihnen am Anfang dieses Jahres viel Erfolg und hoffen, mit unseren Medien auch in Zukunft ein wenig dazu beitragen zu können.

Thomas Blömer

So war es kein Wunder, dass sich Gary Shapiro, der lang-jährige Präsident und CEO des Veranstalters CTA (Consumer Technology Association) ebenso selbstbewusst wie zufrieden zeigte: „Die CES 2023 war ein großes Wiedersehen und hat der ganzen Welt gezeigt, dass Menschen wieder persönlich an Großveranstaltungen teilnehmen wollen“, sagte der charismatische CTA-Chef. „Die auf der Messe vorgestellten Innovationen werden Wirtschaftswachstum erzeugen und sinnvolle Veränderungen bewirken, um unser Leben zu verbessern und eine bessere Zukunft für die nächste Generation zu schaffen.“

Vernetzung der Konzerne

In der digitalisierten Welt, die auf der CES 2023 noch längst nicht greifbar, aber zumindest erahnbar war, sinkt nicht nur die Bedeutung einzelner Produkte, sondern auch die einzelner Unternehmen. Denn wenn alles mit allem vernetzt ist, müssen nicht nur Geräte miteinander kommunizieren, sondern auch die Konzerne, die sie herstellen. Kein Unternehmen ist in der Lage, alle Technologien für die Digitalisierung praktisch sämtlicher Lebensbereiche selbst zu beherrschen. Ein einfaches Beispiel ist Sony:



Das winzige BMV080 Element von Bosch ist der mit Abstand kleinste Partikelsensor der Welt. Auch diese Komponente unterstützt den Verbindungsstandard Matter.

Der japanische Konzern will bekanntlich mit dem neuen Unternehmen Sony Honda Mobility – einem Joint Venture mit dem japanischen Autohersteller – ein Elektrofahrzeug auf den Markt bringen, zu dem Sony vor allem seine Kompetenz für Unterhaltungselektronik, Sensoring und Visualisierung beisteuert, Honda dagegen seine Erfahrungen im Automobilbau. Die Partnerschaft der zwei Unternehmen reicht allerdings nicht aus: Denn das Vehikel, das 2025 unter dem auf der CES enthüllten Namen Afeela auf den Markt kommen soll, beruht auf einem digitalen Chassis, hinter dem der Chipgigant Qualcomm steht.

Das ist nur ein Beispiel für die Zukunftsszenarien, in denen Technologieunternehmen, die selbst keine Consumer-Produkte herstellen, eine immer wichtigere Rolle spielen. So werden Chips von Halbleiterherstellern wie Qualcomm, AMD und Intel in unzähligen Geräten verbaut, und auch der deutsche Konzern Bosch spielt für viele Lösungen eine Schlüsselrolle. In Las Vegas stellte das Unternehmen auf der CES nicht nur das weltweit erste ABS für E-Bikes vor, sondern auch eine weitere Generation winziger Sensoren, die ihren Einsatz in Smartphones (z. B. für die Bildstabilisierung der Kamera), Kopfhörern



Samsung will durch die Verbindung von Smart Things mit Standards wie Matter und der Home Connectivity Alliance die Geräte im smarten Zuhause herstellerübergreifend miteinander verbinden.



Auch so etwas kann man auf der CES entdecken: Das Cogni Device von Simple Labs wird einfach in ein Weinfass gesteckt, um den Reifeprozess und die Lagerbedingungen zu überwachen. Dafür kann die Komponente mit ihren Pendants in anderen Fässern ein Netzwerk bilden, so dass Winzer sofort erkennen können, wenn es in ihrem Weinkeller ein Problem gibt.

(z. B. für Noise Cancelling), Mobilität und in zahlreichen anderen Sektoren finden können. Ganz neu hat Bosch z. B. einen winzigen Luftgütesensor entwickelt, der um den Faktor 450 kleiner ist als vergleichbare Lösungen, weil er ohne Lüfter auskommt und u. a. die Staubbelastung der Luft mit Lasertechnologie ermitteln kann. Mit Abmessungen von 4,2 x 3,5 x 3 mm kann er in praktisch jedem smarten Gerät vom Fitness-Wearable über das Smartphone bis zu Thermostaten und natürlich in Luftreinigern Platz finden.

Matter verbindet

Die Vernetzung von Digitalgeräten verschiedener Hersteller stieß bisher an Grenzen, weil die einzelnen Komponenten oft nur nach aufwändigen Installationen oder überhaupt nicht miteinander kommunizieren konnten. Das soll sich mit Matter, dem neuen lizenzfreien Verbindungsstandard für die Hausautomatisierung ändern. Entwickelt wurde er unter der Regie der CSA (Connectivity Standards Alliance), die aus der früheren Zigbee Alliance hervorgegangen ist. Den entscheidenden Anstoß für das Projekt gaben zunächst Digitalgiganten wie Amazon, Apple und Google, inzwischen wird der Standard auch von Hardware-Herstellern, darunter LG und Samsung, vorangetrieben. Die beiden koreanischen Technologiekonzerne entwickeln zwar auch ihre eigenen Plattformen wie ThinQ und SmartThings weiter, integrieren aber dabei den Matter-Standard, so dass man z. B. mit ihren Fernsehern das gesamte SmartHome mit Komponenten ganz unterschiedlicher Hersteller steuern kann. Da sich inzwischen Hunderte potente Technikhersteller der CSA als Mitglieder angeschlossen haben, kann man mit Recht erwarten, dass smarte Geräte in Zukunft immer besser miteinander kommunizieren können.

Natürlich wird das grenzenlose Heimnetzwerk nicht über Nacht entstehen, aber die Branche scheint mit Matter auf einem guten Weg dahin zu sein. Zudem gibt es weitere Konzepte, um die Interoperabilität smarter Systeme auch außerhalb des Heimnetzwerkes voranzubringen. Denn das Internet der Dinge entwickelt sich auch in Bereichen wie Mobilität oder SmartCity weiter. Für den letztgenannten Bereich gab Samsung in Las Vegas eine Kooperation mit Siemens bekannt.

KI ohne Schlagzeilen

Künstliche Intelligenz (KI) oder auf Englisch Artificial Intelligence (AI) sorgte in Las Vegas nicht (mehr) für Schlagzeilen. Das natürlich nicht, weil diese Technologie keine Rolle spielt, sondern weil sie inzwischen so selbstverständlich geworden ist, dass sie bei vielen Produkten oder Funktionen praktisch zum Standard gehört. Künstliche Intelligenz sorgt für bessere TV-Bilder, spart Energie bei Hausgeräten, macht das Leben in der Küche leichter und ist auch aus anderen Bereichen, z. B. Medizin und

Gesundheit, kaum noch wegzudenken. Eine wichtige Rolle spielt KI auch beim Thema Nachhaltigkeit, indem sie dazu beiträgt, dass große und kleine Geräte energieeffizient arbeiten oder dass man Abfall vermeiden und den CO2-Ausstoß in allen Stufen reduzieren kann. Folgerichtig stand in Las Vegas auf fast jeder Pressekonferenz das Thema Nachhaltigkeit auf der Tagesordnung. Nicht nur Großunternehmen haben sich ehrgeizige Ziele gesetzt, wann sie klimaneutral oder sogar CO2-negativ sein wollen. Nachhaltigkeit geht dabei häufig über den allgegenwärtigen Klimaschutz hinaus, sie betrifft auch den wirtschaftlichen Umfang mit Rohstoffen durch den Einsatz von recycelten Materialien und die Vermeidung von Abfällen.

So kündigte z. B. Samsung an, recycelten Kunststoff aus ausrangierten Fischernetzen in bestimmten Galaxy Produkten verwenden zu wollen. Zudem stellte das Unternehmen gemeinsam mit Patagonia, einem der weltweit führenden Hersteller von Outdoor-Bekleidung, die neue Waschtechnologie „Less Microfiber Cycle“ vor. Sie soll in neuen Samsung Waschmaschinen verbaut werden, um die Freisetzung von Mikroplastik während des Waschgangs um bis zu 54 Prozent zu reduzieren. Zudem haben



Dreidimensionale Bilder: Das Spatial Reality Display von Sony kann dank seiner Größe von 27 Zoll auch medizinische Bilder und Produktdesigns realistisch wiedergeben.

Mit dem Afeela will Sony Honda Mobility „Menschen durch das Streben nach Innovation mit vielfältigen Inspirationen bewegen“. Das Fahrzeug soll 2025 auf den Markt kommen.



die beiden Partner einen „Less Microfiber Filter“ entwickelt, der (nicht nur in Samsung Geräten) Microplastik aus dem Abwasser beseitigen soll. In diesem Umfeld wollte LG natürlich auch nicht nachstehen und stellte mit dem Better Life Plan 2030 ein umfassendes Konzept für nachhaltiges Wirtschaften vor. So will der Konzern in den nächsten sieben Jahren 600.000 Tonnen recyceltes Plastik in seinen Produkten einsetzen und gleichzeitig 4,5 Millionen Tonnen Elektroschrott einsammeln und recyceln.

Innovationen und Kuriositäten

Wie aus früheren Jahren gewohnt, war das Produktangebot der CES 2023 unüberschaubar. Über wichtige Neuheiten für den High-Tech-Fachhandel berichten wir in dieser PoS-MAIL Ausgabe und auch im Laufe der folgenden Monate, aber natürlich gab es in Las Vegas sehr

viel mehr zu sehen. So wurden beim Thema Mobilität nicht nur Elektroautos, sondern z. B. auch elektrische Rollschuhe gezeigt. Das kanadische Start-up Glüxkind staubte mit dem ersten elektrischen Kinderwagen sogar einen CES Innovation Award ab. Dank des Antriebs haben die Eltern beim Ausflug mit dem Nachwuchs die Hände frei; damit das Gefährt sich dabei nicht selbständig macht, hält es Kontakt zum Smartphone eines (erwachsenen) Nutzers, kann aber mit Hilfe von Sensoren auch selbst den Gehweg erkennen und Hindernissen ausweichen. 3.300 Euro soll Tesla für die Kleinen kosten.

Gelungenes Comeback

Unter dem Strich ist der CES in diesem Jahr ein beeindruckendes Comeback gelungen, auch wenn die pure Masse der Aussteller und Besucher noch nicht das Niveau der Vor-Corona-Zeit erreicht hat. Wer sich auf das Spektakel einließ, konnte in Las Vegas eine Fülle von Ideen und Innovationen finden, auch wenn das gigantische Angebot – ebenfalls wie gewohnt – etwas unstrukturiert und chaotisch daher kam. Ob die IFA ihre Chance nutzt, der Branche eine ebenso lebendige, aber fokussierte Plattform zu bieten, wird sich zeigen. Die CES 2024 soll jedenfalls vom 9. bis 12. Januar 2024 in Las Vegas stattfinden.

INHALTSVERZEICHNIS

PoS-MAIL Aktuell Nachrichten und Neuheiten	5, 6, 7, 9, 15, 16, 18
ZVEI erwartet stabiles Geschäft nach Rekordjahr	
Zuversicht für das Jahr 2023	4
Das neue OLED-Flaggschiff von Panasonic	
Für Cineasten und Gamer	8



Telekom baut Unterstützung für Handelspartner weiter aus	
Mehr Qualifikation und Qualität	10
Neue OLED-TV Generation von LG	
Mehr Licht, mehr Komfort	11
Neo QLED, Micro LED und OLED von Samsung	
Smarte Vernetzung, mehr Inhalte	12

Die Marke Loewe ist 100 Jahre alt	
Ein Jahrhundert Exzellenz	13



Neuer InstaView Multi-Door Kühlschrank von LG	
Viel Stauraum in der Einbauküche	14



Samsung kündigt modulare Premium-Kühlschrankserie an	
Die Bespoke Infinite Line	17
Impressum	19
Wagners Welt: Ein Rentner beobachtet die High-Tech-Branche	19
PoS-MAIL@	19

ZVEI erwartet stabiles Geschäft nach Rekordjahr

Zuversicht für das Jahr 2023

Vor dem Hintergrund guter Zahlen für das vergangene Jahr geht die deutsche Elektro- und Digitalindustrie mit Zuversicht ins Jahr 2023. Das gab Dr. Gunther Kegel, Präsident des Verbandes der Elektro und Digitalindustrie (ZVEI) auf der traditionellen Auftakt-Pressekonferenz des Verbandes bekannt. Von der Politik erwartet der ZVEI mehr Unterstützung durch Investitionen, die das Stromnetz energiewendefähig machen sollen.



ZVEI-Präsident Dr. Gunther Kegel:
„Der Binnenmarkt ist das größte Asset der EU.“

„2022 war – trotz aller Widrigkeiten – ein starkes Jahr für die deutsche Elektro- und Digitalindustrie“, sagte Kegel. „Trotz Ukrainekrieg, Energiekrise, Inflation und weiterhin angespannter Lieferketten ist die preisbereinigte Produktion der Branche zwischen Januar und November um 3,7 Prozent gewachsen – fast eine Punktlandung für unsere Prognose von vier Prozent.“

Die nominalen Erlöse stiegen im vergangenen Jahr um zwölf Prozent auf das Rekordhoch von 224 Milliarden Euro. Die höchsten Zuwächse gab es bei elektronischen Bauelementen (plus 21 Prozent). Es folgen Informations- und Kommunikationstechnik, Batterien, Energietechnik (jeweils plus 14 Prozent) und Automation (plus 12 Prozent). Die Zahl der Beschäftigten lag zuletzt bei knapp 895.000 und damit 2,3 Prozent über dem Vorjahr – weiteres Wachstum wurde hier vor allem durch den Mangel an geeigneten Arbeitskräften gebremst.

Die deutschen Elektroausfuhren (inklusive Re-Exporte) erreichten mit einem Wert von 246 Milliarden Euro (plus neun Prozent). Wichtigster Absatzmarkt war die Europäische Union mit einem Volumen von 126 Milliarden Euro. „Der Binnenmarkt ist das größte Asset der EU“, betonte Kegel. „Wir müssen ihn weiterentwickeln – unternehmerisch und regulatorisch.“ Das sei auch deshalb wichtig, weil die Globalisierung an einem

Scheitelpunkt zu stehen scheine, fügte Kegel hinzu. „Die protektionistische Wirtschaftspolitik Chinas, aber auch der USA sind für uns ein hohes Risiko. Die EU muss entschlossen gegensteuern und mehr bilaterale Handels- und Rohstoffabkommen abschließen.“

Für das laufende Jahr erwartet der Verband bei der realen Produktion Stabilität mit einer schwarzen Null. Das bedeute eine Konsolidierung auf sehr hohem Niveau, betonte der ZVEI-Präsident.

Energiewende mit Strom

Von der Politik fordert der ZVEI neben dem zügigen Ausbau der Netzinfrastruktur vor allem die Weiterentwicklung des Strommarkt-Designs. Der wichtigste Rohstoff für eine Energiewende sei Strom, denn der solle im Jahr 2045 über 90 Prozent des Energiebedarfs decken, sagte Wolfgang Weber, Vorsitzender der ZVEI-Geschäftsführung. Aktuell liege der jährliche Strombedarf in Deutschland bei 550 TWh. Unter anderem durch ca. 15 Millionen Ladepunkte und sechs Millionen Wärmepumpen werde dieser Wert bis 2030 auf über 700 TWh steigen und 2045 ein Volumen von 1.000 bis 1.200 TWh

erreichen. Um diesen Bedarf zu decken, müssten die Erzeugungskapazitäten bei den erneuerbaren Energien um mindestens das 4,5-Fache gesteigert werden, betonte Weber: „Um es klar zu sagen: Darauf ist unser Stromnetz derzeit nicht ausgelegt. Es ist nicht energiewendefähig. Aber: Ohne starkes Stromnetz wird es keine Klimaneutralität geben. Das künftige Stromnetz muss zu einem Klimaneutralitätsnetz umgebaut werden.“

Deshalb fordert der ZVEI, dass neben dem physischen Ausbau auch Intelligenz ins System kommt. Unter anderem müsse mehr Tempo in den flächendeckenden Roll-out intelligenter Messsysteme kommen, wie es bereits gesetzlich vorgesehen sei.

Durch konsequente Elektrifizierung und Digitalisierung ließe sich der Primärenergieverbrauch um bis zu 65 Prozent reduzieren, stellte Weber fest. Nur mit einer dezentralen Energieerzeugung mit Speicherung, Verteilung im Quartier mit digitalen Netzanschlüssen, Sektorenkopplung mit Photovoltaik, Wärmepumpe und E-Mobilität sowie immensen Effizienzgewinnen der direkten Stromnutzung seien die gesetzten Klimaziele zu erreichen.

ZVEI-Umfrage: Konsumenten wollen in Klimaschutz investieren

82 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher sehen Elektrifizierung, Klimaschutz und Energiewende als eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, zu der alle ihren Beitrag leisten können. Das ist eines der Ergebnisse einer repräsentativen Online-Erhebung, für die das Meinungsforschungsinstitut Innolink im Auftrag des ZVEI 1.500 Personen ab 18 Jahren in Deutschland befragt hat.

Viele haben bereits in entsprechende Maßnahmen investiert – besonders häufig, wenn diese sich einfach und kostengünstig umsetzen lassen: Rund 60 Prozent haben ihre Beleuchtung auf energiesparende LED umgestellt, knapp die Hälfte (45 Prozent) hat energieeffiziente Hausgeräte angeschafft, und 15 Prozent haben Geld für Smart-Home-Lösungen ausgegeben.

Für die Zukunft können sich viele Konsumenten auch umfangreichere Maßnahmen vorstellen. So gab rund ein Viertel der Befragten an, künftig in eigene Photovoltaik investieren zu wollen. Auf der Liste der geplanten Anschaffungen finden sich zudem Balkon-Kraftwerke (22 Prozent), E-Auto (19 Prozent), Batterie-Speicher (18 Prozent), Smart-Home-Lösungen (18 Prozent) und Wärmepumpen (14 Prozent). Dafür stehen mehr Mittel bereit als für bisherige Maßnahmen: Ein Drittel der Befragten plant Ausgaben zwischen 1.000 und 10.000 Euro, weitere elf Prozent gehen von Ausgaben zwischen 10.000 und 25.000 Euro aus.

„Die steigenden Energiepreise haben offensichtlich dazu geführt, dass die Menschen sich vermehrt mit der Frage auseinandersetzen, wie sie durch den Einsatz von effizienten Elektrifizierungs-Technologien ihren eigenen Energieverbrauch senken oder selbst Strom erzeugen können“, kommentierte Wolfgang Weber, Vorsitzender der ZVEI-Geschäftsführung. Bemerkenswert sei, dass 80 Prozent der Befragten es für sehr wahrscheinlich bis sicher halten, dass sie die von ihnen genannte Maßnahmen in den kommenden zwölf Monaten auch wirklich umsetzen werden. Hauptgrund für die Investitionsabsichten ist die Entlastung des eigenen Geldbeutels (73 Prozent), gefolgt vom Wunsch nach mehr Energiesicherheit (51 Prozent) und der Absicht, klimafreundlicher zu werden (46 Prozent).

„Die Bürgerinnen und Bürger sind bereit, in Elektrifizierung und Digitalisierung zu investieren“, betonte Weber. „Sie erwarten aber zu Recht, dass sich diese Investitionen auch rechnen – sei es für den eigenen Haushalt, indem die Kosten für den Energieverbrauch sinken, oder für die Gesellschaft als Ganzes. Um die Bereitschaft in klimafreundliche Investitionen hochzuhalten, sollte die Politik weitere Anreize setzen. Der Strompreis muss deshalb sinken, indem die Mehrwertsteuer wie beim Gas auf sieben Prozent reduziert wird.“ Zusätzlich gehörten weitere preisbelastende Umlagen und Abgaben auf den Prüfstand, fügte Weber hinzu.

Arçelik übernimmt mehrheitlich europäisches Hausgeräte-Geschäft von Whirlpool



Bei der Unterzeichnung des Vertrages: Fatih Kemal Ebiçlioğlu, Consumer Durables Group President der Arçelik-Muttergesellschaft Koç Holding, Marc Bitzer, Chairman/CEO der Whirlpool Corporation, und Hakan Bulgurlu, CEO of Arçelik.

Die amerikanische Whirlpool Corp. und der türkische Technologiekonzern Arçelik, der u. a. die Marken Beko und Grundig besitzt, haben die Gründung eines neuen Unternehmens angekündigt, in das Whirlpool seinen europäischen Geschäftsbereich Haushaltsgroßgeräte mit den Marken Whirlpool, Hotpoint, Bauknecht, privileg, Indesit und Ignis sowie Arçelik seine Geschäftssparten Haushaltsgroßgeräte, Unterhaltungselektronik, Klimaanlage und Haushaltskleingeräte einbringen wird.

Whirlpool bringt 38 europäische Tochtergesellschaften und neun Produktionsstätten in Italien, Polen, der Slowakei und Großbritannien in das neue Unternehmen ein; Arçelik wird seine zwei Fabriken in Rumänien sowie 25 europäische Tochtergesellschaften, darunter Beko Grundig Deutschland, in den Konzern integrieren, an dem der türkische Hersteller über seine hundertprozentige Tochtergesellschaft Ardutch B.V. 75 Prozent der Anteile halten wird. Whirlpool wird zu 25 Prozent beteiligt sein und bleibt Eigentümer des EMEA-Geschäftsbereichs Haushaltskleingeräte der Marke KitchenAid.

Auf der Basis der Zahlen aus dem Jahr 2021 werde das neue Unternehmen mit mehr als 20.000 Mitarbeitern einen Umsatz von über 6 Mrd. Euro erzielen und durch die Kombination der Geschäftsbereiche Kostensynergien von über 200 Mio. Euro generieren, heißt es in einer Pressemitteilung. Der Abschluss der Transaktion, die den üblichen Voraussetzungen wie der Erteilung von behördlichen Genehmigungen unterliegt, wird für die zweite Jahreshälfte 2023 erwartet. Arçelik erzielte 2021 einen Umsatz in Höhe von 6,5 Mrd. Euro und einen Nettogewinn von 311 Mio. Euro.

„Dies ist eine einzigartige Gelegenheit für zwei außergewöhnliche Unternehmen, Synergien durch die Kombination ihrer Innovation, ihres Einzelhandelsvertriebs und und ihrer Nachhaltigkeitskonzepte zu erzielen. Das entspricht unserer erklärten Strategie. Mit der Vereinbarung schaffen wir eine starke Grundlage, um die Wertschöpfung für Mitarbeiter, Aktionäre und europäische Nutzer von Haushaltsgeräten voranzutreiben, und erweitern die Präsenz von Arçelik um neue Wachstumsmöglichkeiten in einer wichtigen Region.“

„Die Ankündigung ist ein weiterer bedeutender Meilenstein in unserer laufenden Portfolio-Transformation“, fügte Marc Bitzer, Chairman und Chief Executive Officer der Whirlpool Corporation, hinzu. „Sie ermöglicht es uns, durch unsere Minderheitsbeteiligung, an der erheblichen Wertschöpfung aus der Neupositionierung des Geschäfts und den Kostensynergien teilzuhaben.“

Unabhängig von der Gründung des neuen Konzerns wollen die beiden Unternehmen einen weiteren Vertrag abschließen, der für 20 Millionen Euro in Bar den Verkauf der Aktivitäten von Whirlpool im Nahen Osten und in Nordafrika an Ardutch B.V. vorsieht. Nach Abschluss dieser Transaktion wird Ardutch hundertprozentiger Eigentümer von zwei weiteren Whirlpool-Tochtergesellschaften mit Sitz in den Vereinigten Arabischen Emiraten und Marokko.

Im Zusammenhang mit der Transaktion hat die Whirlpool Corp. im 4. Quartal 2022 Abschreibungen in Höhe von 1,5 Mrd. US\$ vorgenommen, von denen 1,1 Mrd. US\$ Vermögenswerte des Hausgeräte-Geschäfts in Europa und 400 Mio. US\$ kumulierte Anpassungen an veränderte Währungsparitäten betreffen.



René Némorin ist Marketing Director bei Sage Appliances



René Némorin

René Némorin ist am 1. Januar als neuer Marketing Director, EMEA, beim australischen Premium-Küchengerätehersteller Sage Appliances eingestiegen. Er ist in der deutschen Niederlassung in Krefeld tätig und verantwortet dort die Aktivitäten in den europäischen Schlüsselmärkten wie DACH, Großbritannien und Irland, Benelux, Frankreich, Spanien, Portugal, Polen und Italien. Für seine neue Position bringt Némorin profunde Führungserfahrung in der Hausgerätebranche mit. Zuletzt war er Marketing Director der De’Longhi Gruppe Deutschland, wo er für Marken wie De’Longhi, Nutribullet, Kenwood und Braun Household verantwortlich war. Zuvor arbeitete Némorin über 16 Jahre in Leitungspositionen bei Dyson, zuletzt als Marketing & Communications Director DACH.

„René Némorin hat in seiner Karriere erfolgreich Strategien und unternehmerische Transformationen vorangetrieben, die das Markenwachstum fördern und die Kundenbindung stärken“, kommentierte David Gubbin, Präsident, EMEA, Sage Appliances. „Da wir die Entwicklung von

Sage weiter voranbringen wollen, werden wir von seiner Perspektive, seiner Führungsstärke und seiner Expertise in hohem Maße profitieren.“

„Ich freue mich sehr, ein Teil des Sage Teams zu sein“, sagte Némorin. „Wir alle teilen die Leidenschaft für Kundenerlebnis, Produktinnovation, Markenaufbau und wirklich guten Kaffee. Ich bin begeistert, zu dieser dynamischen Marke zu gehören und freue mich darauf, zum Erfolg des Unternehmens in der EMEA-Region beizutragen.“

Euronics komplettiert Vorstand mit neuem CFO

Der Aufsichtsrat der Euronics Deutschland e.G. hat Denis-Benjamin Kmetec einstimmig in den Vorstand der Verbundgruppe berufen. In seiner Funktion als Finanzchef (CFO) wird der 45-jährige Betriebswirt das Controlling- und Finanzteam der Kooperation sowie die Verwaltung und das HR-Ressort leiten. Kmetec tritt als CFO die Nachfolge von Carsten Koch an, dessen Aufgaben interimswise Strategievorstand Michael Rook übernommen hatte. Damit ist der Euronics Vorstand, dem neben Rook (Strategie, Expansion und Einkauf) nach wie vor Benedict Kober (Sprecher des Vorstands, Logistik und IT) und Jochen Mauch (Marketing, Vertrieb und Digitalisierung) angehören, jetzt komplett.

Als Geschäftsführer der Lidl Digital International GmbH gestaltete Denis-Benjamin Kmetec maßgeblich die strategische Weiterentwicklung sowie die digitale Transformation, um den stationären Handel mit der Online-

präsenz des Unternehmens zu verknüpfen. Zuvor war er Geschäftsführer der Lidl Stiftung, wo er den Aufbau von Ländersorganisationen sowie internationale Projekte im Bereich Verwaltung verantwortete. Insgesamt bringt Kmetec mehr als 20 Jahre Managementenerfahrung bei Lidl und der Hofer-Gruppe (Aldi Süd) mit, neun Jahre davon als CFO.

„Wir sind der festen Überzeugung, mit Denis-Benjamin Kmetec den richtigen CFO für unsere Verbundgruppe gewonnen zu haben“, kommentierte Dirk Wittmer, Aufsichtsratsvorsitzender der Euronics Deutschland e.G. „Nicht nur verfügt er über umfangreiche Erfahrungen in den Bereichen Finanzen, Accounting, Steuern und Immobilien, sondern auch in der Erschließung neuer Geschäftsfelder, dem Aufbau und der Weiterentwicklung von Handelsorganisationen über alle Touchpoints, sowie der Leitung von Verwaltung und HR.“

„Jochen Mauch, Michael Rook und ich stehen geschlossen hinter der Entscheidung unseres Aufsichtsrats“, betonte Benedict Kober, Sprecher des Vorstands. „Wir sind davon überzeugt, dass wir gemeinsam mit Denis-Benjamin Kmetec auch künftig die richtigen Weichen für unsere Verbundgruppe stellen. Gemeinsam wollen wir den Wachstumskurs von Euronics Deutschland weitergehen und die Verbundgruppe in eine erfolgreiche Zukunft führen.“



Denis-Benjamin Kmetec

gfu mit neuem Aufsichtsrat

Die Gesellschafter der gfu Consumer & Home Electronics GmbH, Veranstalterin der IFA, haben turnusgemäß einen neuen Aufsichtsrat gewählt. Dabei entschieden sie sich einstimmig für Harald Friedrich (BSH Hausgeräte), Frank Jüttner (Miele) und Philipp Maurer (Panasonic Deutschland), der auch die Funktion des Vorsitzenden des Aufsichtsrates übernimmt. Bis Ende 2022 war der Aufsichtsrat der gfu mit Volker Klodwig BSH – Vorsitzender), Leif-Erik Lindner (Samung) und Mario Vogl (Beko Grundig) besetzt, die im Laufe des Jahres 2022 aus ihren Unternehmen ausschieden.



Der neue gfu Aufsichtsrat: v. l. Philipp Maurer (Panasonic Deutschland, Vorsitzender), Harald Friedrich (BSH Hausgeräte) und Frank Jüttner (Miele).

„Im Rahmen der turnusmäßigen gfu-Aufsichtsratswahl wurden drei erfahrene und exzellent vernetzte Manager aus den Branchen Consumer Electronics und Home Appliances in das Gremium gewählt“, kommentierte Dr. Sara Warneke, Geschäftsführerin der gfu. „Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit dem neuen Aufsichtsrat und bedanke mich für die Bereitschaft, dieses Ehrenamt in der gfu auszuüben. Gleichzeitig bedanke ich mich sehr herzlich bei Volker Klodwig, dem scheidenden Vorsitzenden des gfu-Aufsichtsrats. Seine unermüdliche Unterstützung hat maßgeblich dazu beigetragen, dass wir den neuen Vertrag zur Ausrichtung der IFA in Berlin verhandeln und letztlich am 18. November 2022 unterzeichnen konnten.“

KOOP 2023 endlich als Präsenzmesse in Berlin

Nach zwei digitalen Präludien soll die KOOP als gemeinsame Kooperationsmesse von expert und Euronics vom 18. bis 21. Februar endlich als Präsenzveranstaltung im hub27 auf dem Berliner Messegelände stattfinden. In Zusammenarbeit mit der Messe Berlin werden die beiden größten Verbundgruppen im Elektronikfachhandel dort ihre Frühjahrmessen in dem bereits für 2021 und 2022 geplanten Format durchführen. Dabei werden alle Aussteller, die mit beiden Kooperationen zusammenarbeiten, in einer eigenen KOOP-Halle vertreten sein, damit sie ihre Messestände für die unmittelbar aufeinanderfolgenden Veranstaltungen der beiden Kooperationen nur einmal auf- und wieder abbauen müssen.



Aussteller, die nur mit einer der Kooperationen zusammenarbeiten, präsentieren am 18. und 19. Februar für expert und am 20. und 21. Februar für Euronics jeweils in einer separaten Halle exklusiv für die jeweilige Kooperation. Dort sollen auch die kooperations-eigenen Dienstleistungen gezeigt werden. Begleitet wird die KOOP 2023 von verschiedenen virtuellen Workshops, die von den Ausstellern im Anschluss an die Ordermessen angeboten werden. „Die wirtschaftliche Situation in Deutschland ist aktuell geprägt von ernst zu nehmenden Herausforderungen, die auch das Konsumklima maßgeblich beeinflussen“,

erklärte Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der Euronics Deutschland eG. „Umso wichtiger ist die persönliche Nähe und der intensive Austausch mit unseren Mitgliedern und Industriepartnern über die Nutzung bestehender Marktpotenziale. Wir freuen uns auf eine Präsenzveranstaltung, bei der wir alle gemeinsam von Impulsen und Ideen für das Jahr 2023 profitieren können. Neben dem so wichtigen persönlichen Austausch bietet die KOOP ebenfalls eine sehr gute Möglichkeit, sich über Produktneuheiten und Trends der Industriepartner zu informieren und sich auch gleich damit zu bevorraten. Im Rahmen der KOOP findet ebenfalls die Euronics Generalversammlung statt, die das wichtigste Gremium der Genossenschaft darstellt und auch dieses Mal die Bühne für die turnusmäßigen Aufsichtsratswahlen bietet.“

„Wir als Kooperationspartner sind uns einig, dass die KOOP in den vergangenen zwei Jahren als virtuelle Veranstaltung gut gestartet ist“, kommentierte Dr. Stefan Müller, Vorstandsvorsitzender der expert SE. „Eine Vor-Ort-Messe mit persönlichen Gesprächen kann mit dem rein virtuellen Format aber nicht ersetzt werden. Wir freuen uns daher sehr auf den Austausch mit unseren Experten sowie Industrie- und Dienstleistungspartnern im Februar 2023 in Berlin. Die positive Resonanz der Experten und Aussteller zu unserer Hauptversammlung in Göttingen und unser erfolgreicher Auftritt auf der IFA zeigen, dass Präsenzmessen in Kombination mit virtuellen Workshops für uns ein Konzept sind, auf das wir auch in Zukunft setzen können.“

Alf Henryk Wulf ist neuer VDE Präsident

Alf Henryk Wulf hat am 1. Januar 2023 das Amt des Präsidenten des VDE übernommen. Er folgt auf Prof. Dr. Armin Schnettler, der trotz der Herausforderungen in seiner Amtszeit auf erfolgreiche zwei Jahre zurückblickt und den Übergang konstruktiv begleiten will. Für Wulf ist der VDE kein Neuland: Er war bereits 2011 – 2012 Präsident der Organisation, die seit über 125 Jahren besteht und als einzige weltweit Wissenschaft, Standardisierung, Prüfung, Zertifizierung und Anwendungsberatung unter

einem Dach vereint. Wulf war nach seinem Studium an der TU München viele Jahre in führenden Positionen bei Unternehmen wie Alcatel-Lucent, Alstom und GE Power tätig. Derzeit ist der gut vernetzte Elektroingenieur aktiver Investor und gehört als Mitglied bzw. Vorsitzender verschiedenen Aufsichtsräten an. In seiner zweiten Amtszeit als VDE Präsident will Wulf vor allem auf eine höhere Sichtbarkeit des VDE sowie eine größere inhaltliche Bandbreite hinarbeiten: „Dazu zählen alle Bereiche der Elektrotechnik, Elektronik und Informationstechnik sowie angrenzende Bereiche, womit ich drei ganz bestimmte meine: die Umwelttechnik, das Transportwesen inklusive des maritimen Teils sowie des individuellen Verkehrs und das Segment der modernen Energie.“ Um dies zu erreichen, sei es notwendig, dass sich alle daran beteiligten und eine offene Kommunikation stattefinde, fügte Wulf hinzu.

Ein weiterer Baustein für die Zukunft ist aus Sicht des neuen VDE Präsidenten die All Electric Society. Das Konzept sieht vor, dass regenerativ erzeugte Elektrizität weltweit zur neuen primären Energieform wird und fossile Brennstoffe ersetzt. Dafür werden in Zukunft neben Fragen der Elektrotechnik auch Themen aus der Informationstechnik wichtig. Um diese Entwicklung fachlich auf allen Ebenen unterstützen zu können, soll der VDE Campus als Begegnungsstätte für die eigenen Fachgesellschaften dienen sowie Interessierte und Engagierte von außerhalb des VDE zusammenführen. Auf dem neuen Campus sollen zudem neben der DKE als Kern der Normung auch das Prüf- und Zertifizierungsinstitut und alle anderen Bereiche der VDE Gruppe vertreten sein. „Ich möchte Frankfurt auf diese Weise als Mittelpunkt der Normungswelt etablieren“, betonte Wulf. „Ich möchte, dass aus diesem Forum heraus Inhalte kommuniziert werden, die politischen Entscheidungsträgern eine präzise Grundlage für zukunftsweisende Weichenstellungen bieten.“



Alf Henryk Wulf

HEPT feiert 20. Geburtstag

In diesem Jahr feiert die HighEventProductTour (HEPT) ihr 20jähriges Bestehen. Aus diesem Anlass wird die Roadshow, die vom 24. April bis zum 11. Mai in zehn deutschen Städten Station macht, noch umfassender und innovativer gestaltet werden. Die zehn Stationen der HEPT in ganz Deutschland stellen sicher, dass jede maßgebliche Region „ihre“ Show bekommt und für jeden einfach und schnell zu erreichen ist. Darüber hinaus bietet die HEPT wieder die Möglichkeit eines Besuchs nach Ladenschluss, denn sie ist bis in die Abendstunden hinein geöffnet.

Dabei sind die Premiummarken AEG, Beurer, Jura, Jura Gastro, Kärcher, Liebherr und Miele. Dazu stehen kompetente Repräsentanten der jeweiligen Marke zur Verfügung, die Fragen beantworten und sich über einen Erfahrungsaustausch mit den Partnern aus dem Fachhandel freuen.

Die HEPT findet in folgenden Städten jeweils von 16 bis 22 Uhr statt:

- 24.04.2023, Frankenthal, Congressforum, Großer Saal, Stephan-Cosacchi-Platz 5
- 25.04.2023, Offenburg, Messe Offenburg, Schutterwälder Straße 3
- 26.04.2023, Stuttgart, Phönixhalle im Römerkastell, Naststraße 43 – 45
- 27.04.2023, München, BMW Welt, Event Forum, Am Olympiapark 1
- 02.05.2023, Nürnberg, Ofenwerk, Klingenhofstraße 72
- 04.05.2023, Berlin, Classic Remise, Wiebestraße 36 – 37
- 08.05.2023, Mainz, Halle 45, Hauptstraße 17 – 19
- 09.05.2023, Köln, Palladium, Schanzenstraße 40
- 10.05.2023, Bochum, Jahrhunderthalle, An der Jahrhunderthalle 1
- 11.05.2023, Hamburg, Fischauktionshalle, Große Elbstraße 9



Roku stellt Premium Roku TV OLED Referenzdesign vor

Roku, nach eigenen Angaben die Nummer 1 unter den TV-Streaming-Plattformen in den USA, Kanada und Mexiko, hat auf der CES ein neues, hochwertiges Roku TV OLED Referenzdesign angekündigt, das ab sofort für alle Roku TV-Partner verfügbar ist. Das Design soll eine hervorragende Bildqualität, tiefe Schwarzwerte, einen herausragenden Kontrast, hochgradig gesättigte Farben, flüssige Bewegungen und ausgezeichnete Betrachtungswinkel bieten.

Die Ankündigung unterstreicht das Engagement von Roku, mit führenden TV-Marken zusammenzuarbeiten, um Fernsehgeräte mit einem erstklassigen Streaming-Erlebnis zu erschwinglichen Preisen anzubieten. Seit dem ersten Roku TV Modell sind 11 Roku TV-Referenzdesigns in Produktion gegangen – von 2K über 4K bis hin zu 8K und jetzt OLED. Mit einigen der preisbewusstesten Produktdesigns auf dem Markt haben Roku und seine Partner in Bezug auf Produktnutzen, Zuverlässigkeit und Leistung immer wieder Spitzenplätze innerhalb des TV-Markts belegt, heißt es in einer Pressemitteilung.

„Dieses neue OLED Roku TV Referenzdesign ermöglicht es unseren Markenpartnern, das Premium-TV-Erlebnis zu bieten, das OLED mit sich bringt“, sagte Tom McFarland, Vice President, Business Development, Roku TV. „Dazu zählen unter anderem dunkle Schwarzwerte, ein hervorragender Kontrast und überragender Betrachtungswinkel, zusammen mit allen Funktionen, die Roku-Nutzer lieben. Neben der hervorragenden Bildqualität und unserem einfachen und benutzerfreundlichen Betriebssystem ermöglicht das Roku TV-Programm vielen der führenden TV-Marken, den Verbrauchern eine große Auswahl an Modellen und Größen anzubieten.“

Roku TV, das 2014 gestartet ist, hat Roku OS zum meistverkauften Smart-TV-Betriebssystem in den USA gemacht (3. Quartal 2022). Im Rahmen des Programms stellt Roku seinen Partnern eine Smart-TV-Plattform zur Verfügung, die das Onboarding, Streaming-Kanäle und Software-Updates vereinfacht.

LG erweitert Angebot für Cloud-Gaming am TV

Mit der neuen webOS 23-Benutzeroberfläche mit Gaming-Hub, Unterstützung des Cloud-Gaming-Services Amazon Luna sowie einer funktionellen Erweiterung von Nvidia GeForce Now für ruckelfreies Gameplay bei 4K@60 FPS will LG nach eigenen Angaben für ein überragendes Gaming-Erlebnis auf den neuesten LG TV-Geräten sorgen. Mit webOS 2023 können ambitionierte und Casual-Gamer über die LG Game Card oder per Sprachbefehl bequem auf ihre Lieblingstitel in den gängigen Cloud-Gaming-Diensten zugreifen – ganz ohne Downloads und zusätzliche Hardware wie Gaming-PC oder Spielkonsole; lediglich ein Bluetooth-Controller wird benötigt. Neben



Nvidia GeForce Now, Blacknut und Utomik sind nun auch Amazon Luna und Boosteroid als Cloud-Gaming-Anbieter verfügbar.

Nvidia GeForce Now war bereits in Full-HD-Auflösung auf 2021er und 2022er LG Fernsehern mit webOS 6.0 oder webOS 22 verfügbar. Nun kommen auch 2020er LG-Fern-

seher mit webOS 5.0 in den Genuss von Nvidia GeForce Now – und im Laufe dieses Jahres wird auf ausgewählten Modellen des Modelljahrs 2023 4K-Streaming in Nvidia GeForce Now verfügbar werden.

Um mit einer Auflösung von bis zu 4K bei 60 FPS und extrem niedriger Latenz spielen zu können, wird eine GeForce Now Ultimate-Mitgliedschaft nötig sein.

Amazon Luna, das vorerst nur in den USA über die LG Game Card zugänglich ist, gesellt sich zu den anderen Cloud-Gaming-Diensten auf dem webOS-Startbildschirm der neuesten LG TVs. Luna-Abonnenten haben Zugang zu einer Vielzahl von AAA-Titeln, Retro-Side-Scrollern und Spielen wie Assassin's Creed Valhalla, Everspace und Team Sonic Racing, während der Prime Gaming-Kanal Amazon Prime-Abonnenten jeden Monat Zugang zu verschiedenen exklusiven und Free-to-Play-Titeln verschafft.



Aufsehererregend in jedem Moment.

Metz LUNIS

Der Lunis liefert brillantes Design, exzellente Technik und Metz-Vollausstattung. Premium-Qualität Made in Germany – unser Konzept für Nachhaltigkeit und ein einzigartiges TV-Erlebnis.



85 JAHRE Metz
metz-ce.de

Das neue OLED-Flaggschiff von Panasonic

Für Cineasten und Gamer



Mit den neuen OLED-Fernsehern der MZW2004-Serie will Panasonic sein ungebrochenes Engagement für das TV-Geschäft unterstreichen.

Panasonic hat neue OLED-Flaggschiffmodelle für das Jahr 2023 angekündigt. Die mit Bildschirmdiagonalen von 55 und 65 Zoll auf den Markt kommenden Geräte der MZW2004-Serie übertreffen nach Angaben des Unternehmens die Vorgängergeneration in Helligkeit und Bildqualität sowie Gaming- und Sound-Performance. Sie sind mit dem aktuellen Master OLED Ultimate Panel und dem HCX Pro AI Prozessor ausgestattet.

„Mit der neuen Generation unterstreichen wir unser ungebrochenes Engagement für das TV-Geschäft als essentiellen Bestandteil unseres CE-Portfolios“, betonte Paul Darch, Leiter FTV bei Panasonic Europe, auf einer virtuellen Pressekonferenz. Panasonic werde weiterhin die Kompetenzen der Spezialisten im europäischen Forschungs- und Entwicklungszentrums in Langen (Hessen) und in der Unternehmenszentrale in Japan nutzen, um zukunftsweisende Geräte auf den Markt zu bringen. Wie die Vorgängermodelle unterstützen die Fernseher der MZW2004-Serie die wichtigen HDR-Formate wie Dolby Vision IQ, HDR10+ Adaptive und HLG Photo. Durch die Kombination des Master OLED-Ultimate Panels mit Micro-Lens-Array Technologie, die mit winzigen Linsen das Licht des organischen Dioden bündelt und der von Panasonic neu entwickelten Multilayer-Wärmeableitung bieten die neuen Geräte noch mehr Helligkeit und Kontrast als frühere Modelle.

Filmmaker-Mode verbessert

Auch den Filmmaker Mode hat Panasonic nochmals verbessert: Intelligente Sensoren erkennen jetzt die Farbtemperatur des Umgebungslichts. Auf der Basis dieser Daten passt der Prozessor die Signale an, um einen besonders natürlichen Bildeindruck zu erreichen. Dabei

werden auch durch Lichtreflexion entstehende Farbänderungen bei dunklen Bildinhalten korrigiert. Diese Prozesse sind wichtig, weil Menschen bestimmte Farbtöne je nach Umgebungslicht unterschiedlich wahrnehmen. Bei der Entwicklung seiner Fernseher greift Panasonic bereits seit Jahren auch das Know-how professioneller Film-Koloristen wie Stefan Sonnenfeld (Hollywood) zurück, um die bestmögliche Farbabstimmung zu erzielen. Für die 4K-Wiedergabe niedriger aufgelöster Inhalte hat Panasonic für die neue TV-Generation neue „Intelligent 4K Fine Remaster“-Algorithmen entwickelt, mit denen Flächen, Texturen und Kanten erkannt und segmentweise nachbearbeitet werden; dabei wird auch Bildrauschen vermindert.

Für die authentische Tonwiedergabe von Filmen bietet die MZW2004-Serie mit dem 360°-Soundscape Pro-All-in-One-TV-Audiopakete sowie mehreren nach oben, seitlich und vorne abstrahlenden Lautsprechern dreidimensionale Soundeindrücke, um Dolby Atmos-Inhalte räumlich wiederzugeben. Neu in den Klangeinstellungen ist der zuschaltbare „Bass-Boost“, der nach Angaben von Panasonic mit besonders satten Tiefen den Einsatz eines zusätzlichen Subwoofers überflüssig machen kann.

Rasantes Gaming

Für Gaming-Anwendungen hat Panasonic die neuen MZW2004 OLED-TVs nach eigenen Angaben so ausgestattet, dass sie den Vergleich mit speziellen Monitoren nicht zu scheuen brauchen. Sie unterstützen die wichtigsten HDMI 2.1 Funktionen, VRR und AMD Freesync Premium, und sie bieten volle 4K-Auflösung mit bis zu 120 Hz Bildwiederholfrequenz mit besonders niedriger Latenz und Eingangsverzögerung. Zudem erkennen sie automatisch, wenn sie an ein System mit NVIDIA RTX-Grafikkarte angeschlossen werden und passen dann Input-Lag und VRR-Einstellungen an. Mit dem neuen True Game Mode will Panasonic die für Fernseher dieser Marke typische akkurate Farbwiedergabe von Filmen

auch in die Welt des Gamings bringen. Dabei soll ein verbessertes HDR Tone Mapping die originalgetreue Darstellung von HDR-Inhalten auch aus Spielkonsolen sicherstellen. Zudem können die Bildschirme auch in diesem Modus mit der Calman Color-Software von Portrait Displays kalibriert werden, damit sie Spiele exakt so wiedergeben, wie das von ihren Entwicklern beabsichtigt wurde. Auch der Klang der neuen OLED-TVs kann auf die Spiele abgestimmt werden. So lässt sich z. B. ein RPG (Role-Playing Game) Sound-Modus im aktualisierten Game Control Board der MZW2004-Modelle einrichten, und im FPS-Modus (First-Person Shooter) Modus werden Audiodaten so reproduziert, dass man daraus die Position des Spielgegners erkennen kann.

Mit Penta Tuner

Bei den MZW2004 OLED-TVs setzt Panasonic den komfortablen Penta-Tuner für alle heute vorhandenen TV-Empfangswege ein. Er erlaubt auch die Aufzeichnung eines Programms auf einer externen USB-Festplatte, während ein anderes angesehen wird. Für die Entschlüsselung von Pay TV-Programmen stehen zwei CI-Slots zu Verfügung. Wie bei diesem Hersteller gewohnt, sind auch IPTV und TV>IP an Bord. Dank der HbbTV Operator App Standard, die einen Teil der TV-Benutzeroberfläche bereitstellt, um das normale Fernsehprogramm mit Online-Inhalten zu kombinieren, unterstützen die OLED-TVs HD+ Komfort-Funktionen wie Neustart, Mediatheken und UHD-Switch. Schon bei der Installation des Fernsehers werden HbbTV Operator Apps von IPTV-Anbietern aktiviert, um dann bei jedem Einschalten automatisch zu starten. Dabei fügen sie sich gut in das Panasonic Bedienkonzept ein, das mit My Home Screen 8.0 die neuesten Version des Smart-TV-Betriebssystems darstellt. So wird der Zugriff auf zahlreiche Inhalte noch komfortabler, Hör- und Sehgeschädigte werden per Sprachausgabe durch die Grundeinstellungen des Gerätes geführt. Neben diesem Beitrag zur Barrierefreiheit kann der MZW2004 auch beim Entspannen helfen: Mit der „myScenery“-Funktion können erholsame Bilder, Videos und (nun auch im Dolby Atmos Format) neue Naturgeräusche der Joy Foundation ausgewählt werden.



Beim Gaming sollen MZW2004 OLED-TVs nicht hinter speziellen Monitoren zurückbleiben.

Neuer Kurzdistanz-Projektor von Hisense

Mit der neuen PL1 Laser Konsole bringt Hisense einen Kurzdistanz-Projektor mit frei wählbaren Bilddiagonalen von 80 bis 120 Zoll, 4K-Auflösung, integriertem Triple Tuner und CI+ Slot auf den Markt. Das Gerät, das über die Smart TV Plattform Vidaa U6 Zugriff auf Streaming-Dienste und lineares Fernsehen bietet, kann nur 21 bis 42 Zentimeter entfernt von der Leinwand platziert werden. Dank der Unterstützung von HDR10 und Dolby Vision entstehen kontrastreiche, detailreiche Bilder mit einer Spitzenhelligkeit von bis zu 2.100 Lumen. Dabei verbraucht der Laser TV nach Angaben von Hisense nur ca. ein Drittel der Energie eines LCD-TVs derselben Größe. Die Lichtquelle ist auf eine Haltbarkeit von 25.000 Stunden ausgelegt. Die benötigte Leinwand ist nicht im Lieferumfang, empfohlen werden Ambient Light Rejection Screens für Ultrakurzdistanzprojektoren. Sport und Game Modi sowie MEMC dienen der flüssigen Darstellung von Bildsequenzen mit schnellen Bewegungen. Wird eine externe Spielekonsole über HDMI an den PL1 angeschlossen, aktiviert das Gerät automatisch die passenden Einstellungen für kurze Latenzzeiten. Die eingebaute Speakerbox mit 30W Klangvolumen unterstützt Dolby Atmos, um mit Surround-Sound eine audiovisuelle Atmosphäre zu erzeugen, die zu den TV-Bildern passt. Auf der Smart TV-Nutzeroberfläche Vidaa U6 können die Nutzer zwischen mehr als 5.000 Apps und Spielen wählen, darunter populäre Dienste wie YouTube, Prime Video, Netflix und Disney+. Die VidaaVoice Sprach-



steuerung macht die Bedienung komfortabel, auch eine Steuerung über Alexa Built-In ist möglich. Zudem unterstützt das Gerät Apple AirPlay und Home Kit. Der Hisense PL1 ist ab sofort für 2.222 Euro (UVP) erhältlich.

Yamaha: Neuer In-Ear Hörer in Racing Blue

Die neuen True-Wireless In-Ear Hörer TW-ES5A sind ab sofort auch in Racing Blue erhältlich. Der neue Farbton findet sich auch an den Supersport-Modellen des Motorrad-Line-Ups wieder. Herzstück des neuen In-Ears ist ein dynamischer 6,0-Millimeter-Treiber, der zusammen mit hauseigener Technologie für ausgewogenen Klang im Alltag sorgt. Die neu entwickelte Passform und fünf verschiedene Ear-Tips samt vier austauschbarer Finnen ermöglichen eine gute

Abschirmung und sauberen Klang. Für die sichere und hochqualitative Übertragung setzt Yamaha auf Bluetooth 5.2 mit dem Codec Qualcomm aptXTM Adaptive Audio, wobei auch SBC und AAC unterstützt werden. Damit die Musik nicht lauter gedreht werden muss, um den gesamten Frequenzbereich immer bestens zu hören, hat Yamaha die eigene Listening Care Technologie integriert. Die intelligente Equalizer-Einstellung ermöglicht eine genaue Abstimmung des Klangs und sorgt auch bei niedrigem Pegel für mehr Ausgewogenheit und einen Sound, bei dem alle hohen und niedrigen Frequenzen zu hören sind. Neben der kraftvollen Performance beim Musikhören ist die gute Verständlichkeit bei Videocalls und Telefonanrufen mit den In-Ears wichtig. Yamaha hat dafür die Mikrofone verbessert und mit der Qualcomm cVcTM (Clear Voice Capture)-Technologie kombiniert, die gleichzeitig Geräusche und Echos unterdrückt und so für eine klare Sprachqualität sorgt. Wer sich nicht komplett von der Umwelt abkapseln möchte, kann den Modus „Ambient Sound“ nutzen. Wie bei allen aktuellen kabellosen Kopfhörern von Yamaha steht auch für den TW-ES5A eine kostenlose App bereit. „Headphone Control“ ist sowohl für iOS- als auch Android-Geräte verfügbar. Der TW-ES5A ist auch in den Farben Schwarz, Weiß, Pink, und Grün erhältlich. Der Preis beträgt 179 Euro (UVP).



Loewe. Vielseitige Innovationen. Einzigartige Leidenschaft. Zusammen feiern wir ein Jahrhundert voller Erfindergeist und ikonischer Luxusprodukte. Seit der Gründung im Jahr 1923 blickt Loewe auf branchen-revolutionierende Meilensteine zurück und hat TV- und Audio-Produkte von einzigartig preisgekröntem Design geschaffen. Entdecken Sie ikonisches Design und deutsche Ingenieurskunst.

Made in Germany.

Telekom baut Unterstützung für Handelspartner weiter aus

Mehr Qualifikation und Qualität

Die Handelspartner der Telekom haben im vergangenen Jahr gut abgeschnitten: So erzielten sie bei der Vermarktung von neuen Breitbandanschlüssen ein Plus von 30 Prozent gegenüber dem (durch die Corona-Lockdowns beeinträchtigten) Jahr 2021 und lagen damit um 15 Prozent über dem Niveau vor der Pandemie. Auch im Mobilfunk, wo sich die neuen Tarife für Zusatzkarten positiv auswirkten, und bei den Geschäftskunden gab es deutliches Wachstum. Im Jahr 2023 will die Telekom die Unterstützung für ihre Partner im Einzelhandel weiter verstärken und damit die Kundenzufriedenheit nochmals erhöhen.

So sollen nach 1.300 Terminen im vergangenen Jahr in diesem Jahr über 5.000 Coachingtage in den Geschäften und Fachmärkten vor Ort stattfinden, um die Partner bei der nachhaltigen Erfüllung ihrer Vertriebsziele zu unterstützen und die aktiven Weiterempfehlungsabsichten spürbar zu steigern. Mit diesen Coachings will die Telekom die Qualifikationen der Mitarbeitenden weiter verbessern. „Wir haben festgestellt, dass es einen signifikant gestiegenen Bedarf für Sales Coaching gibt“, sagte Georg Schmitz-Axe, Leiter Telekom Partner, im Rahmen eines Pressegesprächs. „Wir verbessern gezielt das Erlebnis in den Shops und legen damit den Fokus auf das Kundengespräch als größten stationären Erfolgsfaktor.“ 70 Prozent der Coachings sollen das Verkaufspersonal bei der Durchführung von Kundengesprächen unterstützen, 30 Prozent richten sich dagegen mit den Themen Führung und Motivation an leitende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Kundenzufriedenheit honorieren

Ab dem zweiten Quartal sollen mit Hilfe des erstmals eingesetzten Instruments des Net Promoter Scores (NPS) auch positive Kundenerlebnisse monetär honoriert werden. Dafür werden Kunden nach ihrem Besuch im Shop befragt, ob sie die Telekom im Bekannten- und Freundeskreis weiterempfehlen würden. Nach dem Start dieser Maßnahmen liegen bereits erste Ergebnisse vor. Im ersten Quartal wird NPS-Abfrage bei allen Händlern für Privat- und Geschäftskunden ausgerollt, damit die Ergebnisse ab dem zweiten Quartal zielerlevant werden können. Die genaue Höhe der Honorierung steht derzeit noch nicht fest und soll in Zusammenarbeit mit dem

Händlerbeirat definiert werden. „Wichtig dabei ist, dass die mengenabhängigen Ziele durch eine qualitative Komponente ergänzt werden“, betonte Schmitz-Axe. „Das ist ein weiterer Schritt in unserer Strategie, Kunden zu Fans zu machen. Davon profitiert der Handel nicht nur durch die punktuelle Honorierung, sondern auch in der Zukunft: Denn die Kundenfrequenz von morgen hängt von der Kundenzufriedenheit heute ab.“ Auch der weitere Ausbau des Glasfasernetzes soll den Telekom Partnern neue Chancen auf zusätzliche Erträge bieten. Denn die Geschwindigkeit des Ausbaus soll 2023 nochmals erhöht werden, so dass in diesem Jahr bis zu drei Millionen Haushalte an die Glasfaser angeschlossen



Georg Schmitz-Axe, Leiter Telekom Partner: „Die Kundenfrequenz von morgen hängt von der Kundenzufriedenheit heute ab.“

werden können. Darin stecke ein großes Potential für den Handel, um Kunden zu begeistern und die eigene Wirtschaftlichkeit zu verbessern, betonte Schmitz-Axe. Dafür sollen die einzelnen Geschäfte mit Bonuszielen für die lokale Glasfaservorvermarktung auf Shoppebene unterstützt werden. „In Drei-Monatssprints und mit viel Werbeunterstützung kommt Glasfaser zu unseren Kunden und bringt dem Handel Frequenz und Ertrag“, betonte Schmitz-Axe.



Die neue Unternehmenskleidung wurde so gestaltet, dass sie in jedem Alter, mit jeder Figur, zu jeder Jahreszeit und bei unterschiedlichen Kundenkontakten getragen werden kann.

Neue Kleidung für den PoS

Die rund 3.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Telekom-Shops erhalten jetzt neue Kleidung. Entworfen wurde die neue Kollektion von der Berliner Stardesignerin Marina Hoermanseder, die bereits Stars wie Lady Gaga, Rihanna und Heidi Klum eingekleidet hat. An der Entwicklung beteiligt waren auch rund 60 Mitarbeitende zwischen 25 bis 56 Jahren aus den Shops, die in Workshops ihre Wünsche an die Kleidung zum Ausdruck gebracht haben. In einer zweiten Runde wählten die Mitarbeitenden dann ihre favorisierten Modelle aus und unterzogen diese einem Tragetest. Denn Kleidungsstücke für den Einsatz am PoS zu entwerfen, ist leichter gesagt, als getan: Denn die Textilien sollen in jedem Alter, mit jeder Figur, zu jeder Jahreszeit und bei unterschiedlichen Kundenkontakten tragbar sein. Jetzt gibt es dafür ein neues Sortiment aus zehn Teilen: drei T-Shirts, drei Sweatshirts, einem Hoodie, einer sportlichen Jacke, Blazer und Sakko – ergänzt um Upcycling Accessoires wie Handytasche oder Haarbänder. Auch das Markenzeichen der Designerin, die ikonische Schnalle, kommt zum Einsatz. Ausgewählte Stücke aus der Kollektion werden in den Love Magenta Shop aufgenommen und sind damit für alle Interessierten erhältlich.

Ferri Abolhassan, Geschäftsführer Sales & Service der Telekom Deutschland, zeigte sich von der neuen Unternehmenskleidung begeistert: „Das Design basiert auf unserem Telekom ‚T‘. Gemeinsam mit unseren Shop-Kolleginnen und -Kollegen hat Marina die Kollektion sehr kreativ in Szene gesetzt. Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt, unsere Shop-Mitarbeitenden sollen sich wohl fühlen. Deshalb war mir wichtig, unsere Kolleginnen und Kollegen von Anfang an in die Entwicklung einzubeziehen.“ Wie bei der Gestaltung der Shops wurde auch bei der Unternehmenskleidung großer Wert auf Nachhaltigkeit gelegt: Sie ist aus Biobaumwolle und recyceltem Polyester hergestellt und weitgehend nach dem Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifiziert, der weltweit anerkannte Anforderungen für Bio-Textilien definiert. Nicht mehr gebrauchte Unternehmenskleidung wird recycelt und unter anderem zu trendigen Taschen und Haarbändern umgearbeitet. Auch die gesellschaftliche Vielfalt wird von der Telekom berücksichtigt: Um Diversität im Konzern zu leben und zu fördern, steht es den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unabhängig vom biologischen Geschlecht frei, ob sie sich für Damen- oder Herrenkleidung entscheiden.

Neue OLED-TV Generation von LG

Mehr Licht, mehr Komfort

LG Electronics (LG) hat auf der CES die nächste Generation seiner OLED-TVs vorgestellt, die mit neuen Bildverarbeitungstechnologien, einer verbesserten webOS-Plattform, intelligenteren Funktionen sowie weiteren Diensten aufgerüstet werden und zudem heller sind als die Vorgänger. Zum elften Mal in Folge wurden die OLED-TVs von LG in Las Vegas mit einem CES Innovation Award ausgezeichnet.

An der Spitze der 2023er OLED-Produktreihe von LG stehen die Serien Z3-, G3- und C3, die mit der LG OLED evo-Technologie und dem neuen $\alpha 9$ Gen6 4K AI-Prozessor ausgestattet sind. Der neueste Prozessor der Alpha-Serie nutzt die KI-gestützte Deep Learning-Technologie des Herstellers, um TV-Bilder und Klänge in besonders guter Qualität zu erzeugen. Beim Hochrechnen niedriger aufgelöster Inhalte kann AI Picture Pro jetzt Objekte und Gesichter erkennen, um eine besonders realistische HDR-Qualität zu erzielen. Dabei sorgt die Dynamic Tone Mapping-Technologie für mehr Tiefe und Details. Mit virtuellem 9.1.2-Surround-Sound, der mit Hilfe von AI Sound Pro im integrierten Lautsprechersystem des Fernsehers erzeugt wird, können sich die Zuschauer auch akustisch in das Geschehen auf dem Bildschirm hineinversetzen.

Mehr Helligkeit

Ein weiteres wichtiges Merkmal der neuen OLED evo G3-Serie von LG ist die Brightness Booster Max-Technologie, die mit einer neu entwickelten Lichtsteuerungsarchitektur und innovativen Lichtverstärkungsalgorithmen nach Angaben des Herstellers die Helligkeit um bis zu 70 Prozent zu erhöhen kann. Dafür werde die Lichtintensität auf Pixel-zu-Pixel-Basis abgebildet und gesteuert, heißt es in einer Pressemitteilung.

Mit dem neuen OLED TV-Sortiment will LG auch dazu bei-

Die Spitzenmodelle des neuen TV-Sortiments sind mit LG OLED evo-Technologie und einer neuen webOS-Version ausgestattet.



tragen, durch nachhaltige Kreisläufe von der Produktion bis zur Entsorgung die Umwelt zu schonen. Da OLED TVs keine Hintergrundbeleuchtung brauchen, werden für ihre Herstellung weniger Materialien benötigt als für ein LCD-Gerät. Zudem stellt LG nach eigenen Angaben viele Komponenten aus recycelten Kunststoffen her und liefert die Fernseher in Verpackungen aus, die mit einfarbigem Druck versehen sind und aus wiederverwertbaren Materialien bestehen. LG OLED TVs der neuen Generation wurden vom TÜV Rheinland für ihren geringen Blaulichtanteil und von UL Solutions für ihr flimmerfreies Bild zertifiziert, weil sie die Augen der Konsumenten schonen.

Neue webOS-Version

Die 2023er LG Fernseher werden mit der neuesten Version des Betriebssystems webOS ausgestattet. Zu ihr gehört die neu gestaltete Benutzeroberfläche All New Home, die viele Personalisierungsoptionen und mehr Komfort bietet. So erleichtern die neuen Quick Cards den Nutzern den Zugang zu den Inhalten und Diensten, die sie am häufigsten verwenden. Dafür können die Inhalte nach logischen Kategorien wie Home Office, Gaming, Musik und Sport gruppiert werden. webOS gibt den Anwendern persona-

lisierte Empfehlungen, die auf ihre individuellen Vorlieben zugeschnitten sind. Darüber hinaus kann der AI Concierge für jeden Anwender eine kuratierte Liste von Inhalten zusammenstellen, die auf der bisherigen Nutzung des Fernsehers und Suchanfragen basiert. Mit Dolby Vision und Dolby Atmos sind die neuen LG OLED-Fernseher gut für Heimkinoanwendungen ausgestattet. Zudem lassen sie sich ganz einfach mit LG Soundbars verbinden, die Mehrkanal-Surround-Sound mit IMAX Enhanced powered by DTS:X unterstützen. Dabei nutzt die neue Wow Orchestra Funktion alle Audiokanäle beider Komponenten, um einen besonders kraftvollen, realistischen Klang zu erzeugen. Mit einer Reaktionszeit von 0,1 Millisekunden, einer geringen Eingabeverzögerung und bis zu vier HDMI 2.1a-kompatiblen Anschlüssen bringen die neuen LG OLED-TVs Gaming auch die Voraussetzungen für anspruchsvolles Gaming mit. Der Game Optimizer macht es dabei möglich, schnell auf Voreinstellungen für die Anzeige von Spiele-Genres zu wechseln und bietet schnellen Zugang zu den Einstellungen für Nvidia G-Sync, FreeSync Premium sowie die variable Bildwiederholrate (VRR). Dank des neuen One Wall Designs können die neuen G3 Fernseher von LG lückenlos an der Wand montiert werden.



Die Signale werden von der Zero Connect Box kabellos zum Fernseher übertragen.

Erster Fernseher (fast) ohne Kabel

Mit dem 97 Zoll großen LG Signature OLED TV M3 hat LG Electronics auf der CES den weltweit ersten Fernseher für Endkonsumenten vorgestellt, der Video- und Audioinhalte mit bis zu 4K-Auflösung und 120 Hz in Echtzeit ohne Kabel empfängt. Zero Connect heißt diese neue Technologie, bei der eine externe Box die Signale von angeschlossenen Quellen kabellos an den Fernseher sendet. Die Zero Connect Box, die auch in einiger Entfernung vom Bildschirm platziert werden kann, hat mehrere HDMI-Anschlüsse für die Verbindung mit Zuspilern wie Set-Top-Boxen für Kabel-/Satelliten-TV, Blu-ray-Playern, Spielekonsolen etc. und kann auch mit kompatiblen Soundbars verbunden werden. Die Neuheit wurde in zwei Kategorien mit CES 2023 Innovation Awards ausgezeichnet. Für die Übertragung der Daten hat LG einen Algorithmus zur Identifikation des besten Übertragungswegs entwickelt, der auch zur Vermeidung von Übertragungsfehlern und Unterbrechungen beiträgt. So nimmt das Gerät Veränderungen in der unmittelbaren Umgebung – z. B. Bewegungen von Menschen oder Tieren – wahr und passt den Übertragungspfad entsprechend an. Für bestmögliche Signalstärke kann die Antenne der Zero Connect Box zudem leicht gedreht und/oder geneigt werden, um sie auf den Standort des Fernsehers auszurichten. Angeschlossene Geräte lassen sich mit Sprachbefehlen unkompliziert bedienen und verwalten.

Die drahtlose Signalübertragung macht es deutlich einfacher, den Fernseher in die Raumgestaltung zu integrieren, denn außer für den Stromanschluss wird kein Kabel mehr benötigt. Mit der integrierten Halterung (im Lieferumfang) lässt sich der M3 bündig an der Wand befestigen.

Neo QLED, Micro LED und OLED von Samsung

Smarte Vernetzung, mehr Inhalte

Samsung Electronics hat auf der CES das neue TV-Sortiment für 2023 vorgestellt. Die Fernseher mit den Bildschirmtechnologien Neo QLED, Micro LED und OLED zeigen sich gegenüber ihren Vorgängern vor allem in Bezug auf Vernetzung, Personalisierung und intuitive Bedienung verbessert. Auch neue Lifestyle-TVs und Zubehör wurden angekündigt.

Die TV-Generation sei Teil der Strategie von Samsung, mit Hilfe der SmartThings-Plattform eine nahtlose Multi-Device-Integration für Smart Home-Funktionalitäten über das gesamte Ökosystem hinweg zu realisieren, erklärte der Konzern in einer Pressemitteilung.

Samsung hat die neuen Neo QLED 8K- und 4K-TVs mit seinem Neural Quantum Prozessor ausgestattet, der zusammen mit den Quantum Mini LEDs durch 14-Bit-Verarbeitung sowie KI-Upscaling-Funktionen wie Shape Adaptive Light Control und Real Depth Enhancer Pro auch dreidimensionale Bilder erzeugen kann. Zudem wurde ein eigener Algorithmus für das neue Auto HDR Remastering entwickelt; er arbeitet mit einer KI-gestützten Deep-Learning-Technologie, um Standard Dynamic Range (SDR)-Inhalte zu analysieren und sie durch die Anwendung von High Dynamic Range (HDR)-Effekten heller und lebendiger zu machen.

Weil die neuen Fernseher mit dem SmartThings Zigbee & Matter Thread One-Chip Modul ausgestattet sind, ist bei Einsatz in SmartThings-Umgebungen kein separater Dongle mehr erforderlich, um die TVs mit Zigbee- und Thread-Geräten zu verbinden. Da SmartThings automatisch synchronisiert, können nicht nur Produkte von Samsung, sondern auch kompatible Geräte von Drittanbietern und IoT-Komponenten nahtlos eingebunden und gesteuert. Dazu unterstützt SmartThings ab 2023 die Standards Matter und HCA. Mit der neuen 3D Map View können die Anwender ihre angeschlossenen SmartThings-Geräte auf dem Bildschirm ihres Fernsehers überwachen, z. B. in Form einer Ansicht der Wohnung aus der Vogelperspektive. Auch dieses Feature ist dem Neural Quantum Prozessor zu verdanken, der die Bildschirme mit 14-Bit-Verarbeitung und KI-Upscaling-Funktionen so steuert, dass sie einen dreidimensionalen Bildeindruck erzeugen.

Micro LED und OLED

Zu den neuen Micro LED-Fernsehern gehören Modelle mit Bildschirmdiagonalen von 50, 63, 76, 89, 101, 114 und 140 Zoll, die durch ihre randlose Bauweise den Eindruck eines nahtlosen Übergangs der TV-Bilder in die reale Umgebung

Bei den neuen Samsung TVs (hier ein Micro LED Modell) geht es nicht nur um bessere Bildqualität. Auch smartere Funktionen, höherer Bedienkomfort und der einfache Zugriff auf mehr Inhalte sind wichtige Verkaufsargumente.



vermitteln. Nach dem Start im vergangenen Jahr rüstet Samsung sein OLED-Sortiment 2023 mit Geräten in den Größen 55, 65 und 77 Zoll auf. Auch sie sind mit dem Neural Quantum Prozessor ausgestattet; zudem setzt Samsung jetzt bei seinen OLED-TVs die von den Neo QLEDs bekannte Quantum Dot-Technologie ein, um die Helligkeit und die Farbdarstellung zu verbessern.

Die neuen Samsung OLED-TVs bieten Bildwiederholraten von bis zu 144 Hz und intelligente Funktionen, zu denen auch der Samsung Gaming Hub gehört. Diese Plattform bietet Zugang zu tausenden Spielen von Partnern wie Xbox, NVIDIA GeForce Now und Utomik, und zwar ohne Downloads, Beschränkungen des Speicherplatzes oder Konsolen. Als erste OLED-Fernseher erhielten die Samsung Geräte zudem die AMD FreeSync Premium Pro Zertifizierung für besonders intensive Spielerlebnisse.

Neue Lifestyle-TVs

Auch bei den Lifestyle-TVs von Samsung gibt es Neues. So führt der Hersteller eine neue Version seines Laser-Projektors ein: The Premiere 8K erzeugt die besonders hoch aufgelösten Bilder mit Diagonalen von bis zu 150 Zoll. Beim portablen Projektor The Freestyle macht es eine neue Smart Edge Blending-Funktion möglich, mit zwei kompatiblen Geräten ohne manuelles Ausrichten Inhalte im Seitenverhältnis von 21:9 zu projizieren. Zudem wird The Freestyle auch den Samsung Gaming Hub unterstützen.

Im verbesserten Samsung Art Store stehen neue Funktionen zur Verfügung, darunter Previews auf einen Blick und die Möglichkeit zu virtuellen Besuchen von Galerien oder Museen. Ebenfalls neu ist ein moderner, luxuriös wirkender Metallrahmen für The Frame. Zudem können neue TV-Modelle, darunter The Frame und Neo QLEDs, mit dem Auto Rotating Wall Mount & Stand so montiert werden, dass sie sich wie The Sero automatisch in die Vertikale drehen, um Videos wiederzugeben, die im Hochformat aufgenommen wurden.

Auf allen neuen Smart TVs stehen die Angebote von Samsung TV Plus zur Verfügung. Der kostenlose werbe-

finanzierte TV-(Fast) und Video-on-Demand-Dienst bietet Zugang zu mehr als 1.800 Kanälen weltweit, von denen 50 von Samsung selbst betrieben werden. Damit erreicht Samsung TV Plus 465 Millionen TV- und Mobilgeräte des Unternehmens in 24 Ländern.

Auch die Ohren kommen im 2023er TV-Sortiment von Samsung nicht zu kurz: So wird bei den neuen Flaggschiff-Fernsehern und Soundbars Sound Remastering mit KI eingesetzt, um Klangobjekte nachzubearbeiten. Das Soundbar-Flaggschiff HW-Q990C mit 11.1.4-Kanal-Sound und Dolby Atmos-Unterstützung wird durch das nur 40 mm hohe und 38 mm tiefe 3.1.2-Kanal-Gerät HW-S800B ergänzt, das kraftvollen Dolby Atmos-Sound erzeugt. Die neue Q-Symphony Soundbar nutzt die Neural Processing Unit des TVs, um Audiosignale zu analysieren und besonders detailgetreu wiederzugeben.

Auch das Thema Nachhaltigkeit spielte bei der Entwicklung der neuen TV-Produkte von Samsung eine Rolle: So bestehen 20 Prozent der für die SolarCell Fernbedienung verwendeten Halterungsteile aus recyceltem Meeresplastik, zudem werden für wichtige Komponenten der Stromversorgungsplatine recycelte Aluminiumdosen und recyceltes Kupfer verwendet.

Nicht zuletzt will Samsung mit seinen neuen Fernsehern auch Menschen mit Seh-Beeinträchtigungen unterstützen: Dafür soll der neu entwickelte Relumino-Mode in diesem Jahr für ausgewählte Samsung Neo QLED 8K- und 4K-Fernseher verfügbar sein. Mit dieser Technologie werden Konturen hervorgehoben sowie Kontrast und Farbe angepasst, damit die Inhalte deutlicher wahrgenommen werden können. Zudem hinaus stellte Samsung auch seine neue Relumino-Brille vor, die erstmals auf der CES 2018 im Rahmen seines Startup-Acceleration-Programms aus dem C-Lab gezeigt wurde. Sie wird jetzt von einer App dabei unterstützt, das visuelle Erlebnis auf dem Bildschirm zu verbessern.

Die Preise und Einführungsstermine der neuen Samsung TV-Produkte für den deutschen Markt werden später bekanntgegeben.

Die Marke Loewe ist 100 Jahre alt

Ein Jahrhundert Exzellenz

Am 22. Januar 2023 war es genau hundert Jahre her, dass Siegmund und David Ludwig Loewe in Berlin eine Marke ins Leben riefen, die in den folgenden Jahrzehnten die Unterhaltungselektronik wie kaum eine andere mit Meilensteinen in Design, Technik und Innovation geprägt hat. Dabei führte die Geschichte den Hersteller durch Höhen und (vor allem in den vergangenen Jahrzehnten) auch Tiefen, bevor er sich 2019 nach der Übernahme durch Aslan Khabliev als inhabergeführtes Familienunternehmen aufgemacht hat, die Markenwerte Made in Germany, Innovation und Design weiterzuentwickeln.



So entstehen in der Produktionsstätte am Hauptsitz in Kronach wieder unverwechselbare TV- und Audioprodukte, die zeitloses, minimalistisches Design mit zeitgemäßer Technik, bester Funktionalität und Langlebigkeit kombinieren. In Kronach werden auch die für das ganze Jahr geplanten Feierlichkeiten zum 100. Geburtstag der Marke beginnen: Am 2. März ist dort zur Eröffnung der Sonderausstellung „100 Jahre Loewe Designgeschichte“ ein feierlicher Festakt geplant, dem viele weitere Events, Aktivitäten und Kommunikationsmaßnahmen zum Jubiläum folgen sollen. Hinter allem steht die eindeutige Bot-

schaft: Die Marke Loewe soll auch in Zukunft die einzigartige Verbindung von deutscher Ingenieurskunst, Exzellenz, exklusivem Design und Qualität symbolisieren. Die Geschichte dieser Marke ist von vielen Meilensteinen geprägt: 1931 präsentierte das Unternehmen zusammen mit dem Forscher Manfred von Ardenne das erste voll-elektronische Fernsehgerät der Welt, 1933 begann die Serienproduktion. Nach der Eröffnung der Fabrik in Kronach 1948 entwickelte Loewe mit weiteren Pionierleistungen das moderne Fernsehen und die Unterhaltungselektronik kontinuierlich weiter. So etablierte der Hersteller 1951 mit dem Model Iris das erste in Serie gefertigte Fernsehgerät auf dem Markt. 1963 folgte mit dem Loewe Optaport der weltweit erste tragbare Fernseher, dessen Preis von 1.348 DM durch die Aufrüstung mit Ausstattungen wie einem UKW-Empfangsteil oder einem Akku weiter nach oben getrieben werden konnte. Nachdem Ende der sechziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts die Einführung des Farbfernsehens die TV-Bilder lebendiger und wirklichkeitsnäher gemacht hatte, stellte Loewe Anfang der 1980er Jahre mit dem Stereo-Fernseher eine weitere wichtige Innovation vor. Und mit dem Aufkommen des Internets präsentierte das Unternehmen 1997 den Xelos@Media als ersten Smart-TV.

Luxus im Fokus

Mit der Übernahme durch Aslan Khabliev, der Loewe als Eigentümer und CEO führt, hat 2019 ein neues Kapitel in der Geschichte der Traditionsmarke begonnen. Bei der Loewe Technology GmbH entstehen am Stammsitz im oberfränkischen Kronach in der mit hochtechnisierten Produktionslinien ausgestatteten Manufaktur weiterhin exklusive High-Tech-Produkte, die derzeit in 41 Ländern vermarktet werden. Mehr als 20 neue Produkte für das



Auch in Zukunft soll die Marke Loewe für zeitloses Design, technischen Anspruch und Langlebigkeit stehen.

TV- und Audio-Segment sind eindrucksvolle Zeichen für den erfolgreichen Wiedereintritt in den Markt und die Lebendigkeit der Firmen-DNA „Engineered & Made in Germany“. Im Gegensatz zur Massenproduktion stehen in der Loewe-Manufaktur in Kronach Individualität und Flexibilität der Produktkonzepte im Fokus. Der Erfolg bestätigt dieses Konzept: Seit dem Neustart haben Loewe-Produkte nicht nur durch gutes Abschneiden in unabhängigen Tests ihre Qualität und technische Leistungsfähigkeit unter Beweis gestellt, sondern sie wurden auch häufig mit Red Dot und iF Design Awards ausgezeichnet. Wie der Erfindergeist ist auch Nachhaltigkeit ein wichtiger Teil der Loewe-DNA: Das Unternehmen hat sich der Herstellung von formschönen, funktionalen, modernen und zeitlosen Geräten verpflichtet, die aus hochwertigen, oft sogar edlen Materialien in sorgfältiger Präzisionsarbeit gefertigt werden. So entstehen langlebige Produkte, die mit Energie-Effizienz, Software-Updates sowie langer Reparaturfähigkeit schon heute wichtige Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Zudem läuft die Produktion in Kronach bereits heute zu 100 Prozent mit Öko-Strom.

Weiter mit Exzellenz

Nach dem ersten Jahrhundert kann Loewe als global agierende Marke mit Stolz auf eine außergewöhnliche Historie voller Innovationskraft, Tradition und handwerklicher Perfektion zurückblicken. Nach den Herausforderungen der letzten beiden Jahrzehnte soll die Marke auch in Zukunft ihren Wurzeln treu bleiben und die Kernsegmente TV und Audio als Innovationstreiber nachhaltig prägen. Dabei setzen die Verantwortlichen der Loewe Technology GmbH eindeutig auf das Luxussegment, um die große Marke mit technischen Meisterwerken und eleganten Designikonen weltweit weiterzuentwickeln. Dazu gehört auch der Ausbau der globalen Präsenz durch die Intensivierung der Beziehungen zu bestehenden und neuen Partnern, um die Sichtbarkeit der Marke in ausgewählten Vertriebskanälen wie dem qualifizierten Fachhandel zu stärken. Zudem will Loewe in alle Kontaktpunkte mit dem Verbraucher investieren, vom Point of Sale über die Online-Präsenz bis hin zum Service.



In der Loewe-Manufaktur in Kronach entstehen exklusive High-Tech-Produkte, die derzeit in 41 Ländern vermarktet werden.

Neuer InstaView Multi-Door Kühlschrank von LG

Viel Stauraum in der Einbauküche

LG Electronics (LG) hat auf der CES 2023 einen neuen LG InstaView Multi-Door Kühlschrank vorgestellt. Das Einbaugerät bietet ein besonders großes Fassungsvermögen und ist mit einem InstaView-Spiegelpanel sowie unauffälligen Pocket-Griffen ausgestattet. Darüber hinaus kann das neue Modell Eiswürfel in vier Formen herstellen und hält Lebensmittel besonders lange frisch.

Obwohl seine Tiefe um neun Prozent geringer ist als die herkömmlicher Multi-Door Modelle, fasst der neue Instaview Multi-Door Kühlschrank ca. 700 Liter. Um das zu erreichen, hat LG den Kaltluftkanal und den Verdampfer verschlankt sowie die Dicke der Wände durch eine verbesserte Isolierung verringert. So steht für Lebensmittel und Getränke ein Stauraum zur Verfügung, der um 25 Prozent größer ist als bei den bisherigen Einbaumodellen des koreanischen Herstellers.

Elegantes Design

Das Glas des nach Angaben von LG einzigartigen

Der neue Instaview Multi-Door Kühlschrank fügt sich gut in das Design moderner Einbauküchen ein.

InstaView-Spiegelpanels bedeckt fast die gesamte rechte Tür des Kühlgeräts und ist mit glattem Edelstahl eingefasst. Durch zweimaliges Klopfen an die Scheibe kann man einen Blick ins Innere werfen, ohne die Tür öffnen zu müssen – so wird verhindert, dass dabei kalte Luft entweicht und Energie unnötig verbraucht wird. Zudem unterstreicht dieses Ausstattungsmerkmal in Verbindung mit den unauffälligen Pocket-Griffen der flachen Türen die minimalistische Ästhetik des Designs. Der neue LG InstaView Multi-Door Kühlschrank kann Eis in vier Varianten herstellen: Eiswürfel in üblicher Größe, Crushed Ice, die langsam schmelzenden Craft Ice Kugeln von LG und neue Mini-Eiswürfel, die sich nach Angaben des Herstellers besonders gut für die Kühlung von Säften, Limonaden und Cocktails eignen.



Um die Lebensmittel besonders lange frisch zu halten und hygienische Verhältnisse im eingebauten Wasserspender sicherzustellen, ist der neue Kühlschrank mit den aktuellen Technologien von LG ausgestattet. So werden Temperaturschwankungen mit LinearCooling reduziert, und DoorCooling+ sorgt nach Angaben von LG für eine im Vergleich zu herkömmlichen Systemen schnellere und effektivere Kühlung im ganzen Kühlschrank. Die Zahl der Bakterien am Ausgang des Wasserspenders wird mit Hilfe der UVnano-Technologie nach Angaben des Herstellers um bis zu 99,99 Prozent verringert.

Wann das Produkt in den deutschen Handel kommt, ist noch nicht bekannt.



Neue Funktionen, neues Design: Die zweite Generation der Luxusmarke LG Signature hatte auf der CES Premiere.

Zweite LG Signature Generation

Sieben Jahre nach ihrer Einführung der Luxusmarke hat LG Electronics (LG) auf der CES 2023 die zweite Generation der LG Signature Hausgeräte angekündigt. Die neuen Produkte bieten innovative Funktionen und Technologien für mehr Komfort. Dazu kommen neue Farben, Materialien und Oberflächen für die Integration in zeitgemäße Wohnumgebungen. Zum neuen LG Signature Portfolio gehören ein neuer Multi-Door Kühlschrank mit Dual InstaView, ein Wäschetrockner mit 7-Zoll LCD-Touch-Panel, ein Over-the-Range Mikrowellenofen mit intelligentem InstaView sowie ein Doppelherd, der mit einer eingebauten Kamera ausgestattet ist und Garzeiten sowie -temperaturen automatisch einstellen kann. Komplettiert wird das LG Signature-Portfolio durch ein Klimagerät, einen Luftreiniger, einen OLED TV und einen Weinkühlschrank. Der LG Signature Bereich auf dem CES Stand des koreanischen Konzerns wurde in Zusammenarbeit mit der italienischen Designermöbelmarke Molteni&C gestaltet, deren Produkte für eine ästhetische Atmosphäre im gezeigten Wohnzimmer sowie in Waschküche und Küche erzeugen. Ob und wann die neuen LG Signature Produkte auf den deutschen Markt kommen, wird noch bekanntgegeben.

Severin setzt Neuausrichtung fort

Severin setzt seinen Kurs fort, in den nächsten Jahren vor allem international zu expandieren. Dafür hat das Unternehmen unter der Führung von CEO Dr. Joyce Gasing in diesem Jahr wichtige Grundlagen geschaffen: So wurde das Produktportfolio gestrafft und mit mehreren High-End-Produkten und Innovationen neu ausgerichtet. Zudem wurde die Kooperation mit dem Fachhandel im Bereich Elektronik, Grillen und Baumärkte intensiviert und in den Hauptsitz des Unternehmens in Sundern, Sauerland, sowie in Prozesse und IT-Systeme getätigt. Der Umbau im Führungsteam geht weiter: Ulrich Cramer, Chief Financial Officer (CFO) des Unternehmens, wird Severin nach über sieben Jahren zum 31. März 2023 auf eigenen Wunsch verlassen.



Ulrich Cramer

Cramer, der sich neuen beruflichen Herausforderungen in einer anderen Branche stellen will, hat neben seinen Tätigkeitsschwerpunkten in Europa vor allem die Neuausrichtung von Severin in Asien und seit 2018 in China vorangetrieben. Seine Aufgaben werden interimistisch von CEO Dr. Joyce Gasing übernommen. Die Geschäftsführung und der Führungskreis von Severin sollen in den kommenden Monaten durch weitere Industrie- und Fachexperten erweitert werden.

„Auch im Namen aller Kolleginnen und Kollegen möchte ich mich bei Ulrich Cramer ganz herzlich für seinen Einsatz in den letzten Jahren bedanken“, sagte Gasing. „Mit seiner Arbeit hat er die Basis für die Neuausrichtung von Severin gelegt.“

BSH Hausgeräte kooperiert mit Salzgitter-Konzern

Die BSH Hausgeräte GmbH will die Dekarbonisierung ihrer Wertschöpfungskette mit Hilfe klimafreundlich produzierter Materialien weiter vorantreiben. Mit der Salzgitter Flachstahl GmbH – Tochterunternehmen der Salzgitter AG – wurde eine Absichtserklärung unterzeichnet, um ab 2025 aus einer neuen Produktionsroute „Grünstahl“ zu beziehen. Dieser wird über die neue wasserstoffbasierte Produktionsroute Salcos – Salzgitter Low CO₂ Steelmaking erzeugt werden. Damit soll der CO₂-Ausstoß in der Produktion schrittweise bis 2033 um 95 Prozent verringert werden.

Bereits seit 2021 bezieht die BSH erste Mengen „Grünstahl“ der Salzgitter Flachstahl GmbH mit einem um mehr als 66 Prozent niedrigeren CO₂-Fußabdruck. Dieser Stahl wird bereits für die Produktion von Gehäusehalterungen von Waschmaschinen im polnischen BSH-Werk Lodz eingesetzt.

Bereits seit 2020 entwickelt und fertigt die BSH

an allen ihren Standorten weltweit CO₂-neutral. Für das Jahr 2030 hat sich das Unternehmen ein weiteres Nachhaltigkeitsziel gesetzt: „Im Vergleich zu 2018 wollen wir unsere indirekten Scope 3 CO₂-Emissionen, die durch den Einkauf von Rohmaterialien und Teilen sowie durch die Hausgerätenutzung anfallen, um weitere 15 Prozent reduzieren“, erklärte Chief Operating Officer Lars Schubert von der BSH. „Auf der einen Seite bieten wir unseren Konsumentinnen und Konsumenten schon immer besonders energieeffiziente Produkte an. Andererseits prüfen wir aber auch ganz genau, wie man Prozesse verbessern kann, auf die wir keinen direkten Einfluss haben – zum Beispiel die Herstellung von Werkstoffen, die wir für unsere Geräte benötigen. Daher freue ich mich, dass wir gemeinsam mit dem Salzgitter-Konzern die Verringerung von CO₂-Emissionen in unserer Wertschöpfungs-

kette entschieden vorantreiben“, fuhr Schubert fort. Das Besondere am „Grünstahl“ ist das neue Produktionsverfahren, das die Salzgitter AG dafür anwenden wird. Mit dem Programm Salcos – Salzgitter Low CO₂ Steelmaking hat die Salzgitter AG gemeinsam mit Partnern aus Wirtschaft und Forschung die Grundlagen für eine nahezu CO₂-freie Stahlproduktion geschaffen, heißt es in einer Pressemitteilung. Zentrale Elemente sind Strom aus erneuerbaren Quellen und dessen Einsatz in der Produktion von Wasserstoff mittels Elektrolyse. Dieser grüne Wasserstoff wird die Kohle ersetzen, die derzeit noch im konventionellen Hochofenprozess verwendet wird. Möglich wird dies mit Hilfe von Direktreduktionsanlagen, in denen Eisenerz durch Wasserstoff direkt im festen Zustand zu Eisen reduziert wird. Bei dieser Technologie wird an Stelle von Kohlenstoffdioxid Wasserdampf ausgestoßen.

AEG

”
ICH WASCHE
JETZT KÄLTER,
SCHNELLER
UND BESSER.
“

Nachhaltigkeit ohne Kompromisse beim Waschergebnis? Alles eine Frage der Einstellung. Denn AEG Waschmaschinen mit der patentierten **UniversalDose**-Schublade lösen Waschmittel-PODS® 60 % schneller auf, im Vergleich zur klassischen Verwendung in der Trommel. So erhältst du selbst während Kalt- und Schnellwaschgängen eine extra Reinigungsleistung. Und das Beste: keine Waschmittelrückstände mehr in deiner Kleidung. Warum noch anders waschen?

FÜR ALLE DIE MEHR ERWARTEN

AEG.DE/UNIVERSALDOSE

Neuer CordZero Stausauger mit Wischmop

Auch ein neues CordZero Modell mit Steam Power Mop hatte auf der CES Premiere. Es handelt sich dabei um den ersten kabellosen Handstaubsauger von LG, der nicht nur saugen kann, sondern auch eine Dampfwischfunktion bietet. Das Gerät wurde in Las Vegas mit einem CES 2023 Innovation Award ausgezeichnet.

Dank des abnehmbaren Steam Power Mops können Oberflächen mit dem neuen LG CordZero Stausauger ganz einfach und ohne Verwendung von Reinigungsmitteln gesäubert werden. Dafür werden die Mop Pads beim Dampfwischen auf eine Temperatur von etwa 60° C erhitzt, um Flecken leichter von Fußböden zu lösen als herkömmliche Nasswischlösungen. Dass dies funktioniert, hat die Prüf- und Zertifizierungsorganisation Intertek durch einen Test bestätigt. Dabei erwiesen sich dampfbeheizte Mop Pads von LG beim Lösen von Substanzen wie z. B. angetrockneter Schokolade im Vergleich mit einem typischen Nassmopp als deutlich effektiver. Um einer Überhitzung des Dampfgenerators am Aufsatz vorzubeugen, ist der Steam Power Mop mit zwei Sensoren ausgestattet; ein automatisches Wasserversorgungssystem hält die Mop Pads während des Wischens stets feucht. Zur Sicherheit wird die Dampfzufuhr abgeschaltet, wenn die Düse vom Boden angehoben oder etwa 20 Sekunden lang nicht bewegt wird. Nach etwa einer Minute Inaktivität werden auch die rotierenden Mop Pads gestoppt. Für gute Saugleistungen sorgt die Axial Turbo Cyclone-Technologie von LG, so dass sich Staub und Schmutz leicht entfernen lassen, bevor feucht nachgewischt wird.

Zum Lieferumfang des neuen CordZero Staubsaugers gehört neben dem Steam Power Mop auch der in Deutschland bereits verfügbare All-in-One Tower. Diese platzsparende und dezente Dockingstation von LG bietet viel Platz für Zubehör und ein automatisches, hygienisches Staubbehälter-Entleerungssystem. Der Staubbeutel ist austauschbar, Statusaktualisierungen werden auf einem Display in Echtzeit angezeigt.



Der neue CordZero Stausauger wird mit einem Steam Power Mop zum Wischen und dem praktischen All-in-One Tower geliefert.

Neue Peanuts Edition von Smeg



Der neue, freistehende, weiße Retro-Kühlschrank von Smeg zeigt Snoopy, sitzend auf der Fronttür des Kühlschranks, den Blick auf Woodstock gerichtet, der in einem roten Heißluftballon in die Wolken schwebt. Bereits vor zwei Jahren hatte das Unternehmen eine erste

Sonderedition eines Retrokühlschranks mit Peanuts-Motiv aufgelegt. Der knapp 95 cm hohe FAB10 mit 101 Liter Nutzinhalt bietet viel Platz zum Kühlen frischer Lebensmittel. Komplettiert wird das energiesparende 4**** Kühl-/Gefriergerät durch ein 13 Liter fassendes Gefrierfach. Als kleiner Bruder des Kult-Kühlschranks FAB28 ist der FAB10 serienmäßig in Rot, Creme, Schwarz, Weiß, Orange, Pastellblau, Pastellgrün oder Cadillac Pink sowie in den Special Designs Union Jack und Italia erhältlich.

Neue Amica 2-in-1 Backöfen

Die neuen 2-in-1 Backöfen WBSX 949 700 E und EBSX 949 660 SM kommen mit der Dampfunterstützung „Simple FullSteam Kombidampfgarer“, einer Fettpfanne, einem Grillrost und zwei Dampfschalen inklusive. Der Unterschied liegt im Design und in der Anzahl der Back-



Amica EBSX 949 660 SM mit Dampffunktion

bleche. Die Handhabung der neuen Backöfen gestaltet sich dank FullSteam-Unterstützung besonders einfach, denn das gewünschte Automatikprogramm – 15 stehen zur Auswahl – braucht nur aufgerufen werden, und der Garprozess kann starten. Für die Dampfunterstützung sind die 2-in-1-Backöfen mit einem Wassertank ausgestattet. Über einen Dampfgenerator wird das Wasser aufgeheizt. Damit sorgt die schonende „FullSteam“-Funktion in Kombination mit klassischer Heißluft für besonders zarte und aromatische Gerichte. Die Kombidampfgarer eignen sich zum Backen (Brot, Gebäck), Rösten von Fleisch und Überbacken, Grillen, Pasteurisieren/Regenerieren, Slow Cooking, Herstellung von Joghurt und Sous Vide. Sie verfügen über insgesamt 15 Automatik-Back-/Bratprogramme mit und vier ohne Dampfunterstützung sowie elf Backofenfunktionen (Heiß-

luft mit Ringheizkörper). Sie bieten neben der Einstufung in Energieeffizienzklasse A+ ein Fassungsvermögen von 77 Liter. Über den Sixx-Timer kann die Temperatur von 0 bis 280 Grad in 10-Grad-Schritten eingestellt werden. Hinzu kommt das benutzerfreundliche, große LED-Display, das alle wichtigen Einstellungen vom Aufheizstatus über Temperatur und Zeit, die sich minutengenau erfassen lässt, regelt. Im Standby-Modus ist es stromsparend und wird automatisch dunkler. Das Display weist auch ein Icon für einen zusätzlichen Dampfstoß auf, der bei Bedarf genutzt werden kann. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen zählen die CoolDoor3, eine Leichtreinigungstür mit SoftClose und 3fach-Verglasung, ein Kurzzeitwecker sowie die Startzeitverzögerung.

Die neuen 2-in-1 Backöfen WBSX 949 700 E und EBSX 949 660 SM sind ab sofort zu Preisen von 1.249 Euro (UVP, Design: Schwarz-Glas, 2 Backbleche) bzw. 1.149 Euro (UVP, Design: Fine Mattschwarz, 1 Backblech) erhältlich.

Bauknecht Active Care Color+ Waschmaschine jetzt auch in Schwarz

Bauknecht bringt jetzt die Active Care Color+ Waschmaschine in der Trendfarbe Schwarz. Das Gerät bietet unterstützende Dampfprogramme und ist dank Energieeffizienzklasse A besonders sparsam. Mit der Active Mousse Funktion lassen sich bereits bei 20° zahlreiche Flecken entfernen, denn zu Beginn des Waschzyklus werden Wasser und Waschmittel zu einem intensiv wirkenden Schaum vermischt.

Mit Hilfe der Mengenautomatik Active Load passt sich der Wasserverbrauch an die tatsächliche Beladungsmenge an. Ein weiteres Highlight ist der Dynamic Inverter-Motor. Dank der innovativen ProSilent-Technologie sorgt der bürstenlose und damit verschleißresistente Dynamic Inverter-Motor für einen verringerten Geräuschpegel bei maximaler Laufruhe. Die Steam Hygiene-Option sorgt nach Angaben von Bauknecht für hygienische Reinheit, indem 99,9 Prozent der Viren und Bakterien beseitigt werden. Dabei erzeugt die Maschine am Ende des Waschgangs Dampf, der direkt in die Trommel geleitet wird und dort 70°C – 80°C erreicht.

Ergänzt wird das Steam Pack der Active Care Color+ Waschmaschine durch das Steam Refresh-Programm. Damit wird die Kleidung in nur 20 Minuten aufgefrischt, ohne sie zu waschen. Der Dampf dringt dabei tief in die Textilien ein, entfernt schlechte Gerüche und entspannt die Fasern. Das reduziert Knitterfalten und erleichtert das Bügeln.

Praktisch ist auch die „Stop&Add“-Funktion: In den ersten Minuten des Waschgangs kann einfach die Nachlegefunktion aktiviert und die fehlende Kleidung nachgelegt werden – ohne Einbußen bei der Waschleistung hinnehmen zu müssen.



Samsung kündigt modulare Premium-Kühlschrankserie an

Die Bespoke Infinite Line

Samsung hat auf der CES die Premium-Kühlschrankserie Bespoke Infinite Line ausgestellt. Sie ist modular aufgebaut, so dass die Einbaugeräte mit Kühlschrank, Gefrierschrank und Weinkühlschrank kombiniert werden können, um sich harmonisch in das Wohnambiente einzufügen. Das nahtlose Infinite Design war mit seinen schlichten Linien, hochwertigen Materialien und smarten Funktionen bereits auf der IFA 2022 und der area30 sehr gut bei den Handelspartnern angekommen.

Die Bespoke Infinite Line soll ab dem zweiten Quartal 2023 in Deutschland exklusiv im ausgewählten Küchen- und Möbelfachhandel erhältlich sein. „Unsere neuen Einbau-Kühlschränke der Bespoke Infinite Line bringen zeitlose Ästhetik und hohe Zuverlässigkeit in die Premium-Küche“, kommentierte Diana Diefenbach, Senior Managerin Technical Product Management and Communication bei Samsung. „Sie kombinieren hochwertige Materialien mit modularem Design und bieten einen perfekten Mix aus Stil

und Leistung.“ Das Infinite Design zeichnet sich durch eine matte Metallic-Oberfläche in der Farbe „Timeless Greige“ aus, von der sich ein umlaufender Gold-Kupfer-Rahmen markant abhebt. Die kratz- und stoßfeste Oberfläche aus strapazierfähigem Aluminium ist leicht zu reinigen. Unterstrichen wird der elegante Eindruck durch Black Metal Cooling an der Innenseite der Kühlschranktür. Sie speichert zudem die Kälte lange, um die Temperatur nach Kälteverlusten schnell wieder auszugleichen. Ein Lichtband am inneren Rahmen und an den Regalen strahlt in alle Richtungen, um den Innenraum gut auszuleuchten.

Viel Komfort

Die Ausstattung der Kühlgeräte ist auf viel Komfort ausgelegt. Ein seitlich platzierter Berührungssensor an der Tür macht es möglich, diese praktisch ohne Kraftaufwand zu öffnen, auch wenn die Hände gerade voll oder fettig sind. Zum Kühlschrank gehört ein spülmaschinenfester, BPA-freier Pitcher, der automatisch mit gefiltertem Wasser aufgefüllt werden kann, das sich mit Früchten oder Kräutern aromatisieren lässt. Mit dem Dual Auto Ice Maker können Eiswürfel in zwei verschiedenen Größen hergestellt werden. Damit Lebensmittel wie Fleisch, Fisch, Gemüse und Obst lange frisch bleiben, können die Nutzer zwischen zwei



Mit ihrem eleganten Erscheinungsbild fügen sich die Einbau-Kühlschränke der Bespoke Infinite Line von Samsung harmonisch in das Design hochwertiger Küchen ein.

Lagertemperaturen in der Flex-Schublade wählen. Auch der Weinkühlschrank bietet mit drei separaten Temperaturzonen hervorragende Lagerbedingungen für die edlen Tropfen. Mit der SmartThings Energy App von Samsung kann der Stromverbrauch der Geräte überwacht werden. Zudem gibt die App Tipps, wie sich der Stromverbrauch reduzieren lässt, und im AI Energy Mode können Nutzungsmuster sowie weitere energierelevante Faktoren analysiert und Einstellungen angepasst werden, um Energie zu sparen. Der Kühlschrank und der Gefrierschrank haben eine kombinierte Kapazität von 805 Litern, der Weinkühlschrank fasst bis zu 101 Flaschen.

Amica
for living

Gutes tun für Wäsche und Umwelt

Die neuen Profis zum Waschen und Trocknen

Für Endverbraucher, die Wert auf Energieeffizienz und eine möglichst geringe Umweltbelastung legen, aber auf Komfort nicht verzichten wollen, sind die neuen Wäsche Profis genau das Richtige.

Die Waschmaschine WA 484 081 überzeugt mit Energieeffizienzklasse A und verbraucht besonders wenig Strom. Dank integrierter Mengenautomatik ist auch der Wasserverbrauch gering. Der Wärmepumpentrockner WTP 489 031 verwendet die beim Trocknungsvorgang entstehende Abluft wieder. Das sorgt für eine Energieersparnis von bis zu 50 Prozent. Durch Einsatz des klimaschonenden Kältemittels R290 ist das Gerät sehr „eco friendly“.

www.amica-group.de

imm 2024 wieder im Januar

Nach ihrer pandemiebedingten Pause und der Sonderausgabe imm Spring Edition vom 4. bis 7. Juni dieses Jahres soll die internationale Möbel- und Einrichtungsmesse imm cologne im nächsten Jahr auf ihren traditionellen Termin im Januar zurückkehren und vom 14. bis 18. Januar 2024 auf dem Kölner Messegelände stattfinden. Wie auf der Sonderveranstaltung im Juni sollen eine angepasste Laufzeit und der Fokus auf Fachbesucher ein effizientes Messegeschehen sicherstellen.

„In enger Abstimmung mit der Industrie und den beteiligten Verbänden freuen wir uns sehr, bekanntgeben zu können, dass die imm cologne ab 2024 wieder zu ihrem angestammten Januartermin zurückkehrt“, kommentierte Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse. „Die zu Jahresbeginn herrschende Dynamik bildet den perfekten Zeitpunkt, Industrie und Handel zusammenzubringen, um die Lebenswelt von morgen gemeinsam zu gestalten.“



Auch Elmar Duffner, Präsident des Verbands der Deutschen Möbelindustrie (VDM), begrüßte die Entscheidung über den künftigen imm-Termin. „Dies erleichtert unseren Herstellern die Planung“, sagte der CEO der Vivonia-Gruppe. „Der über Jahrzehnte etablierte Januar-Zeitpunkt findet in der Branche die größte Unterstützung.“

Die imm cologne richtet sich, wie auch die imm Spring Edition, vor allem an Fachbesucher. Für Endverbraucher soll es die Möglichkeit geben, die Messe auf Einladung zu besuchen.

Vodafone Premium Konzept bei Euronics XXL Johann + Wittmer

Die High-Tech Fabrik von Johann+Wittmer in Ratingen präsentiert sich ihren Kundinnen und Kunden nach erfolgreichem Umbau mit einem moderneren Markenauftritt und deutlich erweitertem Warenangebot. Neu ist eine exklusive Verkaufsfläche, auf der das Unternehmen im Rahmen des Premiumpartner-Konzeptes das Dienstleistungsportfolio von Vodafone anbietet.

Mit dem Vodafone Premiumpartner-Konzept will Mitinhaber Dirk Wittmer den bewährten Servicegedanken des Fachmarkts, in dem Kundennähe seit jeher eine große Rolle spielt, auf eine neue Stufe heben. „Mit dem Vodafone Shop-in-Shop-Konzept bieten wir unseren Kunden ab sofort eine attraktive Anlaufstelle für alle Belange und Lösungen rund um Vodafone“, erklärte Wittmer. „Unsere Fachberater stehen für alle Fragen rund um den Mobilfunk, Festnetz, Internet oder TV zur Verfügung.“ Das Premium-Schulungskonzept des Mobilfunkanbieters



60 Jahre Wertgarantie

In diesem Jahr feiert der Hannoveraner Geräteversicherer Wertgarantie seinen 60. Geburtstag. Aus diesem Anlass wird es jeden Monat eine neue Aktion geben.

Bereits im Januar gab es 60 Goldbarren zu gewinnen. Die besten Vermittler in den Märkten, die im ersten Monat die meisten Wertgarantie-Verträge abgeschlossen haben, erhielten Goldbarren im Wert von je 600 Euro. Darüber hinaus wurden die 80 nächstbesten Teilnehmer mit weiteren Preisen belohnt.

„Verträge sind bei Wertgarantie im Januar bares Gold wert“, erklärte Thilo Dröge, Wertgarantie-Geschäftsführer Vertrieb, und ergänzte: „Je mehr Verträge im Aktionszeitraum vermittelt werden, umso größer ist die Chance auf einen Gewinn. Wir wollen auch 2023 gemeinsam mit unseren Partnern im Fachhandel erfolgreich sein und freuen uns umso mehr auf ein tolles Geburtstagsjahr!“

sichert die Beratungskompetenz der Rater auch für zukünftige Entwicklungen.

Der Service geht über die reine Beratung hinaus, denn auf der Vodafone-Insel können Geräte direkt vor Ort an Vorführanschlüssen ausprobiert werden, um die Produktwelt von Vodafone sichtbar und erlebbar zu machen. Auch bei Fragen zu bestehenden oder neuen Verträgen helfen die Fachberater gerne weiter. „Wir können jetzt die optimalen Serviceleistungen anbieten, die der Konsument in einem Vodafone-Shop erwartet“, betonte Wittmer. „Von der Auswahl des passenden Smartphones über den individuell besten Tarif bis hin zum Zubehör bekommt man alles bei uns direkt vor Ort. Auch bei Fragen rund um Internet-Anschlüsse, Festnetz-Telefonie und Fernsehen können wir beraten und auch gleich die passenden Verträge und Geräte anbieten. Wenn der Kunde dann nach Hause geht, hat er die betriebsfertige Lösung dabei.“

ARD beendet Engagement auf der IFA

Die Intendanten und Intendantinnen der in der ARD zusammengeschlossenen Anstalten haben auf einer Sitzung in Potsdam beschlossen, das Engagement der ARD auf der IFA in Berlin zu beenden. Stattdessen wollen die Verantwortlichen die Präsenz der ARD auf der re:publica ab 2023 ausbauen. Das Festival für die digitale Gesellschaft ist nach eigenen Angaben die größte Konferenz ihrer Art in Europa und findet vom 5. bis 7. Juni 2023 unter dem Motto „CASH“ in der Arena Berlin sowie dem Festsaal Kreuzberg statt.

„Wir treiben die Reformen in der ARD weiter voran und setzen unsere Priorität im Digitalen“, erklärte der ARD-Vor-

sitzende Tom Buhrow. „Dafür müssen wir uns auf andere Bereiche fokussieren und Mittel umschichten. Die ARD war über viele Jahre gerne zu Gast bei der IFA und hat sich dort dem Publikum präsentiert. Nun ist die Zeit für neue Dialogformate, um unmittelbarer und kontinuierlich mit allen Menschen im Gespräch zu bleiben.“

Die ARD überprüft deshalb ihre Gesamtkonzeption für die ARD-Präsenz auf Messen und Kongressen. Ziel sei es, noch intensiver in den direkten Austausch mit den Nutzern und Nutzerinnen zu kommen, heißt es in einer Pressemitteilung. Hier biete die re:publica eine geeignete Plattform, um einem jüngeren und digital-affinen Publikum das vielfältige Angebot der ARD zu präsentieren. Die re:publica 2022 verzeichnete nach eigenen Angaben an drei Konferenztagen 21.000 Besucher.

„Als Veranstalterin der IFA Berlin bedauern wir, dass sich die ARD 2023 nicht in ihrer angestammten Halle 2.2 präsentieren wird“, kommentierte die Branchenorganisation gfu Consumer + Home Electronics auf LinkedIn die Entscheidung. Zur Absage sagt ARD-Vorsitzender Tom Buhrow, „dass es ‚Zeit für neue Dialogformate‘ sei. Da das neue IFA-Team für die 99. Ausgabe an innovativen digitalen Angeboten und Formaten vor Ort arbeitet, hoffen wir, die ARD im Jahr 2024 wieder unter dem Funkturm begrüßen zu können. Bis dahin sind wir sicher, mit der inhaltlichen Neuausrichtung unseren Branchen eine großartige #berlintechweek bieten zu können.“

ENO kooperiert mit Wertgarantie

ENO, nach eigenen Angaben einer der führenden Distributoren im ITK-Bereich, der Produkte und Dienstleistungen in den Bereichen Smartphones & Tablets, Netzvermarktung, Festnetz & Netzwerk, Automotive, Smart Home, Computer & Peripherie, Home Entertainment, Weiße Ware, Gaming, UCC und Zubehör vertreibt, hat eine Kooperation mit Wertgarantie, dem Spezialversicherer für Haushalts- und Konsumelektronik, Fahrräder, E-Bikes und E-Scooter sowie Smart Home-Anlagen, Hörgeräte und Hausleitungen, bekanntgegeben.

„Mit Wertgarantie können wir unseren Händlern eine erfolgsversprechende Zusatzleistung anbieten“, erklärte Sven Gösch, Leiter BU Mobile Devices & Gaming bei ENO. „Es ist ein perfektes Produkt für den PoS mit einer vielversprechenden Margensteigerung. Ich freue mich sehr, dass wir diesen wichtigen Schritt mit Wertgarantie gegangen sind. Das Konsumverhalten von Elektrogeräten hat sich enorm verändert, wodurch die Geräteschäden und die Reparaturkosten stark ansteigen. Mit Wertgarantie können wir die Gerätenutzungsdauer verlängern und so den Elektroschrott reduzieren.“

„Mit ENO gewinnen wir einen wichtigen Partner in der Distributionslandschaft“, fügte Thilo Dröge, Geschäftsführer Vertrieb bei Wertgarantie, hinzu. „Gerade an dieser Stelle ist es für uns wichtig, den Hebel anzusetzen, denn nichts ist besser, als den Komplettschutz direkt beim Gerätekauf abzuschließen. Das gehört ebenso wie die passende Schutzfolie oder Hülle direkt dazu.“

Durch die Kooperation bietet ENO einen kompletten Rundumschutz, der über die Herstellergarantie hinausgeht. So sind die Geräte z. B. gegen Diebstahl, Cyberangriffe, Wasserschäden oder Akkudefekte geschützt.

Händler, die sich für die neue Dienstleistung interessieren, können sich unter www.eno.de/wertgarantie informieren oder den Vertrieb unter vertrieb@eno.de kontaktieren.

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 Adwork • Markscheiderhof 31
45481 Mülheim/Ruhr • Tel. 0177 - 7221088

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 25 v. 1. Januar 2023.

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



Wagners Welt: Ein Rentner beobachtet die High-Tech-Branche

Kein Schluck mehr ohne App



Foto: Ingrid Wagner

Im fortgeschrittenen Rentenalter sollen Menschen bekanntlich sorgfältig darauf achten, genug zu trinken. Dabei kann man sich (nicht nur als Rentner) jetzt von Apple unterstützen lassen, denn die findigen Gesellen aus Cupertino haben nicht nur Smartphones, Tablets, PCs und Notebooks im Programm, sondern auch die nach Einschätzung des Herstellers „intelligenteste Trinkflasche der Welt“.

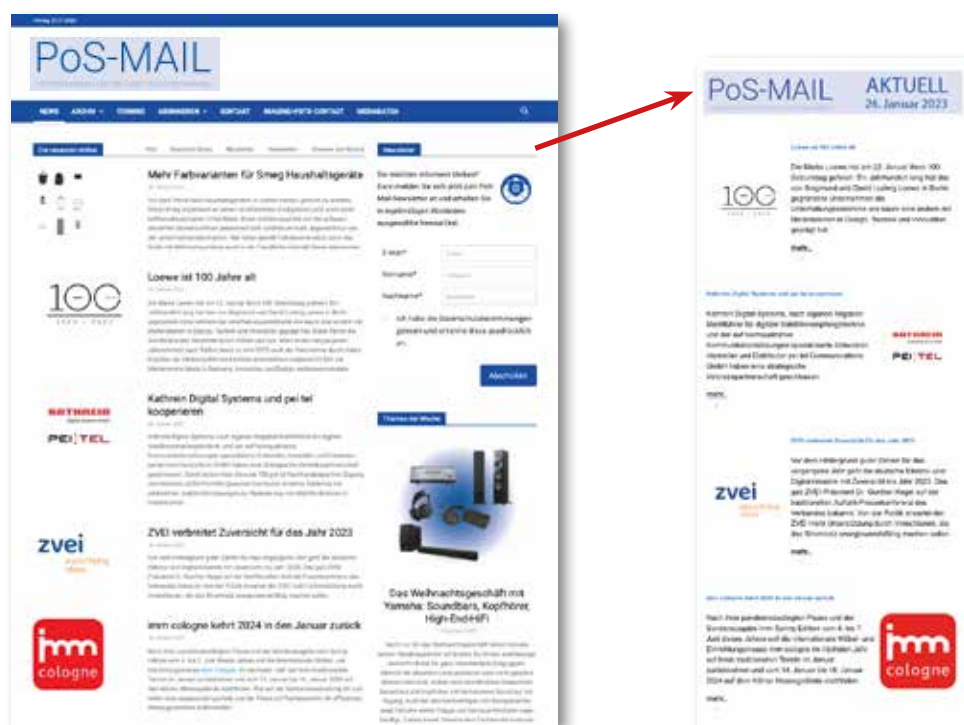
Dass diese Innovation notwendig ist, steht für mich außer Frage, denn ich habe im Laufe meines langen Lebens jede Menge höchst unintelligenter Flaschen kennengelernt – manche davon saßen sogar im Vorstand. Aber Spaß beiseite: HidrateSpark Pro heißt das

Gefäß, das zunächst durch das durchaus sinnvolle Feature besticht, die Getränke bis zu 24 Stunden lang kalt zu halten. Das Ding wird nicht von Apple selber produziert, sondern von einem Unternehmen namens HidrateSpark, das die Schreibweise Hidrate zwar eigenwillig verändert, sich aber so gut mit Flaschen auskennt, dass es eine digitale Variante entwickelt hat. Die HidrateSpark Pro kommuniziert nämlich per Bluetooth mit Mobilgeräten von Apple und ist deswegen besonders schlau. Mit Hilfe der dazugehörigen App berechnet das Ding anhand von Körperdaten den Flüssigkeitsbedarf seines Besitzers und informiert diesen mit Hilfe bunter LEDs, wenn es Zeit für den nächsten Schluck ist. Die getrunzene Menge wird gemessen und an Apple Health gesendet, damit die App weiß, dass man genug getrunken hat. Dazu kann man sogar individuelle Trinkziele festlegen.

Ob die App einen bei der Krankenversicherung, beim Arzt oder gar bei der Ehefrau verpetzt, wenn man zu viel oder zu wenig getrunken hat, weiß ich nicht. Ebenso wenig ist mir bekannt, ob schon eine Variante geplant ist, mit der man den Konsum alkoholischer Getränke steuern kann. Wer zu viel intus hat, kriegt dann die Flasche einfach nicht mehr auf. Deshalb bleibe ich lieber bei nicht vernetzten, analogen Trinkgefäßen. Am liebsten ist mir das Weinglas. Prost!

Herzlichst Ihr

www.PoS-MAIL.de – Die News-Plattform für Ihre aktuelle Werbung



www.PoS-MAIL.de ist das tagesaktuelle Medium für verlässliche Informationen aus der Welt der Consumer Electronics, Weiße Ware, Telekommunikation, IT, Smart Home und der Fotobranche. Neben den Nachrichten gibt es einen Kalender mit den Terminen für Messen, Kongresse und Tagungen, die Rubrik „Themen der Woche“ und ein PDF-Archiv mit allen seit der Premiere im März 2000 erschienenen Ausgaben von PoS-MAIL.

Bitte fragen Sie uns nach attraktiven Kombi-Angeboten für Ihre Online- und Print-Kampagnen.

PoS-MAIL Newsletter: Sie möchten informiert bleiben? Dann melden Sie sich jetzt zum PoS-Mail-Newsletter an und erhalten Sie in regelmäßigen Abständen ausgewählte Newsartikel.

Auf unserer Internetseite www.PoS-MAIL.de finden Sie alle weiteren Informationen.

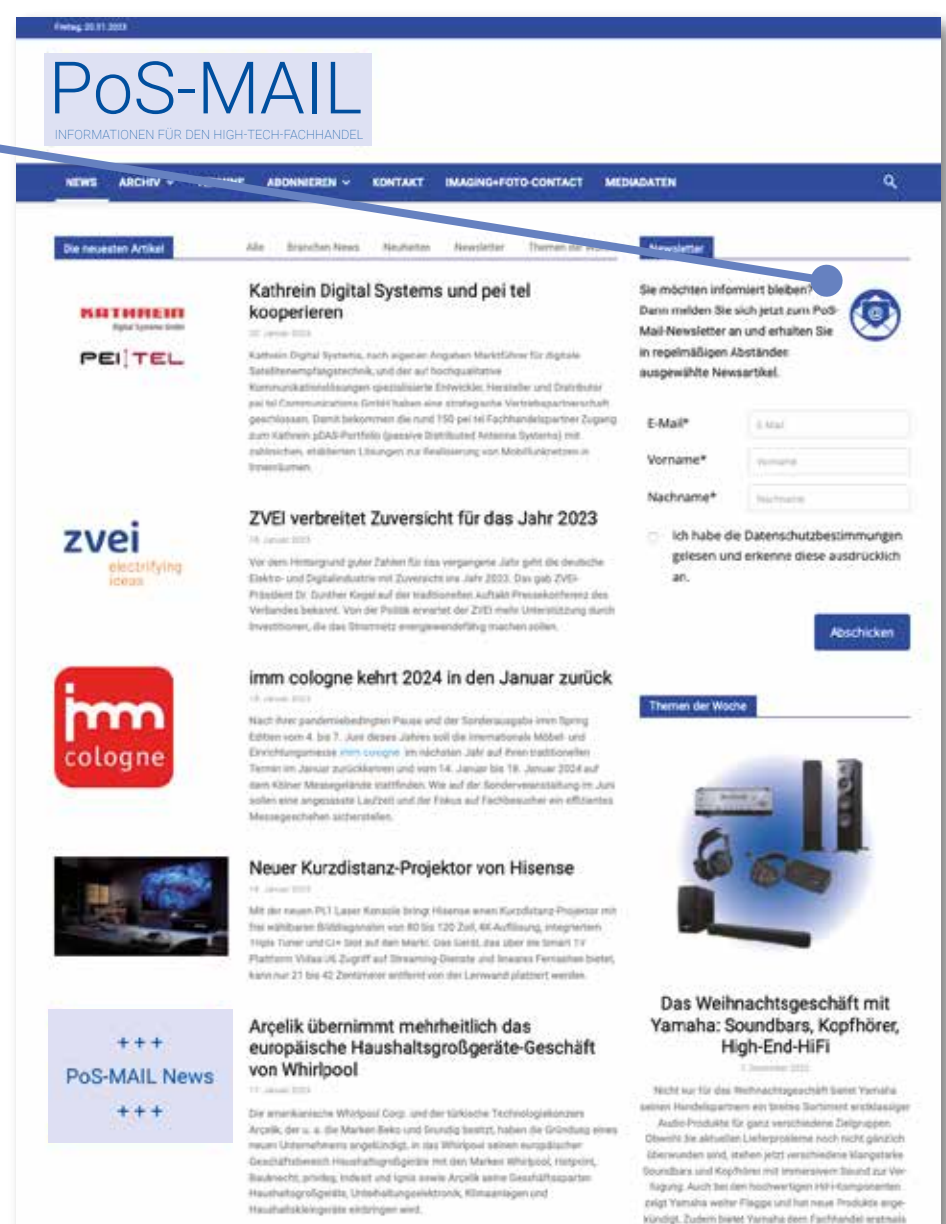
PoS-MAIL im Internet

www.PoS-MAIL.de

Tagesaktuelle News, Termine sowie
ein umfangreiches PoS-MAIL Archiv



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.