

Die neue OLED TV-Generation von LG



Spitze in Bild und Ton

Ab April führt LG Electronics die auf der CES angekündigte neue Generation von OLED TVs auf dem deutschen Markt ein. Die mit dem neuen $\alpha 11$ 4K AI-Prozessor ausgestatteten Modellreihen OLED evo G4 und OLED evo M4 (mit Zero Connect Technologie, ab zweites Halbjahr) legen nicht nur die Messlatte für erstklassige TV-Bilder noch höher, sondern bieten in Verbindung mit Soundbars wie der neuen DSG10TY auch eine Klangwiedergabe, die höchsten Ansprüchen gerecht wird. Zusätzlich sorgt die neue Bedienoberfläche webOS 24 bei allen neuen LG TVs einschließlich der

OLED evo C4-Serie für das Volumengeschäft und der Einsteigergeräte der B4-Serie für noch leichteren Zugriff auf die Inhalte. Mit den vier Produktlinien und zahlreichen Bildschirmgrößen bietet LG auch in diesem Jahr dem Fachhandel wieder das größte Sortiment im Wachstumssegment OLED an. Auch bei den Soundbars hat der koreanische Hersteller nachgelegt: Das Produktportfolio wird in diesem Jahr um neue Modelle ergänzt, die zum Teil speziell für das Zusammenspiel mit bestimmten TV-Modellreihen entwickelt wurden, um Augen und Ohren gleichermaßen anzusprechen.

Elf Jahre nach der Einführung des ersten OLED TVs durch LG soll der neue α11 4K AI-Prozessor das Seh- und Klangerlebnis in diesem Segment auf ein neues Niveau heben. Dafür sorgt nicht nur die Künstliche Intelligenz mit erweiterten Deep Learning Funktionen: Der α11 4K AI-Prozessor wurde speziell für OLED Displays entwickelt und kann mit seiner hohen Rechenleistung jedes der 33 Millionen Sub-Pixel eines 4K-Bildschirms einzeln ansteuern, während herkömmliche Prozessoren, die auch für LED-TVs eingesetzt werden, nur einzelne Segmente adressieren können.

Die Künstliche Intelligenz verbessert vor allem die Upscaling-Funktionen: Sie können die Darstellung einzelner Objekte und ganzer Hintergründe sichtbar verbessern und geringer aufgelöste Inhalte in Echtzeit auf 4K hochskalieren. Zusätzlich verfeinert der KI-Prozessor die dargestellten Farben, indem er häufig verwendete Töne analysiert, um die vom Filmregisseur beabsichtigte Stimmung abzubilden. So werden in Szenen mit vielen warmen Tönen die roten und gelben Nuancen präzise hervorgehoben, um eine gemütliche Atmosphäre zu erzeugen.

Die Verbesserung der räumlichen Tiefe durch die Technologie Dynamic Tone Mapping Pro bringt feine Details noch besser zur Geltung. Zu diesem Zweck wird das Bild in einzelne Segmente eingeteilt, von denen jedes einzelne in Echtzeit analysiert wird, um dann Helligkeit und Kontrast für präzise HDR-Wiedergabe zu justieren.

Mit der Brightness Booster Max-

Der neue α11 4K AI-Prozessor erzeugt ein nochmals verbessertes Seh- und Klangerlebnis.



Technologie werden die TV-Bilder der neuesten OLED evo M4- und G4-Serien von LG noch heller. Im Vergleich zu Geräten ohne diese Technik wurde die Flächenhelligkeit bis zu 70 Prozent und die Spitzenhelligkeit bei HDR-Inhalten sogar um bis zu 150 Prozent gesteigert.

Dank einer 4K-Bildwiederholffrequenz von 144 Hz (Ausnahme: 97 Zoll OLED M4 und G4 mit 4K/120 Hz) und umfassenden HDMI 2.1-Funktionen sind die neuen LG OLED Fernseher auch eine sehr gute Empfehlung für Gamer. Dank Nvidia G-Sync und AMD FreeSync werden Tearing und Ruckeln zuverlässig vermieden. Der Game Optimizer macht es einfach, zwischen den Display-Voreinstellungen für verschiedene Spielgenres zu wechseln.

Kongenialer Sound

Der neue α11 4K AI-Prozessor spielt seine Stärken nicht nur bei den TV-Bildern, sondern auch bei der Tonwiedergabe aus. Die AI Sound Pro

Technologie trennt nicht nur Stimmen effektiv von Hintergrundgeräuschen, sondern wandelt den 2.0-Kanal-Sound auch in einen virtuellen 11.1.2-Surround-Sound um, der das Gefühl vermittelt, akustisch mitten ins Filmgeschehen einzutauchen. Besonders effektiv funktioniert das, wenn TVs der LG OLED evo G4- und M4-Serien mit der speziell auf diese Modelle abgestimmten Soundbar DSG10TY kombiniert werden, die mit 420 Watt echte HiFi-Soundqualitäten auf die Ohren bringt.

Dank WowCast Built In lässt sich die Soundbar kabellos mit kompatiblen TV-Geräten verbinden und eignet sich deshalb besonders gut als Ergänzung für wandmontierte Fernsehgeräte. Denn auch das Design wurde auf die ultradünnen OLED Displays abgestimmt.

Gleichzeitig wurde die AI-Raumkalibrierung für die 2024er Soundbars von LG verbessert. Wie bei der Vorgänger-Generation analysiert die Triple Level Spatial Sound-Techno-



Nicht nur die Technik, auch das Design von Soundbars wie der DSG10TY wurde auf die ultradünnen OLED Displays abgestimmt.

logie in Sekunden die Akustik eines Raumes und passt die Klangeinstellungen der Soundbar an. Bei der neuen Generation werden nun auch Rücklautsprecher in diese Analyse einbezogen. Das funktioniert mit Boxen, die im Lieferumfang einer LG Soundbar enthalten sind, ebenso wie mit nachträglich hinzugefügten Komponenten.

Personalisierte Fernseher

Die neueste Version des LG Betriebs-

systems webOS bietet in der neuen TV-Generation von LG noch komfortableren Zugriff auf die individuell bevorzugten Inhalte. So begrüßt schon der Startbildschirm mit personalisierten Empfehlungen; für bis zu zehn Nutzer lassen sich individuelle Profile anlegen und jeweils mit einem Passwort absichern. Quick Cards sortieren Inhalte und Dienste in den Kategorien Musik, Spiele und Sport in einer Weise, die dem Design mobiler Benutzeroberflächen ähnelt.

Alle neuen LG OLED Modelle – sowohl die evo M4- und G4-Varianten als auch die Serien C4 und B4 – können in den kommenden Jahren dank webOS Re:New-Programm mit vier Updates auf die jeweils aktuellste webOS Version aufgerüstet werden. Das bedeutet Zukunftssicherheit. Zudem lässt sich die neue TV-Generation per webOS mit allen Smart-Home-Geräten verknüpfen, die den universellen Standard Matter für erweiterte IoT-Interoperabilität unterstützen. Auch Apple AirPlay und Google Chromecast sind an Bord, so dass sich Inhalte von externen Geräten unkompliziert auf die OLED TVs übertragen lassen.

Während die Serien G4 und C4 bereits ab April erhältlich sind, wird die B4-Serie ab Mai auf den Markt kommen. Die Einführung der neuen M4-Generation mit Zero Connect Technologie ist für das zweite Halbjahr geplant. Und wenn alles klappt, können die Besucher des LG IFA Standes den ersten Blick auf den transparenten OLED TV mit Zero Connect Technologie werfen, der auf der CES bereits für Furore sorgte.

Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment LG Electronics Germany

„Optimismus und Zuversicht“

Nachdem das Jahr 2023 von Rückgängen auf dem TV-Markt gekennzeichnet war, hofft die Branche für dieses Jahr angesichts großer Sportereignisse und innovativer Produkte auf eine Erholung. PoS-MAIL hat mit Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment LG Electronics Germany, darüber gesprochen, ob er das auch so sieht.



Daniel Schiffbauer

PoS-MAIL: Herr Schiffbauer, laut Hemix sind Absatz und Umsatz im TV-Geschäft im Jahr 2023 jeweils um knapp 11 Prozent zurückgegangen. Wie hat LG in diesem Umfeld abgeschnitten?

Daniel Schiffbauer: Wir konnten uns dem allgemeinen Trend nicht entziehen und

haben im OLED Segment auch leicht Marktanteile verloren. Das ist keine Überraschung, denn der Wettbewerb ist hart, und als Nummer Eins wird man sozusagen von allen Seiten attackiert. Zudem sind wir als OLED Display-Hersteller nicht mehr allein, denn ein großer Technologiekonzern hat, wie Sie wissen, im vergangenen Jahr kräftig in dieses Segment investiert. Trotzdem sind wir mit unserem Geschäft nicht unzufrieden, denn wir haben einen überproportionalen Marktanteil bei den großen Bildschirmen, und wir sind besonders im Fachhandel weiter gewachsen. Dass wir bei Anbietern mit geringer Beratungskompetenz etwas abgenommen haben, ist das Ergebnis unserer Vertriebsstrategie.

PoS-MAIL: Die Branche hofft auf eine Erholung des TV-Geschäftes in diesem Jahr. Sie auch?

Daniel Schiffbauer: Ich bin tatsächlich der Meinung, dass wir die Talsohle durchschritten haben, obwohl die ersten Wochen des Jahres 2024 noch keinen deutlichen Aufwärtstrend

gezeigt haben. Trotz der überproportionalen Wachstumsraten in den Jahren 2020 und 2021 sehen wir bei konservativer Prognose für das laufende Jahr ein Marktpotential von 4,4 Millionen Geräten oder 3,1 Milliarden Euro Umsatz. Das wären 7 Prozent mehr als im Vorjahr. Bei einer positiven Prognose komme ich sogar auf 4,7 Millionen Stück und 3,3 Milliarden Euro Umsatz. Das wäre ein Plus von 15 Prozent.

PoS-MAIL: Wird LG von solchen Wachstumsraten angemessen profitieren können?

Daniel Schiffbauer: Ich bin überzeugt davon, dass wir gemeinsam mit dem Fachhandel erfolgreich sein können. Darauf bereiten wir uns sorgfältig vor, denn unsere Vertriebsmannschaft ist besser als jede KI. Zudem sind wir sicher, mit dem a11 4K AI-Prozessor, dem webOS 24 Betriebssystem und dem MLA-Panel die besten Produkte zu haben. LG ist die starke Marke für TV und insbesondere für die OLED Technologie, die weiter an Bedeutung gewinnen wird. Der TV-Markt schlummert zwar, aber er ist stabil und kann jederzeit wachsen. Deshalb sehen wir das Jahr 2024 mit Optimismus und Zuversicht. Wir wollen die Nachfrage zusammen mit dem Fachhandel aktivieren.

PoS-MAIL: Die aktuellen Krisen werden ja leider nicht von selbst verschwinden. Woher nehmen Sie Ihren Optimismus?

Daniel Schiffbauer: Wir sind tatsächlich noch mitten in verschiedenen Krisen, und der Fernseher, über den wir uns ja über die aktuelle Weltlage informieren, steht sozusagen im Auge des Sturms. Trotzdem liegt es meiner Meinung nach vor allem in den Händen jedes einzelnen Menschen, wie sehr er oder sie das Leben von diesen Krisen prägen lässt. Darum sagt LG mit vollem Recht: „Life’s good.“ Ich habe diesen Slogan nicht erfunden, aber ich finde ihn wichtig, und er macht auch mir Mut. Denn aus den Krisen kommt man tatsächlich nur, wenn die Menschen ihr eigenes Leben gut finden. Dafür gibt es auch im Jahr 2024 viele Gründe.

PoS-MAIL: Herr Schiffbauer, wir danken für dieses Gespräch.