

Wertschöpfung mit LG OLED-TVs



Wachstum durch Größe

Nachdem der TV-Markt im zweiten Quartal durch den Einfluss der Fußball-Europameisterschaft Anzeichen von Erholung gezeigt hat, kommt es im vierten Quartal für den Fachhandel darauf an, den positiven Trend zu stabilisieren und dabei nicht nur Stückzahlen zu verkaufen, sondern auch Wertschöpfung zu erzielen. Hier bietet LG in seiner Parade-disziplin OLED besonders attraktive Möglichkeiten.

Dabei setzt der Hersteller auf große Bildschirme. Nicht ohne Grund ist der koreanische Konzern bei Fernsehern mit Bildschirmdiagonalen über 75 Zoll mit einem Anteil von 38 Prozent (nach Wert) Marktführer und trägt damit wesentlich zum positiven Trend bei den Durchschnittspreisen bei. Denn der höhere Bon ist praktisch ausschließlich dem Wachstum bei großen Bilddiagonalen zu verdanken.

Neben der hohen Bildqualität hat LG auch erstklassige Soundlösungen zu bieten, die kürzlich besonders gute Ergebnisse bei der Stiftung Warentest erzielt haben. Ein weiteres Verkaufsargument ist das Betriebssystem webOS, das in diesem Jahr seinen 10. Geburtstag feierte und mit permanenten Verbesserungen zum Mittelpunkt zukunftsweisender Smart-Life-Umgebungen werden kann.

Dass Daniel Schiffbauer, Director Home Entertainment bei LG Electronics Deutschland, vor allem auf große Bildschirmdiagonalen setzt, hat gute Gründe. „Wer sich beim Blick auf die aktuellen Marktzahlen nur auf die Durchschnittspreise konzentriert, kann leicht falsche Schlüsse ziehen“, so der Manager im Gespräch mit PoS-MAIL. „Denn der stabile oder sogar leicht positive Trend betrifft keinesfalls alle Bildschirmgrößen, sondern ist der Nachfrage nach großen Bildschirmdiagonalen geschuldet. Das freut zum einen uns als Hersteller, da wir im Segment von TVs über 75 Zoll Marktführer sind, ist aber auch ein wichtiger Faktor für den Fachhandel. Viele unserer Partner haben sich bereits darauf eingestellt, dass im Segment von 77 Zoll und größer Wachstumsraten von 20 Prozent zu verzeichnen sind und präsentieren diese faszinierenden Bildschirme deshalb prominent in ihren Geschäf-

ten.“ Die starke Marktposition von LG bei großen Bildschirmen ist auch darauf zurückzuführen, dass der koreanische Konzern in diesem Segment besonders gut aufgestellt ist. So stehen in den OLED evo Serien G4 und M4 Geräte mit Bildschirmdiagonalen von bis zu 97 Zoll zur Verfügung. Diese Riesen beeindruckt nicht nur durch ihre schiere Größe, sondern auch durch ihre Bildqualität: Während herkömmliche Prozessoren, die auch für LED-TVs eingesetzt werden, auf OLED Displays nur einzelne Segmente ansteuern können, adressiert der von LG speziell für OLED Bildschirme entwickelte $\alpha 11$ 4K AI Prozessor jedes der 33 Millionen Subpixel einzeln und erzielt so eine spektakuläre Bildqualität.

Möglich wird das durch wegweisende Technologien, die LG in den $\alpha 11$ 4K AI Prozessor eingebaut hat. So erkennt er mit AI Picture Pro dank Genre- und Szene-Erkennung die Art

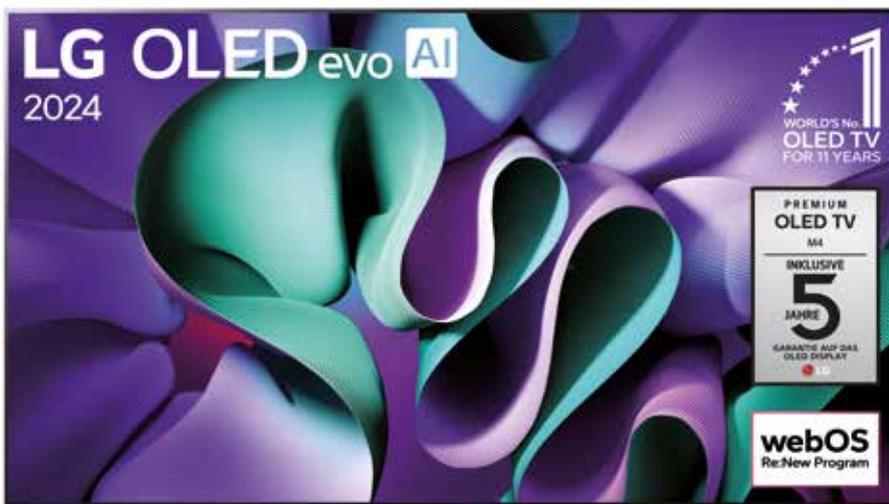


Die Zero Connect Box überträgt 4K Video- und Audiosignale kabellos zum LG OLED evo M4.

und Qualität des Originalinhalts und stellt Klarheit und Schärfe automatisch darauf ein. Auf diese Weise werden Gesichter, Texte sowie Vorder- und Hintergrundobjekte präzise herausgearbeitet. Dabei erzeugen die neue Light Control Architecture und der Brightness Booster Max um bis zu 70 Prozent hellere und damit brillantere Bilder, deren Spitzenhelligkeit um bis zu 150 Prozent über der von konventionellen OLED-TVs liegt. So bleiben auch in hellen Umgebungen die Details in dunklen Filmszenen sichtbar.

Da es immer noch relativ wenige native 4K Inhalte gibt, ist die AI Super Upscaling Technologie des $\alpha 11$ Prozessors ein wichtiges Verkaufsargument. Denn damit werden auch niedrig aufgelöste Inhalte praktisch ohne Verzögerung auf 4K hochskaliert – und zwar in einer Qualität, die kaum von „echten“ 4K-Inhalten zu unterscheiden ist.

Für eindrucksvollen Klang, der gut zu den faszinierenden TV-Bildern passt, sorgt die AI Sound Pro Technologie des $\alpha 11$ Prozessors. Sie analysiert die eingehenden Audio-Signale und kann 2.0-Kanal-Sound in virtuellen 11.1.2-Surround-Sound umwandeln; davon profitiert besonders die Wiedergabe von Stimmen. Mit Auto



Der LG OLED evo TV M4 bietet kabelloses (außer Netzversorgung) Entertainment bis zu einer Bildschirmgröße von 97 Zoll.



Volume Leveling wird zudem die Lautstärke beim Umschalten automatisch an das vorher eingestellte Niveau angepasst; Auto Balance Control sorgt für einen besonders harmonischen, ausgeglichenen Klang.

„LG ist nunmehr im elften Jahr die Nummer 1 bei den OLED-TV's – mit einem aktuellen Marktanteil von ca. 40 Prozent“, betonte Schiffbauer. „Denn wir waren nicht nur lange Zeit der einzige Hersteller dieser Displays für Fernsehgeräte, sondern wir haben auch von Anfang an viel in Technologien investiert, um den bauart-bedingten Qualitätsvorteil dieser Bildschirme bestmöglich sichtbar zu machen. Das ist einer der Gründe, warum unsere Fernseher immer wieder bei Tests ganz vorne liegen – zuletzt waren zwei Geräte unserer C3-Serie unter den Testsiegern bei der Stiftung Warentest, die sich dabei allerdings auf Bildschirmgrößen bis zu 65 Zoll beschränkt hat. Die 2024er Geräte 55G48LW,

65C47LA und 65G48LW sind seit dem neuesten Testupdate auch ganz vorne mit dabei (ebenfalls Testnote 1,7). Dieses Ergebnis ist wieder ein Beispiel dafür, dass wir nicht nur beim Umsatz, sondern auch bei der Qualität eine Führungsposition einnehmen. Mit dem α11 4K AI Prozessor und den OLED evo Displays unserer G4- und M4-Serien haben wir die Messlatte in diesem Jahr nochmals nach oben verschoben. Zudem bietet unsere M4-Serie dem Fachhandel noch ein weiteres Verkaufsargument: Dank der Zero Connect Box kann der Fernseher die 4K Video- und Audiosignale kabellos empfangen.“

Smartes Entertainment mit webOS

Für das erstklassige Produkterlebnis, das LG-Fernseher ihren Anwendern bieten, ist nach Ansicht von Schiffbauer nicht nur die Bildqualität wichtig, sondern auch das Betriebs-

system webOS, das sich ganz einfach an die individuellen Vorlieben seiner Nutzer anpassen lässt. „webOS bedeutet nicht nur Komfort, sondern auch Zukunftssicherheit“, stellte Schiffbauer fest. „Denn im Rahmen des webOS Re:New-Programms bringen wir nicht nur ältere LG Smart TVs auf den neuen Stand, sondern geben auch den Käuferinnen und Käufern unserer neuen Geräte die Sicherheit, mit insgesamt vier garantierten Upgrades die jeweils aktuellste webOS-Version für ihre Geräte nutzen zu können. Diese Upgrades sind wichtig: Denn wir wollen webOS von der Entertainment- zu einer Smart-Life-Plattform ausbauen.“

Tatsächlich ist webOS bereits heute mehr als nur ein komfortabler Weg, die gewünschten Inhalte abzurufen, auch wenn das Betriebssystem in dieser Disziplin Maßstäbe setzt: Der Starbildschirm enthält individuelle Empfehlungen und lässt sich ganz einfach auf die Vorlieben der jeweili-

LG Soundbars bei Stiftung Warentest vorn

Im aktuellen Soundbar-Vergleichstest der Stiftung Warentest (Heft 9/2024) hat das LG Flaggschiff DS95TR unter allen getesteten Soundbars mit einer Gesamtnote von Gut (1,8) am besten abgeschnitten. Damit erreichte das Produkt im Abschluss-Ranking Platz 2 hinter einer deutlich höheren, tieferen und viel schwereren Soundplate eines anderen Herstellers.

Im Vergleich „Soundbars mit dem besten Ton“ belegte LG zudem mit den Modellen DS90QY und DS95QR auch die Plätze 3 und 4. In der Kategorie der „bestklingenden Soundbars bis 500 Euro“ waren mit den Modellen DS80QY, DSP9YA, DSPD7Y und DS70TY gleich vier LG Produkte unter den Top 5 und platzierten sich auf den Rängen 1, 2, 4 und 5. Zum Preis-Leistungs-Sieger des Tests ernannte die StiWa ebenfalls ein LG-Gerät: die Soundbar DSP9YA mit Gesamtnote Gut (2,1).

Das LG Flaggschiff DS95TR erwies sich bei der Stiftung Warentest als die beste von allen getesteten Soundbars und erhielt die Gesamtnote Gut (1,8).

gen Nutzer zuschneiden. Zusätzlich sortiert die Quick Card UI verschiedene Inhalte und Dienste in Kategorien wie Filme, Serien, Musik, Spiele und Sport, um den Zugriff so einfach wie möglich zu machen.

Bei diesen Features soll es nicht bleiben: Nicht weniger als 740 Millionen US-Dollar hat LG für den Ausbau der webOS-Plattform bereitgestellt. Damit soll das Betriebssystem, das bereits jetzt von deutlich mehr als 200 Millionen TV-Nutzern in 180 Ländern eingesetzt wird, zu einem smarten Ökosystem ausgebaut werden, zu dem neben Entertainment und Gaming-Inhalten auch Infotainment-Lösungen für Fahrzeuge, digitale Be-

schilderungen, smarte Monitore und Projektoren gehören. Dabei arbeitet der Konzern auch mit externen Partnern zusammen, zu denen im Gaming-Segment z. B. Razer und MediaTek gehören. Erst unlängst begrüßte LG auf dem webOS Summit 2024 in Incheon, Südkorea, rund 300 Teilnehmer aus 140 Partnerunternehmen und 24 Ländern. Im Rahmen dieser Veranstaltung wurden auch die Gewinner eines internationalen webOS TV Hackathons für App-Entwickler gekürt. Den mit 100.000 USD dotierten 1. Platz sicherte sich dabei der Entwickler Couchplay aus Deutschland.

„Dass Inhalte für das gesamte Pro-

dukterlebnis genauso wichtig sind wie die Hardware, ist seit der Erfindung des Schlagworts ‚Content is King‘ nicht mehr neu“, erklärte Schiffbauer. „Trotzdem gibt es in vielen Verkaufsgesprächen noch Luft nach oben, wenn es darum geht, das Anwendungsspektrum eines hochwertigen Fernsehers zu erklären. Als Plattform, die bereits jetzt über 4.000 Apps für Unterhaltung, Heim-Fitness, Bildung und Gaming bereitstellt und mit LG Channels einen attraktiven, kostenlosen Streamingdienst beinhaltet, ist webOS ein wichtiger Vorteil, mit dem man die Kundinnen und Kunden für einen neuen LG OLED TV begeistern kann.“