

Die neue OLED TV-Generation von Panasonic

# Spitzenqualität für Auge und Ohr

Panasonic bringt das auf der CES angekündigte neue OLED-TV-Sortiment (siehe PoS-MAIL 1-2/2025, S. 14) in den kommenden Wochen und Monaten auf den deutschen Markt. Vor allem in den Produktlinien Z95B und Z90B setzt der japanische Hersteller viele eigene Technologien ein, die nicht nur für hellere Bilder, sondern auch für eindrucksvollen 360°-Sound sorgen, der in den Top-Modellen die Handschrift der Ingenieure von Technics trägt. Fire TV und Alexa-Integration mit Sprachsteuerung machen die Bedienung komfortabel.

Besonders viele eigene Weiterentwicklungen von Panasonic finden sich in der neuen OLED-Flaggschiff-Serie Z95B, die ab Juni mit Bildschirmdiagonalen von 55 (UVP 2.999 Euro), 65 (UVP 3.999 Euro) und 77 Zoll (UVP 5.999 Euro) erhältlich ist. Bei diesen Fernsehern kombiniert Panasonic Primary RGB



*In der neuen OLED-Flaggschiff-Serie Z95B finden sich besonders viele eigene Technologien von Panasonic.*

Tandem Panels mit dem eigenen ThermalFlow Kühlsystem, um die Präzision der Farbwiedergabe und die Helligkeit der Bilder nochmals zu steigern. Möglich wird das durch eine völlig neu gestaltete thermische Belüftung, die ähnlich wie ein Kamin die Wärme nach oben ableitet. Dadurch lässt sich die hohe Helligkeit des Panels durchgängig nutzen, ohne die Genauigkeit der Wiedergabe zu beeinträchtigen. Der HCX Pro AI Processor MK II erzeugt mit der 4K Remaster Engine detailreiche Bilder aus praktisch

allen üblichen Quellen. Das zeigt sich u. a. durch feinere Abstufungen und eine besonders wirksame Rauschunterdrückung beim Streaming. Besonders gut funktioniert das bei Inhalten von Amazon Prime, bei deren Wiedergabe der Prime Video Calibrated Mode die Parameter automatisch an das jeweilige Genre anpasst. Dolby Vision IQ verbessert zusätzlich den Kontrast; diese Funktion wird durch Sensoren für das Umgebungslicht unterstützt, um die Helligkeit auf die aktuellen Verhältnisse abzustimmen – und

zwar sowohl bei Standard- als auch HDR-Inhalten.

Mit den Z95B TVs kehren auch die Calman-Kalibrierung und die ISF-cc-Unterstützung zur Feinabstimmung der Farbgenauigkeit zurück. Damit lässt sich nach Angaben von Panasonic eine Bildschirmleistung nach Industriestandards erreichen, die für professionelle Umgebungen entwickelt wurden. Mit der Calman Mehrpunkt-Graustufenkalibrierung, dem CMS und der neu integrierten 3D-LUT-Unterstützung könnten Nutzer die bisher präziseste Farbwiedergabe erzielen, betonte der Hersteller. Für Fachhändler, die Calibration-as-a-Service (CaaS) anbieten, machen diese Tools den Kalibrierungsprozess einfacher und effizienter.

Für eindrucksvollen Klang ist die Z95B-Serie mit dem neu gestalteten, von Technics abgestimmten 360° Soundscape Pro System ausgestattet, das mit nach vorne und nach oben abstrahlenden sowie seitlichen Lautsprechern eine besonders breite Klangbühne erzeugt. Ein neuer Tieftöner, dessen Leistung im Vergleich zum Vorgänger um 50 Prozent auf 30 Watt gesteigert wurde, steuert dazu satte Bässe bei.

Bei den Empfangsoptionen bleiben dank des Penta Tuners, der Satelliten-, terrestrischen, Kabel-, IPTV- und TV-zu-IP-Empfang unterstützt, keine Wünsche offen. Zusätzlich stehen USB-Aufnahme inkl. Timeshift und ein erweiterter Channel Editor zur Verfügung.

Mit seinem flachen Design, hochwertigen Stoffen für die Lautsprecher-Verkleidungen, abnehmbaren



Das 360° Soundscape Pro System des Z95B wurde von Technics abgestimmt.

Abdeckungen für die Terminals, verschiedenen Schwenkoptionen und einer reduzierten Tiefe bei der Wandmontage lässt sich der Z95B gut in praktisch jede Wohnumgebung integrieren. Die Geräte unterstützen Apple AirPlay und Apple Home, NVIDIA G-Sync und die AMD Freesync Premium-Technologie, eine Bildwiederholfrequenz von bis zu 144 Hz und den True Game Mode.

## Z90B-Fernseher und neue Einstiegsserie

Viele der bei den Z95B-Spitzenmodellen eingesetzten Technologien finden sich auch in der neuen Z90B Serie, für die Panasonic den HCX Pro AI Processor mit MK II Master OLED Pro-Panels kombiniert. Für den Sound ist Dynamic Theater Surround Pro zuständig, das von Dolby Atmos, einem 30 W-Subwoofer und nach vorne abstrahlenden Lautsprechern unterstützt wird. Die Geräte sind ab Juli in den Größen 42 (UVP 1.699 Euro), 48 (UVP 1.799 Euro), 55 (UVP

2.199 Euro), 65 (UVP 2.899 Euro) und 77 Zoll (UVP 4.999 Euro) erhältlich.

Für den Einstieg in die OLED-Technologie bietet Panasonic mit der Z80B Serie ab September neue Fernseher mit Diagonalen von 48 (UVP 1.299 Euro), 55 (UVP 1.449 Euro) und 65 Zoll (UVP 1.899 Euro) an, die mit dem HCX-Prozessor ausgestattet sind, der mit Dolby Vision, dem Filmmaker Mode und HDR10+ aktuelle Technologien für authentische Wiedergabe unterstützt.

Dank dem Game Mode Extreme, der AMD FreeSync Premium-Zertifizierung, HDMI 2.1, einer High Frame Rate und VRR mit bis zu 120 Hz ist er auch für Gamer geeignet. Für guten Ton sind Panasonic Surround Sound Pro und Dolby Atmos an Bord, die Fire TV Oberfläche macht den Zugriff auf zahlreiche Inhalte einfach. Zudem ist der Z80B auch mit Apple Airplay und Apple Home kompatibel.



Philipp Maurer, Panasonic Country Manager DACH

# Premium-Konzepte für mehr Wertschöpfung

Im Rahmen der Open House Veranstaltung Anfang Mai stellte Panasonic in der Europa-Zentrale in Wiesbaden zahlreiche neue Produkte vor, darunter das 2025er TV-Sortiment. PoS-MAIL nutzte die Gelegenheit, mit Philipp Maurer, Country Manager DACH, über die Perspektiven für das laufende Jahr und die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel zu sprechen.

**PoS-MAIL:** Herr Maurer, kurz vor Ihrer Open House Veranstaltung hat Ihre Muttergesellschaft in Japan Restrukturierungsmaßnahmen angekündigt, zu denen auch der Abbau von 10.000 Arbeitsplätzen gehört. Welche Auswirkungen erwarten Sie für Ihren Verantwortungsbereich?

**Philipp Maurer:** Wir untersuchen derzeit mögliche Auswirkungen dieser Ankündigung auf unsere europäischen Aktivitäten. Zum jetzigen Zeitpunkt liegen uns keine weiteren Informationen vor, die über die von unserem CEO, Herrn Kusumi,

gemachten Angaben hinaus gehen würden.“

**PoS-MAIL:** Sie machen sich also keine Sorgen um das TV-Geschäft, das ja im Februar thematisiert wurde.

**Philipp Maurer:** Nein, denn was wir damals gesagt haben, gilt noch heute: Wir wollen unsere Leistungsfähigkeit in dieser Kategorie verbessern, indem wir Innovationen auf den Markt bringen und unsere Position durch Kooperationen und Partnerschaften weiter stärken. Hier in Wiesbaden stellen wir unser neues, starkes und erweitertes TV Line-up vor. Mit OLED, Mini LED und LED können wir mit einigen der besten Technologien der Branche auf höchstem Niveau mithalten.

Wir sind überzeugt, dass der Handel die Fortschritte begrüßen wird, die die Produktpalette für 2025 verspricht – übrigens unser größtes und bestes TV Line-up seit vielen Jahren. Wie bekannt, blicken wir auf eine lange Tradition im Produktbereich TV zurück und bieten unseren Kunden ein faszinierendes Fernseherlebnis und erstklassige Bildqualität, auf der wir in diesem Jahr weiter aufbauen werden.



*Philipp Maurer: „Wenn im Markt weniger Fernseher verkauft werden, dann muss mit jedem einzelnen Produkt eine höhere Wertschöpfung erzielt werden.“*

**PoS-MAIL:** Wo liegen die besonderen Stärken Ihres neuen TV-Sortiments?

**Philipp Maurer:** In der Kombination von erstklassigem Design mit bester Technik. Das gilt natürlich besonders für unsere neue OLED-Flaggschiff-Serie Z95B, in der wir mit eigenen Technologien nicht nur eine besonders hohe Helligkeit und präzise Farbwiedergabe erreichen, sondern mit dem von Technics abgestimmten 360° Soundscape Pro System

ein echtes Alleinstellungsmerkmal haben. Natürlich hat dieses Gesamtpaket auch seinen Preis, und gerade das macht unsere Produkte für den Fachhandel so interessant. Denn wenn im Markt weniger Fernseher verkauft werden, dann muss mit jedem einzelnen Produkt eine höhere Wertschöpfung erzielt werden. Genau das machen wir mit unserem Premium-Konzept möglich.

**PoS-MAIL:** *Kommt das bei Ihren Handelspartnern auch so an?*

**Philipp Maurer:** Viele Fachhändler haben das bereits gut verstanden und setzen deshalb auf Panasonic. Wir unterstützen unsere Partner gern – nicht nur mit Produkten, sondern auch mit Marketing-Maßnahmen und der Ausbildung des Verkaufspersonals, z. B. im Rahmen unserer Mehrwert-Tage.

**PoS-MAIL:** *Von der Zollpolitik des amerikanischen Präsidenten sind derzeit chinesische Hersteller besonders betroffen. Müssen Sie nicht befürchten, dass Ware, die in den USA nicht verkauft werden kann, zu niedrigen Preisen in Europa auftaucht und hier die Märkte beeinflusst?*

**Philipp Maurer:** Solche Effekte sind natürlich nicht auszuschließen, aber konkrete Zahlen sind mir nicht bekannt. Als Premium-Anbieter dürften wir von einer solchen Entwicklung weniger getroffen werden, denn Produkte, die ursprünglich für den amerikanischen Markt gedacht sind, kann man in Europa nicht so leicht verkaufen. Unser Sortiment ist tech-

nisch und ästhetisch auf sehr hohem Niveau. Die Produkte sind auf Kunden in Deutschland abgestimmt, z. B. durch die Bedienoberflächen und die Senderlisten. Das gibt dem Fachhandel gute Argumente gegenüber Billigangeboten, falls diese tatsächlich in großer Zahl stattfinden sollten.

**PoS-MAIL:** *Welche Produktbereiche sind für Panasonic derzeit außerhalb des TV-Geschäfts wichtig?*

**Philipp Maurer:** Alle. Denn Panasonic ist mit Ausnahme von großen Hausgeräten ein Vollsortimenter. Besonders erfolgreich sind wir derzeit mit unseren Lumix Kameras, mit denen wir im April einen Marktanteil von über 11 Prozent im Vollformat-Segment erreichen konnten.

Im Open House stellen wir mit der Lumix S1 Mark II ein neues Topmodell für die professionelle Foto- und Video-Produktion vor. Dazu kommt die Lumix S1 Mark IIE, die speziell auf videobasierte Workflows ausgelegt ist, denn immer mehr Vlogger und Influencer setzen auf professionelles Equipment, weil sich anspruchsvolle Inhalte allein mit Smartphones nicht realisieren lassen. Deshalb investieren wir auch weiter in unser Camcorder-Segment.

**PoS-MAIL:** *Bei den Elektrokleingeräten gibt es zur Zeit erfreuliche Wachstumsraten. Kann Panasonic davon auch profitieren?*

**Philipp Maurer:** Wir profitieren nicht nur von dieser Entwicklung, sondern wir treiben sie aktiv mit Innovationen voran, z. B. mit unserer Kombi-Mikro-

welle, die auch fettarmes Heißluft-Frittieren ermöglicht, oder mit Air Fryern, die sich mit Dampftechnologie oder einem Sichtfenster von anderen unterscheiden. In Kürze bringen wir mit dem neuen Multicooker, der hier im Open House präsentiert wird, ein besonders innovatives Produkt auf den Markt, das dem gemeinsamen Kochen am Tisch neue Impulse geben kann. Denn dieses Gerät beherrscht nicht nur verschiedene Zubereitungsarten wie Dämpfen, Grillen und Braten, sondern hat auch eine eingebaute Dunstabzugshaube mit Aktivkohlefilter. So können Sie mit der ganzen Familie am Tisch bruzzeln, ohne dass danach die ganze Wohnung nach Essen riecht.

**PoS-MAIL:** *Wie entwickelt sich Ihr Beauty-Sortiment?*

**Philipp Maurer:** Auch hier verzeichnen wir deutliches Wachstum. Besonders erfolgreich sind wir mit unseren Haartrocknern sowie dem Shaving- und Trimming-Sortiment. Ähnlich wie bei den Fernsehern geht es hier vorwiegend um Premium-Produkte, mit denen wir unseren Handelspartnern eine hohe Wertschöpfung ermöglichen. Dafür haben wir eigene Fachhandelssortimente zusammengestellt, die sich von den Online-Angeboten unterscheiden. Die Erfahrung zeigt, dass unsere Partner dies besonders zu schätzen wissen.

**PoS-MAIL:** *Herr Maurer, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.*