

# Philips TV bringt neues OLED-Flaggschiff Spitze in Bild und Ton



*Der neue Philips OLED+935 TV wurde bereits mit dem EISA Award als Home Theatre TV 2020 ausgezeichnet.*

**Mit dem neuen Philips OLED+935 bringt TP Vision noch in diesem Herbst einen Fernseher auf den Markt, der mit weiterentwickelter Prozessor-Technologie, vierseitigem Ambilight und einem audiophilen Soundsystem von Bowers & Wilkins neue Maßstäbe in Bild- und Tonqualität setzen soll. Nicht ohne Grund wurde diese Neuheit bereits mit dem EISA Award als Home Theatre TV 2020 ausgezeichnet.**

Das Herzstück des neuen Philips OLED+935 ist die vierte Generation des P5-Prozessors mit einer nochmals verbesserten AI-Technologie. Sie analysiert die Bildsignale auf der Basis einer Datenbank, die in den Entwicklungslabors von Philips TV in den drei Jahrzehnten aufgebaut worden ist und mehrere Millionen Textclips enthält. Das führt nicht nur zu weiteren

Verbesserungen der Ausgangssignale, Farben, Kontraste, Bewegungsdarstellungen und Schärfe, sondern ermöglicht auch eine bessere Balance zwischen diesen Faktoren, um einen besonders realistischen, natürlichen Bildeindruck zu erzeugen. Das AI-System arbeitet mit einer neuen, selbstlernenden Schärfefunktion, einem verbesserten AI-Smart Bit Enhancement System und einer Weiterentwicklung der Perfect Natural Reality (PNR) Funktion. Auch die Technologien zur Verhinderung von Burn-In Effekten wurden deutlich verbessert. Das System kann in nicht weniger als 32.400 Zonen statische Inhalte erkennen und die Intensität der Lichtleistung genau an der jeweiligen Stelle graduell abschwächen, ohne die Darstellung in anderen Teilen des Bildschirms zu beeinträchtigen. Das führt nach Angaben von TP Vision zu einer 95prozentigen Reduzierung von Einbrenn-Effekten bei statischen Bildelementen wie Logos und bestimmten Spielinhalten.

Der neue P5 AI+ Prozessor bietet zusätzlich eine nochmals verbesserte HDR-Leistung und unterstützt HLG, HDR10 sowie HDR10+ ebenso wie Dolby Vision und den Dolby Bright Mode.

## Neues Sound-Niveau

Das mit Bowers & Wilkins entwickelte Soundsystem des OLED+935 ergänzt kongenial die spektakulären TV-Bilder. Es arbeitet mit speziellen Dolby Atmos Elevation Treibern sowie zentral Tweeter-on-Top platzierten Hochtönern und steckt in einer Soundbar, die gemeinsam mit einem minimalistischen Metallarm als Standfuß des Fernsehers fungiert. Die von Bowers & Wilkins entwickelte Tweeter-on-Top Bauweise verhindert, dass die Hochtöner von den größeren Lautspre-

## Neue Kopfhörer



Die Philips T8505 TWS ANC In-Ear Kopfhörer kommen bereits im Oktober auf den Markt.

Mit dem Philips T8505 TWS ANC In-Ear Kopfhörer und dem Schwestermodell T8805 bringt TP Vision im Oktober ein Premium-Soundsystem auf den Markt, das mit großen 13mm Neodymium Lautsprechern, ovalen akustischen Röhren und Ohr-Einsätzen in drei Größen Tonqualität, Komfort und Abschirmung von Nebengeräuschen verbindet. Mit Bluetooth 5.0 Technologie und Google Fast Pair ist es besonders einfach, die Ohrhörer mit Android Mobilgeräten zu verbinden. Berührungen und Fingertipps genügen, um Abspielfunktionen zu starten, Musikstücke zu überspringen oder die Wiedergabe zu unterbrechen. Die Push-to-Talk Ausstattung macht es möglich, die Sprachassistenten von Google oder Siri zu nutzen.

Das Mittelklasse-Modell T5505 bietet mit 8mm Neodymium Treibern und runden akustischen Röhren ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis in der Mittelklasse. Beide In-Ear Kopfhörer-Modelle sind feuchtigkeitsgeschützt nach IPX4.

Ebenfalls neu bei Philips TV & Audio ist der Philips H9505 Over-Ear ANC Kopfhörer mit aktivem Noise Cancelling, der im November auf den Markt kommen soll.

chern beeinflusst werden und erzielt so praktisch verzerrungsfreie Höhen. Zusätzlich wirkt die robuste Gehäuse-Konstruktion aus Glasfiververstärktem Kunststoff unerwünschten Resonanzen entgegen.

Die insgesamt zehn Lautsprecher des OLED+935 sind in einer 3.1.2 Konfiguration angeordnet, bei der drei 19mm Titanium Hochtöner den Sound nach vorne in die Richtungen links, mitte und rechts abstrahlen. Die Gitter der Hochtöner sind nach demselben Prinzip konstruiert, das die legendäre 800 Serie Diamond Produktlinie von Bowers & Wilkins auszeichnet. Neben vier 50mm Mitteltönern sorgt eine 10x65mm messende Subwoofer-Einheit für satte Bässe, die bei Bedarf noch verstärkt werden können.

Auch der neue OLED+935 kann mit DTS Play-Fi in drahtlose Multiroom-Umgebungen integriert werden.

## Erstklassiges Design

Mit seinem ultraschlanken Gehäuse, der rahmenlosen Konstruktion und dem edlen Metall-Finish strahlt der Philips OLED+935 auch in Sachen Design Premium-Atmosphäre aus. Die elegante Fernbedienung mit beleuchteten Tasten vermittelt ebenfalls einen sehr hochwertigen Eindruck, der durch den Lederbezug an den Seiten und auf der Rückseite noch verstärkt wird. Mit vierseitigem Ambilight spielt der Fernseher das Alleinstellungsmerkmal von Philips TV eindrucksvoll aus. Hier steht mit einer neuen „Wellness“ Ausstattung neben der Funktion Sonnenaufgang jetzt auch ein Einschlaf-Modus zur Verfügung.

Der neue Philips OLED+935 ist mit den Bildschirmdiagonalen 55 und 65 Zoll im September lieferbar. Eine 48 Zoll Version soll im Oktober folgen. →

# Murat Yatkin, Managing Director TP Vision D/A/CH

## „Wir beginnen jetzt zu ernten“

**PoS-MAIL:** Herr Yatkin, trotz der Corona-Krise hat die gfu für das erste Halbjahr gute Zahlen bekanntgegeben. Dabei hat sich – für viele überraschend – ein ordentliches Plus beim TV-Umsatz und -Absatz gezeigt. Hat TP Vision mit den Philips TVs an dieser erfreulichen Entwicklung teilgenommen? Welche Gründe gibt es Ihrer Meinung nach für diesen positiven Geschäftsverlauf?

**Murat Yatkin:** Tatsächlich hat sich der Markt insbesondere bei TVs sehr gut entwickelt, woran wir als Philips TV & Sound auch sehr gut partizipiert haben. In einigen Bereichen haben wir uns sogar deutlich besser entwickelt als der Markt. Insofern sind wir mit dem Geschäftsverlauf in diesem Jahr sehr zufrieden. Wir sind bei Fernsehern eine der am stärksten wachsenden A-Marken und haben gleichzeitig den Durchschnittspreis deutlich steigern können. Für unsere Partner ist es dabei besonders wichtig, dass wir eine gesunde Wertschöpfung ermöglichen.

Natürlich hat uns dabei die insgesamt positive Marktentwicklung geholfen, die noch im April nicht vorhersehbar war. Die Reaktion der Endkunden auf die Pandemie ist für unsere Branche auf jeden Fall hilfreich. Allerdings ist das für uns nur ein Teil

der Wahrheit, denn wir haben uns in diesem Jahr geschäftlich auch anders aufgestellt. Diese Früchte beginnen wir jetzt zu ernten.

**PoS-MAIL:** Inwiefern arbeiten Sie jetzt anders als noch im letzten Jahr?

**Murat Yatkin:** Ich habe schon zu Beginn des Jahres darauf hingewiesen, wie wichtig eine sorgfältige und genaue langfristige Planung ist. Wir haben deshalb unsere Prozesse verändert und arbeiten jetzt auch mit unseren Partnern im Handel anders zusammen, indem wir substantieller und genauer beraten. Wir sind ein verlässlicher Partner, der Zahlen, Daten und Fakten zur Verfügung stellt und die Planung individualisiert. Unsere Partner haben von uns jeweils ein eigenes, speziell geplantes IFA- und Saisonkonzept erhalten. Wir wollen es aber nicht bei der Planung belassen, sondern gehen auch proaktiv auf Händler zu und bieten Hilfe an, wenn es Probleme gibt, beispielsweise beim Durchverkauf oder der Liquidität.

**PoS-MAIL:** Wenn Sie von langfristiger Planung sprechen, dann meinen Sie sicherlich nicht nur das kommende Monatsende...

**Murat Yatkin:** In der Tat, genau



Murat Yatkin, Managing Director TP Vision D/A/CH: „Jetzt ist die richtige Zeit für Handel und Industrie, um gute Geschäfte zu machen.“

das meine ich nicht. Wir wollen nicht mehr auf Zuruf agieren, sondern planen beispielsweise gerade jetzt für Dezember und Januar. Nur so können wir die richtigen Produktmengen sicherstellen, die wirklich gefragt sind. Gleichzeitig schützen wir so unsere Partner und uns selbst davor, an anderer Stelle ein Mengenüberangebot zu schaffen, was die Preise beschädigt. Es ist eigentlich ganz einfach: Wir wollen das richtige Produkt, zur richtigen Zeit, beim richtigen Handelspartner haben.

**PoS-MAIL:** *TP Vision ist in diesem Jahr auf der IFA 2020 Special Edition nicht vertreten. Haben Sie andere Aktivitäten oder Events geplant?*

**Murat Yatkın:** Mit der Entscheidung gegen die IFA 2020 Special Edition haben wir es uns nicht leicht gemacht. Wir wären wirklich gern nach Berlin gefahren. Allerdings sehen wir uns in der Verantwortung, was die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angeht. Deshalb nehmen wir unsere firmeneigenen Richtlinien weiterhin ernst und müssen deshalb Großveranstaltungen meiden. Der Ansatz in diesem Jahr ist für uns eine digitale Kommunikationsplattform, auf der wir uns mit dem Online Launch Event im September an Handel und Presse richten. Zum Auftakt steht eine Pressekonferenz über Neuheiten auf dem Programm, gefolgt von Workshops, in denen unsere Produkte im Detail vorgestellt werden. Die Kollegen im Außendienst und auch die Key Accounter gehen bereits auf unsere Kunden zu, um gemeinsam die Saison zu planen.

**PoS-MAIL:** *Die neuen TVs der OLED+935 Serie werden im September verfügbar. Haben Sie schon Reaktionen auf dieses neue Modell?*

**Murat Yatkın:** Nach dem offiziellen Launch des OLED+935 am 1. September kommen die ersten Stückzahlen mit 55 und 65 Zoll im September und mit 48 Zoll im Oktober in den Handel. Das Modell ist also noch sehr neu, wobei die Tester der EISA sich ja schon ein genaues Bild machen konnten und ihn zum Home Theatre TV des Jahres ernannt haben. Aus Gesprächen wissen wir aber sehr gut, was Kunden von unserer Marke immer erwarten. Und ich weiß auch, dass der 935 dem mehr als gerecht wird. In Sachen

Bildqualität ist Philips seit jeher in einer führenden Position. In diesem Jahr machen wir nochmals einen großen Schritt, da wir beim OLED+935 die P5 Engine mit künstlicher Intelligenz und einem weiteren dedizierten Bildprozessor ausrüsten. Ich kann nur jeden ermutigen, sich den Unterschied live anzuschauen. Für den richtigen Ton sorgt wieder die Partnerschaft mit Bowers & Wilkins, die bereits bekannt ist und ebenso geschätzt wird. Das neue 3.2.1-Soundsystem sollte am PoS möglichst oft interessierten Endkunden präsentiert werden, denn die Klangqualität ist wirklich atemberaubend. Die Ausstattungsliste des 935 ist sehr lang, weshalb ich hier nur ein paar Highlights nennen möchte, wie das vierseitige Ambilight, den Filmmaker Modus, Dolby Atmos & Vision und nicht zuletzt DTS Play-Fi, das die Brücke zu unseren WiFi-Lautsprechern schlagen wird.

**PoS-MAIL:** *Sie haben für dieses Jahr im Audiosegment weitere Neuheiten wie Soundbars und Kopfhörer angekündigt. Werden diese rechtzeitig zur Saison verfügbar sein?*

**Murat Yatkın:** Der Bereich Sound wird für uns immer wichtiger, und wir werden ihn zukünftig auch noch mehr im Fokus haben. Im Bereich Kopfhörer ergänzen wir unser umfangreiches Angebot nochmals gezielt mit Modellen, die Active Noise Cancellation bieten. Dazu gehören die beiden True Wireless Modelle T8505 und T5505 sowie das Over-the-Ear-Modell H9505. Alle drei kommen rechtzeitig zum Jahresendgeschäft und bieten nicht nur eine hochentwickelte Noise Cancellation Technologie, sondern treffen auch attraktive Preispunkte. Das gilt auch für die neuen Soundbars, wo wir beispielsweise das The-

ma Surround-on-Demand wieder aufgreifen. Das Konzept dabei ist, die beiden Surroundlautsprecher auf Wunsch von der Soundbar abnehmen zu können und dank Akku komplett kabellos für die Surroundkanäle zu nutzen. Ist der Film vorbei, werden sie wieder seitlich an die Soundbar gesteckt. Wir sind sicher, dass Kunden diese Vorteile erkennen und gerne nutzen werden. Philips hatte in der Vergangenheit bereits sehr positive Erfahrungen mit diesem Produktkonzept gemacht.

**PoS-MAIL:** *Wenn Sie sich in Ihrer Rolle als Managing Director etwas wünschen dürften, was wäre das?*

**Murat Yatkın:** Da fällt mir natürlich so einiges ein, aber wenn ich an die Situation im Handel denke, dann wäre es wahrscheinlich die gemeinsame Planung von Handel und Industrie. Es wäre für die ganze Branche sehr hilfreich, wenn alle Teilnehmer bedarfsgerecht planen und auch Verantwortung gemeinsam tragen würden, damit Produkte im Handel den Preis erzielen, den sie verdienen. Denn wir haben in unserer Branche tolle Produkte und Technologien. Heute ist jeder in der Pflicht so zu agieren, da das Internet die Transparenz schafft. Für Philips TV & Sound kann ich bestätigen, dass Ware nur dann verfügbar sein wird, wenn wir sie mit dem Kunden gemeinsam rechtzeitig geplant haben, denn wir werden jede Form von Warenüberhängen ausschließen. Glauben Sie mir, es ist jetzt die richtige Zeit für Handel und Industrie, um gute Geschäfte zu machen und die Wertschöpfung zu nutzen, denn die Nachfrage ist da, und die Panelpreise bewegen sich nach oben.

**PoS-MAIL:** *Herr Yatkın, vielen Dank für dieses Gespräch.*